



EINSCHREIBEN
Sekretariat der
Wettbewerbskommission
Monbijoustrasse 43
3003 Bern

Bern, 28. Januar 2010

Zusammenschlussvorhaben France Télécom SA / Sunrise Communications AG Stellungnahme der Konsumentenorganisationen

Sehr geehrter Herr Corazza

Die Konsumentenorganisationen acsi, FRC und SKS nehmen Kenntnis von der Publikation der Einleitung des Prüfungsverfahrens im Zusammenschlussvorhaben France Télécom SA / Sunrise Communications AG im Bundesblatt vom 19. Januar 2010. Die Konsumentenorganisationen acsi, FRC und SKS nehmen gemeinsam Stellung zu diesem Vorhaben gemäss Art. 33 des Kartellgesetzes und beantragen eine Teilnahme an der Überprüfung des Zusammenschlussvorhabens gemäss Art. 43 Abs. 1 lit. c des Kartellgesetzes. Gesendet per Einschreiben am 28. Januar 2010 innerhalb der vorgeschriebenen Frist von 10 Tagen muss die vorliegende Position als erhalten berücksichtigt werden.

Hauptschlussfolgerung

Die Konsumentenorganisationen acsi, FRC und SKS lehnen den Zusammenschluss zwischen der France Télécom SA / Sunrise Communications AG zum jetzigen Zeitpunkt ab und beantragen der Wettbewerbskommission dessen Untersagung. Wir sind der Ansicht, dass dieser Zusammenschluss zu einer kollektiv marktbeherrschenden Stellung zusammen mit der Swisscom führt.

Ergänzende Folgerungen

Sollte der Zusammenschluss dennoch von der Wettbewerbskommission akzeptiert werden, verlangen die Konsumentenorganisationen acsi, FRC und SKS, dass strenge Auflagen an die Fusion gestellt werden. Namentlich verlangen die Konsumentenorganisationen acsi, FRC und SKS:

- Die Marke Sunrise soll mit den günstigen Angeboten 10 Jahre lang weiter bestehen.
- Das fusionierte Unternehmen soll weiterhin in den Bereichen geschäftlich tätig sein, in denen heute lediglich Sunrise tätig ist, also im Breitbandinternet und in der Festnetztelefonie (z.B. auf der entbündelten letzten Meile).
- Die positiven Skaleneffekte, welche durch die Fusion erwartet werden, müssen an die Konsumentinnen und Konsumenten mittels tieferer Preise weitergegeben werden.
- Die Wettbewerbskommission muss die Terminierungsgebühren des neuen Unternehmens senken.

Ebenso verlangen die Konsumentenorganisationen weitere Massnahmen von der Politik und der Wettbewerbskommission:

- Eine neue Mobilfunkkonzession muss auf den Markt gebracht werden, damit der Wettbewerb noch spielen kann.
- Das Fernmeldegesetz muss rasch revidiert werden. Dort sind Massnahmen für mehr Wettbewerb und tiefere Preise festzuschreiben, insbesondere die Ex-Ante-Preisregulierung durch die Regulierungsbehörde ComCom und die Vereinfachung des Anbieterwechsels durch schnellere Prozesse und mehr Transparenz. Ebenso sind die Anbieter zu verpflichten, ihr Netz anderen Anbietern zur Verfügung zu stellen und ihnen entsprechende Angebote zu machen, damit diese Anbieter in den Schweizer Telekommarkt eintreten können.
- So lange keine Ex-Ante-Regulierung in Kraft ist, muss die Wettbewerbskommission den Telekommarkt kritisch beobachten und Sanktionen im Fall einer marktbeherrschenden Stellung verfügen. Die entsprechenden Verfahren müssen rasch durchgeführt werden.

Vom neuen Unternehmen erwarten die Konsumentenorganisationen acsi, FRC und SKS:

- Das neue Unternehmen muss ein echtes Bekenntnis für ein offensives Verhalten gegenüber der heutigen Marktführerin anstelle eines Stillhaltens abgeben. Dieses Bekenntnis fehlt bis heute.
- Das neue Unternehmen muss die dringend nötigen politischen Reformen unterstützen. Eine Ablehnung wäre unseres Erachtens nicht glaubwürdig: Das Mutterhaus des neuen Konzerns, France Télécom, fällt mit seinen Tochterunternehmen in anderen Ländern unter die EU-Telekomgesetzgebung. Das Unternehmen untersteht daher der Preisregulierung und den Anforderungen bezüglich Anbieterwechsel. Es ist daher nicht ersichtlich, warum solche Massnahmen in der Schweiz nicht umgesetzt werden können und sollten.

