



# Analyse: Marktstellung UPC Cablecom

17. August 2015

## Inhalt

1	Einleitung.....	3
1.1	Ausgangslage.....	3
1.2	Argumente von UPC.....	3
1.3	Fragestellung.....	4
2	Marktabgrenzung .....	5
2.1	Sachlich relevanter Markt.....	5
2.1.1	Gegenstand der vorliegenden Untersuchung .....	5
2.1.2	Die Marktgegenseite.....	6
2.1.3	Legaldefinition und Kriterien zur Marktabgrenzung.....	6
2.1.4	In Frage kommende Substitute .....	6
2.1.5	Drahtlos terrestrische Verbreitung von Fernsehprogrammen .....	7
2.1.6	Verbreitung von Fernsehprogrammen über Satellit .....	7
2.1.7	TP-Angebote über das Swisscom-Netz .....	8
2.1.8	Angebote über das Glasfasernetz.....	10
2.1.9	TV und Telefonie per Computer über das Internet.....	11
2.1.10	Zwischenfazit zum sachlich relevanten Markt.....	12
2.2	Räumlich relevanter Markt .....	12
2.3	Zwischenfazit zur Marktabgrenzung.....	13
3	Marktstellung von UPC .....	13
3.1	Allgemeine Anmerkungen zur Marktmacht .....	13
3.2	Aktuelle Konkurrenz .....	14
3.3	Potentielle Konkurrenz .....	15
3.4	Die Stellung der Marktgegenseite .....	16
3.5	Zwischenfazit zur Marktstellung von UPC.....	16
4	Wettbewerbssituation.....	18
4.1	Allgemeine Anmerkungen zum wirksamen Wettbewerb .....	18
4.2	Vergleichbare Angebote .....	18
4.3	Ausweichmöglichkeit ohne erheblichen Aufwand .....	18
4.4	Grundgebührenabrechnung über Mietnebenkosten .....	20



4.5	Kundenentwicklung .....	22
4.6	Die zentralen Funktionen des Wettbewerbs .....	23
4.7	Anmerkungen zu Duopolmärkten.....	25
4.8	Zwischenfazit zur Wettbewerbssituation .....	26
5	Alternative Marktabgrenzung – gleiches Ergebnis .....	26
5.1	Gründe für eine abweichende Marktabgrenzung .....	26
5.2	Auswirkungen auf die Beurteilung der Marktstellung von UPC .....	27
5.3	Auswirkungen auf die Beurteilung der Wettbewerbssituation .....	28
5.4	Zwischenfazit zur alternativen Marktabgrenzung .....	28
6	Zusammenfassung und Schlussfolgerungen.....	29
6.1	Markt, Marktteilnehmer und deren Marktstellung.....	29
6.2	Beurteilung des Wettbewerbs .....	29
6.3	Schlussfolgerung .....	30



## 1 Einleitung

### 1.1 Ausgangslage

- (1) Derzeit ist eine einvernehmliche Regelung mit der upc cablecom GmbH („**UPC**“) in Kraft, die am 12.10.2012 abgeschlossen und am 27.6.2014 angepasst wurde. Diese einvernehmliche Regelung läuft mit 31.12.2015 aus.
- (2) Mit Schreiben vom 19.2.2015 hat UPC erklärt, es sei auf den 1.1.2016 eine Preiserhöhung geplant. Nach Auffassung von UPC erscheine die Regulierung der Endkundenpreise angesichts der sich seit Jahren in rasantem Wandel befindlichen Marktverhältnissen fraglich. UPC vertrete daher die Meinung, dass für die Zeit nach Ablauf der geltenden einvernehmlichen Regelung eine Intervention der Preisüberwachung gegenüber der Preisgestaltung von UPC nicht mehr gerechtfertigt werden könne. Vor diesem Hintergrund beantragt UPC die Ausstellung einer „Unbedenklichkeitsbescheinigung“ in Bezug auf die beabsichtigten Preisanpassungen auf den 1.1.2016.
- (3) Mit Schreiben vom 16.3.2015 erklärte der Preisüberwacher („**PUE**“) gegenüber UPC, dass er die Unbedenklichkeit der geplanten Preiserhöhung vorerst nicht bestätigen könne, dass er aber die Eingriffsvoraussetzungen einer vertieften Prüfung unterziehen werde.

