



INSTITUT POUR L'ETUDE DES MARCHES ET LES SONDAGES D'OPINION – INSTITUT FÜR MARKT- UND MEINUNGSFORSCHUNG
M.I.S. TREND SA – Pont Bessières 3 – CH 1005 Lausanne – Tél. +41 21 320 95 03 – Fax + 41 21 312 88 46 e-mail : info@mistrend.ch

«NUTZUNG VON TELEKOMDIENSTEN AUF DEM FESTNETZ»

Studie realisiert für das

B A K O M
Bundesamt für Kommunikation - Biel

durch das Institut

M.I.S. TREND SA - LAUSANNE

29. August 2005



INHALTSVERZEICHNIS

1. STUDIENBESCHREIBUNG

1.1 Ausgangslage	2
1.2 Methodologie und Stichprobe.....	3
1.3 Haushalt vs. befragte Person	4
1.4 Aufbau des Berichtes	5
1.5 Struktur der Stichprobe	6

2. FESTNETZ-TELEFONIE

2.1 Art des Haushaltanschlusses	7
2.2 Telekommunikations-Anbieter	9
2.3. Kriterien für die Wahl der Anbieterin	12

3. MOBIL-TELEFONIE

3.1 Verbreitung der Mobil-Telefonie	14
3.2 Festnetz vs. Mobil-Telefonie	16

4. INTERNET

4.1 Verbreitung des Internet	20
4.2 Haushalte ohne Internet	22
4.3 Art des Internet-Anschlusses	26
4.4 Anbieterin des Internet-Anschlusses	28
4.5 Kriterien für die Wahl der Anbieterin	32
4.6 Nutzungsdauer	35

5. AUSGABEN.....37

6. ZUFRIEDENHEIT MIT DEN TELEKOMMUNIKATIONSDIENSTEN

6.1 Wahl der Anbieterin	40
6.2 Beurteilung der Gebühren des Festnetz-Anschlusses	43
6.3 Beurteilung der Gebühren des Internet-Breitbandanschlusses	47
6.4 Beurteilung der Qualität der Telekommunikationsdienste	48

7. GRUNDVERSORGUNG

7.1 Bekanntheit des Grundversorgers	52
7.2 Die Telefonkabine	52

8. SCHLUSSFOLGERUNGEN57

1. STUDIENBESCHREIBUNG

1.1 Ausgangslage und Fragestellung

Das Bundesamt für Kommunikation hat unter anderem die Aufgabe, regelmässig den Rechtsrahmen im Bereich der Telekommunikation zu evaluieren und nötigenfalls Anpassungen an diesem Rahmen vorzuschlagen und insbesondere die Erbringung der Grundversorgung sowie deren Anpassungen an die sozialen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bedingungen sicherzustellen. Das Bundesamt verfügt dazu über mehrere Instrumente wie zum Beispiel über die Möglichkeit, Daten zur Erstellung der amtlichen Fernmeldestatistik bei den Fernmeldediensteanbietern einzuholen.

Um die Konsumaspekte bei der Nutzung von Fernmeldediensten noch detaillierter untersuchen zu können, als es mit der anbieterseitig orientierten Fernmeldestatistik möglich ist, lässt das Bundesamt für Kommunikation bei den Nutzerinnen und Nutzern von Fernmeldediensten des Festnetzes eine repräsentative Umfrage durchführen.

Der Fokus dieser Umfrage fällt auf Technik-Ebene auf das Festnetz. Unter dem Term Festnetz werden im Rahmen dieser Studie typischerweise leitungsgebundene Netze verstanden, wie sie ursprünglich für die Erbringung des Telefondienstes oder für den Zugang zu TV-Programmen erstellt wurden. Auch nach der Öffnung des Marktes im Jahre 1998 ist auf Seiten des Festnetzanschlusses für Telefonie, auf der "letzten Meile" zwischen Ortszentrale und Hausanschluss, die Swisscom vorherrschende Anbieterin von Anschlüssen geblieben. Gleichzeitig hält die Swisscom die Konzession als Grundversorgungserbringerin.

Auf Seiten der Fernsehkabelnetze werden lokal und regional von diversen Betreibern Netze unterhalten. Die Verbreitungsgebiete der einzelnen Fernsehkabelnetze überschneiden sich jedoch nicht. Grösste Anbieterin ist in dieser Technologie die Cablecom, welche rund 54% aller TV-Kabelanschlüsse in der Schweiz betreibt.

Auf der Ebene der Dienste, die auf den Festnetzen angeboten werden, schwindet die Möglichkeit einer Monopolisierung der Basisangebote zunehmend. Telefonie und Internet werden mittlerweile auch auf den Fernsehkabelnetzen angeboten, Fernsehen wird womöglich bald auf dem Telefonnetz erhältlich sein.

Für diese Studie wurden somit die folgenden Fragestellungen formuliert:

1. Welche Telekommunikationsdienste werden von den Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten verwendet?
2. Welches sind die Kundeneinschätzungen betreffend Qualität und Preis der benutzten Dienste?

3. In welchem Umfang und auf Basis von welchen Kriterien greifen die Konsumentinnen und Konsumenten auf Dienste von Anbieterinnen zurück?
4. Welches sind die Zusammenhänge zwischen Werten und Verhaltensweisen der Kundinnen und Kunden sowie den sozio-demographischen Merkmalen der Befragten?

1.2 Methodologie und Stichprobe

Die Befragung wurde vom Institut M.I.S. TREND durchgeführt. Als Befragungsmethode wurde eine computerunterstützte telefonische Befragung (CATI) gewählt. Der Fragebogen wurde auf eine mittlere Interviewdauer von 15 Minuten ausgelegt und enthält rund 45 Question Units.

Die Informationserhebung fand vom 2. bis zum 17. Juni 2005 in unseren Telefonzentralen in Bern-Gümligen (Deutsch) und Lausanne (Französisch und Italienisch) statt. Es wurden rund 20 vorgängig über die Besonderheiten und Schwierigkeiten der Studie instruierte Interviewer eingesetzt.

Die Stichprobe wurde bezüglich Sprachregionen unterteilt sowie als Besonderheit in die Subsamples Bergregion und übrige Schweiz unterteilt.

Die Definition des Bergregion-Samples wurde dem Bundesgesetz über die Investitionshilfe für Berggebiete (IHG) vom 21. März 1997 (Stand am 20 Juli 2004) entnommen, welches eine Liste von rund 1'100 Gemeinden aufführt.

Tabelle 1

<i>Subsamples</i>	<i>Anzahl Interviews</i>	<i>Realanteil Gesamtbevölkerung</i>	<i>Vertrauensintervall</i>
CH (D) Bergregion	202	13,6%	±6,9%
CH (F) Bergregion	200	7,5%	±6,9%
CH (I) Bergregion	100	2,0%	±9,8%
CH (D) übrige Schweiz	202	58,1%	±6,9%
CH (F) übrige Schweiz	200	16,4%	±6,9%
CH (I) übrige Schweiz	101	2,4%	±9,8%
Total	1005	100,0%	±3,1%

Die Resultate wurden anschliessend entsprechend dem realen demographischen Anteil der Sprachregionen, bzw. der Berg- und Nicht-Bergregionen gewichtet, basierend auf den Daten der Volkszählung 2000.

Das Vertrauensintervall der Gesamtstichprobe beträgt maximal $\pm 3,1\%$. Für Analysen, die sich nur auf die Deutschschweiz oder die Westschweiz beziehen, sind es $\pm 4,9\%$ und

für die italienischsprachige Schweiz $\pm 6,9\%$. Analysen mit kleineren Sub-Gruppen müssen unter Berücksichtigung entsprechend grösserer Vertrauensintervalle gemacht werden.

Die Daten wurden anhand von Kreuztabellen ausgewertet. Sämtliche Fragestellungen der Interviews wurden mit ausgewählten soziodemographischen Variablen gekreuzt. Signifikante Unterschiede zwischen den einzelnen Subsamples werden im Text des Analyseberichts und an Hand der Graphiken erläutert.

1.3 Haushalt vs. befragte Person

Eine Problematik dieser Studie besteht darin, dass sich zwei Analyseebenen ergeben. Einerseits wendet sich diese Befragung an den repräsentativ gezogenen Haushalt, welcher durch die befragte Person vertreten wird. Diese Person kann sehr wohl faktische Fragen bezüglich des Haushaltes wie etwa Anschlussarten oder Haushaltseinkommen beantworten.

Andererseits beziehen sich jedoch gewisse Fragen auf subjektive Einschätzungen oder individuelle Merkmale der befragten Person. Diesbezügliche Antworten sind a priori nur auf Ebene des Individuums, d.h. der befragten Person zu analysieren.

Damit subjektive Einschätzungen wie auch die sozio-demographischen Merkmale der befragten Person (Alter, Geschlecht und Bildung usw.) dennoch in die Analyse auf Haushaltsebene einfließen können, wird im Folgenden von der Hypothese ausgegangen, dass diese individuellen Merkmale in hohem Masse mit der Haushaltssituation korrelieren und dass diese individuellen Merkmale mit der nötigen Vorsicht für analytische Aussagen auf Haushaltsebene hinzugezogen werden dürfen.

Ein Beispiel mag diesen Zusammenhang verdeutlichen: Fragt man die Person, welche für den repräsentativ ausgewählten Haushalt Auskunft gibt, "*Haben Sie einen Internet-Zugang in Ihrem Haushalt?*", so kann diese befragte Person sehr wohl diese faktische Frage mit sehr guter Sicherheit mit ja oder nein beantworten. Diese erhobene Information bezieht sich auf den Haushalt und kann somit als Merkmal dieses Haushaltes ausgewertet werden. Fragt man dieselbe Person nun in der Folge weiter (natürlich nur sofern für den Haushalt zutreffend) "*Und wie beurteilen Sie den monatlichen Preis für einen Breitband-Anschluss ins Internet?*", so kann die befragte Person nur ihre persönliche, subjektive Meinung zu dieser Frage ausdrücken, jedoch nicht die Meinung der anderen Haushaltsmitglieder. Diese erhobene Meinung bezieht sich auf die befragte Person und darf nicht direkt auch als Merkmalsausprägung für den ganzen Haushalt analysiert werden.

Ein Ausweg aus diesem Dilemma ist, von der Hypothese auszugehen, dass die subjektive Meinung dieser einen Personen sehr oft von den weiteren Haushaltsmitgliedern geteilt wird und somit auch auf Haushaltsebene interpretiert werden darf.

Ähnlich verhält es sich mit faktischen Fragen an diese Person. Wird z. B. erfragt *"Welches ist die höchste Ausbildung, die Sie abgeschlossen haben?"*, so ist die erhaltene Information ein Merkmal dieser Person, aber nicht der weiteren Mitglieder ihres Haushaltes. Aus der Sozialforschung ist jedoch bekannt, dass innerhalb von Haushalten geringe Unterschiede der Bildungsniveaus der Mitglieder sehr wahrscheinlich sind, und somit das Bildungsniveau der befragten Person als Bildungsniveau des Haushaltes verallgemeinert werden kann.

1.4 Aufbau des Berichtes

Der Aufbau des Analyseberichts folgt der folgenden Struktur:

1. Die Art des Haushaltsanschlusses für die Festnetz-Telefonie, die dazu gewählten Telefonie-Anbieterinnen und die Kriterien für deren Wahl.
2. Die Verbreitung der Mobil-Telefonie in den Schweizer Haushalten und unter welchen Bedingungen das Festnetz zu Gunsten der Mobil-Telefonie aufgegeben würde.
3. Die Verbreitung des Internets in der Schweizer Haushalten, die Art des Zuganges und deren Anbieterinnen sowie die Nutzungsdauer.
4. Die Ausgaben der Haushalte für die drei Dienste.
5. Die Zufriedenheit der Konsumentinnen und Konsumenten mit den Anbieterinnen, die Beurteilung der Gebühren für Anschluss und Verbindungen sowie der Qualität der angebotenen Dienste.
6. Die Bekanntheit der Grundversorgerin und die Nutzung öffentlicher Telefonkabinen.

1.5 Struktur der Stichprobe

Bei der Auswahl der zu befragenden Person wurde dreistufig vorgegangen.

Zunächst wurde repräsentativ der Haushalt kontaktiert.

Danach wurde sichergestellt, dass der kontaktierte Haushalt effektiv über einen Telefonanschluss via Festnetz verfügt.

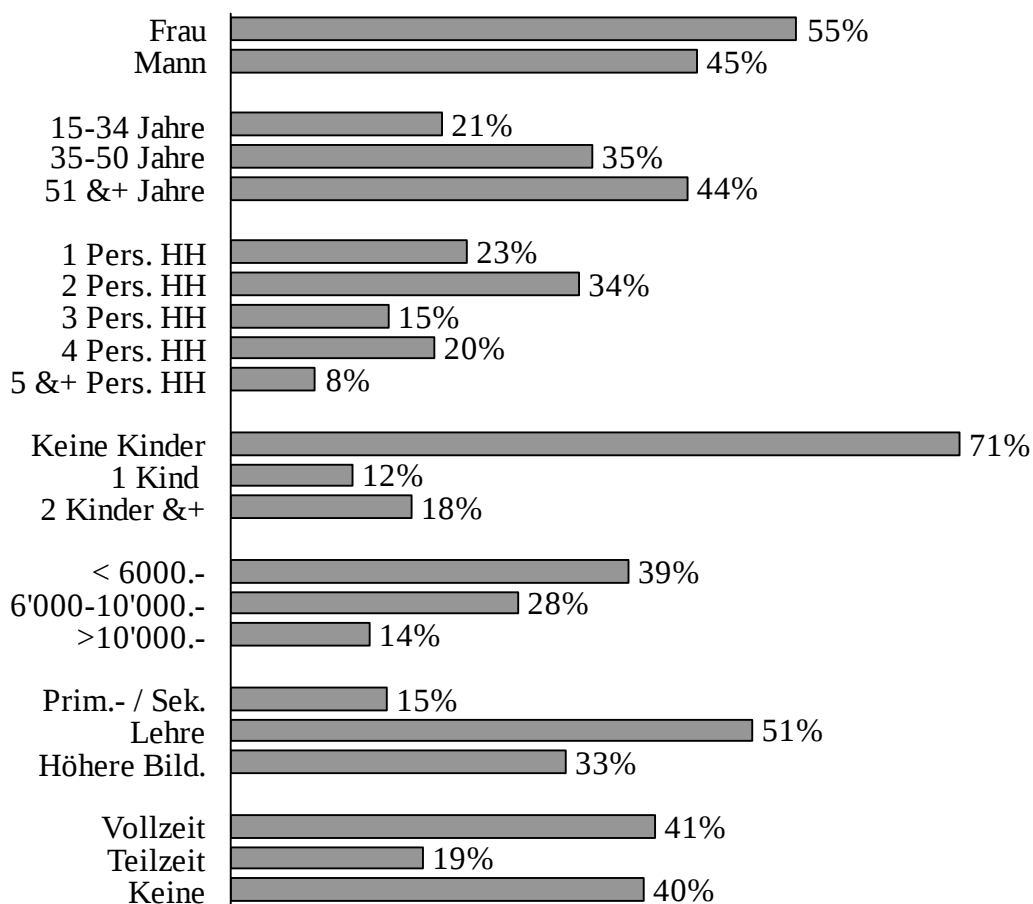
Innerhalb des Haushaltes wiederum wurde dann das telefonische Interview mit derjenigen Person geführt, welche sich selbst als am besten versiert sieht, Fragen zu Telekommunikationsdiensten für den eigenen Haushalt beantworten zu können. Als Bedingung wurde gestellt, dass die befragte Person mindestens 15 Jahre alt sei.

Nach der Gewichtung der Ausgangsstichprobe zeigt **Graphik 1** die Stichprobenstruktur.

Graphik 1

Die soziodemographische Struktur der Stichprobe

[Basis: 1005 Haushalte]



2. FESTNETZ-TELEFONIE

2.1 Art des Haushaltanschlusses

"Welche Art von Anschluss wird in Ihrem Haushalt hauptsächlich benutzt, um auf dem Festnetz zu telefonieren?"

Die Resultate dieser ersten Frage zeigen auf, wie weit verbreitet der klassische Telefonanschluss in den Privathaushalten der Schweiz zum aktuellen Zeitpunkt noch ist.

Graphik 2 zeigt die Aufteilung auf die verschiedenen Anschlussarten. 80% aller befragten Haushalte geben an, einen klassischen analogen Anschluss für die Festnetz-Telefonie zu nutzen, weitere 18% gehen davon aus, dass sie über einen ISDN-Anschluss verfügen.

Augenfälligste Erkenntnis aus den Kreuztabellen ist, dass die verschiedenen Anschlussarten in Bergregionen wie auch in der übrigen Schweiz den gleichen hohen Anteil besitzen. Hingegen hat der ISDN-Anschluss, auf Kosten des analogen Anschlusses, eine markant höhere Verbreitung in der Deutschschweiz gefunden als in den weiteren Sprachregionen.

Ein analoger Telefonanschluss findet sich im Weiteren typischerweise in Haushalten mit eher älteren Bewohnern und korreliert hoch mit niedrigen Telekommunikations-Gesamtausgaben und Haushalten ohne Internet-Zugang und/oder Nutzung des Mobiltelefons.

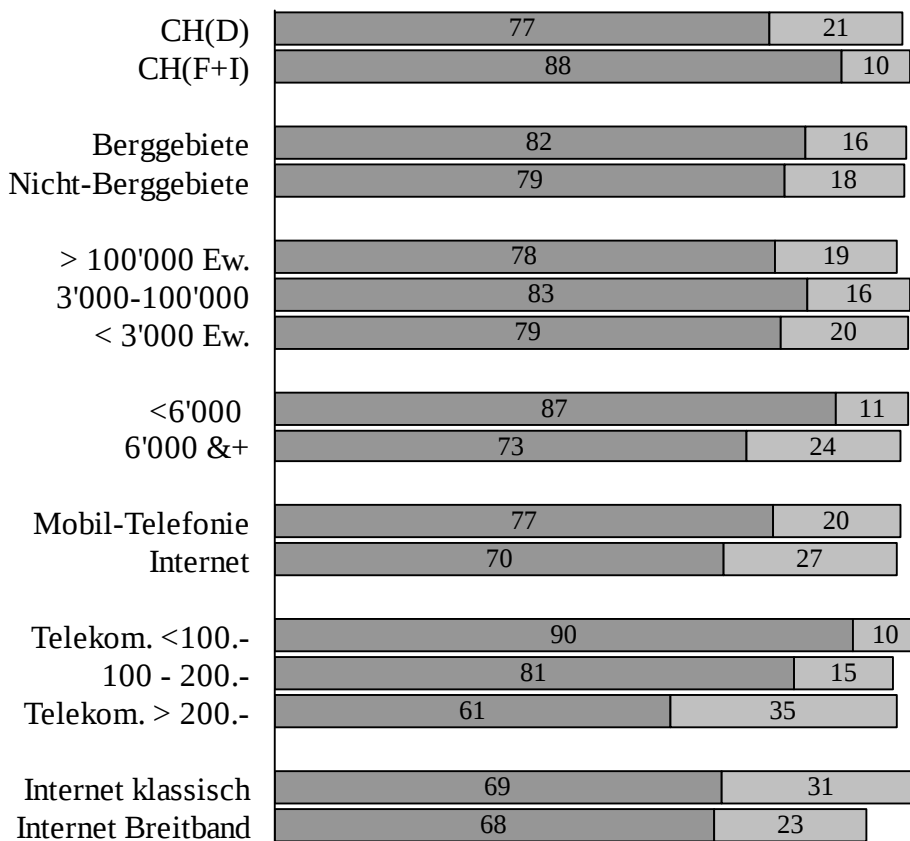
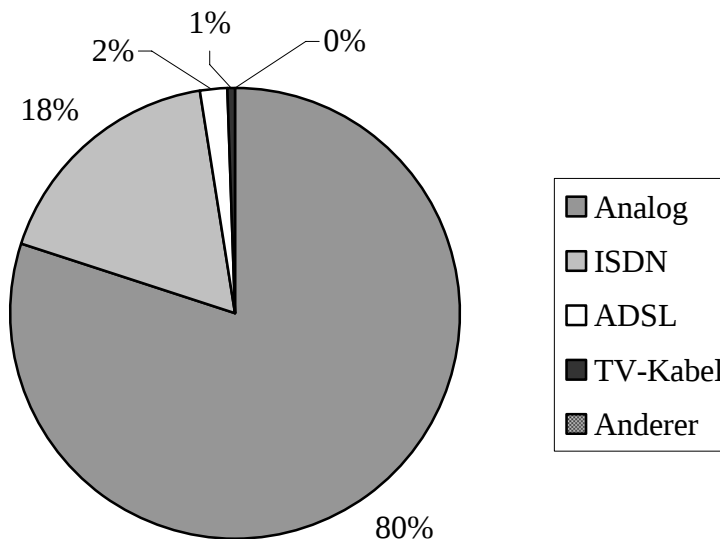
Insgesamt charakterisiert sich diese Gruppe durch den zurückhaltenden Einsatz aktueller Kommunikationsmittel.

Haushalte mit ISDN-Anschluss stehen diesen obigen Aussagen diametral gegenüber. Diese Anschlussart findet sich besonders häufig in Haushalten, welche eine hohe Affinität zu Internet und Mobil-Telefonie zeigen, einhergehend mit hohen Telekommunikations-Ausgaben wie auch einem eher hohen Haushaltseinkommen.

Graphik 2

Art des Haushaltanschlusses (Festnetz-Telefonie)

[Basis: 1005 Haushalte]



2.2 Telekommunikations-Anbieterin

"Für Ihre ANRUFEN auf dem Festnetz, bei welchen Telekommunikations-Anbietern sind Sie Kunde?"

"Und welcher ist Ihr hauptsächlicher Anbieter für Ihre Anrufe auf dem Festnetz?"

Im Jahre 1998 wurde der Schweizer Markt für Telekommunikationsdienste vollständig liberalisiert. Die Swisscom als ehemalige Monopolistin erscheint auch in dieser aktuellen Befragung unangefochten an der Spitze aller Anbieterinnen von Festnetz-Telefonie in den Haushalten.

Graphik 3 zeigt die momentane wahrgenommene Aufteilung des Marktes. Swisscom wird in 68% der Haushalte als alleinige Anbieterin für Festnetz-Telefonie erwähnt. Besonders häufig ist die Swisscom als alleinige Anbieterin eines Haushaltens in der *Deutschschweiz* (71%) vertreten, in kleinen Ortschaften (80%) sowie bei einer älteren Bevölkerungsschicht (75%). Auch ist zu entdecken, dass die Swisscom besonders häufig von Haushalten ohne Internet-Zugang und/oder Mobil-Telefon aufgeführt wird. Der Wohnort Berggebiet spielt keine signifikante Rolle.