Grundsätzliche Überlegungen zum Telekommunikationsmarkt

Der Wettbewerb im Telekommunikationsmarkt spielt praktisch nicht. Zwar hat die Schweiz den Markt 1998 liberalisiert. Doch erst fusionierten Sunrise und DiAx, dann übernahm Sunrise Tele 2. Jetzt wollen die beiden Nummern 2 und 3 im Mobilfunkmarkt fusionieren. Der freie Markt tendiert dazu, sich selber auszuschalten. Von alleine dient der Markt nicht den Konsumentinnen und Konsumenten.

So zahlen die Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz die europaweit höchsten Preise für Telekomdienstleistungen. Komplizierte Verfahren und bindende Verträge erschweren den Anbieterwechsel. Weiter erhalten die Konsumentenorganisationen zuhauf Beschwerden über den Kundendienst und täuschende Verträge.

Dies zeigt: Der freie Markt funktioniert nicht wie im Lehrbuch. Wo der Wettbewerb nicht spielt, braucht es daher Regulierung für tiefere Preise und mehr Transparenz. Die EU hat dies begriffen: Konsequenterweise stärkt sie die Konsumentenrechte. Wenn der Markt nicht spielt, senkt sie die Tarife! So hat das Europäische Parlament zuletzt am 24. November 2009 zum wiederholten Male Massnahmen zur Verstärkung des Wettbewerbs im Telekommunikationsmarkt beschlossen.

Dies erstaunt nicht. Denn Liberalisierung ist ein dynamischer Prozess. Es gelingt nicht ohne Probleme und auf ein Mal, ein ehemals monopolistisches System in einen funktionierenden Markt zu überführen. Unabdingbar ist die permanente Marktbeobachtung und – bei veränderten Umständen – die konstante Verbesserung der Rahmenbedingungen.

Dennoch hinkt die Schweiz der EU in diesem Bereich hinterher. Es fehlen Massnahmen, welche für eine Belebung des Wettbewerbs und tiefere Preise sorgen.

Die Konsumentenorganisationen verlangen daher die Würdigung des Fusionsbegehrens der Wettbewerbskommission unter diesen Aspekten.

Ursachen für den mangelnden Wettbewerb und die hohen Preise

Der Wettbewerb spielt nicht, weil der Markt selbst dazu führt, dass sich nur wenige Akteure auf dem Markt befinden. Dies ist im Telekommunikationsmarkt nicht erstaunlich, da es sich um einen Netzmarkt handelt, wo teilweise ein natürliches Monopol vorliegt. Eine wesentliche Ursache für mangelnden Wettbewerb ist daher der Charakter des Marktes an sich und die Tatsache, dass zu wenig regulatorische Eingriffe getätigt werden. Diese wären in Netzmärkten aber vonnöten, um zum volkswirtschaftlich optimalen Ergebnis zu gelangen.

Eine zweite wesentliche Ursache für den mangelnden Wettbewerb ist die Tatsache, dass die Konsumentinnen und Konsumenten selbst von den wenigen Möglichkeiten, den Anbieter zu wechseln, wenig Gebrauch machen. Obwohl mit einem Anbieterwechsel zum Teil erkleckliche Summen einspart werden könnten, wird der Wechsel nicht vollzogen. Entscheidende Gründe hierfür sind mangelnde Transparenz und hohe Hürden beim Anbieterwechsel.

Umständliche bis unmögliche Preisvergleiche

Die Konsumentinnen und Konsumenten können Preisvergleiche nur äusserst aufwendig durchführen. Im Mobilfunk müssen beispielsweise die Abonnementsgebühr, die verschiedenen Tarife für Anrufe auf das Festnetz, auf das Netz der eigenen Anbieterin, auf das Fremdnetz und ins Ausland, die Tarife für SMS, die Tarife für den Datendownload und so weiter verglichen werden! Um all diese Informationen zusammenzutragen, sind grosse Aufwände vonnöten.