### 1.2 Argumente von UPC

- (4) UPC nennt als Hauptursachen für die Dynamisierung der Marktentwicklungen einerseits die Entwicklung der Kundenzahlen beim digitalen Fernsehen bei Swisscom und Sunrise, und andererseits die flächendeckende Digitalisierung der Fernsehhaushalte. Letztere führt UPC zurück auf die Aufhebung der Grundverschlüsselung und der in diesem Zusammenhang eingeführten begleitenden Massnahmen, wie z.B. der kostenfreien Abgabe eines digital-analog-Wandlers.
- (5) UPC weist darauf hin, dass mit Wirkung zum 1.6.2013 die Pflicht zur analogen Verbreitung von Must Carry Programmen grundsätzlich aufgehoben wurde, da diese Programme von der „überwiegenden Mehrheit“<sup>1</sup> digital empfangen werden. Insgesamt nutze nur noch eine Minderheit von Fernsehkunden den Kabelanschluss für den analogen Programmempfang und dies mit abnehmender Tendenz. Dementsprechend hätten viele Kabelnetzbetreiber die analoge Programmverbreitung bereits heute eingestellt. UPC habe bereits begonnen, die analoge Programmverbreitung nach und nach einzustellen, und werde diesen Prozess bis Mitte 2015 abschliessen.
- (6) Für die Beurteilung der Marktmacht und der Marktabgrenzung sei, so das Vorbringen von UPC, die Frage massgeblich, ob die digitalen Fernsehangebote als Substitut zum analogen Kabelfernsehangebot angesehen werden müssen. Dies sei in der Vergangenheit stets verneint worden, wobei die letzte behördliche Marktabgrenzung im Gutachten der Wettbewerbskommission („**WEKO**“) vom 25.10.2004 vorgenommen worden sei. Da dieses Gutachten aus einer Zeit vor der Markteinführung von Swisscom TV stamme, könne für die Beurteilung der heutigen Marktstellung von UPC nicht auf die darin gezogenen Schlüsse abgestellt werden. Ausserdem habe die WEKO in diesem Gutachten festgehalten, dass für den Fall einer zukünftigen „flächendeckenden Einführung eines TV-Angebots durch Swisscom“ eine Neubeurteilung der sachlichen Marktabgrenzung vorgenommen werden müsse. Dieser Fall sei mittlerweile eingetroffen.

---

<sup>1</sup> Vgl. Art. 54 Abs. 1<sup>bis</sup> der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV).



- (7) Die WEKO habe im Jahr 2002 angenommen, dass „nahezu sämtliche Fernsehzuschauer (94%) über [Koaxial]Kabelnetz zu erreichen sind, und davon die überwiegende Mehrheit (91%) auch tatsächlich über [Koaxial]Kabelnetz fern sieht“. Heute seien ungefähr 99% der Fernsehzuschauer auch über das Swisscom-Netz erreichbar und knapp 1,2 Mio. Zuschauer sähen tatsächlich über das Swisscom-Netz fern, was über einem Drittel aller Fernsehzuschauer in der Schweiz entspreche.
- (8) Die vom Bundesgericht im Jahr 2004 festgehaltenen Kriterien für die Substitutionsbeziehung von Alternativen zum Kabelfernsehempfang aus Endkundensicht – (i) die Einfachheit der Verbindung bzw. der Bedienung, (ii) die konstante Bild- und Tonqualität und (iii) die Verfügbarkeit eines Kundendienstes – würden heute erfüllt. Ausserdem zeigten der Markterfolg von Swisscom TV sowie der erfolgreiche Markteintritt von Sunrise, dass der Fernsehempfang über das Kabel und das Swisscom-Netz aus Sicht der Endkunden austauschbar seien.
- (9) Seit Abschluss der einvernehmlichen Regelung im Oktober 2012 habe IPTV in beträchtlichem Umfang an Marktanteilen gewonnen, während bei UPC die Kunden im TV-Bereich in dieser Zeitperiode rückläufig gewesen seien. Die Entwicklungen der Kundenzahlen im Fernsehbereich im letzten Jahr zeigten, dass UPC einem grossen Wettbewerbsdruck ausgesetzt sei. Das Angebot von UPC sei zwischenzeitig angepasst worden, um den – in Folge der dynamischen Marktentwicklungen eintretenden – stetig wechselnden Gegebenheiten gerecht werden zu können. Entsprechend biete UPC seit November 2012 ein kostenloses Grundangebot im digitalen Fernsehbereich an. Dieser Schritt sei erfolgt einerseits mit Blick auf die erforderliche Reduzierung des analogen Fernsehangebots, um für die stetig wachsende Internetnutzung ausreichend Netzkapazitäten zur Verfügung stellen zu können, und andererseits, um den negativen Entwicklungen bezüglich der Anzahl Haushalte mit Kabelanschluss entgegen zu wirken.
- (10) Swisscom habe nur einen Monat später mit der Lancierung des kostenlosen Fernsehangebots Swisscom TV light reagiert. Zuletzt habe sich UPC zu weiteren deutlichen Produktverbesserungen gezwungen gesehen, die dann in der Anpassung der einvernehmlichen Regelung per 1.1.2015 resultiert hätten.
- (11) Mit der Übernahme von Orange durch ein Unternehmen von Xavier Niel, der für seine „aggressive Triple Play Strategie“ bekannt sei, sei davon auszugehen, dass auch Orange ein digitales Fernsehprodukt auf den Markt bringen werde.
- (12) Schliesslich sei zu erwarten, dass die Bedeutung von sog. „*over the Top*“ Anbietern, wie Zattoo, Apple, Teleboy etc., weiter zunehmen werde. Hier seien mittlerweile eine Reihe gut funktionierender Angebote am Markt erhältlich, bei denen auch lineares Fernsehen bezogen werden könne.
- (13) Zusammenfassend zeige sich, dass UPC über keine Marktmacht i.S. von Art. 2 PüG verfüge. Die Preise für Kabelanschlüsse seien folglich das Ergebnis wirksamen Wettbewerbs. Folglich bestehe für eine Regulierung durch den PUE nach Ablauf der laufenden einvernehmlichen Regelung weder ein wirtschaftlicher Bedarf noch eine gesetzliche Grundlage.