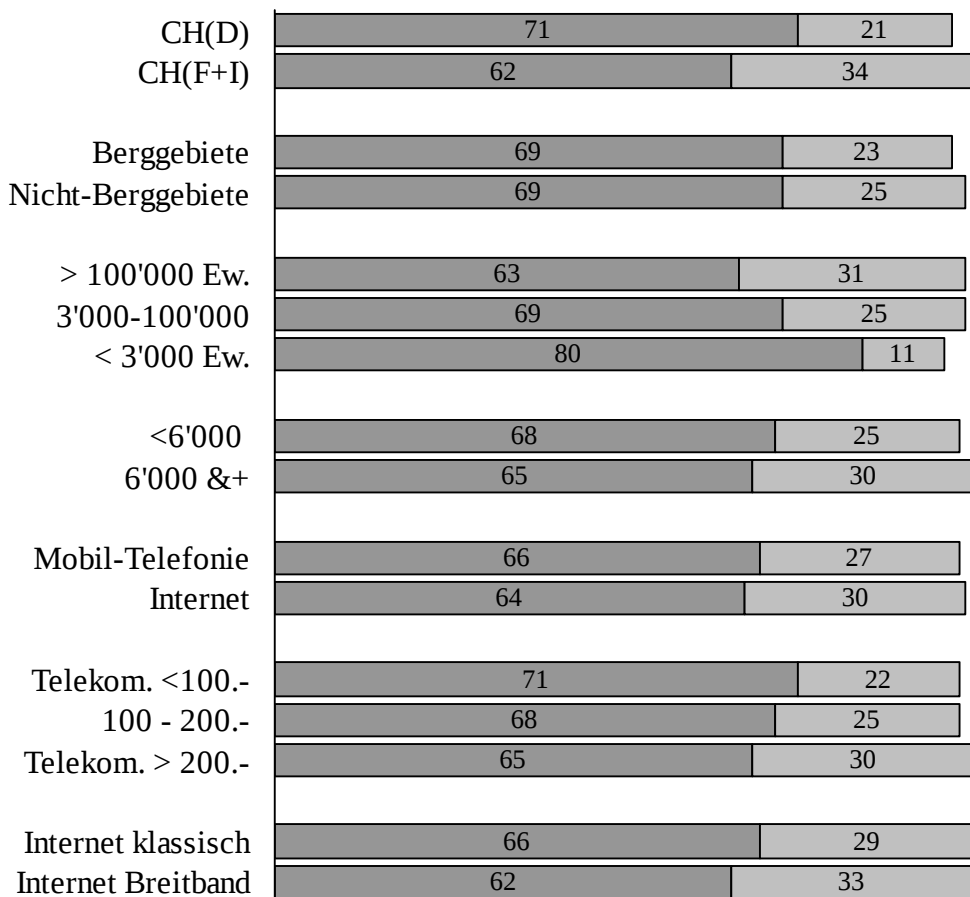
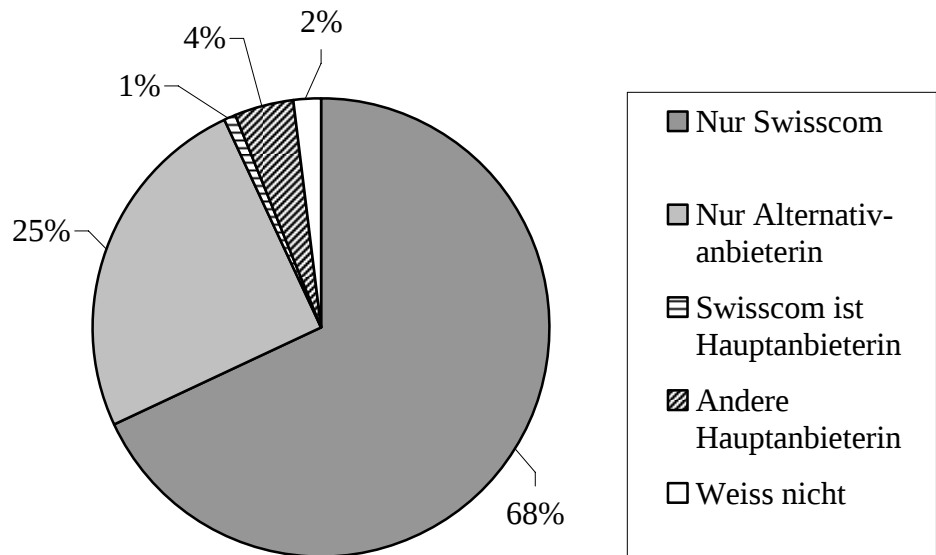
Haushalte, die ihre Anrufe bei einer einzigen alternativen Anbieterin tätigen (25%), sind besonders häufig in französisch- und italienischsprachigen Regionen (34%), in grossen Orten (32%), bei jüngeren Personen, bei Nutzern von Internet (30%) und/oder Mobil-Telefon (27%) und Breitbandanschlüssen (33%) zu finden.

Die Anzahl der Haushalte, welche mehrere Anbieterinnen für die Festnetz-Telefonie nutzen, ist zu gering, als dass diese differenzierter analysiert werden kann.

Graphik 3

Anbieterin (Festnetz-Telefonie)

[Basis: 1005 Haushalte]



"Wie viele verschiedene Anbieter für Verbindungen auf dem Festnetz hat Ihr Haushalt seit dem 1. Januar 2003 genutzt?"

Beeindruckend fällt das Ergebnis dieser Frage aus. Rund drei Viertel der befragten Haushalte haben seit dem 1. Januar 2003 die Anbieterin für Verbindungen auf dem Festnetz *nicht* gewechselt (**Graphik 4**).

Diese konservative Haltung vieler Haushalte, ihrer Anbieterin treu zu bleiben, ist besonders in der Deutschschweiz ausgeprägt, sowie in Haushalten ohne Internet-Zugang oder ohne Mobil-Telefonie sowie mit geringen Ausgaben für Telekommunikationsdienste. Ganz deutlich ist dieses Verhalten bei einer älteren Nutzergruppe zu entdecken.

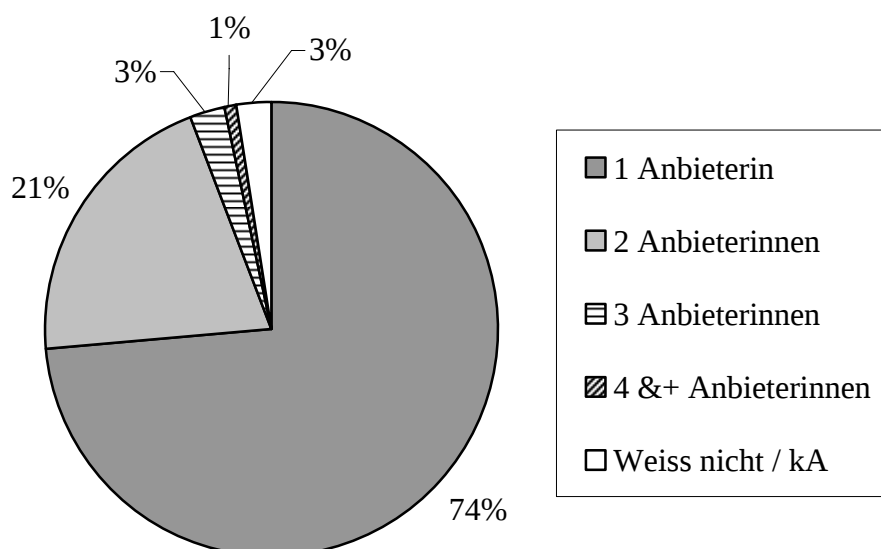
Die Gruppe der Haushalte, welche in den letzten zweieinhalb Jahren die Anbieterin einmal wechselte (21%), bildet den komplementären Part zu erstgenannter. Diese zweite Gruppe fällt durch ein höheres Haushaltseinkommen und durch höhere Telekommunikations-Ausgaben auf – und ist eher in der italienisch- und französischsprachigen Schweiz zu finden.

Die Gruppe derjenigen Nutzer, die mehr als einmal in diesem Zeitraum die Anbieterin wechselten, könnte man als die "Instabilen" bezeichnen. Deren Anteil liegt jedoch unter geringen 4%.

Keinen Einfluss hat der Wohnort "Bergregion" auf das Wechselverhalten.

Graphik 4

**Anzahl verschiedener Anbieterinnen seit dem 1. Januar 2003
(Festnetz-Telefonie)**
[Basis: 1005 Haushalte]



2.3. Kriterien für die Wahl der Anbieterin

"Ich nenne Ihnen vier Kriterien, welche die Wahl eines Telekommunikations-Anbieters für die FESTNETZ-TELEFONIE beeinflussen können. Sagen Sie mir bitte für jedes Kriterium, ob es sehr wichtig, eher wichtig, eher nicht wichtig oder überhaupt nicht wichtig ist."

- *Der Preis*
- *Das Tarifmodel (Grundgebühr, Rabatte, Kombiangebote, ...)*
- *Die Qualität der Verbindung*
- *Vielfalt der Angebote (Combox, weitere Dienste)*

Diese Folgefrage erhellt die Gründe für die Wahl der Anbieterin im Bereich der Festnetz-Telefonie. Es wurden vier Kriterien abgefragt, welchen die Befragten eine Wichtigkeit zuordnen mussten. Oben aus schwang dabei das nur sehr schwer objektiv bewertbare Kriterium der Qualität der Verbindung (**Graphik 5**), welches von 93% der Befragten als zumindest eher wichtig beurteilt wurde.

Die Qualität der Verbindung wurde ausgesprochen häufig von Deutschschweizern als sehr wichtig bezeichnet, während die anderen Sprachregionen deutlich zurückhaltender urteilten. Die weiteren sozio-demographischen Merkmale hingegen spielten keine relevante Rolle für die Beurteilung dieses Kriteriums.

Unter den drei weiteren abgefragten Kriterien, welche weit einfacher zu objektivieren sind, fällt der Preis mit der grössten beigemessenen Wichtigkeit bei der Wahl der Anbieterin für die Festnetz-Telefonie auf. 83% sehen den Preis als sehr oder eher wichtig.

Weder Sprachregion noch die Lage in einem Berggebiet spielten bei der Beurteilung dieses Kriteriums eine massgebliche Rolle. Überdurchschnittlich wichtig ist der Preis für Haushalte mit Internet-Zugang und/oder Mobil-Telefonie sowie solchen, die hohe Ausgaben für Telekommunikationsdienste aufwenden. Ebenso wichtig ist dieses Kriterium interessanterweise auch für Haushalte, die auf klassischem analogen Wege auf das Internet zurückgreifen. Hier mag eine Preissensibilität diesbezüglich bestehen. Auch Jüngere gewichten den Preis sehr hoch.

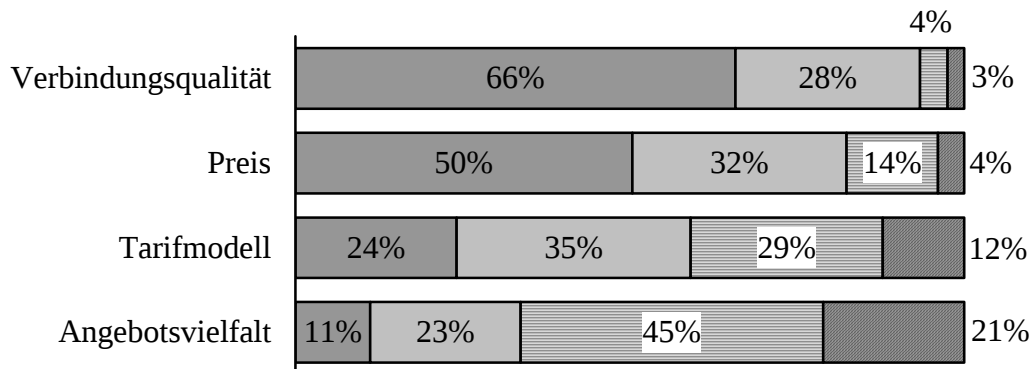
Das Tarifmodel wurde zu 59% als wichtig bezeichnet. Insbesondere Jüngere stufen dieses Kriterium hoch ein.

Die Vielfalt der Angebote wurde generell als nicht wichtig gesehen (34%). Besonders tief lag dieser Wert bei Älteren und in Bergregionen.

Graphik 5

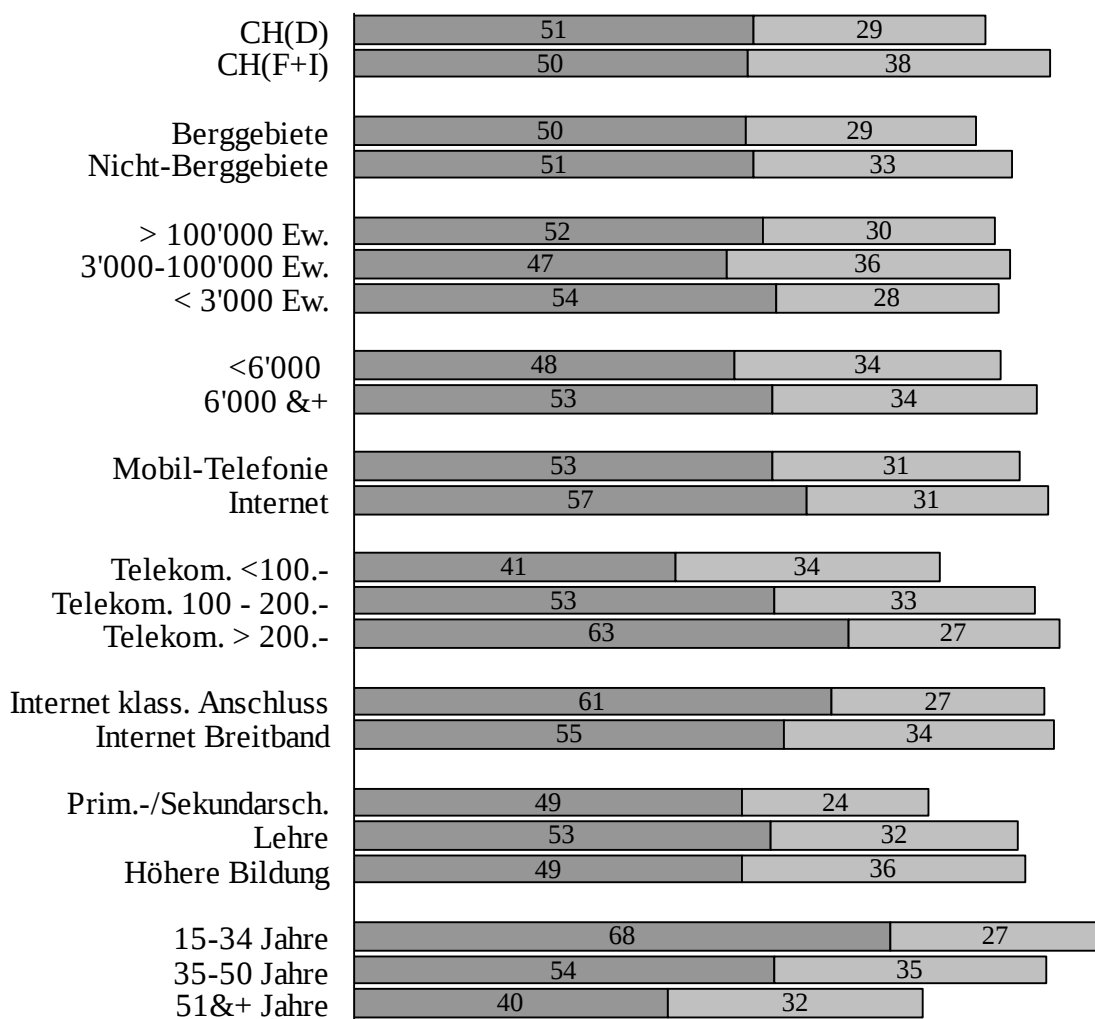
Wahl der Anbieterin (Festnetz-Telefonie)

[Basis:1005 Befragte]



■ Sehr wichtig ■ Eher wichtig ■ Eher nicht wichtig ■ Überhaupt nicht wichtig

Der Preis ...



3. MOBIL-TELEFONIE

3.1 Verbreitung der Mobil-Telefonie

"Benutzen Sie und/ oder jemand anderes in Ihrem Haushalt ein Mobil-Telefon, sei es mit Abonnement oder pre-paid?"

Die Nutzung eines Mobil-Telefons ist weit verbreitet und zu einer alltäglichen Angelegenheit geworden. **Graphik 6** zeigt den Anteil der Schweizer Haushalte, in welchem diese mobile Kommunikationsmöglichkeit genutzt wird. In über 80% der Haushalte wird mindestens ein Mobil-Telefon benutzt.

Dieser hohe Anteil an Nutzern dieser vergleichsweise jungen Kommunikations-Technologie verdient es, differenziert analysiert zu werden.

Am augenfälligsten ist die Tatsache, dass kein geographisches oder sprach-regionalistisches Merkmal der Befragten Einfluss auf die Verbreitung des Mobil-Telefons nimmt. Es spielt also keine Rolle, ob ein Haushalt in einem Berggebiet, in einer spezifischen Sprachregion oder gar in einem kleinen Dorf liegt.

Soziodemographische Merkmale hingegen fallen stark ins Gewicht. Wohlhabende Haushalte und solche aus einem bildungsnahen Milieu erreichen Werte von deutlich über 90%.

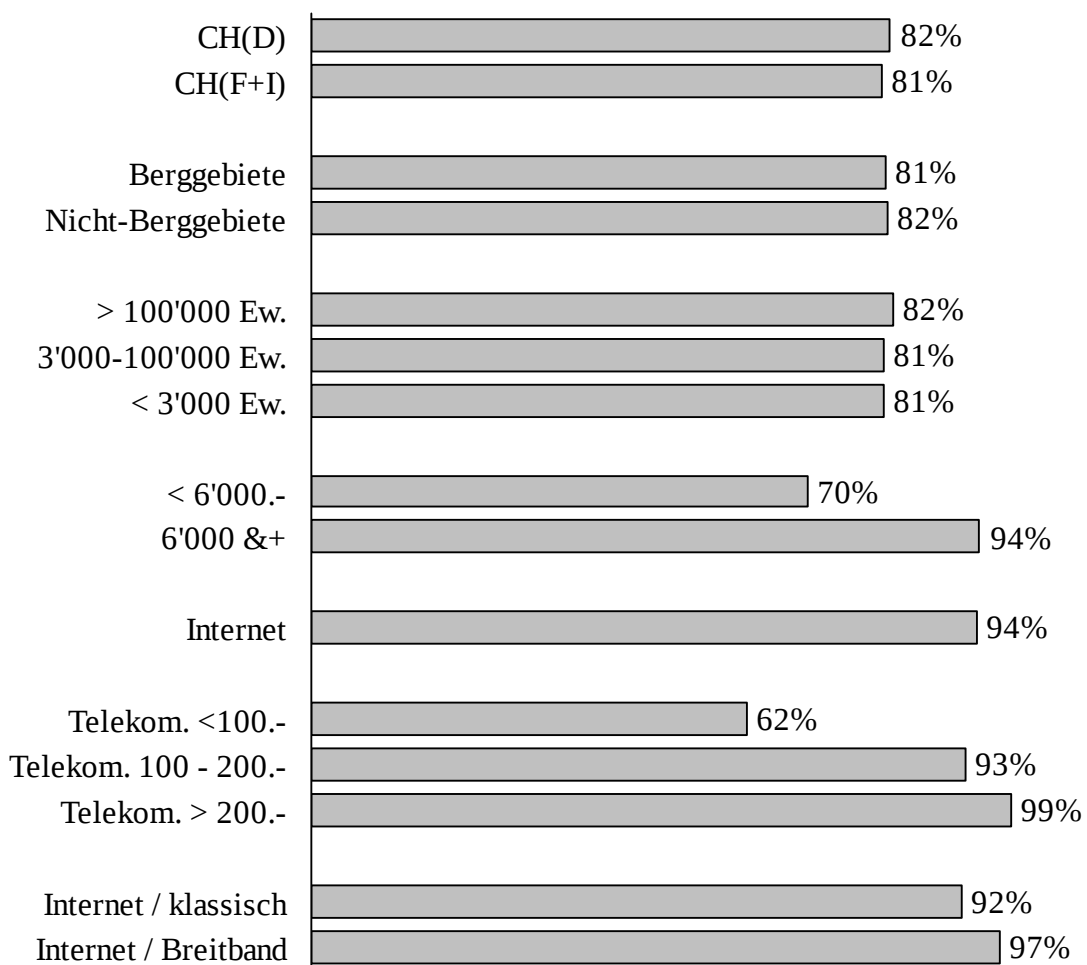
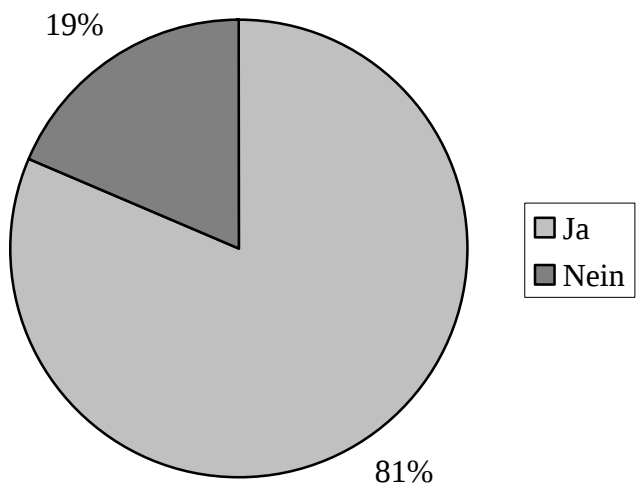
Ebenso scheint bezüglich Verbreitung der Mobil-Telefonie ein Generationengraben zu bestehen. Das Alter der befragten Person spielt eine wesentliche Rolle. Während die jüngeren Haushalte Werte um 95% ausweisen, liegt dieser Wert bei den über 50-Jährigen bei rund 66%.

Eine dritte Bruchlinie erscheint zwischen Haushalten mit Zugang zu aktueller Informationstechnologie und solchen ohne. Ein Internet-Zugang, insbesondere via Breitbandanschluss (97%), und hohe Ausgaben für Telekommunikationsdienste (99%) gehen einher mit einer hohen Verbreitung des Mobil-Telefons.

Graphik 6

Mobil-Telefonie im Haushalt

[Basis: 1005 Haushalte]



"Wie viele Personen insgesamt benützen in Ihrem Haushalt ein Mobil-Telefon?"

Nicht unerwartet nimmt die Penetration des Mobil-Telefons in den Haushalten mit zunehmender Personenzahl ab (**Tabelle 2**). Es ist zu erkennen, dass in der Gruppe der 2-Personen-Haushalte in 2/3 der Haushalte beide Bewohner das Mobil-Telefon nutzen.

Tabelle 2

Wie viele Personen nützen das Mobil-Telefon im Haushalt?

[Basis: 819 Haushalte, in denen ein Mobil-Telefon genutzt wird]

Haushaltgrösse	Personen pro Haushalt, die ein Mobil-Telefon nutzen ...						Ø
	1	2	3	4	5	6	
2 Personen	34%	66%					83%
3 Personen	20%	48%	32%				71%
4 Personen	11%	41%	18%	30%			66%
5 Personen	11%	29%	24%	18%	18%		61%
6 Personen	14%	29%	14%	7%	14%	22%	57%

3.2 Festnetz vs. Mobil-Telefonie

"Aus welchen Gründen haben Sie es bislang abgelehnt, Ihren Festnetz-Anschluss in Ihrem Haushalt aufzugeben und stattdessen nur das Mobil-Telefon zu nutzen?"

Zur Beantwortung dieser Frage wurden der befragten Person keine Antwortkategorien vorgegeben. Diese erfolgte somit spontan, bzw. ungestützt. Mehrere Antworten waren möglich. Das Total der Antworten kann somit 100% übersteigen.

Ziel war es, die Gründe zu erfassen, welche die Haushalte in der Schweiz dazu bewegen, zum aktuellen Zeitpunkt *nicht* auf die Festnetz-Telefonie zu verzichten.

Graphik 7 zeigt, dass der Grund schlechthin der Preis darstellt, sprich: dass die Kosten für die Mobil-Telefonie im Vergleich zur Festnetz-Telefonie schlicht als zu hoch wahrgenommen werden. 67% der Befragten erwähnen ungestützt diesen Punkt.

Es zeigt sich, dass der Preis in Nicht-Berggebieten besonders häufig genannt wurde (70%). Hier scheint eine andere Preissensibilität bezüglich der Mobil-Telefonie zu bestehen als dies in Bergregionen (60%) der Fall ist.

Weiter bestehen diesbezüglich grosse Unterschiede zwischen jüngeren und älteren Befragten. Der hohe Preis wird von ersteren ausserordentlich häufig (79%) genannt, wohingegen letztere (57%) zu anderen Gründen tendieren.