Zwar bieten der Vergleichsdienst Comparis und das BAKOM auch Preisvergleiche an. Doch entweder fehlen Nutzerprofile, welche einfach zu verstehen sind, oder diese müssen mühsam gesucht werden. Einem jüngst erschienenen Bericht in der Zeitung «Tages-Anzeiger» vom 25. Januar 2010 ist zu entnehmen, dass die Telekomanbieter selbst die Preisvergleiche von Comparis als veraltet betrachten.

Automatische Vertragsverlängerung

Häufig schliessen Telekommunikationskundinnen und -kunden einen Abonnementsvertrag über zwei Jahre ab. Dieser wird typischerweise um ein Jahr verlängert, wenn der Kunde den Vertrag nicht kündigt («Rollover»-Verträge). Während der zweijährigen Vertragsdauer erhält der Kunde vom Telekomunternehmen keinerlei Information über die Vertragsdauer und die Kündigungsfrist oder -möglichkeit. Daher kommt es regelmässig vor, dass der Vertrag automatisch verlängert wird, obschon der Kunde keine Vertragsverlängerung wünscht. Die Problematik wird dadurch verschärft, dass die Kündigungsfrist für Fernmeldedienstverträge zumeist drei Monate beträgt.

Die geltende Regelung ist nicht nur ein Ärgernis für die Konsumentinnen und Konsumenten. Sie ist auch ein wirksames Mittel, um den Wettbewerb im Telekommunikationsmarkt einzudämmen.

Die Konsumentenorganisationen acsi, FRC und SKS haben mit den Telekomanbietern Verhandlungen geführt über die Abschaffung der automatischen Vertragsverlängerung. Das Anliegen stiess nicht auf grundsätzliches Wohlwollen, hingegen wurde betont, dass eine Umsetzung nur mittels einer Branchenlösung möglich sei.

Generelle Hürden beim Anbieterwechsel

Zusätzlich bestehen zahlreiche praktische und technische Hürden, welche die Konsumentinnen und Konsumenten vom Anbieterwechsel abhalten. Die Prozesse für den Anbieterwechsel beanspruchen eine gewisse Zeit. Ebenso müssen die wechselbereiten Konsumentinnen und Konsumenten einige Aufwände auf sich nehmen, z.B. die Kündigung der bisherigen Anbieterin, mehrfacher Briefverkehr und technische Änderungen.

In der EU Gegensteuer gibt das jüngste EU-Reformpaket. Demgemäss haben Europas Konsumentinnen und Konsumenten einen Anspruch darauf, ihren Festnetz- oder Mobilfunkanbieter innerhalb eines Arbeitstages unter Beibehaltung ihrer bisherigen Rufnummer zu wechseln. Diese Bestimmung gilt seit dem 19. Dezember 2009.

Zusammenschluss France Télécom SA / Sunrise Communications AG

Der Zusammenschluss France Télécom SA / Sunrise Communications AG ist eine Übernahme von Sunrise durch die France Télécom. Damit wird die heutige Nummer 2 auf dem Schweizer Telekommarkt, Sunrise, von der Nummer 3, Orange, geschluckt.

Die Fusion hat direkt zwei Auswirkungen:

- Durch die Verdopplung der Unternehmensgrösse ergeben sich positive Skaleneffekte. Das neue Unternehmen kann daher seine Kosten verringern. Dies lässt Spielraum für Preissenkungen und ein dynamischeres Auftreten gegenüber der heutigen Marktführerin Swisscom.
- Die Anzahl Mitbewerber verringert sich. Im Mobilfunkmarkt kommt es quasi zu einem Duopol. Die Tendenz, den Markt aufzuteilen und stillzuhalten, verstärkt sich noch mehr. Dies könnte die hohen Preise zementieren.

Relevante Märkte

Für die Beurteilung der Fusion aus wettbewerbsrechtlicher Sicht ist entscheidend, in welchen Märkten der Wettbewerb nach der Fusion nicht spielen würde. Die Konsumentenorganisationen stellen zwei getrennte Märkte fest, welche die Wettbewerbskommission unter die Lupe zu nehmen hat: den Mobilfunkmarkt und den Markt für Breitbandinternet/Festnetztelefonie.