### 1.3 Fragestellung

- (14) Im Hinblick auf die geplante Preiserhöhung von UPC und der Zusage des PUE zur Prüfung der Eingriffsvoraussetzungen, dient die vorliegende Analyse der Beurteilung, ob im vorliegenden Fall eine Intervention des PUE geboten ist. Eine Intervention des PUE ist dann geboten, wenn ein Unternehmen, das vom Geltungsbereich des Preisüberwachungsgesetzes („**PüG**“)



erfasst ist, Preise missbräuchlich erhöht oder beibehält (Art. 9f PüG). Es stellt sich somit einerseits die Frage, ob UPC vom persönlichen Geltungsbereich des PüG erfasst ist.<sup>2</sup> Weiter ist gegebenenfalls zu prüfen, ob die geplante Preiserhöhung missbräuchlich i.S. des PüG ist.

- (15) Der persönliche Geltungsbereich des PüG umfasst gemäss Art. 2 PüG Wettbewerbsabreden i.S. des Kartellgesetzes („**KG**“) und marktmächtige Unternehmen. Da im vorliegenden Fall keine Indizien für Wettbewerbsabreden vorliegen, ist zu untersuchen, ob UPC ein marktmächtiges Unternehmen ist. Um festzustellen, ob UPC über Marktmacht verfügt, ist zunächst der relevante Markt abzugrenzen und danach die Stellung von UPC auf dem betreffenden Markt zu analysieren. In einem weiteren Schritt wird die Frage erörtert, ob wirksamer Wettbewerb i.S. des Art. 12 PüG vorliegt. Zuletzt werden die Ergebnisse zusammengefasst und die Schlussfolgerungen daraus gezogen.