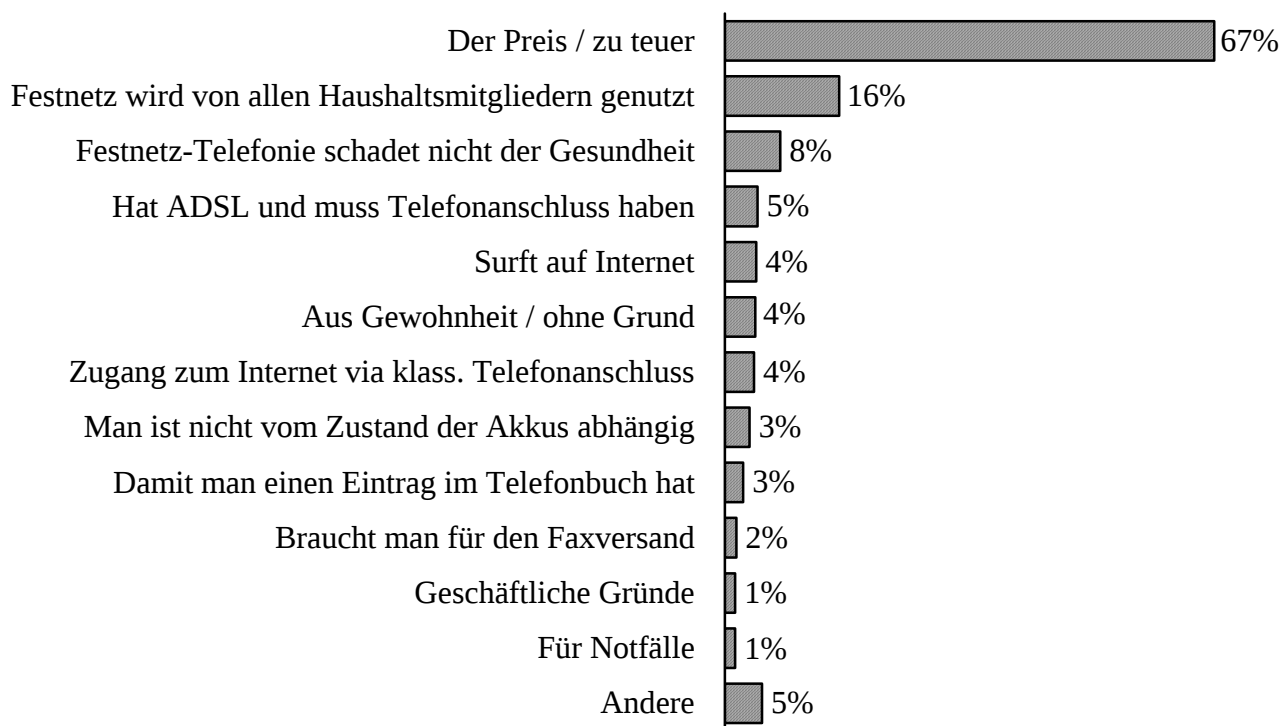
Ein weiteres Differenzierungsmerkmal zeigt sich wiederum bei der Gruppe der Haushalte mit Internet-Zugang sowie bei den Haushalten mit hohen Telekommunikations-Ausgaben. Beide Nutzergruppen erwähnen besonders häufig (71%, bzw. 81%), dass der Preis der Mobil-Telefonie ein Grund sei, nicht auf das Festnetz zu verzichten.

Der am zweithäufigsten genannte Punkt, dass das Festnetz-Telefon ja von allen Haushaltsmitgliedern genutzt werde, wird typischerweise in der Bergregion besonders häufig genannt (24%).

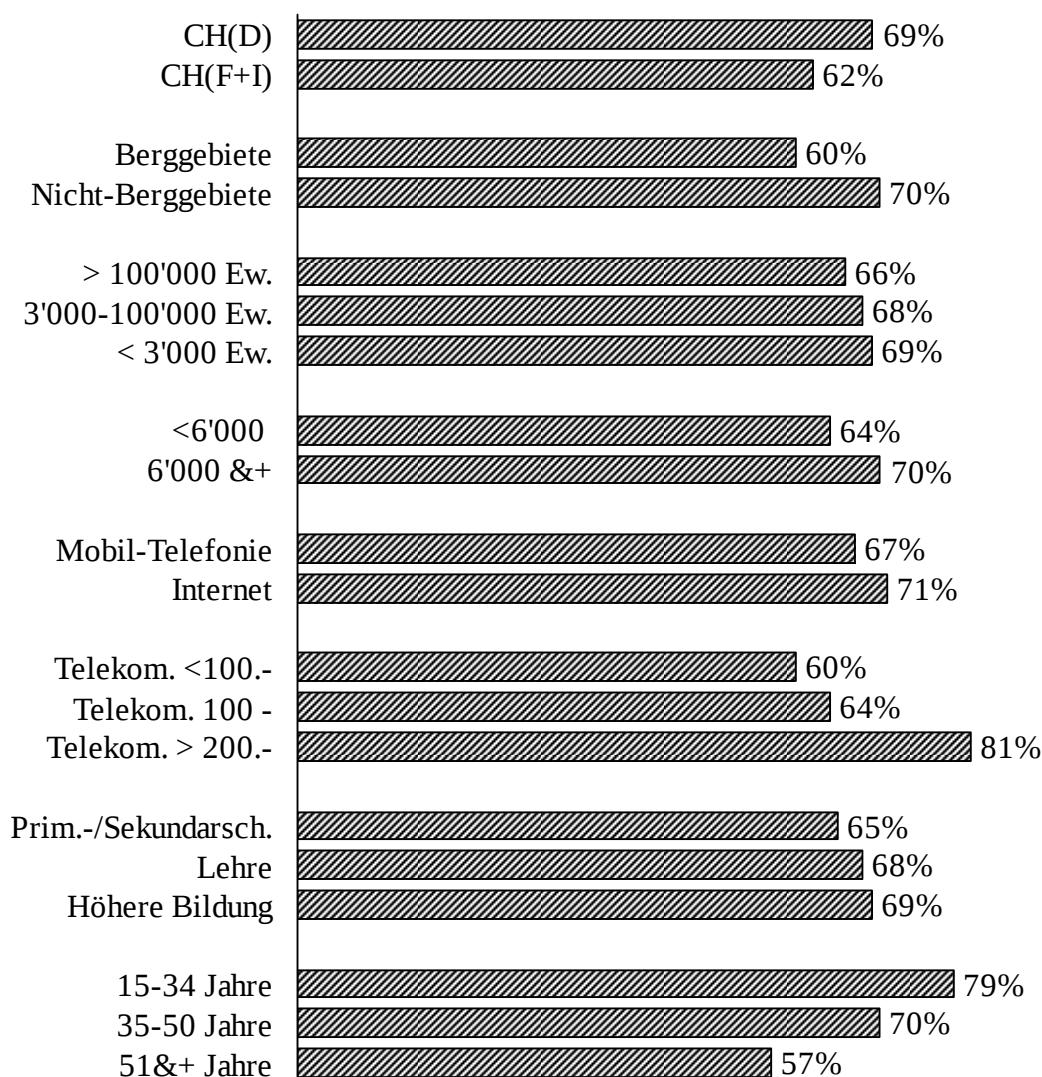
Graphik 7

Gründe, Festnetz-Telefonie nicht zu Gunsten des Mobil-Telefons aufzugeben

[Basis: 819 Haushalte, in denen das Mobil-Telefon genutzt wird]



Der Preis / zu teuer ...



"Wenn die Preise für die Mobil-Telefonie noch um einen Viertel (25%) gesenkt würden, würden Sie ernsthaft in Betracht ziehen, den Festnetz-Anschluss in Ihrem Haushalt aufzugeben?"

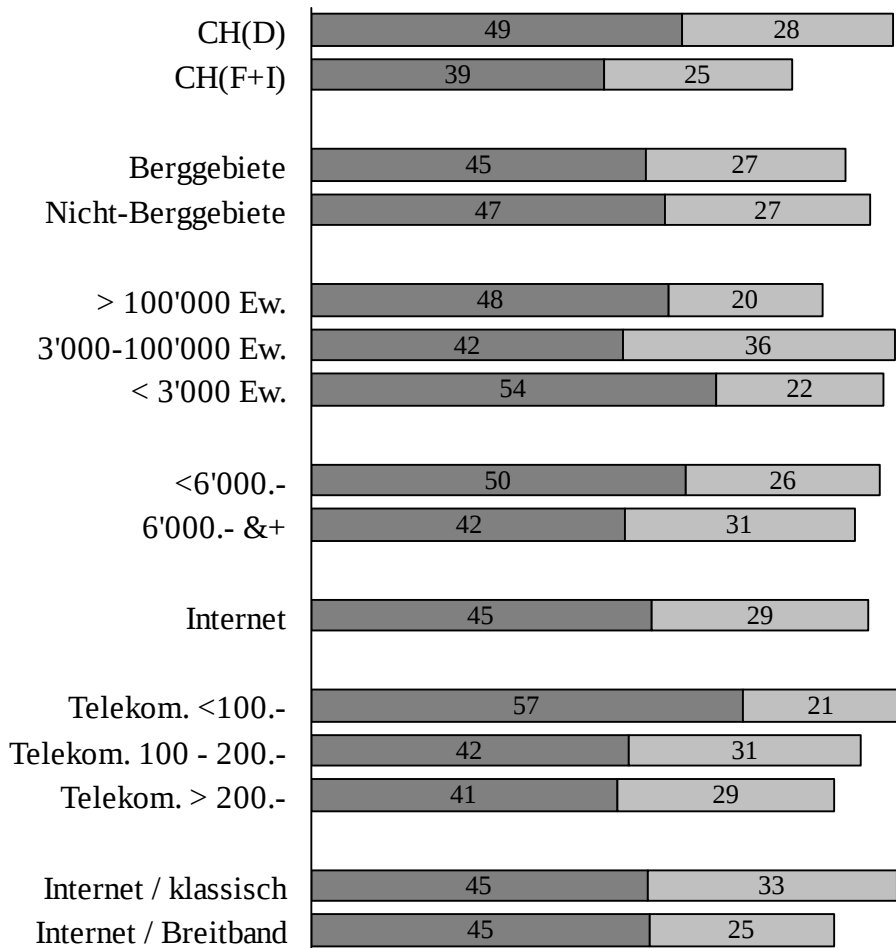
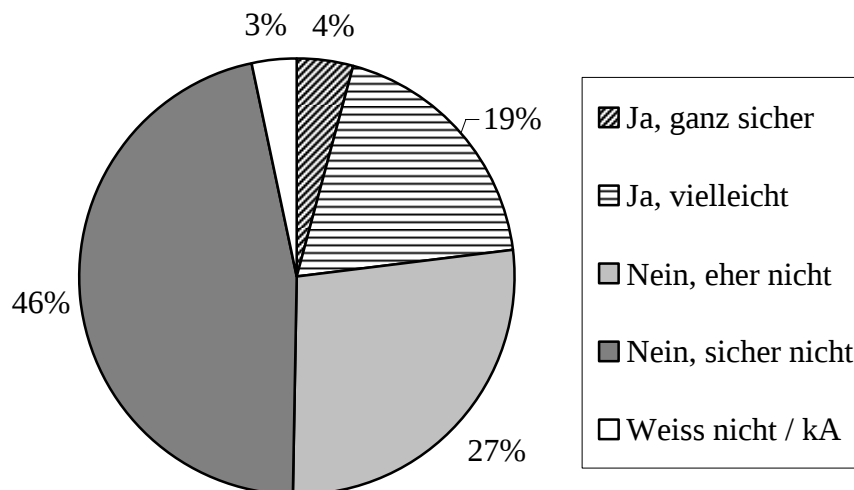
Diese Folgefrage fokussiert genau auf das Kostenbewusstsein der Konsumentinnen und Konsumenten. Auch wenn die zum Befragungszeitpunkt aktuellen Preise für die Mobil-Telefonie um weitere 25% gesenkt würden, wären weiterhin 73% der Befragten nicht bereit, auf das Festnetz-Telefon zu verzichten (**Graphik 8**). Geringen 4% wäre diese Preissenkung Anlass genug, nur noch das Mobil-Telefon zu nutzen.

Besonders häufig wird diese Frage verneint in der Deutschschweiz (77%), in Haushalten, die auf das Internet via klassischem Telefonanschluss zugreifen (78%) oder welche geringe Ausgaben für die Telekommunikation aufweisen (78%).

Graphik 8

Aufgabe des Festnetz-Anschlusses zu Gunsten der Mobil-Telefonie, falls die Preise noch um 25% gesenkt würden

[Basis: 819 Befragte, in deren Haushalt Mobil-Telefonie genutzt wird]



4. INTERNET

4.1 Verbreitung des Internet

Drittes Themenfeld bildet das Internet und insbesondere die (technische) Art des Zugangs in das Internet. Zunächst wurde gefragt:

"Haben Sie einen Internet-Zugang in Ihrem Haushalt?"

Graphik 9 zeigt die Verbreitung des Internets in den Haushalten der Schweiz. 62% der Haushalte geben an, über Internet zu verfügen. Auch bezüglich Internet zeigen sich ähnliche Grabenlinien wie bei der Verbreitung der Mobil-Telefonie.

Als erstes ist zu konstatieren, dass weder die Sprachregionen noch die Aufteilung nach Bergregion und übriger Schweiz Einfluss darauf nehmen, ob ein Haushalt über Internet verfügt oder nicht. Hingegen scheint eine leichte Tendenz dahingehend zu bestehen, dass in grossen Städten (67%) häufiger die Haushalte mit Internet ausgestattet sind als anderswo.

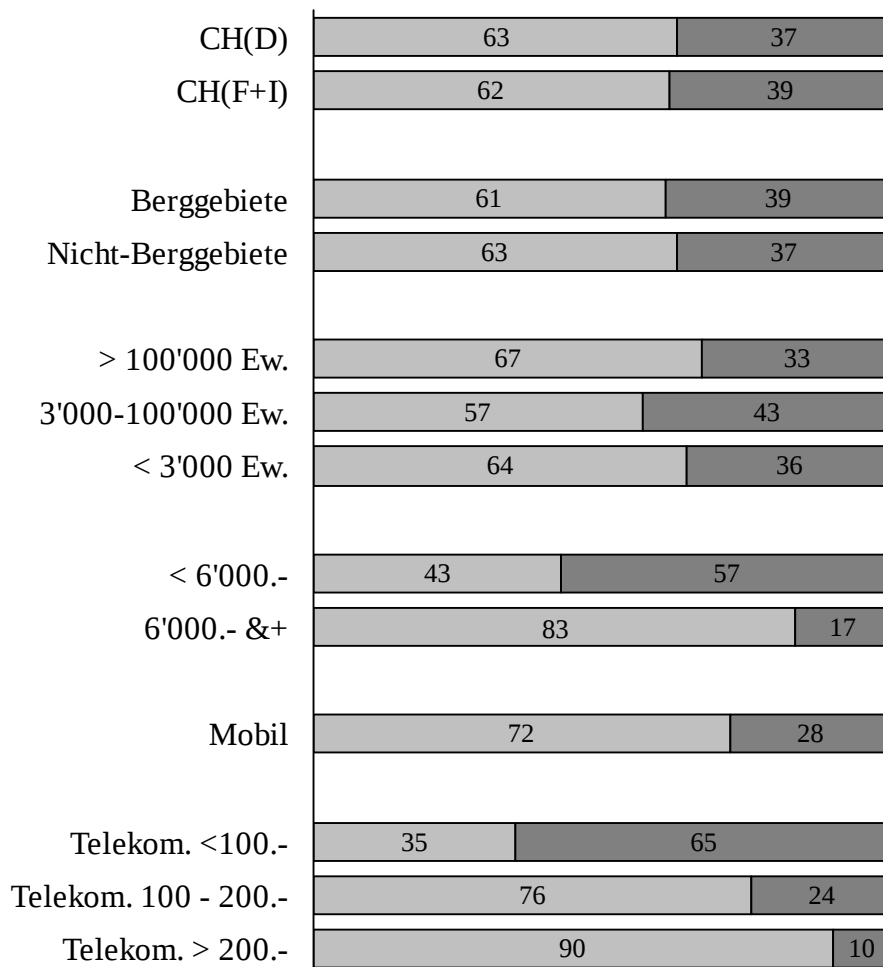
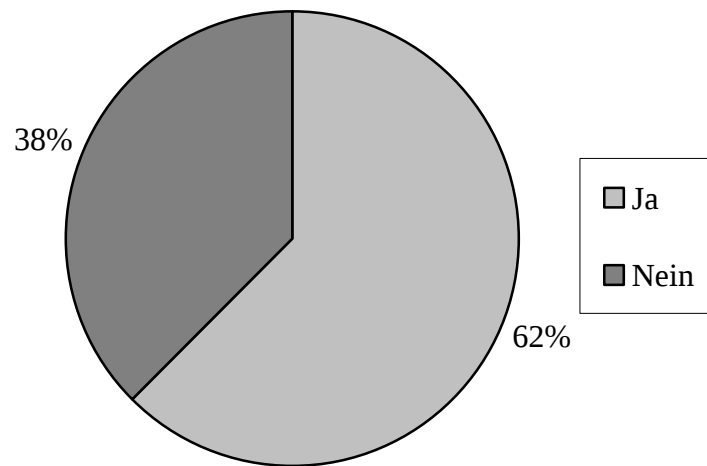
Ein ausgesprochen breiter Graben besteht einerseits zwischen finanziell besser gestellten Haushalten (83%) sowie bildungsnahen (77%) und andererseits zwischen Haushalten mit geringer Finanzkraft (43%) oder aus bildungsfernem Umfeld (44%).

Eine dritte, beinahe so deutliche Trennlinie zeigt sich zwischen den Generationen. Ältere Haushalte (43%) verfügen häufiger über keinen Internet-Zugang als jüngere (81%).

Als intervenierendes Merkmal muss in diesem Kontext interpretiert werden, dass hohe Telekommunikations-Ausgaben einhergehen mit der Wahrscheinlichkeit, dass ein Haushalt über einen Internet-Zugang verfügt. Auch in dieser Frage wird deutlich, dass die Mobil-Telefonie Hand in Hand geht mit der Verbreitung des Internets.

Graphik 9

Internet-Zugang
[Basis: 1005 Haushalte]



4.2 Haushalte ohne Internetanschluss

"Kommt es vor, dass Sie und/ oder jemand anderes in Ihrem Haushalt aktiv auf der Arbeit oder sonst wo das Internet benutzt?"

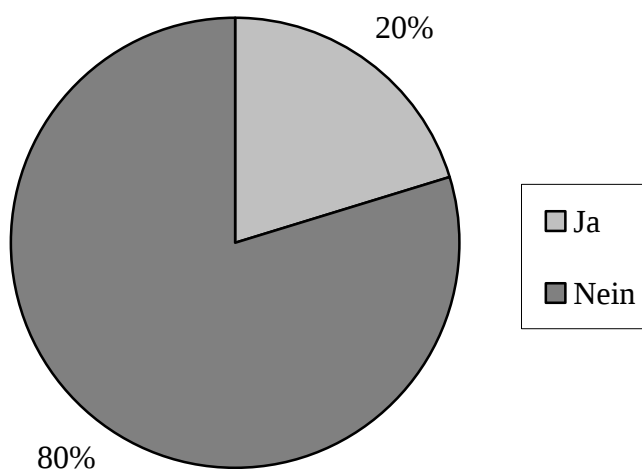
Haushalte, die angaben, zu Hause *nicht* über einen Internet-Zugang zu verfügen, wurden zusätzlich befragt, ob ein Mitglied alternativ am Arbeitsplatz das Internet nutzt (**Graphik 10**). 80% dieser Personen nutzen auch am Arbeitsplatz nicht das Internet.

Was bezüglich Internet-Zuganges in den Haushalten gesagt wurde, trifft auch hier unisono zu. Es existieren dieselben Trennlinien. Differenzen bestehen hier zwischen einerseits finanziell besser gestellten Haushalten sowie bildungsnahen und andererseits Haushalten mit geringer Finanzkraft und aus bildungsfernem Umfeld. Ausnahme bildet die Tatsache, dass Haushalte in kleinen Gemeinden häufiger über die Möglichkeit verfügen, am Arbeitsplatz das Internet nutzen zu können.

Insofern ist davon auszugehen, dass ein zu Hause fehlender Internet-Zugang nicht durch entsprechende Zugangs-Möglichkeiten am Arbeitsplatz kompensiert wird. Eher mag die These gelten, dass wer am Arbeitsplatz schon über einen Internet-Zugang verfügt, einen solchen nicht auch noch zu Hause benötigt oder wünscht.

Graphik 10

Nutzt Internet am Arbeitsplatz
[Basis: 378 Haushalte ohne Internet-Anschluss]



"Denken Sie, dass Sie in Ihrem Haushalt in den nächsten 6 Monaten Internet installieren werden?"

Die Haushalte, die bislang über keinen Internet-Anschluss verfügen, sind auch in naher Zukunft in überwiegender Masse (zu 81%) nicht Willens, einen Internet-Zugang zu installieren (**Graphik 11**). Besonders ausgeprägt ist diese Haltung in der Deutschschweiz (89%), bei älteren Befragten und bei Haushalten mit geringen Ausgaben für Telekommunikation (91%).

Hierzu mag die These aufgeworfen werden, dass kurzfristig die Verbreitung des Internets an eine Sättigungsgrenze stösst, welche langfristig nur durch das Heranwachsen der neuen Generationen nach oben verschoben wird.

"Und aus welchen Gründen werden Sie nicht Internet in Ihrem Haushalt installieren?"

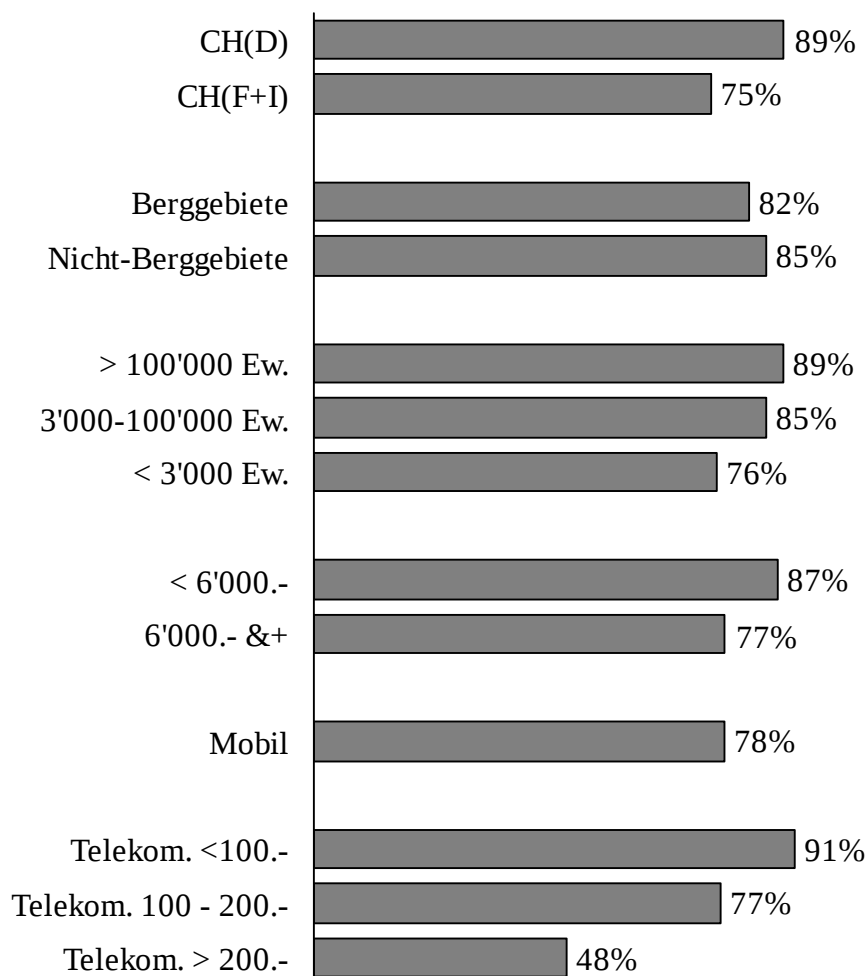
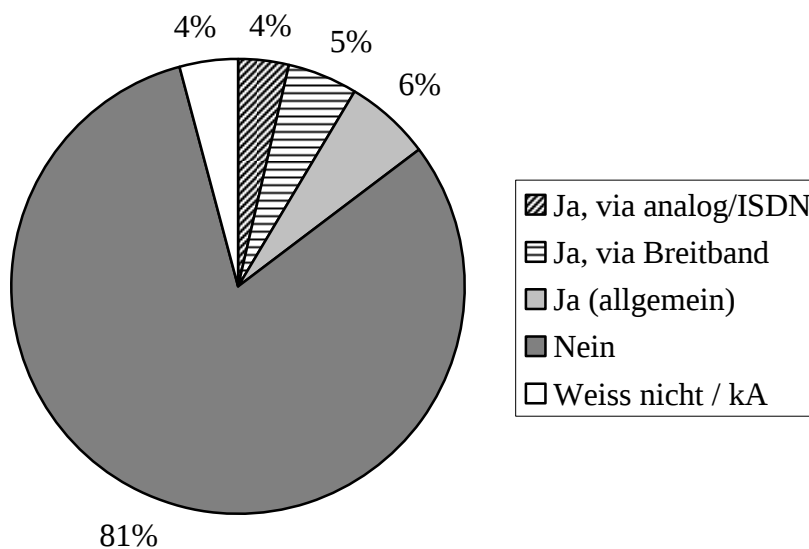
Die ungestützt genannten Gründe (mehrere Antworten möglich, **Graphik 12**) für diese zurückhaltende Einstellung gegenüber dem Internet haben zumeist keinen technischen oder ökonomischen Hintergrund. Genannt wird besonders häufig (63%) schlicht fehlendes Interesse. Welche Gründe sich hinter diese Aussage bei den Antwortenden verbergen, kann an dieser Stelle nicht geklärt werden.