Mobilfunk

Der Schweizer Mobilfunkmarkt besteht heute im Wesentlichen aus drei Wettbewerbern. Der Marktführer Swisscom beherrscht etwa 62 Prozent des Marktes. Mit dem Zusammenschluss von Orange und Sunrise würde die neue Nummer 2 etwa 38 Prozent des Marktes abdecken.

Der Mobilfunkmarkt spielte mit drei Konkurrenten bereits wenig. Wir gehen davon aus, dass ein Duopol die Wettbewerbsintensität weiter sinken lässt. Je weniger Anbieter es im Telekommunikationsmarkt gibt, umso höher ist die Wahrscheinlichkeit von Preisabsprachen. Es ist unwahrscheinlich, dass ein Anbieter gegen Preise des anderen klagt. Das ist aber zur Zeit die einzige Möglichkeit, um zu hohe Preise zu bekämpfen. Die Anbieter sorgen selber nicht für Preiswettbewerb. So nimmt heute niemand die Anliegen der Konsumentinnen und Konsumenten wahr, da auch den Regulationsbehörden die Hände weitgehend gebunden sind.

Dementsprechend ist es nicht erstaunlich, dass die Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz die europaweit höchsten Handytarife zahlen¹.

Sunrise hat bisher eindeutig die günstigsten Angebote für den Mobilfunk (abgesehen von einzelnen Angeboten der sehr kleinen nicht-eigenständigen Anbieter, die fremde Netze nutzen). Es besteht die Gefahr, dass durch die Übernahme von Sunrise auch diese günstigen Angebote vom Markt verschwinden. Welcher Druck besteht für Orange in einem Duopol, die Konkurrentin Swisscom mit günstigen Angeboten zu konkurrieren, zumal

¹ BAKOM: Der Schweizer Fernmeldemarkt im internationalen Vergleich. 2009

Anbieterwechsel schwierig durchzuführen sind für die Konsumentinnen und Konsumenten (siehe unten)? Welcher Wettbewerbsdruck besteht, dass das fusionierte Unternehmen die versprochenen Synergiegewinne, die zweifelsohne erzielt werden dank der positiven Skaleneffekte (dokumentiert durch einen klaren Stellenabbau und die Zusammenlegung von Einheiten), an die Konsumentinnen und Konsumenten weitergibt? Die ersten Erklärungen des zukünftigen CEO des neuen Unternehmens lassen den Anschein aufkommen, dass das Ziel des Zusammenschlusses die Erhöhung der Rentabilität und weniger an Preiskampf zugunsten der Konsumentinnen und Konsumenten ist.

Die Konsumentenorganisationen acsi, FRC und SKS bezweifeln daher die angekündigten positiven Effekte der Fusion für die Konsumentinnen und Konsumenten im Mobilfunkmarkt. Es besteht zu wenig Wettbewerbsdruck im Mobilfunkmarkt, als dass sich ein Preiswettbewerb für den fusionierten Konzern betriebswirtschaftlich lohnen würde. Eine Hochpreisstrategie ist rentabler.

Breitbandinternet und Festnetz

Der Markt für Breitbandinternet und Festnetztelefonie wird heute im Wesentlichen von der Swisscom und Cablecom aufgeteilt. Mit mehr als 50 Prozent Marktanteil ist die Swisscom auch im Breitbandmarkt eindeutig Marktführerin. Dabei überholte Swisscom den ursprünglichen Marktführer Cablecom im Jahr 2003, was darauf hindeutet, dass seit der Liberalisierung der Telekomdienstleistungen paradoxerweise die ehemalige Monopolistin in diesem Markt signifikant Marktanteile gewinnen konnte. Dies steht auch im Gegensatz zur Entwicklung in der EU, wo der Marktanteil des ehemaligen Monopolisten im Breitbandmarkt kontinuierlich zurückgeht².