## 2 Marktabgrenzung

### 2.1 Sachlich relevanter Markt

#### 2.1.1 Gegenstand der vorliegenden Untersuchung

- (16) In der derzeit laufenden einvernehmlichen Regelung mit UPC vom 12.10.2012 (angepasst am 27.6.2014) wurde der „Abonnementspreis für den Kabelanschluss“ sowie das im Abonnementspreis inbegriffene Grundangebot an Radio/TV-, Internet- und Telefondiensten vereinbart. Gegenstand der vorangegangenen einvernehmlichen Regelungen waren jeweils die „Kabelfernsehgebühren“. In der Vergangenheit zielte die preisüberwachungsrechtliche Intervention stets auf die Regulierung des Fernsehgrundangebots von UPC ab. Dieses wurde von den Konsumenten mit der Gebühr für den Kabelanschluss abgegolten. Begründet wurde der regulatorische Eingriff durch den PUE denn auch damit, dass es zum Kabelfernsehangebot kein Substitut im preisüberwachungsrechtlichen Sinn gibt, und die Kabelfernsehbetreiber daher jeweils über ein Gebietsmonopol verfügten.<sup>3</sup>
- (17) Mit der Kabelanschlussgebühr war und ist neben dem Fernsehgrundangebot auch das Radiogrundangebot abgegolten. Seit der einvernehmlichen Regelung vom 12.10.2012 war auch eine Breitbandinternetverbindung mit einer Übertragungsrate von 2'000 Kbit/s in dem Grundangebot enthalten. Aufgrund der Anpassung der vorerwähnten einvernehmlichen Regelung am 27.6.2014 ist ausserdem ein Telefonanschluss („**FN-Telefonie**“) im Grundangebot enthalten, sodass mittlerweile Basisangebote in den Bereichen Radio/TV, Telefon und Internet (jedes einzeln ein „**Dienst**“, gemeinsam „**Triple Play**“ oder „**TP**“) durch das Grundangebot abgedeckt sind.<sup>4</sup> Ein reines Radio/Fernsehangebot führt UPC nicht mehr in seinem Portfolio. Gegenstand der vorliegenden Untersuchung ist somit der Kabelanschluss von UPC, der ein Grundangebot für Radio/Fernsehen, Telefon und Internet (nachfolgend „**UPC-Grundangebot**“) umfasst. Dabei ist zu beachten, dass das UPC-Grundangebot für viele Kunden nur als Zugang zur Infrastruktur in Kombination mit Zusatzangeboten von UPC verwendet wird. Insofern spielen die verfügbaren Zusatzangebote bei der Wahl der Infrastruktur natürlich auch eine wichtige Rolle.

<sup>2</sup> Die Erfassung der gegenständlichen Waren und Dienstleistungen vom sachlichen Geltungsbereich des PüG ist unstrittig und offensichtlich gegeben, weshalb dieser hier nicht näher erörtert wird.

<sup>3</sup> Positionspapier des PUE zur Konsultation der WEKO vom 22.9.2004.

<sup>4</sup> Von UPC wird der Anschluss auch unter dem Titel „Digitales Basisangebot“ beworben, vgl. <https://www.upc-cablecom.ch/de/tools/digitales-basisangebot/?prodIds=-5000300#tv> (7.5.2015).



## 2.1.2 Die Marktgegenseite

- (18) Die unmittelbaren Abnehmer der Abonnemente für den Kabelanschluss von UPC sind entweder die Mieter oder die Wohnungs- bzw. Hauseigentümer selbst („**Kunden**“) oder die Hausverwaltungen von Miethäusern. Letztere nutzen aber den Kabelanschluss nicht selbst, sondern überlassen diesen den Mietern, und die Anschlussgebühren werden auf die Mieter überwält. Insofern fungieren die Hausverwaltungen nur als Intermediäre. Das UPC-Grundangebot ist daher auf die spezifischen Präferenzen und Bedürfnissen der Mieter ausgerichtet. Es liegt somit ein Fall einer abgeleiteten Nachfrage vor, weshalb der sachlich relevante Markt nach Massgabe der Präferenzen der Endkunden abgegrenzt werden muss.<sup>5</sup>
- (19) Die Frage, wie sich die besondere Konstellation mit den Hausverwaltungen als Intermediäre auf die Marktlage auswirkt, wird weiter unten im Zusammenhang mit der Wettbewerbssituation erörtert.

## 2.1.3 Legaldefinition und Kriterien zur Marktabgrenzung

- (20) Der sachliche Markt umfasst alle Waren oder Leistungen, die von der Marktgegenseite hinsichtlich ihrer Eigenschaften und ihres vorgesehenen Verwendungszwecks als substituierbar angesehen werden (analog Art. 11 Abs. 3 lit. a Verordnung über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen, VKU). Gemäss diesem sog. Bedarfsmarktkonzept gehören somit Produkte mit
- denselben Eigenschaften und
  - demselben Verwendungszweck

zum selben sachlich relevanten Markt, wobei für die Beurteilung der Austauschbarkeit stets die Sicht der Marktgegenseite ausschlaggebend ist. Ausgangspunkt der Abgrenzung des sachlich relevanten Marktes ist im vorliegenden Fall somit die Frage, mit welchen Produkten das UPC-Grundangebot aus Sicht der Konsumenten austauschbar ist.