Zu konstatieren ist jedoch, dass diese Aussage speziell häufig von älteren Personen (68%) und Frauen (67%) gemacht wird und dass die Deutschschweiz gegenüber der restlichen Schweiz besonders häufig (68%) dieses Argument erwähnt.

Graphik 11

Haushalt installiert in den nächsten 6 Monaten Internet ...

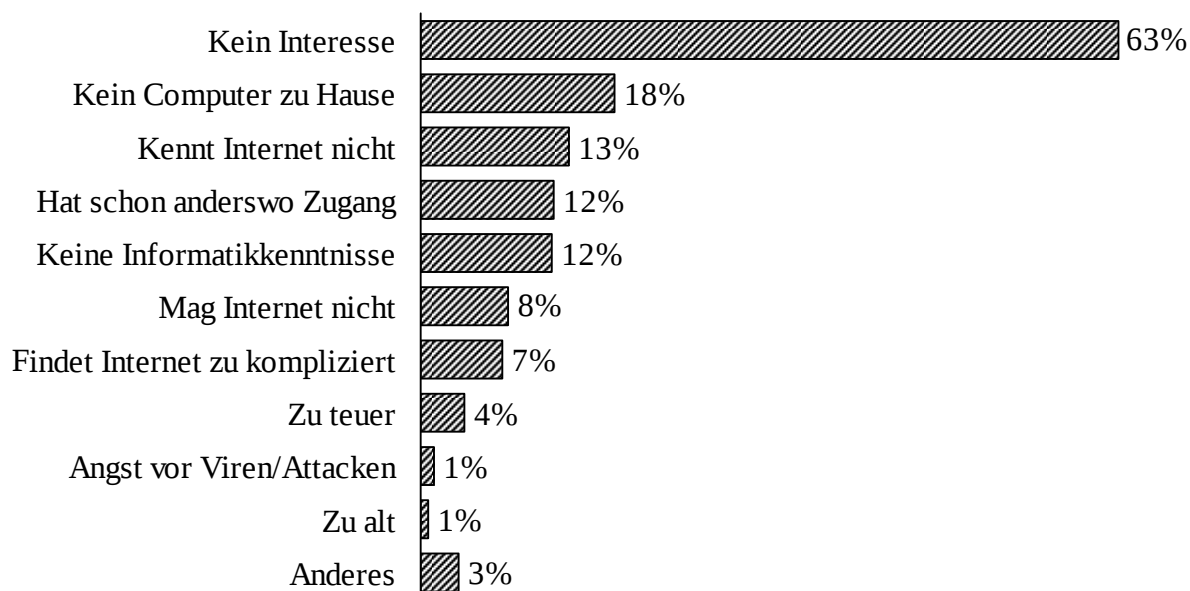
[Basis: 378 Haushalte, die bislang noch nicht über Internet verfügen]



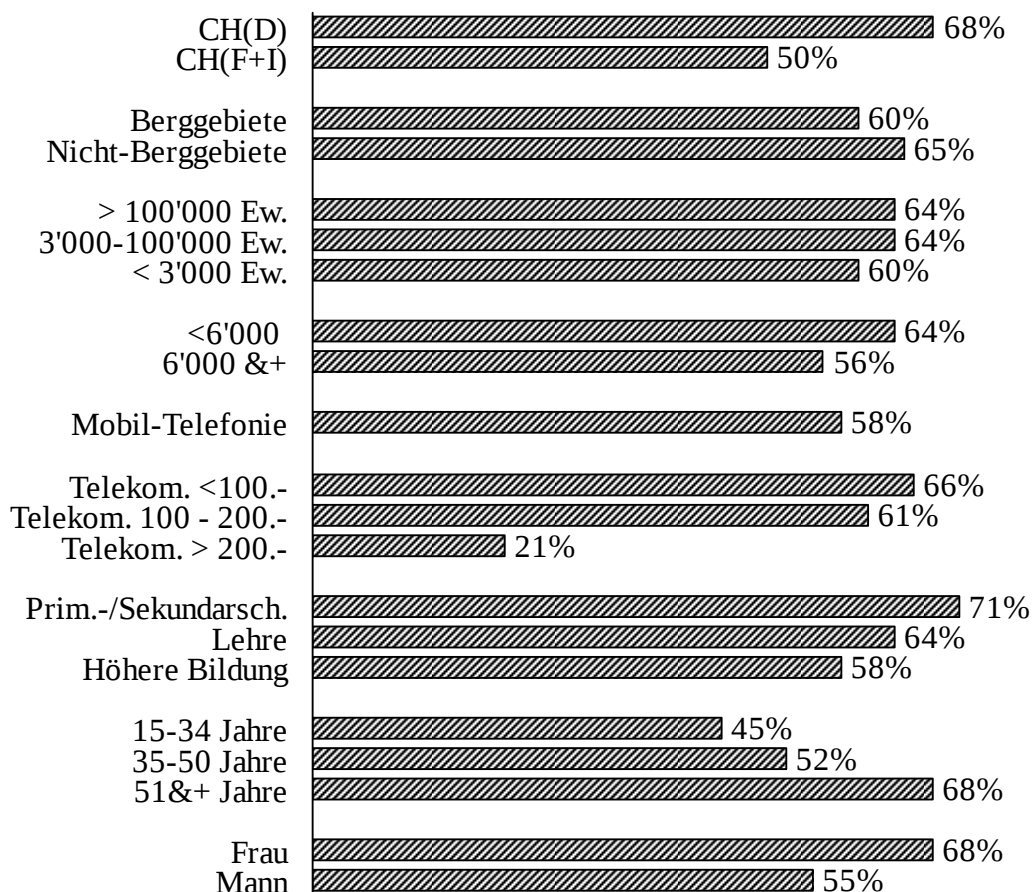
Graphik 12

Weshalb kein Internet?

[Basis: 320 Haushalte, die nicht gedenken, Internet zu installieren]



Kein Interesse ...



4.3 Art des Internet-Anschlusses

"Welche Art von Zugang aufs Internet via Festnetz-Anschluss benutzt man hauptsächlich in Ihrem Haushalt?"

Sehr interessant zu sehen ist in **Graphik 13**, dass aktuell ein Wendepunkt erreicht wurde bezüglich der Art des Zuganges in das Internet. Der Anteil derjenigen, die via ADSL-Anschluss, einer Breitbandverbindung, in das Internet gelangen (37%), übersteigt den Anteil der "klassischen" Zugangs-Art via Dial-up auf dem analogen Telefonanschluss (35%).

Betrachtet man zusätzlich die zwei weiteren relevanten Anschlusstechniken ISDN (18%) oder TV-Kabel (8%), so ist insgesamt der Anteil der Breitbandverbindungen (45%) immer noch geringer als derjenige der klassischen Zugangsarten (53%).

Besonders verbreitet ist der Zugang ins Internet via ADSL in der französisch- und italienischsprachigen Schweiz mit 56%. Die Deutschschweiz zeigt sich hierbei mit 29% deutlich konservativer bezüglich eines Wechsels auf diese neue Kommunikations-Technologie. Eine mögliche Erklärung für diesen Sachverhalt mag darin liegen, dass die einmal getätigten Investitionen in den ISDN-Anschluss, welcher generell in der Deutschschweiz deutlich häufiger genutzt wird als andernorts, amortisiert werden sollen.

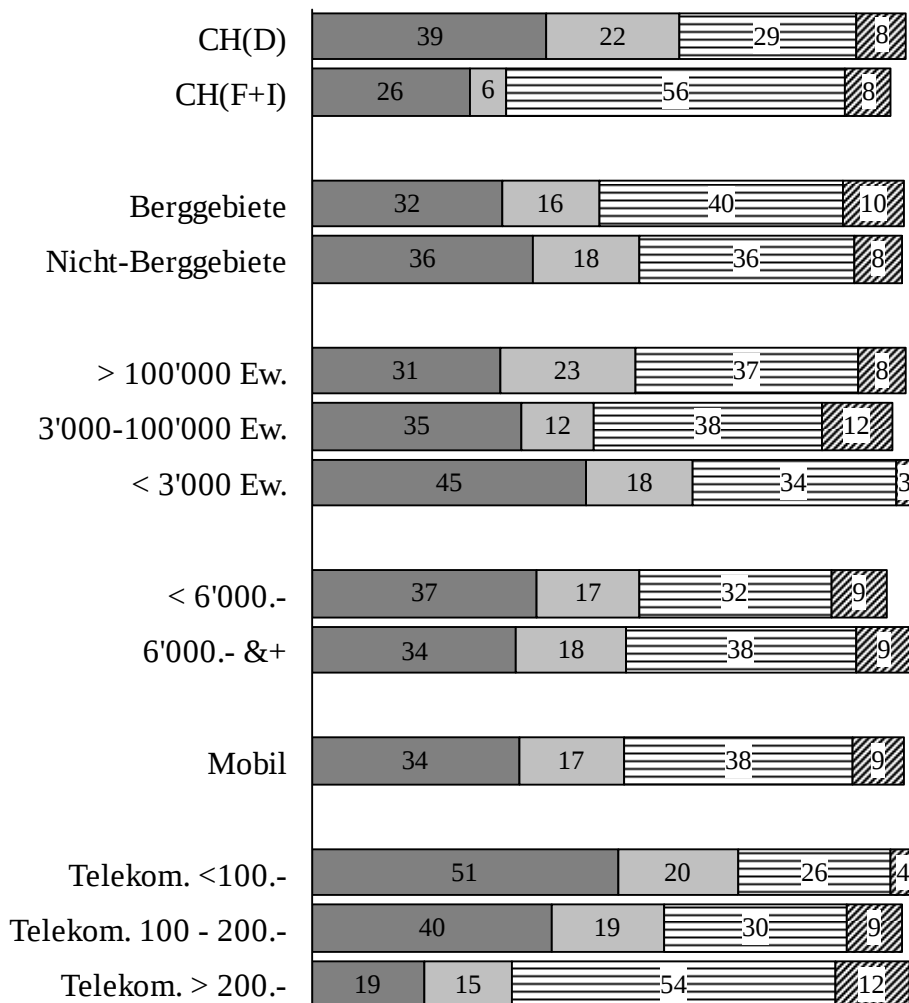
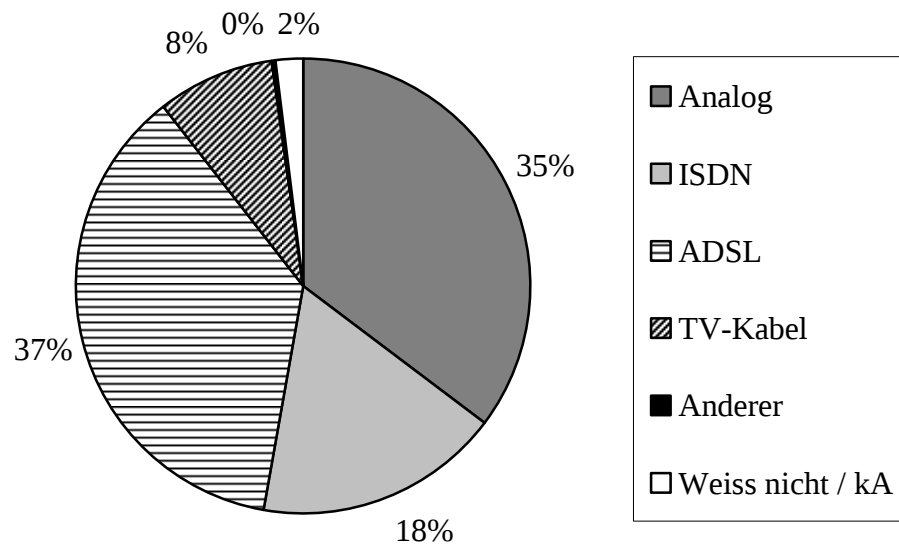
Interessant zu sehen ist im Weiteren, dass das ökonomische Merkmal des Haushaltseinkommens nur einen geringen positiven Einfluss auf die Verbreitung des ADSL-Anschlusses hat, das Bildungsniveau jedoch sehr wohl. Der Wohnort Bergregion hat keinen signifikanten Einfluss auf die Art des Internet-Anschlusses.

Betrachtet man hingegen das Verhältnis von Breitbandanschlüssen (ADSL und TV-Kabel) zu den klassischen Anschlüssen (analog und ISDN), so zeigt sich, dass in Bergregionen häufiger (zu 50%) Internet via Breitband-Anschluss genutzt wird als in Nicht-Bergregionen (44%).

Graphik 13

Art des Internet-Anschlusses

[Basis: 627 Haushalte mit Internet-Anschluss]



4.4 Anbieterin des Internet-Anschlusses

"Wer ist der Anbieter für Ihren Breitband-Internetanschluss?"

Anbieterseitig ist Bluewin mit Abstand führend auf dem Markt für Breitband-Internetzugang mit einem Anteil von 47% (**Graphik 14**), gefolgt von Cablecom (15%), Sunrise (14%) und vielen weiteren.

Bluewin ist in allen Regionen und bei allen Nutzergruppen stark vertreten.

Cablecom besitzt einen Schwerpunkt in der Deutschschweiz und in der Gruppe der Haushalte mit mittelhohen Telekommunikations-Ausgaben.

Sunrise auf der anderen Seite ist besonders stark vertreten ausserhalb der Deutschschweiz.

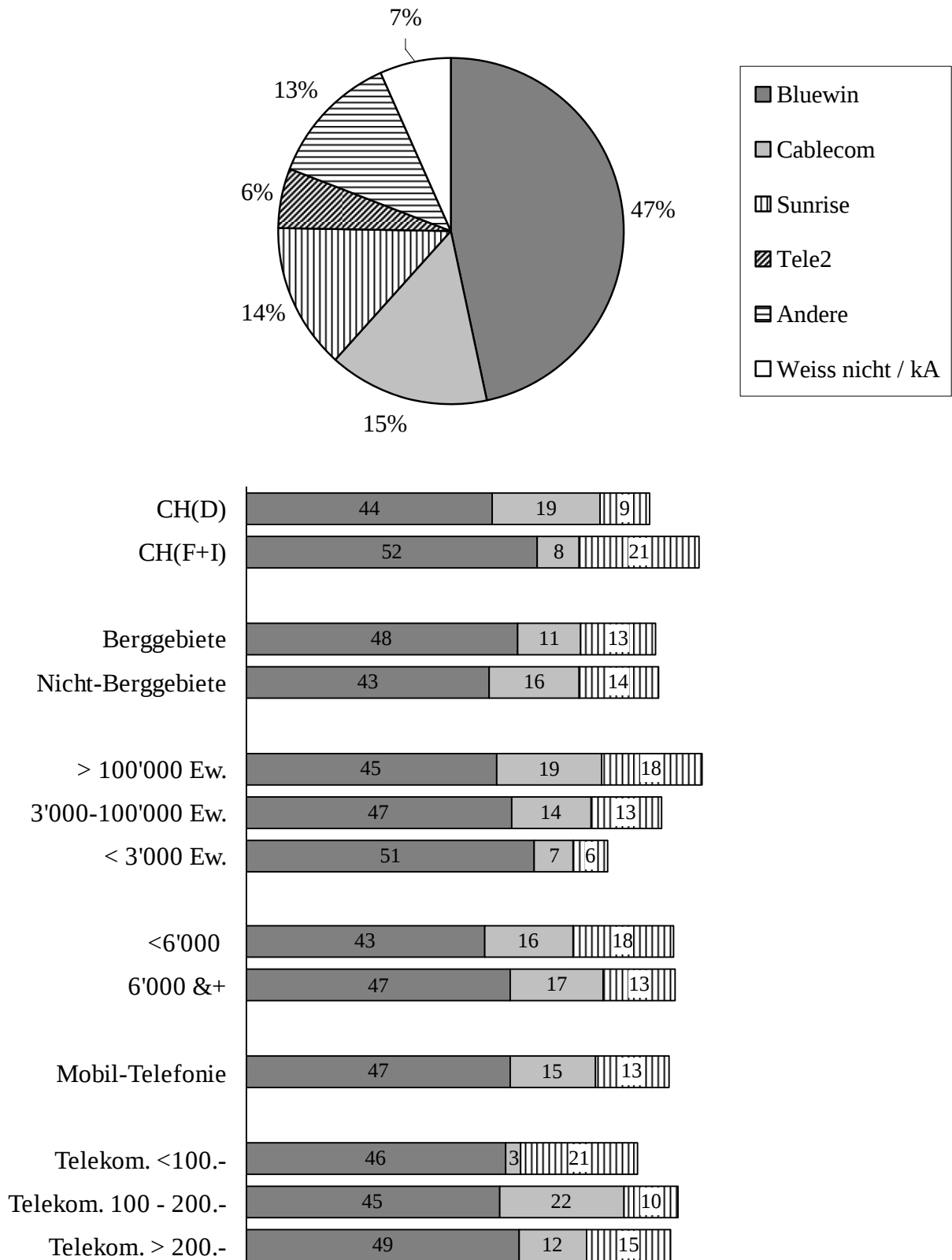
"Welches ist die Download-Bandbreite Ihres Internet-Anschlusses?"

Graphik 15 zeigt auf, dass bezüglich Bandbreiten für den Breitband-Internetzugang Einigkeit besteht. Der überwiegende Teil der Befragten Haushalte situiert sich in der Kategorie von 600kB/s Download-Bandbreite. Dieser Wert entspricht, gemessen am Potential dieser Technologie, einer geringen Bandbreite.

Graphik 14

Anbieterin Breitband-Anschluss (Internet)

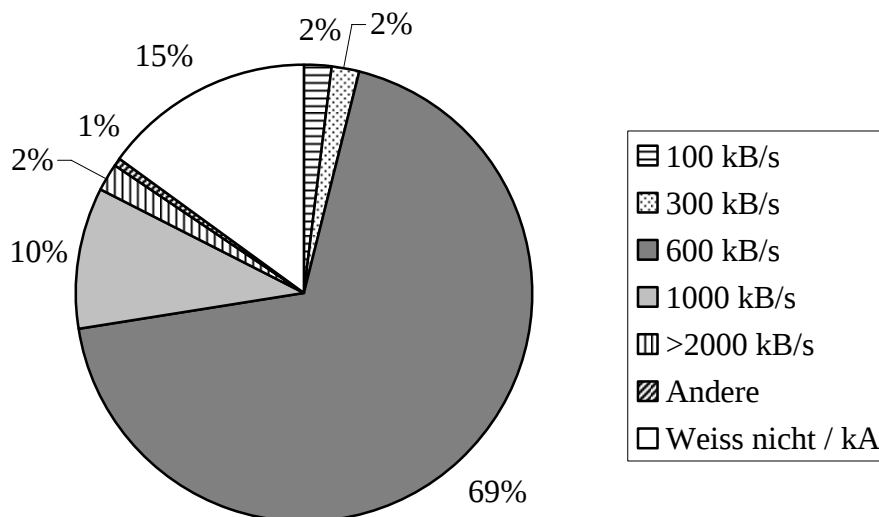
[Basis: 281 Haushalte mit Breitband-Internetanschluss]



Graphik 15

Download-Bandbreite des Breitbandanschlusses (Internet)

[Basis: 281 Haushalte mit Breitbandanschluss]



"Hat Ihr Haushalt seit dem 1. Januar 2003 den Anbieter für den Internet-Zugang gewechselt?"

Graphik 16 zeigt, dass $\frac{3}{4}$ der Befragten Haushalte in der Schweiz, welche einen Breitband-Anschluss für den Internet-Zugang nutzen, in den letzten zweieinhalb Jahren die Anbieterin für diesen Zugang nicht wechselten. Keine Nutzergruppe fällt diesbezüglich auf.

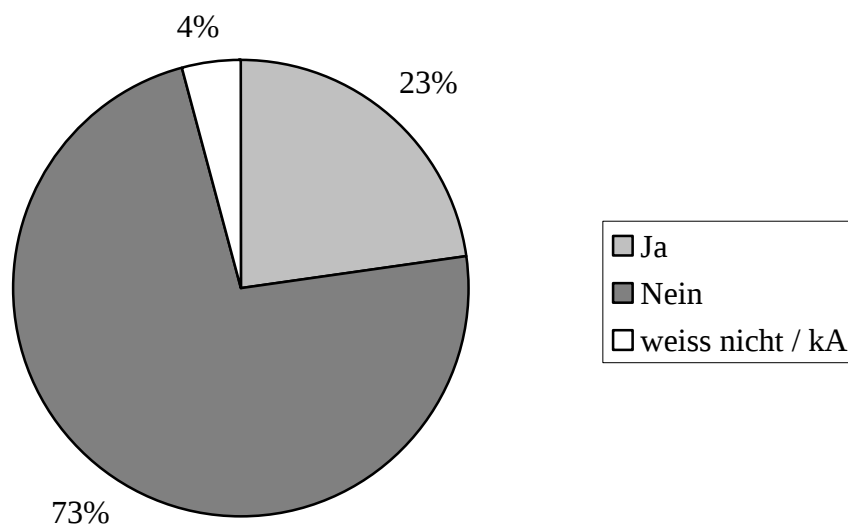
"Und wie oft hat Ihr Haushalt den Anbieter für den Internet-Zugang gewechselt?"

Diejenigen Haushalte, welche in diesem Zeitraum die Anbieterin wechselten (23%), taten dies in der Regel nur einmal (**Graphik 17**). Die schmale Datenbasis erlaubt hier keine weitere Differenzierung der Analyse.

Graphik 16

Wechsel der Internet-Anbieterin seit dem 1. Januar 2003 (Breitband-Internet-Anschluss)

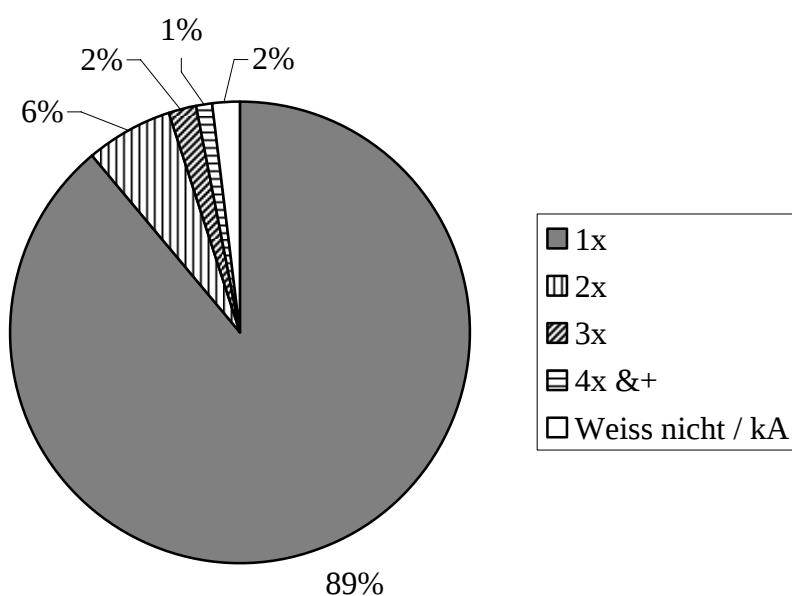
[Basis: 281 Haushalte mit Breitband-Internet-Anschluss]



Graphik 17

Häufigkeit Wechsel der Anbieterin seit dem 1. Januar 2003 (Breitband-Internet-Anschluss)

[Basis: 64 Haushalte, welche die Anbieterin gewechselt haben]



4.5 Kriterien für die Wahl der Anbieterin

"Ich nenne Ihnen Kriterien, welche die Wahl eines Telekommunikations-Anbieters für den INTERNET-ZUGANG beeinflussen können. Sagen Sie mir bitte für jedes Kriterium, ob es sehr wichtig, eher wichtig, eher nicht wichtig oder überhaupt nicht wichtig ist."