Orange bietet kein Breitbandinternet und Festnetztelefonie an, lediglich Sunrise tut dies. Seit der Entbündelung der letzten Meile bietet Sunrise diese Dienstleistungen auf dem Swisscom-Netz an, womit immense (und volkswirtschaftlich ineffiziente) Investitionen für ein eigenes, paralleles Netz nicht gemacht werden müssen. Inzwischen sind etwa 80 Prozent der Haushalte entbündelt. Damit haben diese Haushalte die Wahl nicht nur zwischen dem lokalen Kabelnetzbetreiber (meist Cablecom) und Swisscom, sondern können auch Sunrise-Dienste beziehen. Der Marktanteil von Sunrise beträgt bei den Breitbandanschlüssen etwa 13 Prozent.

Die Wettbewerbsdynamik in diesem Markt ist unterschiedlich. Die Trägheit des Wettbewerbs wird dokumentiert durch die europaweit höchsten Preise für 1 Mbit/s Downloadgeschwindigkeit³. Bezüglich Festnetztelefonie befindet sich die Schweiz jedoch grundsätzlich im Preisdurchschnitt der europäischen Länder⁴.

Die hohen Preise für Breitbandinternet zeigen, dass der immer wieder gelobte Infrastrukturwettbewerb zwischen den Kabelnetzbetreibern und den Telefonieunternehmen nur teilweise spielt. Insbesondere die jetzt zur Übernahme stehende Sunrise hat auch in diesem Markt einen Preisdruck erzeugt, beispielsweise mit einem Bundle-Angebot für Festnetztelefonie,

² Meister, Urs und Ischer, Philipp: Glasfaser im Wettbewerb. Die Zukunft des Telekommarktes zwischen Innovation und Regulierung. Avenir Suisse. 2009

³ BAKOM: Der Schweizer Fernmeldemarkt im internationalen Vergleich. 2009

⁴ BAKOM: Der Schweizer Fernmeldemarkt im internationalen Vergleich. 2009

Breitbandinternet und Mobilfunk, deren Preise deutlich tiefer sind als diejenigen der Konkurrenz, die für dieses Segment keine Bundle-Angebote bieten.

Die Konsumentenorganisationen acsi, FRC und SKS befürchteten durch die Übernahme von Sunrise daher eine Verringerung der Marktdynamik, insbesondere bezüglich Breitband. Dies könnte sich zeigen durch eine drohende Verlangsamung der Angebots- und Preisoffensive von Sunrise bezüglich der Dienstleistungen auf der entbündelten letzten Meile.

Auswirkungen der Fusion auf politische Reformen für Wettbewerb und tiefere Preise

Das Unternehmen Sunrise hat sich in der politischen Diskussion für Wettbewerb und tiefere Preise eingesetzt. Beispielsweise hat das Unternehmen geklagt gegen zu hohe Mietpreise der Swisscom oder eine Änderung der Fernmeldedienstverordnung (FDV) in dem Sinn verlangt, dass die letzte Meile günstiger zu verrechnen sei. So erlaubt die heutige Regelung die doppelte Abschreibung des Netzes, was überhöhte Preise zur Folge hat erstens für Dritte, die das Netz nutzen (z.B. Sunrise), und schliesslich für die Konsumentinnen und Konsumenten. Das Unternehmen Orange hingegen hat sich kaum oder zurückhaltend in die entsprechende politische Diskussion eingebracht.

Die Konsumentenorganisationen acsi, FRC und SKS befürchten, dass sich die beiden zukünftigen Akteure Swisscom und Orange somit auch in der Politik keine Knüppel gegenseitig zwischen die Beine werfen werden, sondern (erfolgreich) versuchen werden, die dringend nötige Revision des Fernmeldegesetzes zu verhindern.

Politische Reformen sind nötig, bevor die Fusion genehmigt wird

Die Konsumentenorganisationen acsi, FRC und SKS befürchten angesichts der dargestellten Marktsituation vornehmlich negative Auswirkungen der Fusion auf die Konsumentinnen und Konsumenten. Der bisher kaum spielende Wettbewerb könnte in einzelnen Bereichen vollständig zum Erliegen kommen. Politische Reformen und Klagen gegen Mitkonkurrenten würden unwahrscheinlich, da sich der neue Konzern still halten könnte. Dies ist umso wahrscheinlicher, da Orange auch in der Vergangenheit nur selten weder im Markt noch in der Politik offensiv für tiefere Preise gekämpft hat.