## 2.1.4 In Frage kommende Substitute

- (21) Wie bereits erwähnt, besteht der Gegenstand der vorliegenden Untersuchung in einem TP-Angebot. Es handelt sich somit um eine Kombination aus dem Angebot einer Infrastruktur gekoppelt mit drei Diensten. Als Substitute kommen daher primär Produkte von Unternehmen mit einer Infrastruktur in Frage, die ebenfalls über ein TP-Angebot verfügen, das hinsichtlich Ausgestaltung und Qualität mit den TP-Angeboten von UPC vergleichbar ist.
- (22) Als Substitut für das UPC-Grundangebot kommt daher primär der Anschluss über Telefonkabel (kupferbasiertes Telefonnetz) der Swisscom (Schweiz) AG („**Swisscom**“) in Frage. Über diese Infrastruktur kann man neben einem Telefonanschluss auch Internet und Radio/TV beziehen. Neben Swisscom bietet derzeit auch Sunrise diese Dienste über das Swisscom-Kupferkabel an. Aufgrund der Pflicht von Swisscom, der Konkurrenz den Zugang zum Breitband-Anschluss auf seinen Kupferkabeln zu gewähren,<sup>6</sup> könnten theoretisch weitere Anbieter hinzukommen. Die Substitutseigenschaft dieser Infrastruktur wird daher im Folgenden näher erörtert, ebenso wie die Verbreitung von TP-Angeboten über die Glasfasernetze, die das herkömmliche Kupferkabel nach und nach ersetzen werden.
- (23) Neben diesen TP-Angeboten gibt es aber auch Anbieter, die Produkte anbieten, die einzelne, aber nicht alle Dienste enthalten. Hierzu gehören TV-Übertragungstechnologien, wie die

<sup>5</sup> REINERT/BLOCH in AMSTUTZ/REINERT, Basler Kommentar zum Kartellgesetz, Art. 4 Abs. 2, N 172ff m.w.N.

<sup>6</sup> Vgl. insbesondere Art. 11 FMG.



drahtlos terrestrische Übertragung und Satellit, über die man nur TV empfangen kann. Es gibt aber auch vereinzelte Glasfaser-Anbieter, die nur einzelne Dienste anbieten. Für jene Kunden, die nicht alle TP-Dienste nutzen, könnten solche Angebote insoweit als Substitut in Frage kommen, als diese im Wohngebiet der betreffenden Kunden die jeweils gewünschten Dienste anbieten. Daher wird im Folgenden auch geprüft, inwiefern solche Angebote tatsächlich die Gleichwertigkeit aufweisen, die für die Qualifikation als Substitut erforderlich ist. Zuletzt wird auch geprüft, ob andere Formen der Fernsehübertragung, wie drahtlose Breitband-Technologien (wie UMTS), W-Lan oder Streaming-Angebote, als Substitute in Frage kommen.

### 2.1.5 Drahtlos terrestrische Verbreitung von Fernsehprogrammen

- (24) In der Schweiz ist die analoge terrestrische Fernsehverbreitung seit Februar 2009 abgeschaltet. Seit 2003 ist eine landesweite und flächendeckende digital drahtlos terrestrische Verbreitung („**DVB-T**“) mit 4 bis 5 Programmen in Betrieb. Das DVB-T-Netz wird von der Swisscom Broadcast AG im Auftrag der SRG SSR idée suisse betrieben. Nebst dem SRG-Netz sind in der Schweiz noch drei regionale Netze in Betrieb: Im Oberwallis bietet die Valaiscom AG über ihr eigenes regionales DVB-T-Netz ca. 36 Programme an. Im Kanton Graubünden versorgt die TeleRätia AG ihre Kundschaft über ihre DVB-T-Infrastruktur mit insgesamt 20 Fernsehprogrammen.<sup>7</sup> Das Genfer Regionalfernsehen Léman bleu strahlt sein Signal über ein eigenes DVB-T-Netz in der Agglomeration Genf aus.<sup>8</sup>
- (25) Diese Abdeckung entspricht dem Ziel von DVB-T, namentlich der terrestrischen Verbreitung von Schweizer TV-Programmen: Dabei werden die SRG-Programme der Region und jeweils das erste Programm der beiden anderen Sprachregionen verbreitet. Dies ist der Auftrag des Bundesrates an die SRG, um die Grundversorgung der Schweiz mit Fernsehprogrammen sicherzustellen. Ein weiterer Ausbau ist zurzeit nicht geplant.<sup>9</sup>
- (26) Da im Grossteil der Schweiz mittels der DVB-T-Technologie nur vereinzelte Sender zu empfangen sind, kann DVB-T kein Substitut zur Verbreitung von TV über Kabelnetz darstellen. Die erweiterte Abdeckung in den vorerwähnten Gebieten (Oberwallis, Engadin, Agglomeration Genf) hat aufgrund des sehr beschränkten geographischen Umfangs keinen nennenswerten Einfluss auf das wettbewerbliche Verhalten von UPC.
- (27) Diese Auffassung entspricht jener der WEKO.<sup>10</sup> Die damals angeführten Argumente in Bezug auf DVB-T haben auch heute noch Geltung, da sich die diesbezüglichen tatsächlichen Verhältnisse nicht bzw. nicht in relevantem Ausmass geändert haben.