Graphik 18 zeigt die Beurteilungen der Haushalte, welche auf klassische Art, d.h. via Analog- oder ISDN-Anschluss auf das Internet zugreifen. Die Beurteilungen folgen dem Muster der analogen Fragen bezüglich der Wahl der Anbieterin für Festnetz-Telefonie (Kap. 2.3).

Der Zuverlässigkeit der Verbindung wird wiederum die höchste Bedeutung zugewiesen (95% sehen dieses Kriterium als sehr oder eher wichtig) gefolgt vom Preis (84%), davon, dass nur *eine* Rechnung ausgestellt wird (68%), sowie vom Tarifmodell (63%). Die Ausgestaltung des Internetportals hingegen erscheint eher unwichtig zu sein (50%).

Nimmt man wiederum das Kriterium Preis zum Anlass einer differenzierteren Analyse, zeigt sich, dass einkommensschwache Haushalte (94%) sowie jüngere (92%) dieses Kriterium signifikant höher gewichten als andere Nutzergruppen. Eine leichte Übergewichtung besteht diesbezüglich auch in Nicht-Bergregionen (87%).

Befragt man Haushalte mit Breitband-Internet-Anschluss, so werden die monatlichen Gebühren als wichtigstes der abgefragten Kriterien gesehen (**Graphik 19**). 89% sehen dieses Kriterium als sehr oder eher wichtig.

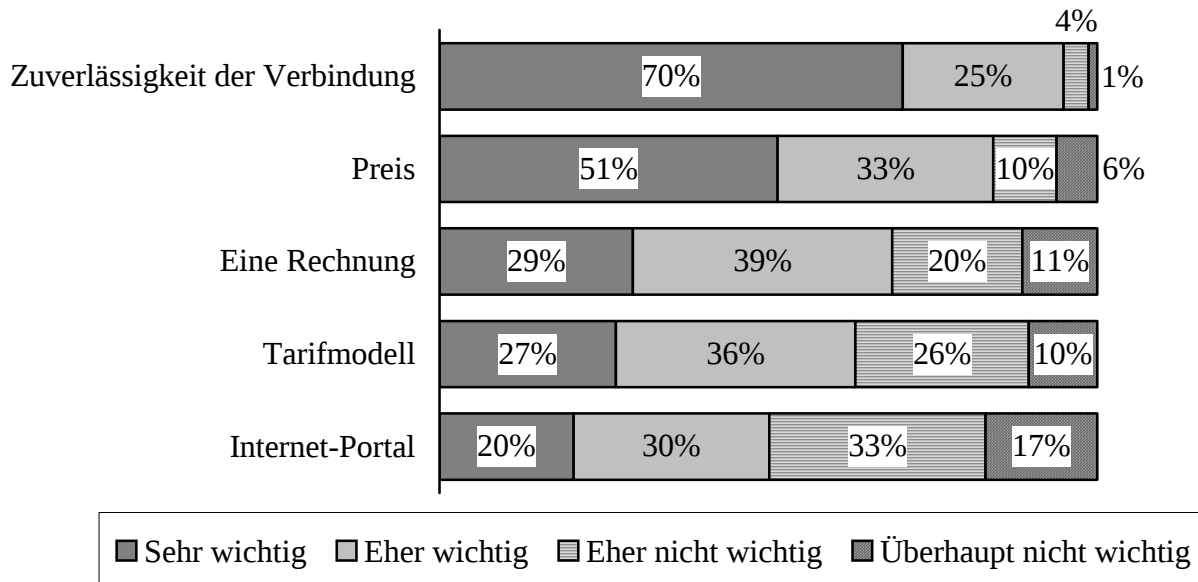
Die Trennlinien verlaufen bei diesem Nutzertyp unterschiedlich. Besonders häufig stufen Haushalte in grossen Städten (98%) sowie Haushalte mit hohen Telekommunikations-Ausgaben (94%) die monatlichen Gebühren als sehr oder eher wichtig ein.

Die weiteren Kriterien folgen in absteigender Reihenfolge: das Angebot an Bandbreiten (77% sehen dies als sehr oder eher wichtig an), das Tarifmodell (70%), das Gratis-Modem (60%) sowie – am wenigsten wichtig – die Gebühren für die Aufschaltung des Anschlusses (60%).

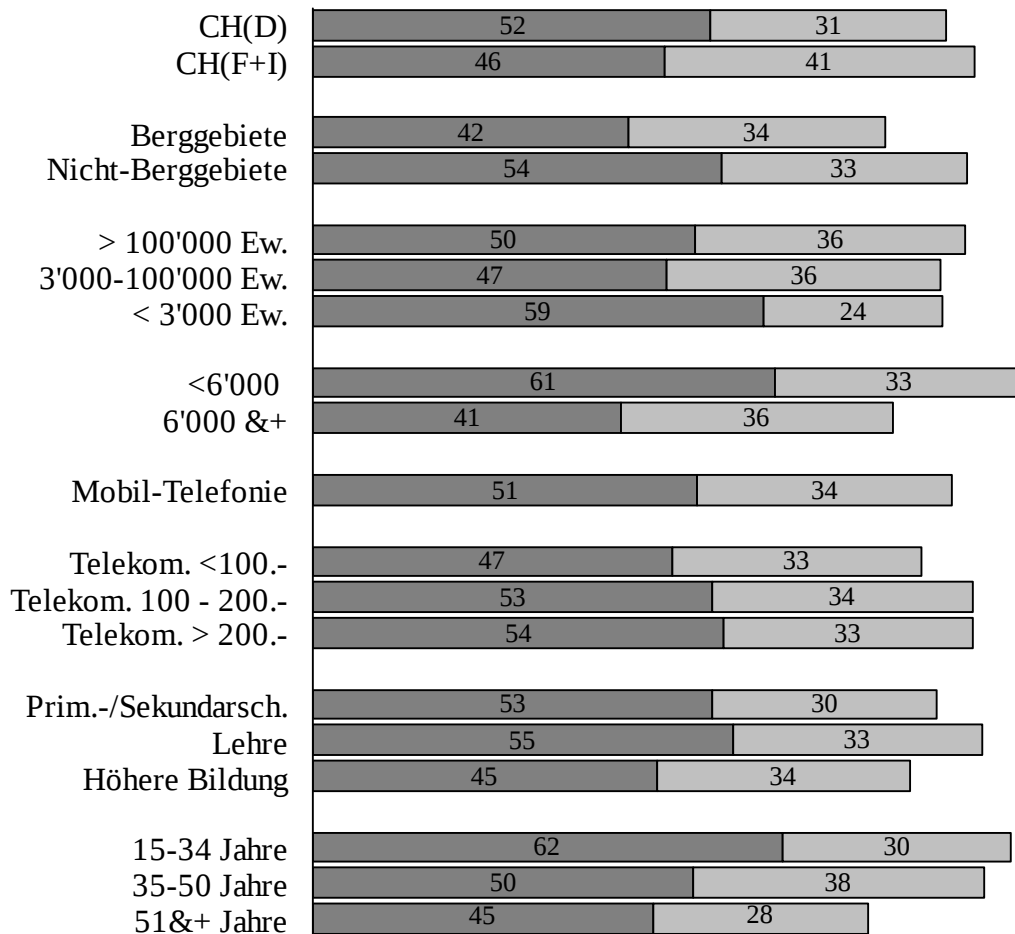
Graphik 18

Wahl der Anbieterin / Internet-Zugang (klassisch)

[Basis: 331 Haushalte mit Analog-/ISDN-Internet-Zugang]



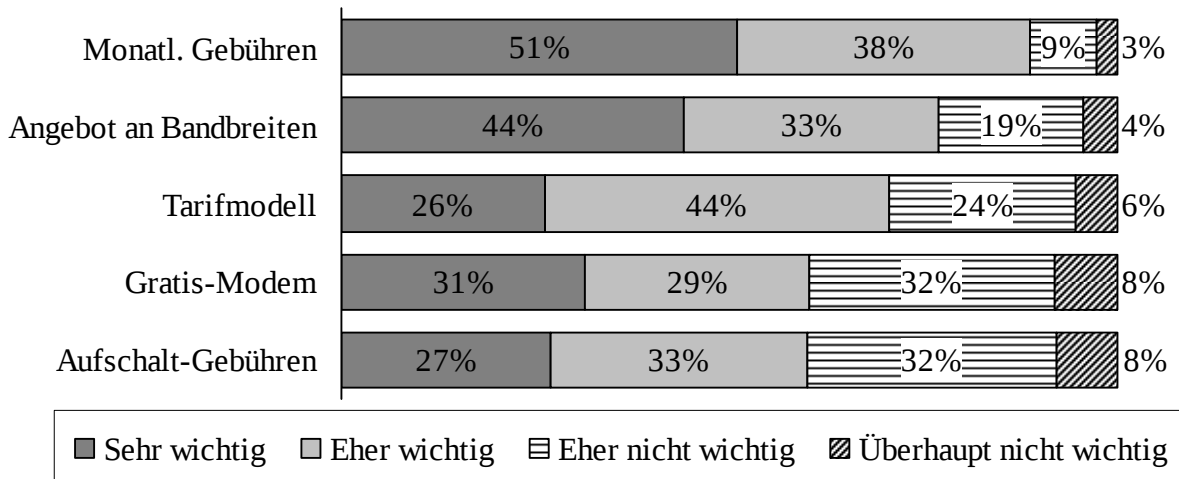
Der Preis ...



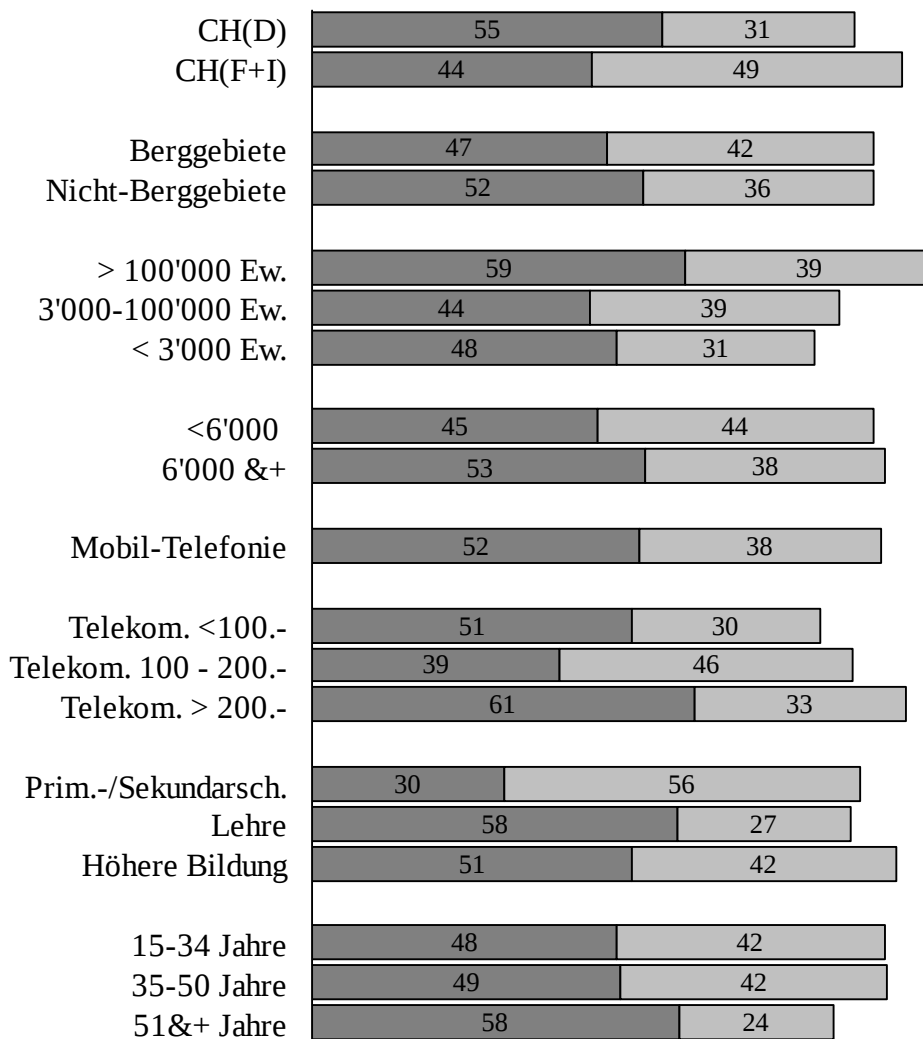
Graphik 19

Wahl der Anbieterin / Internet-Zugang (Breitband)

[Basis: 281 Haushalte mit Breitband-Internet-Anschluss]



Die monatlichen Gebühren ...



4.6 Nutzungsdauer

"Wie viele Stunden pro Woche benutzen Sie persönlich im Durchschnitt Internet zu Hause?"

Einen komplett anderen Aspekt stellt die durchschnittliche Nutzungsdauer des Internet in den Haushalten dar (**Graphik 20**). Die Analyse der Daten zeigt ein Bild, dass hinsichtlich Nutzungsdauer verschiedene Trennlinien aufweist.

Zunächst wird in Nicht-Bergregionen länger gesurft als in Berggebieten, ebenso wird länger in grossen Städten gesurft als in kleinen Ortschaften. Weiter sind jüngere wesentlich länger im Internet als ältere Befragte, höhere Bildung geht einher mit längeren Surfzeiten. Grosse Unterschiede bestehen zwischen Mann (lange) und Frau (kurz) und besonders lange surft, wer über einen Breitband-Anschluss und somit über eine permanente Internet-Verbindung verfügt.

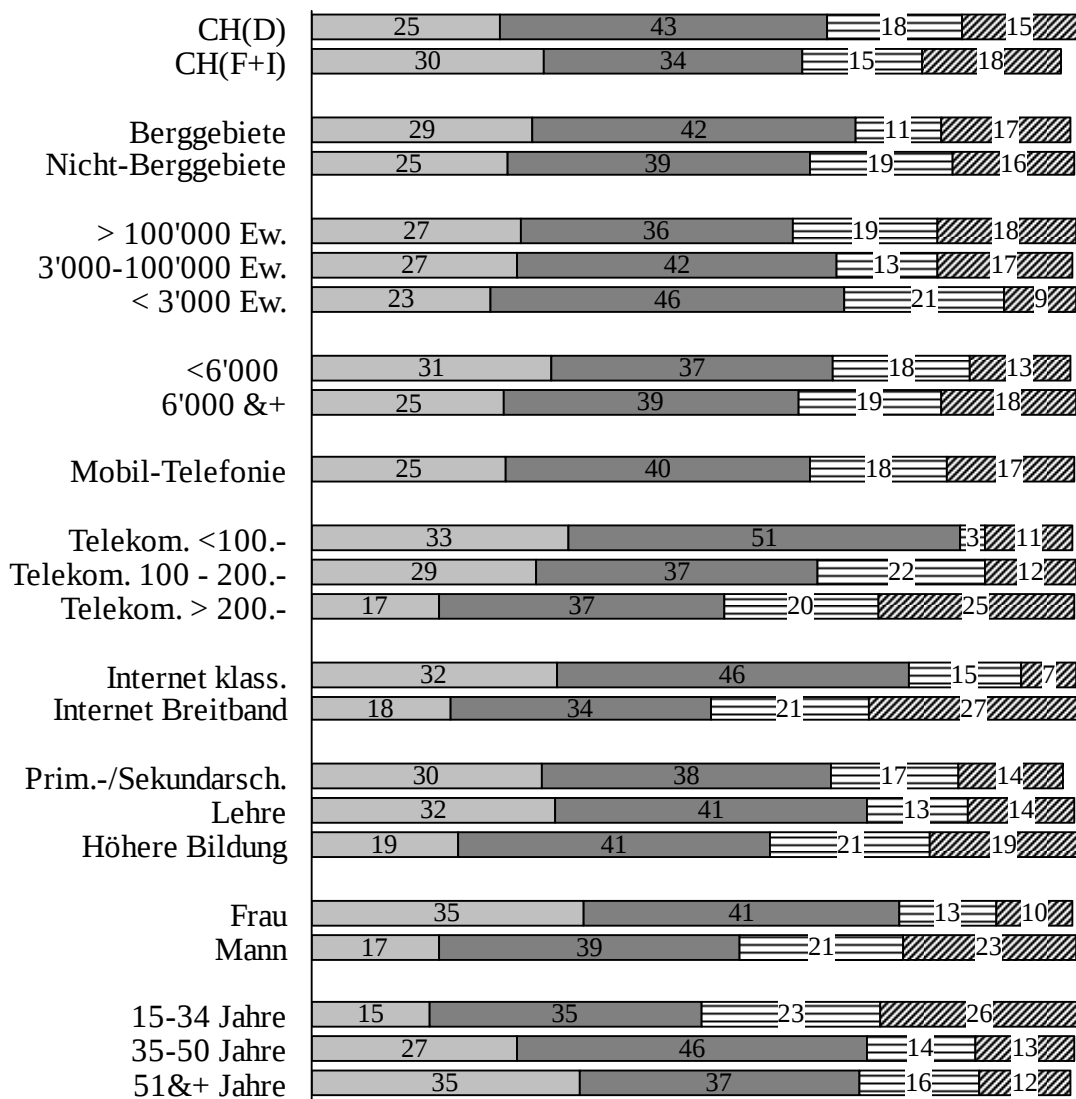
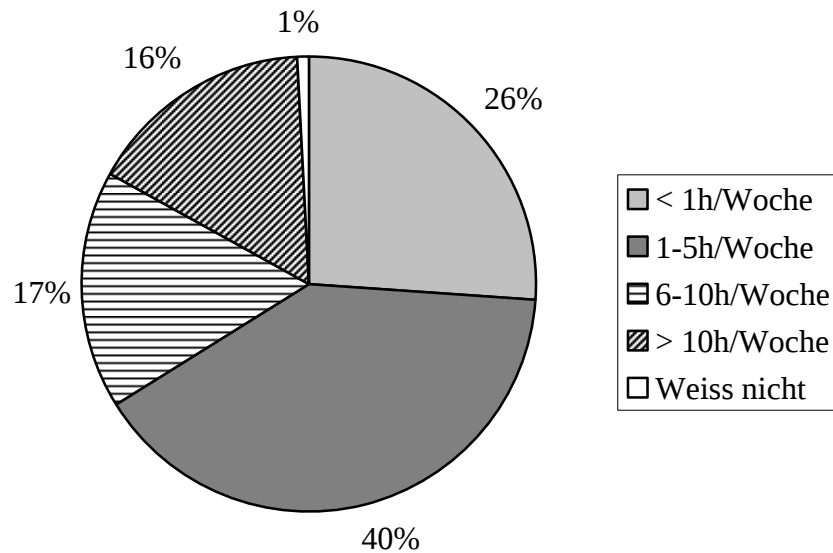
Sieht man diesen Zusammenhang, erstaunt es ein wenig, dass in der französisch- und italienischsprachigen Schweiz nicht signifikant länger gesurft wird als in der Deutschschweiz. Immerhin wurde in der Erhebung in der französisch- und italienischsprachigen Schweiz eine deutlich höhere ADSL-Anschluss-Dichte festgestellt.

"Dauersurfer" mit über 10 Stunden pro Woche Online-Zeit sind jung, verfügen typischerweise über einen Breitband-Anschluss, haben hohe Telekommunikations-Ausgaben und sind männlich

Graphik 20

Wöchentliche Nutzungsdauer (Internet)

[Basis: 627 Befragte mit Internet-Zugang im Haushalt]



5. AUSGABEN

"Welchen Betrag gibt man im Durchschnitt in Ihrem Haushalt pro Monat für die folgenden Dienste aus?"

- ***Für Festnetz-Telefonie (Abonnement und Gespräche)***
- ***Für Mobil-Telefonie (Abonnement und Gespräche)***
- ***Für das Benutzen des Internets (Abo, Verbindungsgebühren, ohne Anschlussgebühren für den Festnetzanschluss)***

Die Erhebung der (monatlichen) Ausgaben für die drei abgefragten Kommunikations-Formen zeigt auf, dass die Ausgaben der Haushalte für Gespräche und Anschluss, bzw. Abo-Gebühren der Mobil-Telefonie (Fr. 88.-) diejenigen der Festnetz-Telefonie (Fr. 76.-) deutlich übersteigen (**Graphik 21**).

Die durchschnittlichen monatlichen Ausgaben für die Internet-Nutzung betragen etwa Fr. 40.-. Dies entspricht in etwa der zu erwartenden Summe, insbesondere wenn man bedenkt, dass die Mehrzahl der Haushalte einem faktischen Kostendach bezüglich Internet-Zugangskosten unterliegt. Übertreffen die monatlichen Kosten einen gewissen Betrag, so ist es finanziell sinnvoll, auf einen Breitband-Anschluss mit einem fixen monatlichen Tarif umzusteigen, welcher momentan für Angebote von 600kB/s bei etwa Fr. 45.- bis Fr. 50.- liegt.

Festnetz-Telefonie: Geringere Ausgaben haben ältere Befragte sowie Haushalte mit niedrigem Gesamteinkommen. Höhere Ausgaben haben Jüngere, Haushalte in grossen Städten sowie Haushalte, welche Mobil-Telefonie und/oder Internet nutzen. Die Deutschschweiz und Berggebiete geben für diesen Dienst weniger aus als die übrige Schweiz.

Mobil-Telefonie: Jüngere geben mehr aus als Ältere, ebenso geben Haushalte mit höherem Gesamteinkommen mehr aus als finanzschwächere Haushalte. Die Deutschschweiz gibt wesentlich weniger aus für Mobil-Telefonie als die übrige Schweiz. Nicht-Berggebiete wiederum geben etwas mehr für diesen Dienst aus.

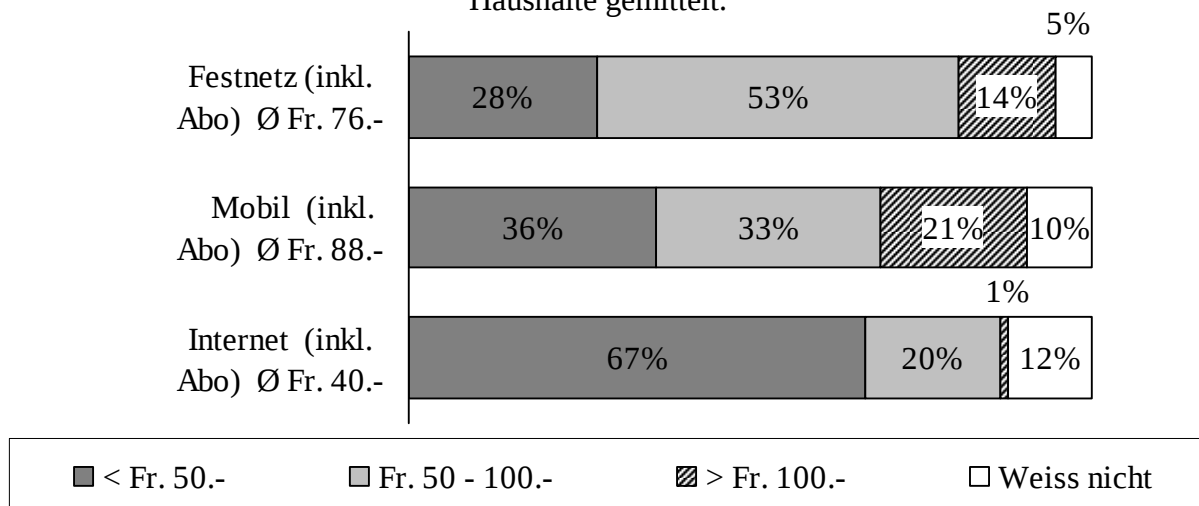
Internet: Wichtigstes trennendes Kriterium ist die Wahl eines Breitband-Anschlusses, welcher zu deutlich höheren Ausgaben führt. Somit ist nicht erstaunlich, dass in der französisch- und italienischsprachigen Schweiz die Ausgaben für Internet höher liegen als anderswo (Fr. 45.-). Berggebiete geben mehr aus als die übrige Schweiz (Fr. 44.-).