Die Fusion müsste daher zwingend begleitet werden von Massnahmen, welche den Wettbewerb beleben. Konkret fordern die Konsumentenorganisationen:

- Die Regulationsbehörde ComCom muss gestärkt werden. In der EU können die Regulationsbehörden Tarifsenkungen verfügen im Vornherein (ex ante) und von sich aus (ex officio). In der Schweiz hingegen können die Regulationsbehörden nur auf Klage einer Konkurrentin – nicht jedoch der Konsumentinnen und Konsumenten – die Preise untersuchen und Preissenkungen verfügen (ex post). Mit der anzunehmenden Verringerung der Klagemöglichkeiten, welche heute gerade im Mobilfunkmarkt ohnehin kaum wahrgenommen wurden, wird den Regulationsbehörden nahezu die letzte Eingriffschance genommen. Daher müssen die Telekompreise auch in der Schweiz dem Regulator vorgelegt werden und dieser muss das Recht haben, Preissenkungen zu verfügen. Ebenso muss die ComCom die Bedingungen für den Netzzugang festlegen,

insbesondere wenn zwischen den verschiedenen Anbietern keine Einigung gefunden werden kann.

- Der Markteintritt für neue Mitbewerber muss erleichtert werden. Dies ist heute praktisch nicht möglich, da die Eintrittshürden zu hoch sind. Wer auf den Markt kommen will, muss beträchtliche Investitionen tätigen. Die einzige griffige Massnahme, diese zu senken, ist die Ausgliederung der Telekomnetze, auf die alle Mitbewerber mit ihrer Technologie und ihren Dienstleistungen Zugriff haben. Die Investitionen in ein flächendeckendes Mobilfunknetz sind beispielsweise für jeden Anbieter gleich hoch, hingegen sind die Kosten pro Kunde deutlich kleiner für grosse Unternehmen. Mit der Ausgliederung des Netzes in eine Netzgesellschaft würde der Markt belebt. Ebenso könnten zahlreiche Antennen wegfallen, was auch die Strahlenproblematik reduzieren würde.
- Der Anbieterwechsel muss vereinfacht werden (1). Preisvergleiche müssen einfach und rasch möglich sein. Die Telekomunternehmen selbst sollen für die geläufigen Nutzerprofile (Wenignutzer, durchschnittliche Nutzer, Vielnutzer) die monatlichen Kosten angeben. Diese Kosten sollen in den Läden und auf dem Internet publiziert werden. So können die Preise einfach verglichen werden. Das Beste wäre, wenn die Konsumentinnen und Konsumenten selbst für ihr Nutzerverhalten das attraktivste Angebot errechnen lassen könnten.
- Der Anbieterwechsel muss vereinfacht werden (2). Inbesondere müssen die praktischen Hindernisse eines Anbieterwechsels auf dem Weg geräumt werden. Der entsprechende Aufwand hält viele Konsumentinnen und Konsumenten vom Anbieterwechsel ab. Nötig ist daher eine Beschleunigung der Prozesse analog dem jüngsten Beschluss der EU.
- Der Anbieterwechsel muss vereinfacht werden (3). Die automatische Vertragsverlängerung hält Konsumentinnen und Konsumenten beim aktuellen Anbieter gefangen. Nötig wäre das Gegenteil: Verträge dürfen nur verlängert werden, wenn die Kundinnen und Kunden hierzu ihr Einverständnis gegeben haben. Auf jeder Rechnung sollten die Telekomunternehmen die Kundinnen und Kunden über die Vertragsdauer und die Kündigungsfrist informieren. Die minimalste Anforderung wäre, dass die Telekomunternehmen ihre Kundinnen und Kunden 1 Monat vor Ablauf der Kündigungsfrist über den Ablauf der Kündigungsfrist informieren, beispielsweise mit einem klaren Hinweis auf der Rechnung oder einem SMS.
- Ebenso müsste das neue Unternehmen die Netzneutralität gewährleisten, dürfte also die auf dem Internet basierenden Dienste (wie Google oder Skype) weder stören noch blockieren oder sonstwie unterschiedlich behandeln. Dies ist zentral, weil einige dieser Dienste wie z.B. Skype (Internettelefonie) und Ping (SMS senden via iPhone) einen gewissen Druck auf die Preise auch der neben Internet angebotenen herkömmlichen Produkte der Telekomunternehmen ausüben könnten (so auf die hohen Preise für SMS und internationale oder mobile Gespräche). Entsprechend haben Anbieter von Breitbanddienstleistungen bereits mehrfach versucht, derartige Angebote bei der Übertragung über die von ihnen angebotenen Internetverbindungen zu behindern. Beispielsweise unterstützt das iPhone von Apple den Dienst Skype nur bei Internetverbindungen über WLAN, nicht über das UMTS-Datennetz, was kaum in dem Interesse von Apple selber, sondern nur in demjenigen der Telekom-Anbieter liegen dürfte, die das iPhone verkaufen und die