### 2.1.6 Verbreitung von Fernsehprogrammen über Satellit

- (28) Die Verbreitung von TV über Satellit und die Verbreitung über das Kabelnetz unterscheiden sich in vielfacher Hinsicht. Es bestehen zunächst technische Unterschiede: Je nach Lage der Liegenschaft ist der Satelliten-Empfang technisch unmöglich oder stark eingeschränkt. Ausserdem kommen auf den Fernsehkonsumenten, der über Satellit empfängt, diverse technische Herausforderungen bei der Installation und Wartung zu, die der technisch durchschnittlich versierte Kunde nicht auf sich nehmen möchte. So muss der Parabolspiegel von Zeit zu Zeit neu ausgerichtet, gewartet und gereinigt werden, Frequenzänderungen oder Veränderungen der Kanalbelegungen müssen selbst vorgenommen werden, und der Konsument trägt

<sup>7</sup> Bedürfnisanalyse DVB-T des BAKOM vom 23.3.2010, S. 4, abrufbar auf <http://www.bakom.admin.ch/dokumentation/gesetzgebung/00909/03336/index.html?lang=de> (14.4.2015).

<sup>8</sup> Vgl. [http://www.bakom.admin.ch/themen/radio\\_tv/marktuebersicht/tv\\_lokal\\_regional/index.html?lang=fr&OID=53](http://www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/marktuebersicht/tv_lokal_regional/index.html?lang=fr&OID=53) (14.4.2015).

<sup>9</sup> So die Ausführungen der SRG SSR auf [http://broadcast.ch/faq\\_dvbt.aspx](http://broadcast.ch/faq_dvbt.aspx) (14.4.2015).

<sup>10</sup> Gutachten der WEKO vom 25.10.2004, 581-0003 Cablecom, Rz. 20.



darüber hinaus die Risiken einer Neuanschaffung, wenn die Anlage aufgrund technischen Fortschritts überholt ist.

- (29) Hinzu kommen mietrechtliche Hindernisse, da die Installation eines Parabolspiegels gemäss Art. 260a OR das Einverständnis des Vermieters voraussetzt. Zum Teil bestehen auch mietvertragliche Beschränkungen für die Nutzung von Satellitenempfang. Ausserdem bestehen auch baurechtliche Einschränkungen, denn Kantone können gemäss Art. 67 RTVG in bestimmten Gebieten und unter bestimmten Voraussetzungen zum Zwecke des Orts- und Landschaftsschutzes das Errichten von Aussenantennen verbieten.
- (30) Zu all dem kommen finanzielle Hürden bei der Einrichtung des Satellitenempfangs hinzu. Während der Kabelnetzanschluss in über 90% der Haushalte bereits besteht, muss ein Fernsehkonsument, der auf den Satellitenempfang wechseln will, verschiedene Investitionen tätigen. Die Einrichtung des Satellitenempfangs erfordert die Anschaffung eines Parabolspiegels, einer Set-Top-Box und Kabel, einer Sat-Access-Karte sowie die Installation der entsprechenden Infrastruktur.
- (31) Es entspricht der konstanten und vom Bundesgericht bestätigten Praxis des Preisüberwachers und der WEKO, die Verbreitung von Fernsehprogrammen über Satelliten nicht als Substitut zum Empfang über das Kabelnetz zu zählen.<sup>11</sup> An den bisher dafür herangezogenen Gründen hat sich nichts bzw. nichts Wesentliches geändert.