Graphik 21

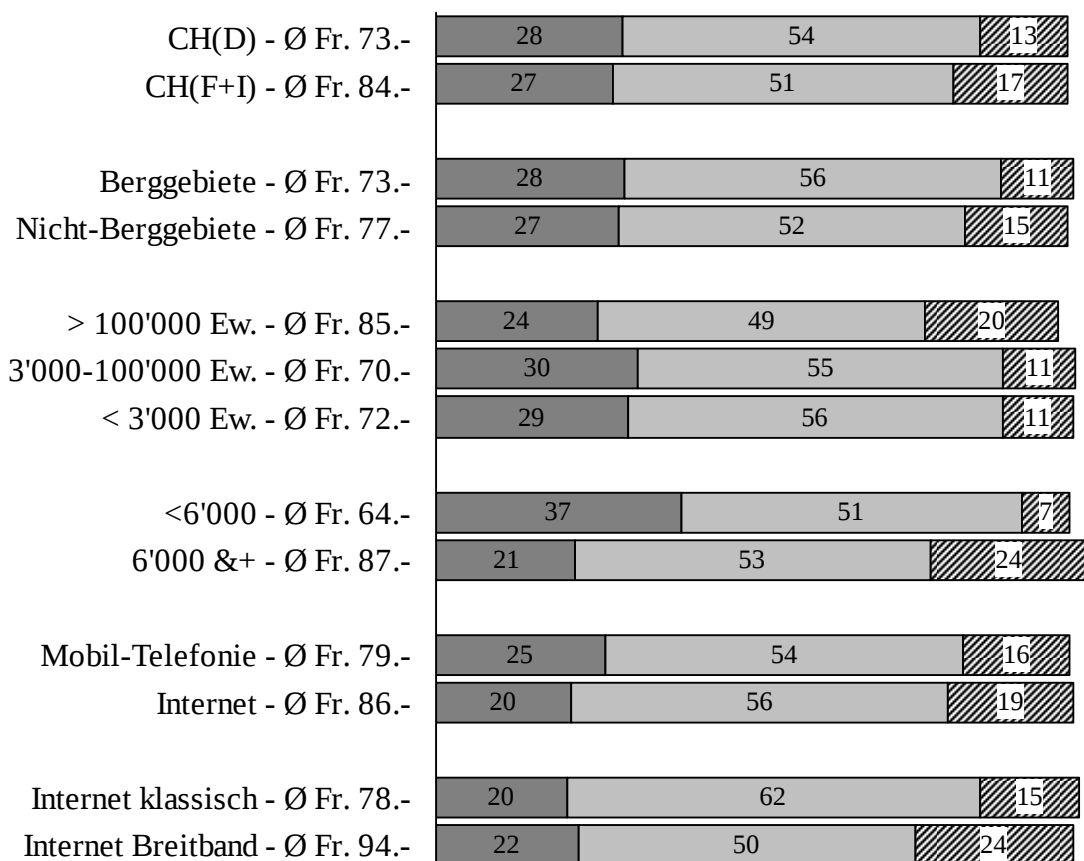
Monatliche Ausgaben

[Basis: 1005 Haushalte (Festnetz), 819 HH (Mobil), 627 HH (Internet)]

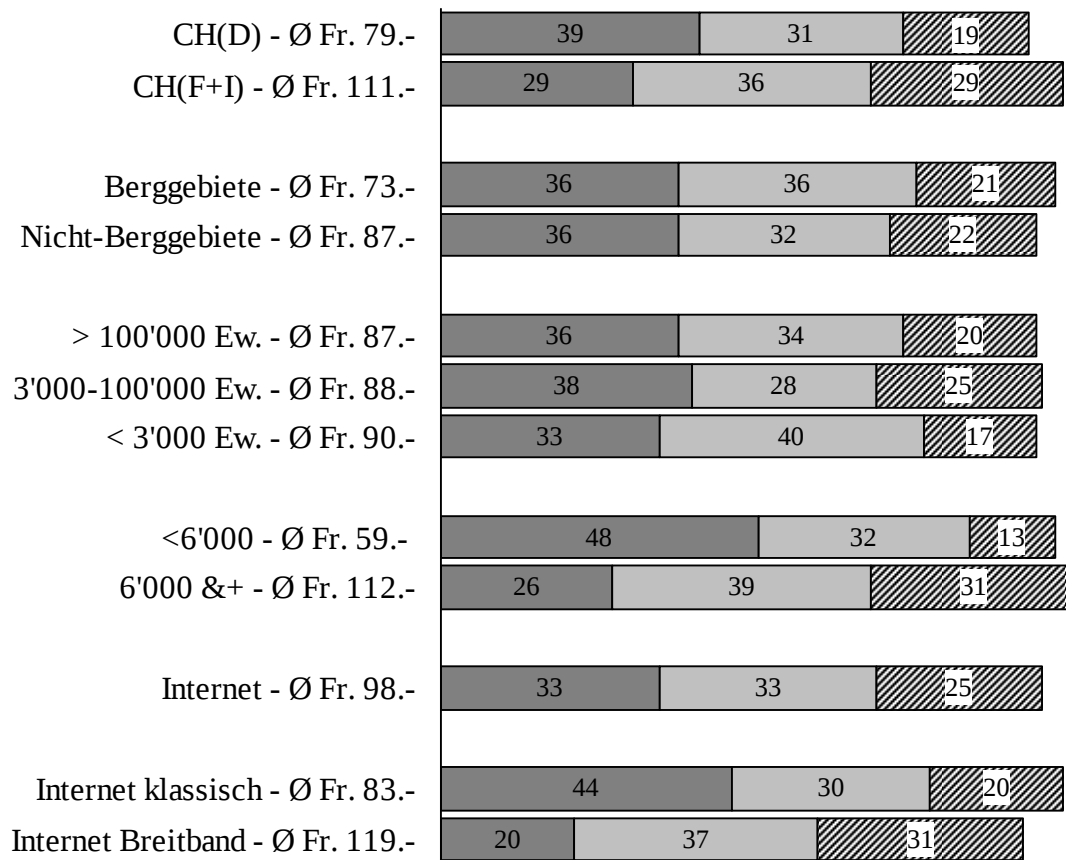
Die Durchschnittswerte Ø der monatlichen Ausgaben wurden auf Basis der Angaben der Haushalte gemittelt.



Monatliche Ausgaben Festnetz-Telefonie ...



Monatliche Ausgaben Mobil-Telefonie ...



6. ZUFRIEDENHEIT MIT DEN TELEKOMMUNIKATIONSDIENSTEN

6.1 Wahl der Anbieterin

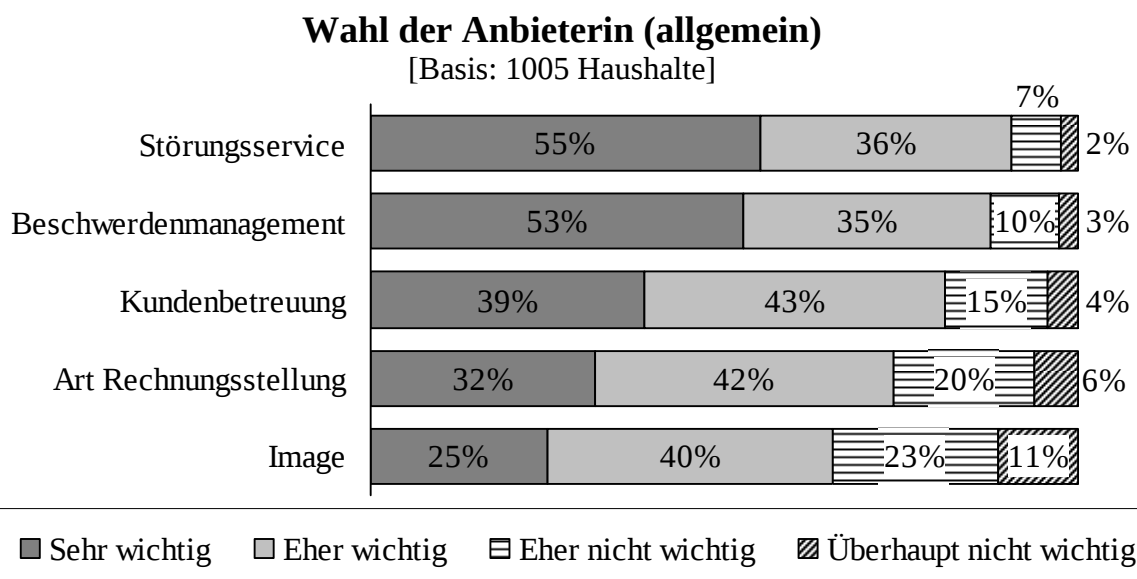
"Ich nenne Ihnen noch weitere Kriterien. Sagen Sie mir bitte für jedes Kriterium, ob es sehr wichtig, eher wichtig, eher nicht wichtig oder überhaupt nicht wichtig ist bei der Wahl eines Telekommunikations-Anbieters, und zwar unabhängig von den Diensten."

- Das Image/der Ruf des Unternehmens
- Der Service bei Störungen
- Wie die Rechnungen ausgestellt werden
- Kundenbetreuung sowie umfassende und transparente Kunden-Information
- Wie Reklamationen bearbeitet werden

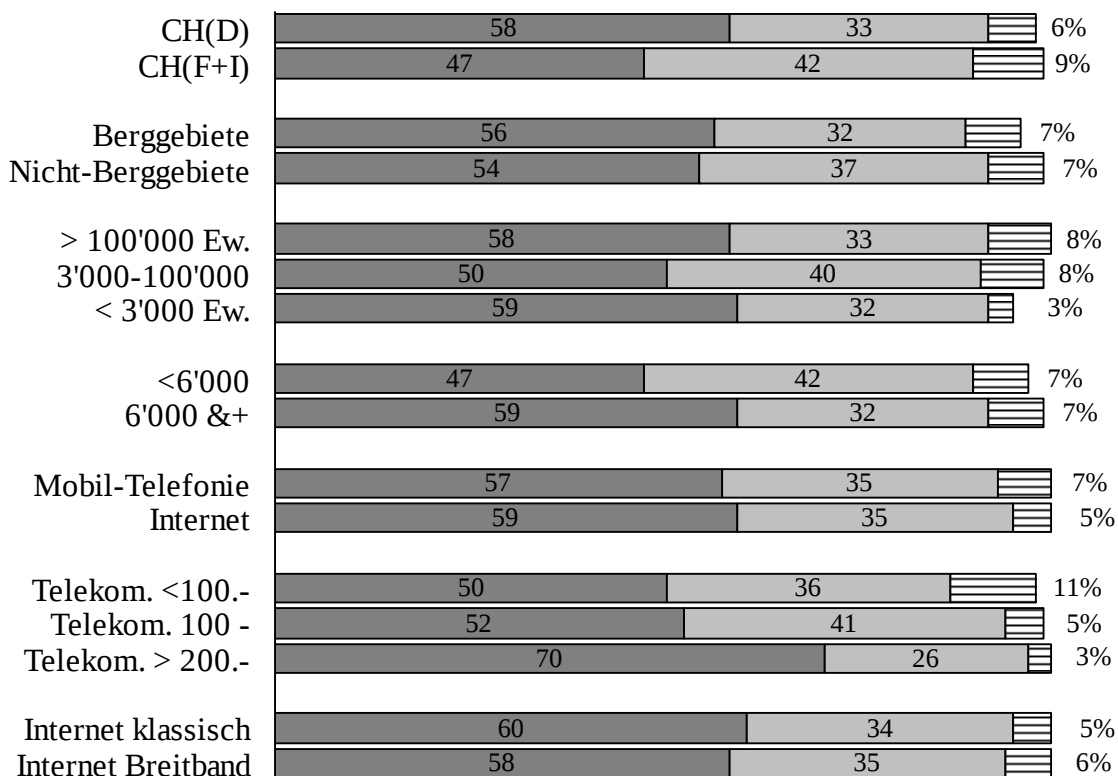
Der Preis der angebotenen Dienste ist bei der Wahl einer Telekommunikations-Anbieterin ein sehr wichtiges, aber nicht das einzige Kriterium. Es zeigt sich, dass insbesondere Aspekte rund um das Thema Kundendienst von grosser Wichtigkeit sein können.

Obige Frage zeigt (**Graphik 22**), dass bei der Wahl einer Anbieterin darauf geachtet wird, wie bei Unstimmigkeiten mit den gebotenen Dienstleistungen auf Anbieterseite reagiert wird. Störungsservice (91% sehen dieses Kriterium als sehr oder eher wichtig) wie Beschwerdemanagement (88%) werden in der Folge hoch gewichtet. Hohe Priorität besitzen solche Aspekte wie erwartet bei Internet- und Mobiltelefonie-Nutzern, in Haushalten mit hohen Kommunikationsausgaben und in der Deutschschweiz. Als weitere Aspekte folgen Kundenbetreuung mit 82% und die Art der Rechnungsstellung mit 74%. Das Image der Anbieterin hingegen wird mit der geringsten Wichtigkeit bedacht (65%).

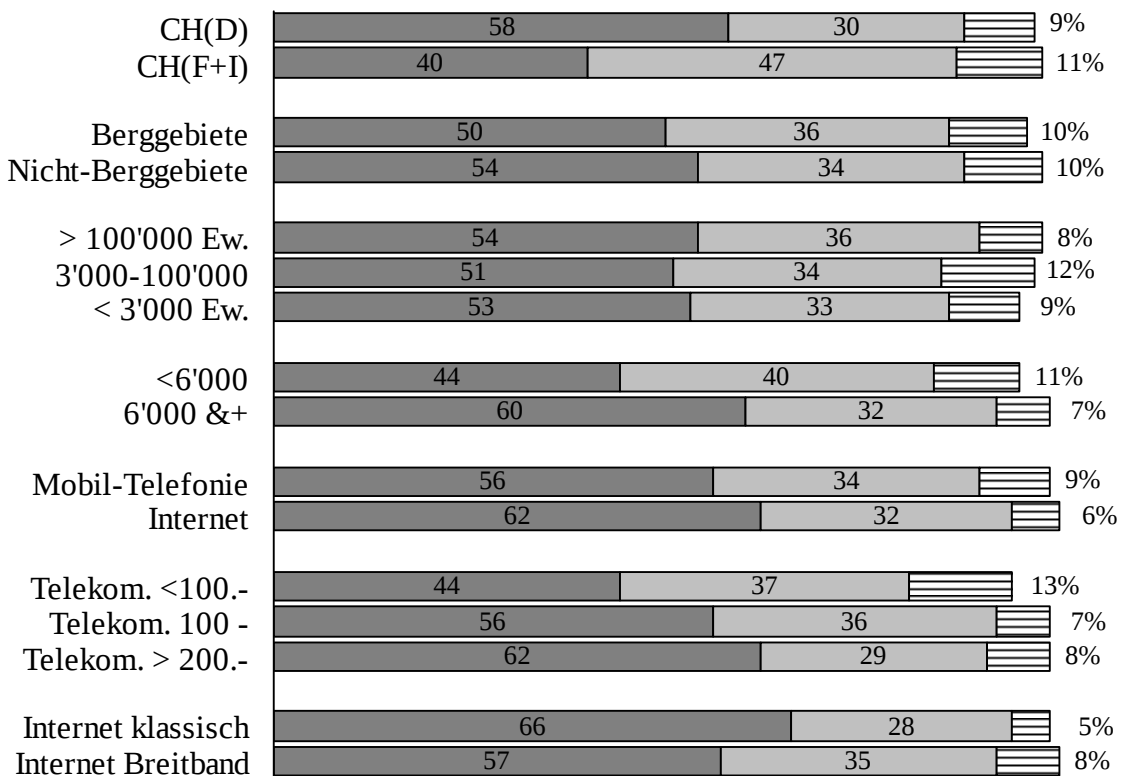
Graphik 22



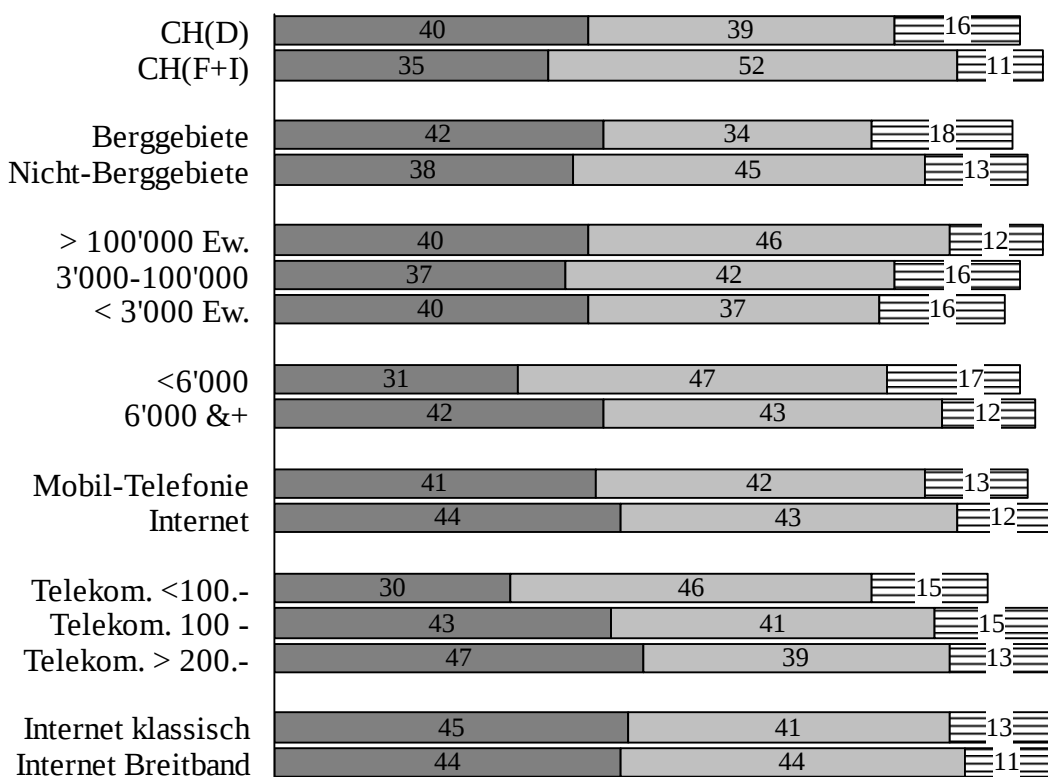
Störungsservice ...



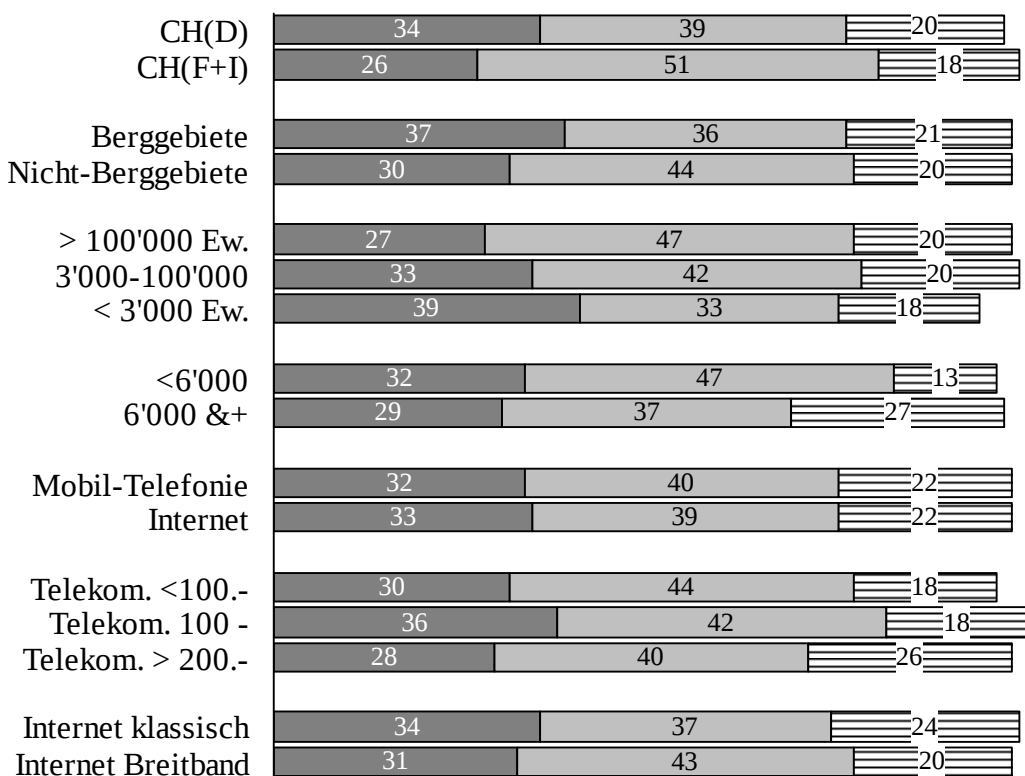
Beschwerdemanagement ...



Kundenbetreuung sowie umfassende und transparente Information ...



Art der Rechnungsstellung ...



6.2 Beurteilung der Gebühren des Festnetz-Anschlusses

"Wie beurteilen Sie die Monatsgebühr für den Festnetz-Anschluss. Würden Sie sagen, diese Gebühr ist sehr teuer, eher teuer, eher nicht teuer oder überhaupt nicht teuer für ... ?"

- *Die Monatsgebühr für den klassischen Telefon-Anschluss*
- *Die Monatsgebühr für den ISDN-Anschluss mit 3 Nummern*
- *Die Monatsgebühr für den TELEFON-Anschluss via Kabelfernsehanschluss*

Die Anschluss-Gebühren der Festnetz-Telefonie werden von den Befragten, sei es für den klassischen Analog- oder auch den ISDN-Anschluss, generell als teuer beurteilt (**Graphik 23**). Da nur sieben befragte Haushalteangaben, über einen Telefonanschluss via TV-Kabel zu verfügen, kann dieses Item nicht ausgewertet werden.

Klassischer Telefonanschluss: Diese weitaus gängigste Anschluss-Form wird von Swisscom einheitlich in der ganzen Schweiz zum monatlichen Preis von Fr. 25.25 angeboten.

Zwei Drittel der Befragten finden diese Monatsgebühr teuer, nur ein verschwindend kleiner Anteil beurteilt diese Gebühr als überhaupt nicht teuer. Auch in diesem Item spielen weder die Sprachregionen noch der Wohnort Berg- oder Nicht-Bergregion eine Rolle. Überhaupt scheint bezüglich Preis des Telefonanschlusses über alle Nutzergruppen hinweg Einigkeit zu bestehen: Er wird als teuer wahrgenommen.

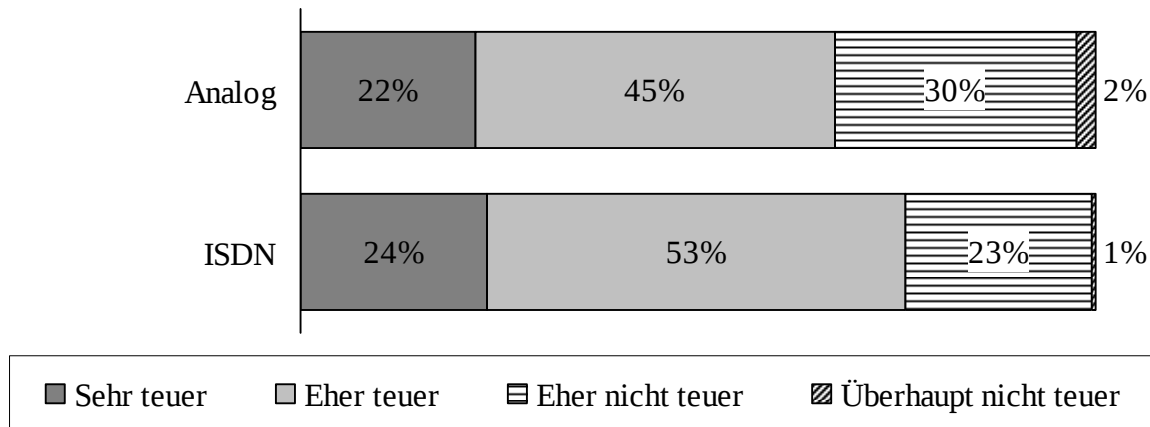
ISDN-Anschluss: Das oben gesagte trifft auch auf diese Anschlussvariante zu: Er gilt als teuer, bzw. als noch teurer als der klassische Anschluss (77% finden diesen sehr oder eher teuer). Etwas überraschend ist, dass bildungsferne Haushalte, solche in kleinen Gemeinden und jüngere Befragte weniger negativ urteilen.