Apple für das Anbieten des iPhone teuer bezahlen. Um solchen Effekten entgegen zu wirken, wurden in der EU bereits die Telekom-Rahmenrichtlinie- sowie die Universal-dienstrichtlinie angepasst. In den USA sind Gesetzgebungsverfahren im Gang, in deren Rahmen die Netzneutralität geregelt werden soll. Gerade bei Fusionen von Telekom-Unternehmen in den USA war die Wahrung der Netzneutralität zudem schon Inhalt der getroffenen Regelungen.

Nur das Parlament kann solche Massnahmen im Rahmen einer Revision des Fernmeldegesetzes (FMG) beschliessen. Ohne die entsprechende Reform des Fernmeldegesetzes (FMG) werden die durch Fusion erzielten positiven Skaleneffekte kaum an die Konsumentinnen und Konsumenten weitergegeben. Im Gegenteil wird die Fusion die Marktposition der Konsumentinnen und Konsumenten im Telekommarkt verschlechtern, insbesondere durch eine Verringerung der Angebotsvielfalt und eine Verlangsamung der ohnehin schlep-penden Preisdynamik. Auch allfällige Auflagen an die Fusion werden nicht für den nötigen Wettbewerb im Telekommarkt sorgen.

Schlussfolgerung

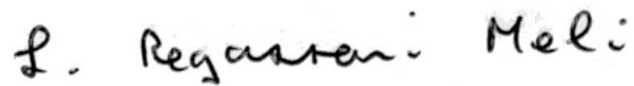
Die Konsumentenorganisationen acsi, FRC und SKS lehnen den Zusammenschluss France Télécom SA / Sunrise Communications AG aus den oben geschilderten Gründen zum jetzigen Zeitpunkt ab. Dieser Zusammenschluss wird zu einer kollektiv marktbeherrschenden Stellung des neuen Unternehmens mit der Swisscom führen, wodurch der Telekommarkt zu einem Duopol wird. Wir freuen uns, dass die Wettbewerbskommission selbst in ihrer Medienmitteilung vom 28. Dezember 2009 diese Sichtweise bereits hervorgehoben hat.

Die Konsumentenorganisationen acsi, FRC und SKS werden weiterhin Reformen des Telekommarktes verlangen, insbesondere vom Parlament.

Wir danken Ihnen für die Berücksichtigung unserer Anliegen und würden uns freuen, unsere Argumente vor Ihnen vertreten zu können.

Mit freundlichen Grüßen

Associazione consumatrici e consumatori della Svizzera Italiana



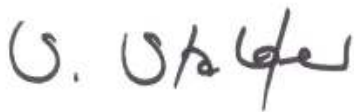
Laura Regazzoni Meli, Segretaria generale

Fédération romande des consommateurs



Mathieu Fleury, Secrétaire général

Stiftung für Konsumentenschutz



Sara Stalder, Geschäftsleiterin

Stiftung für Konsumentenschutz, Monbijoustrasse 61, Postfach, 3000 Bern 23
Telefon 031 370 24 24, Fax 031 372 00 27, info@konsumentenschutz.ch, www.konsumentenschutz.ch

Fédération Romande des Consommateurs, Rue de Genève 17, CP 6151, 1002 Lausanne
Tél 021 331 00 90, Fax 021 331 00 91, info@frc.ch, www.frc.ch

Associazione consumatrici e consumatori della Svizzera italiana, via Polar 46, Casella postale 165, 6932 Breganzona
Tel 091 922 97 55, Fax 091 922 04 71, acsi@acsi.ch, www.acsi.ch