#### 2.1.7 TP-Angebote über das Swisscom-Netz

- (32) Swisscom und Sunrise bieten über das kupferbasierte Telekommunikationsnetz von Swisscom („**Telefonkabel**“ oder „**Kupferkabel**“) TP-Angebote an, bei welchen neben FN-Telefonie und Internet auch Fernseh- und Radioprogramme mittels IP-Technologie (sog. „**IPTV**“) empfangen werden können.
- (33) Mit IPTV werden nachfolgend Fernseh- und auch Radiodienste bezeichnet, die einem geschlossenen und registrierten Benutzerkreis über IP-Netze (zum Beispiel Internet) zur Verfügung gestellt werden. IPTV kann nur mit der – in der Regel durch den Provider gelieferten – Set-Top-Box und mit einem Breitbandanschluss des IPTV-Anbieters genutzt werden. IPTV-Dienste werden mit einer definierten Qualität angeboten und sind für die Nutzung auf dem Fernseher bestimmt. Die IPTV-Set-Top-Box beinhaltet alle Elemente für die Decodierung der vom Provider angebotenen Fernseh- und Radioprogramme. Die Bedienung und Steuerung erfolgt über die Fernbedienung. Zur Nutzung sind keine Computerkenntnisse erforderlich. Mit der IPTV-Set-Top-Box können Programme des Providers und Lieferanten der Set-Top-Box abgerufen werden. Eine beliebige Auswahl aus dem Internet ist nicht möglich. In der Regel stehen hier ein grosses Angebot an Live-Kanälen – also viele Fernsehstationen – und eine Auswahl an «On Demand»-Filmen zur Verfügung. Die Programme werden in Fernsehqualität gesendet. IPTV-Angebote richten sich immer an einen bestimmten Nutzungskreis, den Abonnenten.<sup>12</sup> IPTV ist zu unterscheiden von „Internetfernsehen“ oder „Web-TV“.<sup>13</sup>
- (34) Zur Austauschbarkeit der telefonkabelbasierten TP-Angebote und dem UPC-Grundangebot ist Folgendes anzumerken:

<sup>11</sup> Vgl. z.B. Jahresbericht 2001 des Preisüberwachers in RPW 2001/5, 863; RPW 2003/2, 426; RPW 2002/4, 574; RPW 1999/4, 640; RPW 1999/2, 210; BGer 2A.306/2003 (14.6.2004), Erw. 5.7; BGer 2A 142/2003 (15.9.2003), Erw. 4.2.2; Gutachten der WEKO vom 25.10.2004, 581-0003 Cablecom, Rz. 22ff.

<sup>12</sup> Informationsbroschüre von SRG SSR vom April 2014, abrufbar auf <http://broadcast.ch/portal.aspx?pid=261> (14.4.2015), S. 1.

<sup>13</sup> Siehe dazu unten Punkt 2.1.9.