Keine Unterschiede finden sich bei der Beurteilung der Gebühren wiederum zwischen den Haushalten in den Berg- und Nicht-Bergregionen.

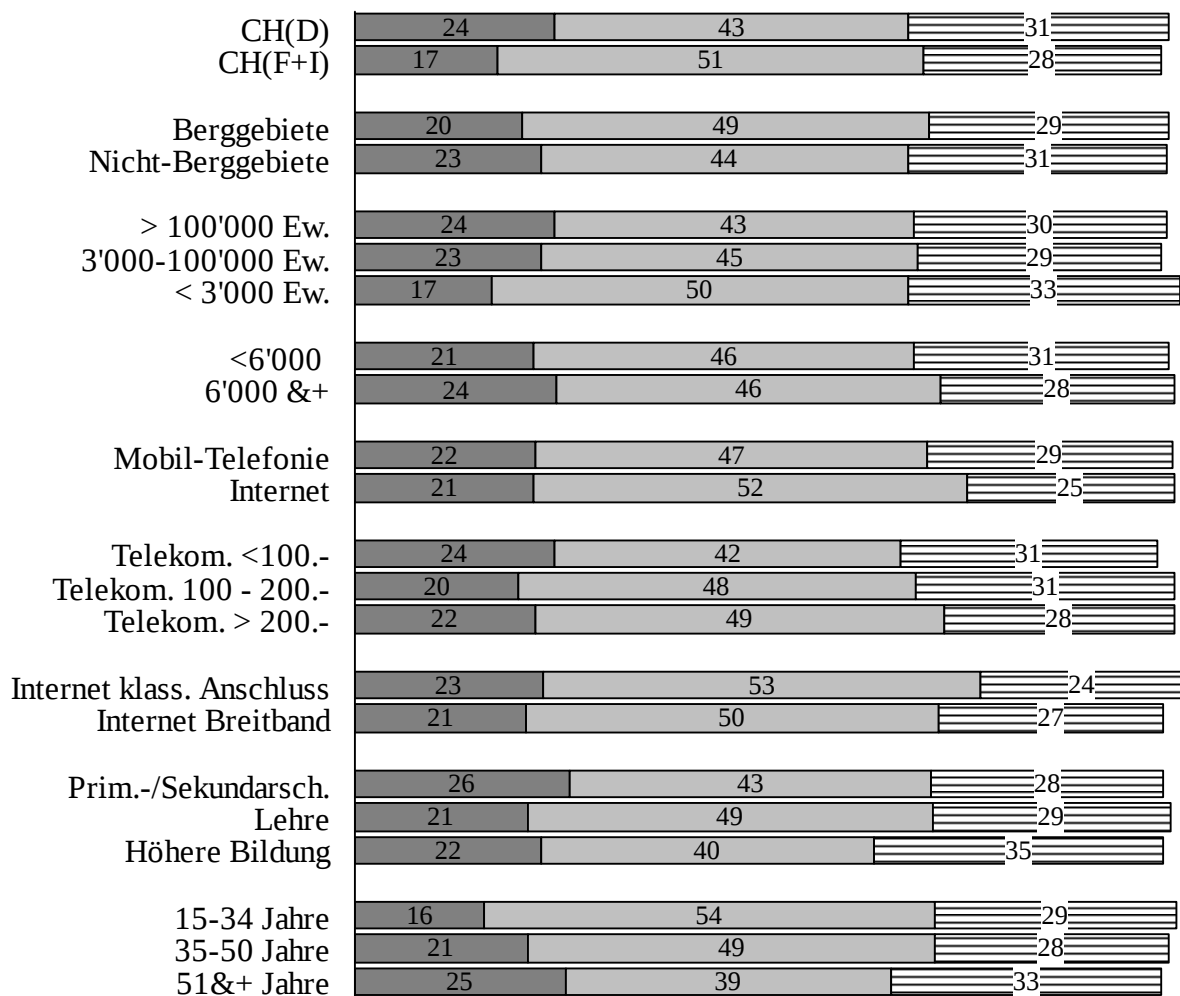
Graphik 23

Beurteilung der Anschluss-Gebühren (Festnetz-Telefonie)

[Basis: 802 Befragte (Analog), 172 Befragte (ISDN)]



Analog ...



*"Wie beurteilen Sie die Verbindungsgebühren auf dem Festnetz?
Würden Sie sagen, dass die folgenden Dienstleistungen sehr teuer,
eher teuer, eher nicht teuer oder überhaupt nicht teuer sind für... ?"*

- *Verbindungen innerhalb der Schweiz auf dem Festnetz?*
- *Verbindungen ins Ausland auf dem Festnetz ?*
- *Verbindungen um auf dem Internet zu surfen?*
- *Verbindungen in das Mobil-Netz ?*

Graphik 24 illustriert die Einschätzung der Konsumentinnen und Konsumenten. Haben diese bezüglich Anschluss-Gebühren noch sehr negativ geurteilt, so kehrt sich diese Beurteilung um bezogen auf die Verbindungsgebühren. Gespräche **im nationalen Festnetz** gelten mit einem Anteil von 68% als eher oder sehr günstig.

Es gibt aber deutliche Trennlinien. Die Deutschschweiz urteilt positiver als die übrige Schweiz, ebenso urteilen Haushalte in kleinen Gemeinden und ältere positiver. Wenig überraschend sähen Haushalte mit hohen Telekommunikations-Ausgaben gerne einen tieferen Preis für ihre nationalen Gespräche.

Ganz ähnliche Verhältnisse zeigen sich bei den Einschätzungen für die **Internet-Surfgebühren**, diese gelten ebenfalls generell als eher oder sehr günstig (65%).

Bei **internationalen Gesprächen** besteht wiederum Einigkeit über alle Nutzergruppen hinweg. Diese werden als leicht teuer betrachtet, Trennlinien sind nur schwer auszumachen.

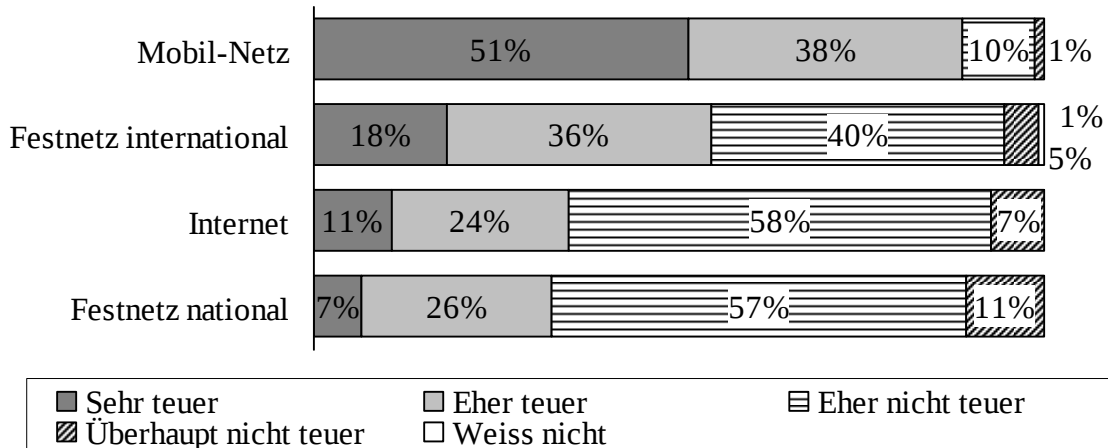
Ganz anders präsentiert sich die Lage hinsichtlich der Einschätzung der **Verbindungsgebühren in das Mobil-Netz**. In einer selten gesehenen Art und Weise ist man sich einig: 90% Prozent sehen diese Gebühren als teuer an. Wenig erstaunlich ist dabei, dass einzig Haushalte mit hohen Telekommunikationskosten dieses Item noch besonders negativ beurteilen.

Der Schluss liegt also nahe, dass von Seiten der Konsumentinnen und Konsumenten für die Anschlussgebühren des Festnetzanschlusses wie auch für die Verbindungsgebühren in das Mobil-Netz eine Preisentwicklung nach unten erwartet wird. Eine Entwicklung also, wie sie seit Beginn der Liberalisierung des Fernmeldemarktes 1998 mit den Verbindungsgebühren innerhalb des Festnetzes zu beobachten ist.

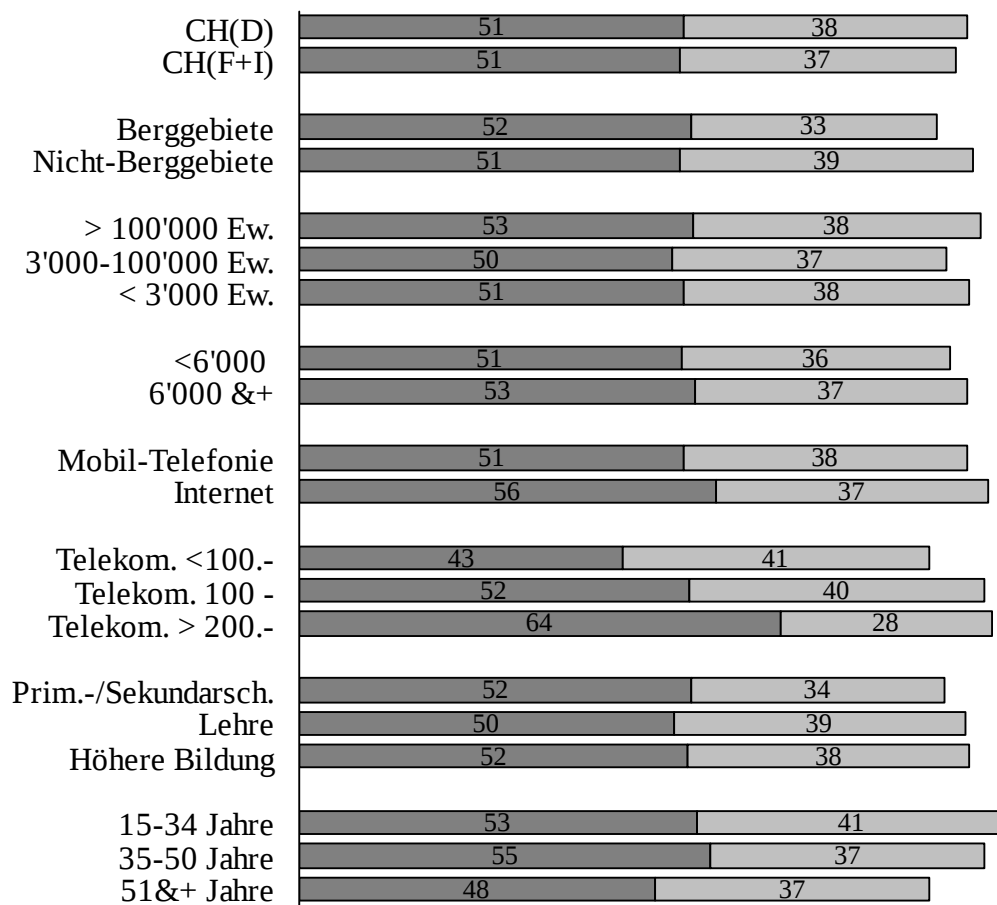
Graphik 24

Beurteilung der Verbindungsgebühren

[Basis: 1005 Befragte (331 Befragte mit Internet via klass. Anschluss)]



Verbindungsgebühren in das Mobil-Netz ...



6.3 Beurteilung der Gebühren des Internet-Breitbandanschlusses

"Und wie beurteilen Sie den monatlichen Preis für einen Breitband-Anschluss ins Internet? Würden Sie sagen, der Preis ist sehr teuer, eher teuer, eher nicht teuer oder überhaupt nicht teuer?"

Haushalte, welche an Stelle eines klassischen Telefon-Anschlusses eine Breitbandverbindung als Zugang in das Internet nutzen, wurde obige Frage präsentiert. **Graphik 25** zeigt die abgegebenen Einschätzungen.

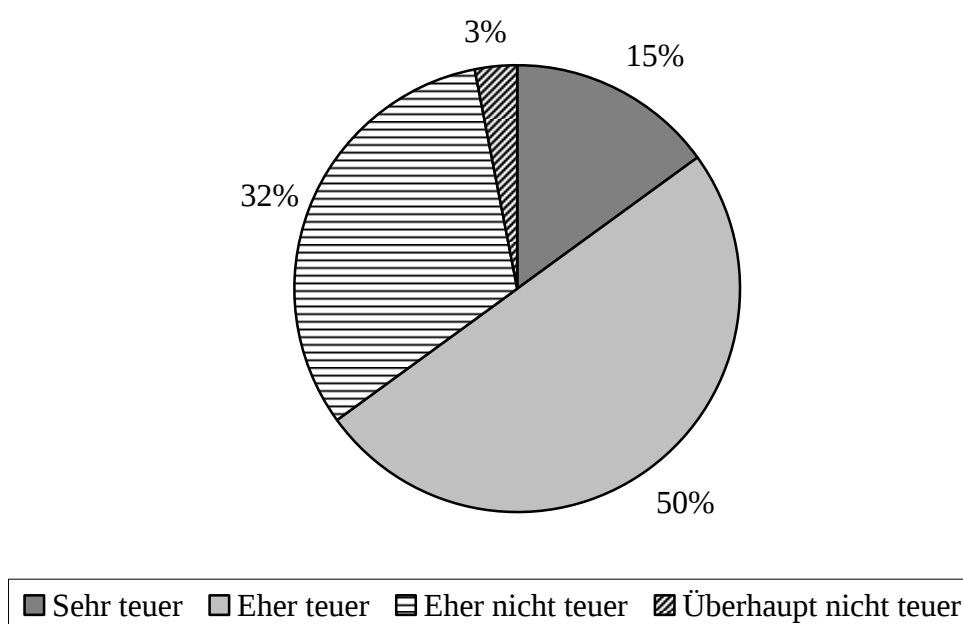
Auch hier zeigt sich eine mit der Beurteilung der Gebühren des analogen Telefon-Anschlusses deckungsgleiche Einschätzung der Konsumentinnen und Konsumenten. 65% bezeichnen diesen als eher oder sehr teuer.

Besonders negativ urteilen Haushalte aus der französisch- und italienischsprachigen Schweiz (zu 67%). Diese Sprachregion verfügt gleichzeitig über einen überproportional grossen Anteil an ADSL-Anschlüssen. Weiter urteilen bildungsnahe Haushalte und Jüngere eher negativ. Berggebiete (57%) urteilen weniger negativ als Nicht-Berggebiete (68%).

Graphik 25

Preisbeurteilung Breitbandanschluss (Internet)

[Basis: 281 Befragte mit Breitbandanschluss im Haushalt]



6.4 Beurteilung der Qualität der Telekommunikationsdienste

"Im Allgemeinen, sind Sie sehr zufrieden, eher zufrieden, eher nicht zufrieden oder überhaupt nicht zu frieden mit der Qualität der Telekommunikationsdienste, die Sie benutzen mit der/dem...?"

- Festnetz-Telefonie
- Mobil-Telefonie
- Internet-Zugang

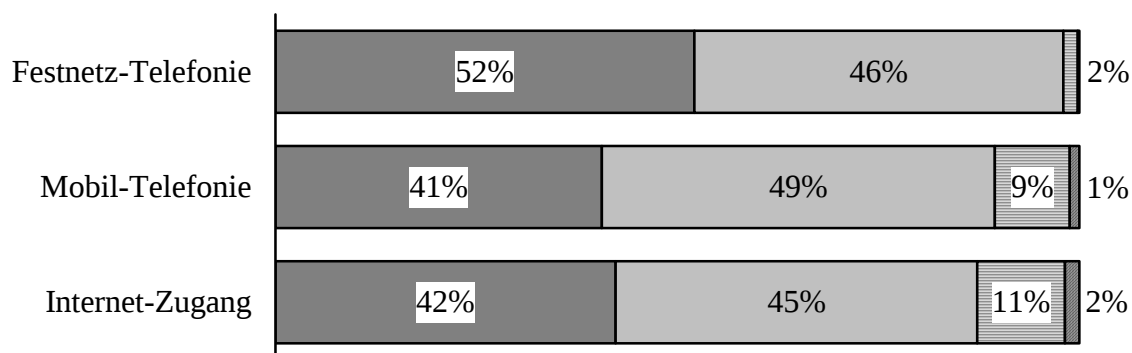
Die Beurteilung der Konsumentinnen und Konsumenten bezüglich der Qualität der nachgefragten Telekommunikations-Dienste zeigt vorzügliche Werte (**Graphik 26**). Die Festnetz-Telefonie zeigt dabei die höchsten Werte, 98% der Befragten sind eher oder sehr zufrieden. Mobil-Telefonie (90%) und Internet-Zugang (87%) folgen dichtauf.

Ähnliche Differenzen ergeben sich für alle drei abgefragten Bereiche. Die Deutschschweiz urteilt noch positiver als die restliche Schweiz. Breitband-Internetnutzer und Ältere urteilen negativer als Internetnutzer via klassischem Telefonanschluss und Jüngere.

Graphik 26

Zufriedenheit mit der Qualität der Telekommunikationsdienste

[Basis: 1005 Befragte (Festnetz), 819 (Mobil), 625 (Internet)]



■ Sehr zufrieden ■ Eher zufrieden ■ Eher nicht zufrieden ■ Überhaupt nicht zufrieden

"Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten bei einem Telekommunikations-Anbieter oder bei einer Konsumenten-Organisation beschwert wegen einem Problem mit einer Dienstleistung?"

Diese Frage führt wieder zu einem deutlich ausdifferenzierten Antwort-Verhalten (**Graphik 27**). Grundsätzlich geben geringe 11% der Befragten an, sich in den letzten 12 Monaten diesbezüglich beschwert zu haben.

Die Kreuztabellen zeigen jedoch, dass sich die verschiedenen Nutzergruppen markant unterscheiden was die Beschwerdehäufigkeit betrifft. Wenig erstaunlich ist, dass Haushalte mit hohen Telekommunikations-Ausgaben sich auch häufiger beschweren (19%). Ebenso trifft dies auf Internet- (14%) und Mobiltelefonie-Nutzer zu (12%).

Hingegen stimmt nachdenklich, dass Haushalte mit höherem Bildungsniveau (14%) und solche mit höherer Finanzkraft sich ebenfalls häufiger beschweren (14%). Auch beschwert man sich in Berggebieten eher (15%) als anderswo. Welches hier die intervenierenden Variablen sind, müsste näher abgeklärt werden.

"Und wie sind Sie zufrieden damit gewesen, wie diese Beschwerde bearbeitet worden ist?"

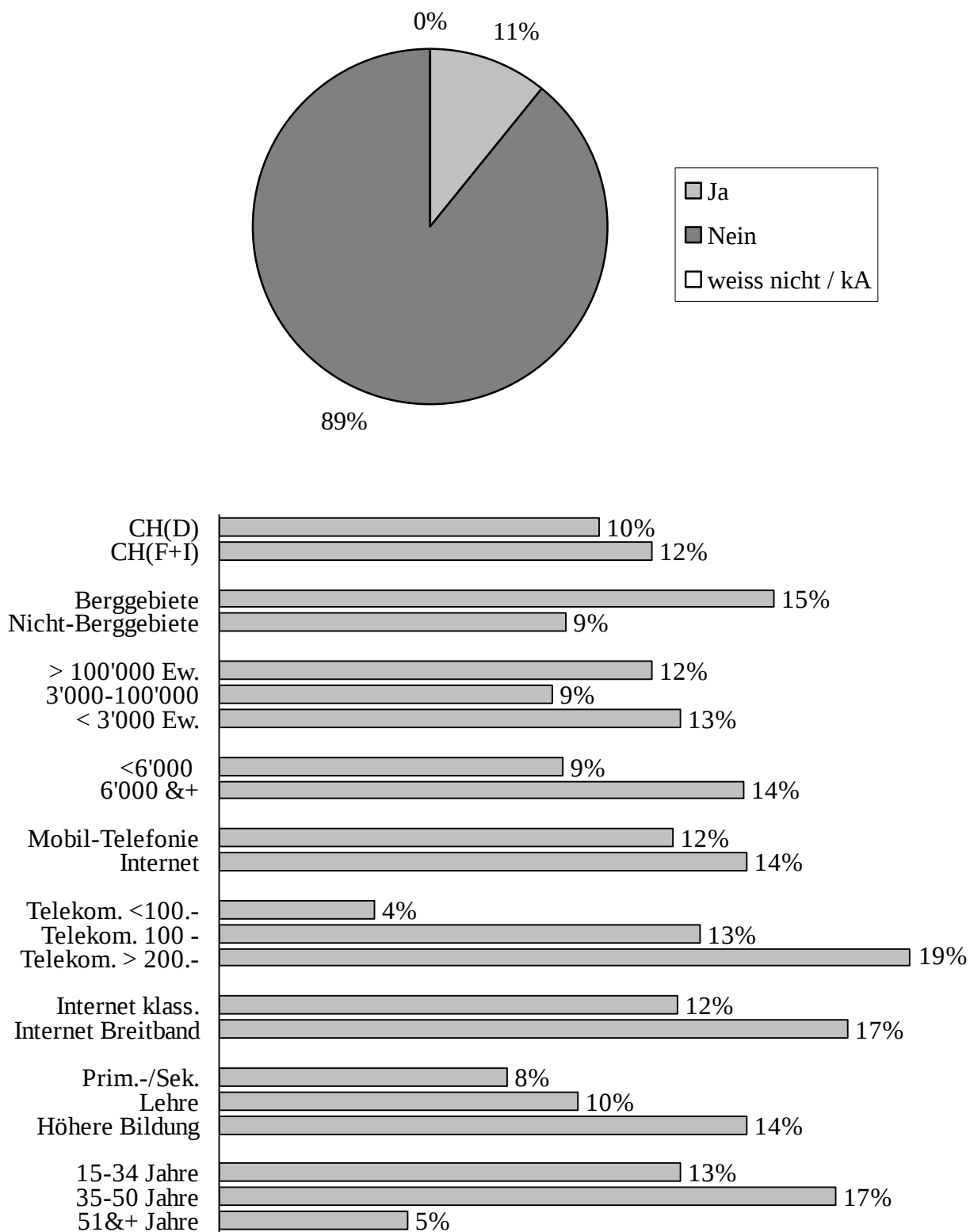
Es zeigt sich (**Graphik 28**), dass die Konsumentenschaft mit der ganzen Bandbreite des möglichen Beschwerde-Managements konfrontiert wurde.

Besonders zufrieden ist man in finanzstärkeren Haushalten, das Gegenteil trifft auf Befragte mit hohen Telekommunikations-Ausgaben zu. Keine Unterschiede bestehen zwischen Berg- und Nicht-Berggebieten.

Graphik 27

Beschwert in den letzten 12 Monaten ?

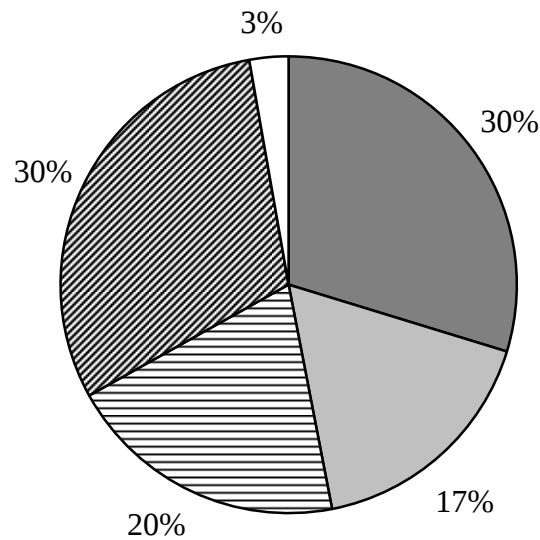
[Basis: 1005 Befragte]



Graphik 28

Zufriedenheit mit Beschwerdemanagement

[Basis: 108 Befragte, die sich in den letzten 12 Monaten beschwerten]



■ Sehr zufrieden	■ Eher zufrieden	■ Eher nicht zufrieden
▨ Überhaupt nicht zufrieden	□ Weiss nicht / kA	

7. GRUNDVERSORGUNG

7.1 Bekanntheit der Grundversorgerin

"Die Grundversorgung beinhaltet Basisdienste (Anschluss, Telefonkabinen, Zugang zu Notfalldiensten). Damit die ganze Bevölkerung Zugang zur Grundversorgung hat, vergibt die Eidgenossenschaft an ein Unternehmen den Auftrag, diese zur Verfügung zu stellen.

Wissen Sie welches Unternehmen heute die Grundversorgung garantiert?"

Abschliessend wurde in dieser Befragung das Thema Grundversorgung angesprochen. Ungestützt wurde nachgefragt, welches Unternehmen die Grundversorgung der Basisdienste garantiert.

Entweder wusste die befragte Person, dass es sich dabei um die Swisscom handelt (48% der Befragten), oder aber man wusste nicht, wer dies sein könnte (45%, **Graphik 29**).

Sehr deutliche Unterschiede im Wissen um die Grundversorgungskonzessionärin ergeben sich bezüglich Region wie auch soziodemographischer Merkmale. In der französisch- und italienischsprachigen Schweiz (59%), in Berggebieten (54%), in bildungsfernen Haushalten (64%) und bei Frauen (50%) ist sehr viel weniger bekannt, dass die Swisscom die Grundversorgungskonzession hält, als anderswo.

Ausgesprochen stark spielt auch hier wieder der Graben zwischen bildungsnahen und bildungsfernen Haushalten wie auch zwischen finanzstarken und -schwachen. Eine dritte Trennlinie zeigt sich zwischen intensiven Nutzern von Telekommunikation und Haushalten, in denen das Internet oder das Mobil-Telefon nicht genutzt werden.

7.2 Die Telefonkabine

"Wie häufig benutzen Sie eine öffentliche Telefon-Kabine von der Swisscom?"

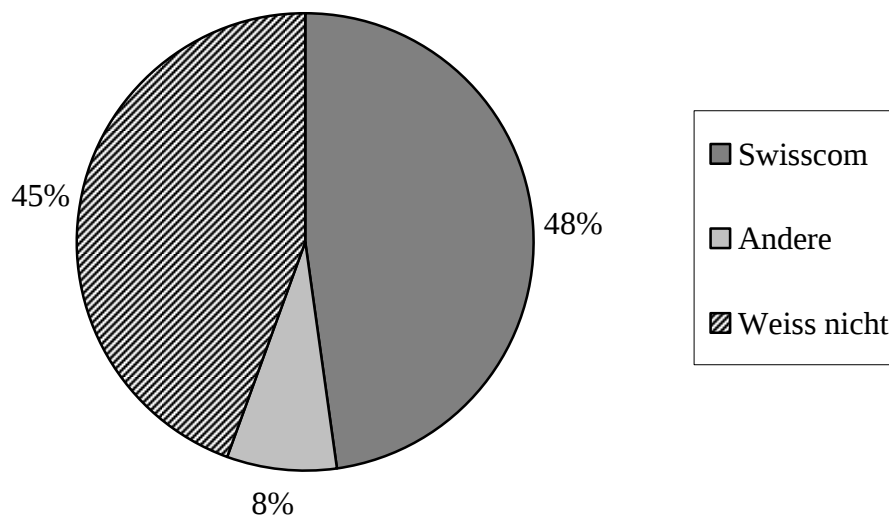
Die öffentliche Telefonkabine, obwohl kaum wegzudenken, wird nicht mehr häufig genutzt (**Graphik 30**). Es lässt sich die These aufstellen, dass die beinahe umfassende Verbreitung des Mobil-Telefons dieses Phänomen erklärt. 57% der Befragten geben in der Folge auch an, dass sie Telefon-Kabinen *nie* benutzen.

Man stellt fest, dass der Wohnort *Berggebiet* eher ein Grund ist, *nie* eine Telefonkabine aufzusuchen (63%) als das Vorhandensein eines Mobiltelefons (59%). Dieser Grundversorgungsdienst wird im Weiteren besonders selten von älteren und bildungsfernen Befragten genutzt. Häufigere Nutzer (in diesem Kontext diejenigen, welche 2 bis 6 Mal pro Jahr eine Telefonkabine benutzen) sind höher Gebildete und – etwas erstaunlich – Nutzer des Internet.

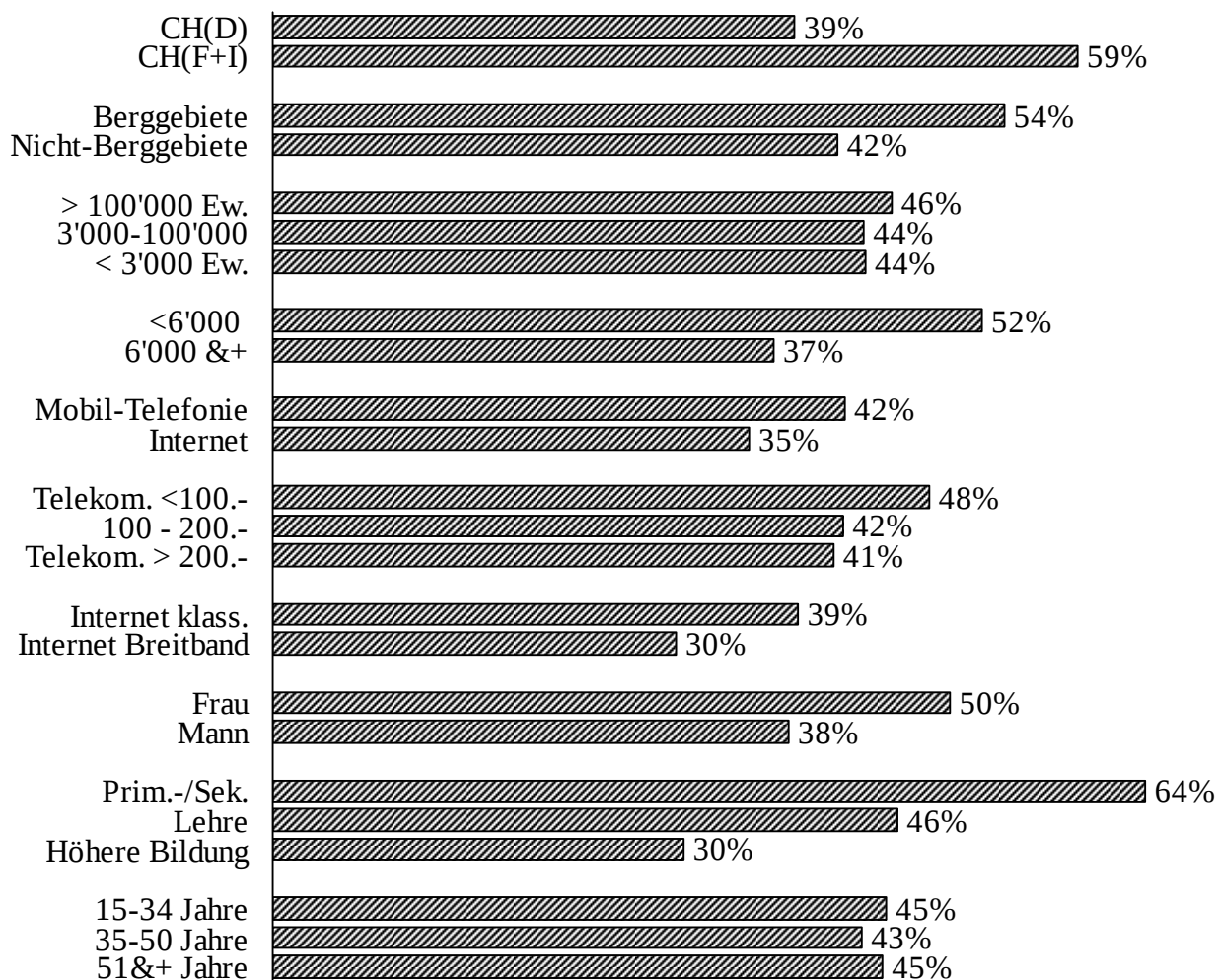
Graphik 29

Bekanntheit Grundversorgungs-Anbieterin

[Basis: 1005 Befragte]



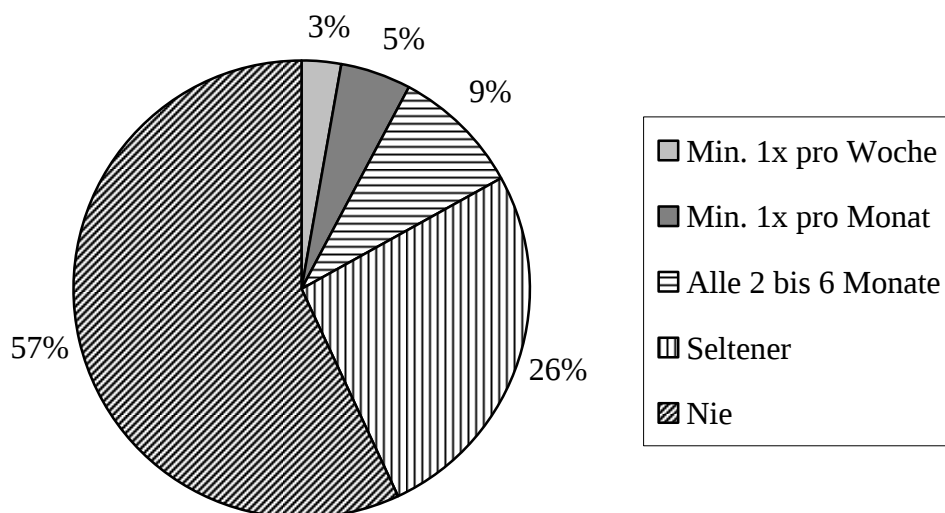
Weiss nicht ...



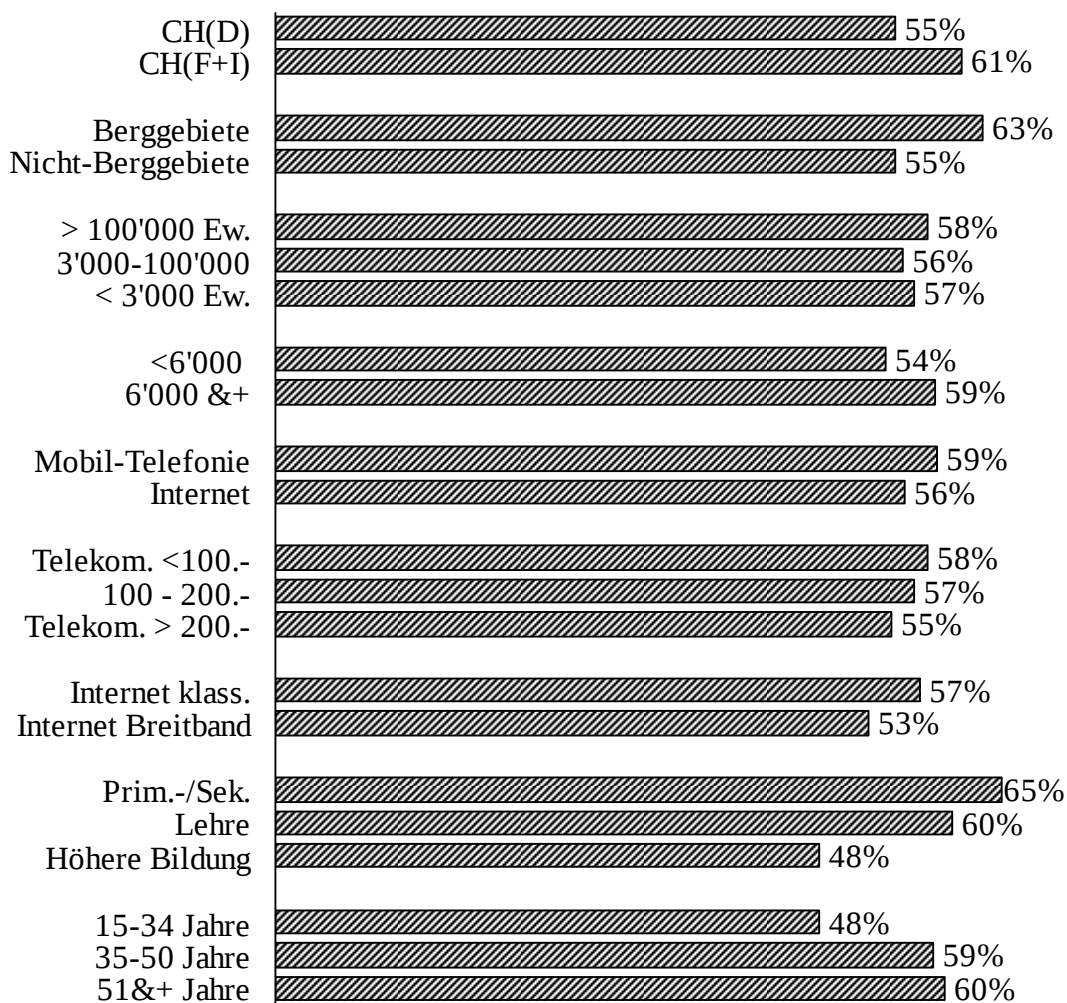
Graphik 30

Nutzungshäufigkeit Telefonkabine

[Basis: 1005 Befragte]



Nie ...



"Um von einem öffentlichen Telefon aus telefonieren zu können, wird eine Basis-Taxe von 50 Rappen erhoben, der Preis für das Gespräch jedoch ist der gleiche wie von einem privaten Festnetz-Anschluss. Wie beurteilen Sie diese Basis-Taxe?"

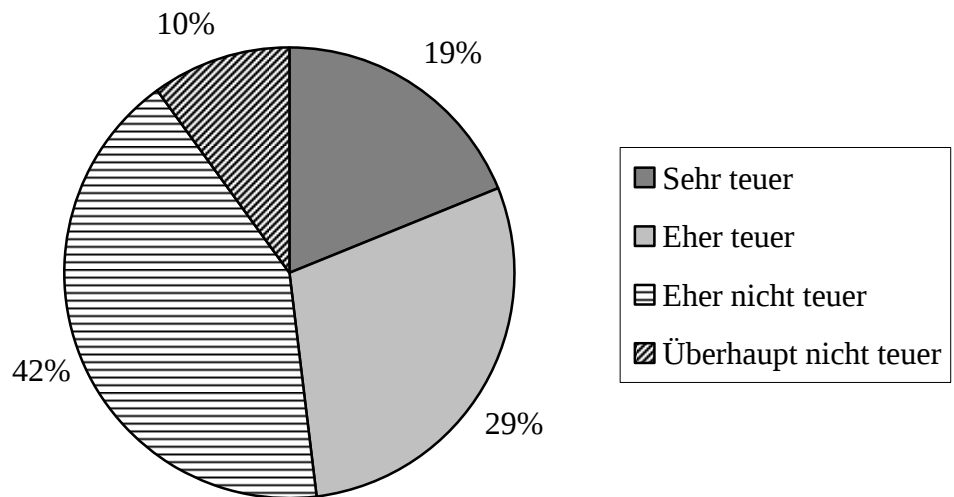
Mit dieser Frage wurde das Interview abgeschlossen. Zu sehen ist in **Graphik 31**, dass die Meinungen der Befragten zu dieser Basis-Taxe von 50 Rappen durchaus breit gestreut sind. 48% beurteilen diese Basis-Taxe als sehr oder eher teuer.

Zunächst ist auffällig, dass in der italienisch- und französischsprachigen Schweiz (60%) im Gegensatz zur übrigen Schweiz (44%) diese 50 Rappen besonders häufig als sehr oder eher teuer gesehen werden. Weiter urteilen Berggebiete (53%) eher negativ als die übrige Schweiz. Haushalte mit hohen Telekommunikations-Ausgaben finden diese auch eher teuer (53%).

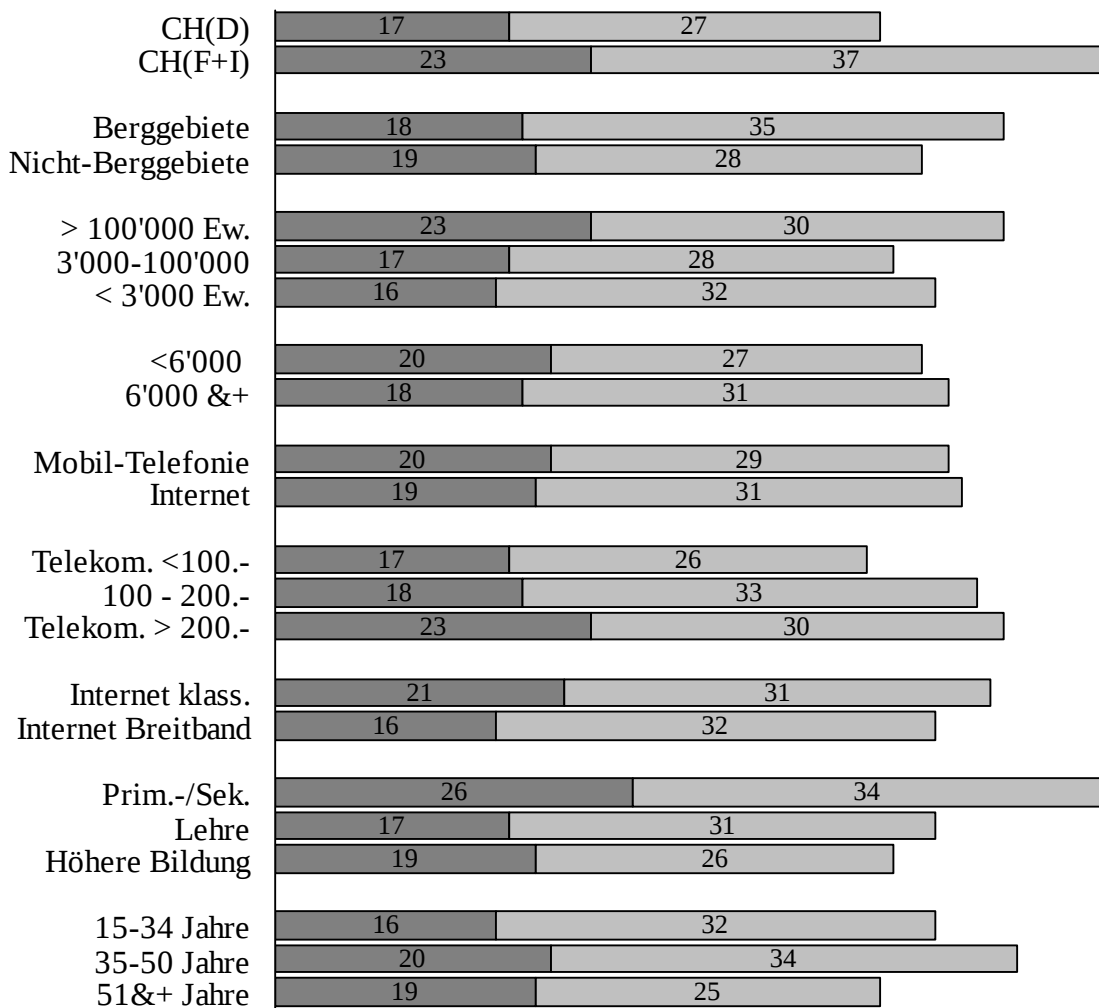
Graphik 31

Preisbeurteilung Basis-Taxe

[Basis: 1005 Befragte]



Teuer ...



8. SCHLUSSFOLGERUNGEN



Die klassische Festnetz-Telefonie wird einerseits bedrängt durch die weit verbreitete Mobil-Telefonie. Die Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten sind aber andererseits nicht bereit, den Festnetz-Anschluss aufzugeben, da der alleinige Gebrauch des Mobil-Telefons weiterhin, auch bei ein Senkung der Gesprächsgebühren von weiteren 25%, zu teuer wäre. Der ISDN-Anschluss findet in Privathaushalten nur bedingt Eingang. Andere technologische Angebote, welche diese beiden klassischen Formen (analoger Anschluss und ISDN) der Festnetz-Telefonie ersetzen könnten, stehen bereit, sind aber zum aktuellen Zeitpunkt noch wenig verbreitet.



Die Verbreitung des Internets in den Haushalten erreicht bald eine Sättigungsgrenze. Diejenigen, welche dieses Medium nicht nutzen, gedenken dies auch weiterhin nicht zu tun, da schlicht das Interesse fehlt. 53% der Haushalte nutzen für den Zugang ins Internet eine Dial-Up-Verbindung via Analog- oder ISDN-Anschluss, 45% verfügen über eine Breitbandverbindung via ADSL oder TV-Kabel.



Die Qualität der angebotenen Telekommunikations-Dienste wie auch die Kommunikations-Gebühren auf Festnetz-Ebene überzeugen die Konsumentinnen und Konsumenten vollauf, auch wenn mitunter das Beschwerdemanagement verbessert werden sollte. Ganz anders präsentiert sich die Situation bei den Gesprächsgebühren für die Verbindungen vom Festnetz ins Mobilnetz, für den klassischen Telefon-Anschluss wie auch bei der Gebühr für den ADSL-Breitband-Anschluss. Diese Dienste werden ganz eindeutig und über alle Nutzergruppen hinweg als entschieden zu teuer empfunden.

Analoge Preisentwicklungen wie in der Festnetz-Telefonie nach der Markt-Öffnung im Jahre 1998 konnten die Konsumentinnen und Konsumenten für diese Dienste bislang nicht wahrnehmen.



In den letzten zwei Jahren ist bezüglich der abgefragten Dienste kaum ein Wechselverhalten zwischen den verschiedenen Anbieterinnen zu beobachten. Die befragten Haushalte wechselten seit Januar 2003 weder die Anbieterin für die Festnetz-Telefonie noch für den Internet-Breitbandanschluss in nennenswerter Häufigkeit. Es liegt die Interpretation nahe, dass nur sehr bedingt Kosten-Anreize zu Gunsten der Konsumentinnen und Konsumenten bestehen, welche diese veranlassen könnten, auf andere Anbieterinnen zurückzugreifen, zumal man gleichzeitig mit der gebotenen Qualität der Dienste sehr zufrieden ist.



Die Differenzierung nach Berggebieten und Nicht-Berggebieten in der Analyse der erhobenen Informationen ergibt kaum signifikante Unterschiede, weder hinsichtlich angegebener Ausrüstungs-Standards auf Haushaltsebene, noch bezüglich subjektiver Werte auf individueller Ebene. Ob ein Haushalt in einem Berggebiet liegt oder nicht, spielt somit kaum eine Rolle hinsichtlich der Verbreitung von Telekommunikations-Diensten und der Beurteilung derselben durch die Konsumentinnen und Konsumenten.

Schon eher lassen sich die Deutschschweizer Haushalte von der übrigen Schweiz unterscheiden. Deutschweizer geben weniger für Telekommunikations-Dienste aus, insbesondere mit dem Mobil-Telefon, würden den Festnetz-Anschluss auch weniger leicht aufgeben, und der ADSL-Anschluss ist weniger verbreitet. Insgesamt zeigen sie sich leicht zurückhaltender bei der Annahme neuer Telekommunikations-Technologien.



Klassische sozio-demographische Merkmale wie Alter, Bildungsniveau und Einkommen bilden starke Trennlinien beim Zugang zu neuen Telekommunikations-Technologien, welche auch nicht einfach durch eine Kostensenkung von Basis-Diensten abgeschwächt werden können. Hier besteht ein gesellschaftspolitisches Problemfeld.



Grundversorgung ist ein eher beiläufiger Anspruch der Konsumentinnen und Konsumenten. Durch wen diese garantiert wird, ist wenig bewusst. Allerdings zeigt das Beispiel Telefonkabine, dass man durchaus bereit ist, eine gewisse Basis-Taxe dafür aufzuwenden.