- (35) Wie bereits weiter oben festgehalten wurde, sind die Eigenschaften eines Produktes für die Zuordnung zum Markt nur insoweit relevant, als diese aus Sicht der Marktgegenseite wesentlich, also für die Produktwahl ausschlaggebend sind. Vor diesem Hintergrund ist grundsätzlich davon auszugehen, dass es für die Marktabgrenzung auf die Technologie nicht ankommt, soweit die Angebote gleichwertig sind. Das heisst, dass es egal ist, ob das TP-Angebot über eine Kupferleitung oder ein Koaxialkabel (oder Glasfaser etc.) angeboten wird, wenn die jeweiligen Dienste eine vergleichbare Qualität aufweisen (Technologieneutralität der Kunden).
- (36) Sowohl FN-Telefonie als auch die Internet-Angebote von Swisscom weisen eine mit den entsprechenden Diensten von UPC vergleichbare Qualität auf. Zwischen IPTV und Kabelfernsehen bestehen jedoch Unterschiede. Es ist daher zu untersuchen, ob diese Unterschiede die Substituierbarkeit aus Sicht der Kunden ausschliessen.
- (37) Ein Unterschied liegt darin, dass sich die Kupferkabel des Telekommunikationsnetzes der Swisscom – im Gegensatz zu den Koaxialkabeln der Kabelfernsehanbieter (Kabelnetz) – nur für die Übertragung von digitalen, nicht aber von analogen Fernsehsignalen eignen. Für den Empfang der digitalen Programme ist im Falle von IPTV der Swisscom und Sunrise in jedem Fall ein separates Empfangsgerät (Set-Top-Box) nötig. Im Kabelnetz benötigen nur ältere TV-Geräte ohne integrierten digitalen Empfänger des DVB-C-Standards einen separaten digital-analog-Wandler (Set-Top-Box). Während früher der Erhalt und das Einrichten der Set-Top-Box regelmässig mit einem finanziellen und einem gewissen technischen Aufwand verbunden waren, können TV-Geräte mit DVB-C-Empfänger das analoge und digitale Fernsehgrundangebot ohne Zusatzgerät über das Kabelnetz empfangen. Dies im Unterschied zu IPTV, das, wie erwähnt, zur Nutzung immer eine Set-Top-Box bedingt.
- (38) Bei der Einführung von IPTV durch Swisscom („**Swisscom-TV**“) konnte man sicherlich noch davon reden, dass Swisscom-TV in der Einführungsphase war, in der die Kunden das Produkt noch nicht als mit dem bewährten Produkt austauschbar ansehen.<sup>14</sup> Der Kundenzuwachs von Swisscom-TV seit dessen Einführung und der heutige Verbreitungsgrad legen aber die Vermutung nahe, dass diese Einführungsphase mittlerweile überwunden ist.
- (39) Die Bildqualität von Swisscom-TV ist heute in der Regel mit jener von Kabelfernsehen praktisch identisch. Die multiple Nutzung der Leitung, also wenn mehrere Geräte (TV, Internet) gleichzeitig in Betrieb sind, kann sowohl beim Empfang über Koaxialkabel als auch über das Kupferkabel unter bestimmten Voraussetzungen negative Auswirkungen auf die Bezugsqualität haben. Im Falle von IPTV (Kupferkabel) sind sowohl TV als auch Internetdienste betroffen. Im Falle der Kabelnetz (Koaxialkabel) reduziert sich in erster Linie die verfügbare Bandbreite des Internetzugangs, wenn mehrere Nutzer des gleichen Haushalts oder auch der umliegenden Liegenschaften den Internetzugang beanspruchen.
- (40) Allerdings besteht insofern ein Unterschied zwischen Kabelfernsehen und IPTV, als bei Kabelfernsehen eine unbegrenzte Anzahl Geräte (DVB-C) einsetzbar sind, ohne dass zusätzliche Kosten anfallen, während bei IPTV jedes zusätzliche Gerät zusätzliche Kosten verursacht. Die Entwicklung der Kundenzahlen von Swisscom und Sunrise zeigen aber, dass dies aus Sicht der Kunden in der Regel die gegenseitige Substituierbarkeit nicht ausschliesst.
- (41) Swisscom hat im November 2006 ihr TV-Angebot unter dem Namen „Bluewin-TV“ lanciert. Swisscom steigerte seither stetig die Kundenzahlen von Swisscom-TV. Die folgende Tabelle veranschaulicht die Entwicklung der Kundenzahlen von Swisscom-TV:<sup>15</sup>

<sup>14</sup> Vgl. WEKO-Gutachten, Rz. 33.

<sup>15</sup> Swisscom TV Factsheet vom 19.9.2012, S. 2, abrufbar auf <https://www.swisscom.ch/de/about/medien/dossiers/swisscom-tv.html> (15.5.2015).



Jahr	TV-Kundenzahl per Ende Jahr
2006	20'000
2008	118'000
2010	421'000
2012	728'000
2014	1'165'000

- (42) Sunrise stieg 2012 in das Geschäft mit digitalem Fernsehen ein und hatte Ende 2013 71'300 und per Ende 2014 107'100 Fernsehkunden.<sup>16</sup>
- (43) Heute kann in fast allen Haushalten Fernsehen über das Swisscom-Netz empfangen werden. Über 1,2 Mio. Zuschauer sehen über das Swisscom-Netz fern, was über einem Drittel aller Fernsehzuschauer entspricht.<sup>17</sup> Diese Zahlen belegen eindrücklich, dass für die Kunden die Fernsehangebote über das Swisscom-Netz mit jenen von UPC, und damit auch die TP-Angebote austauschbar sind.
- (44) Anzumerken ist, dass eine Minderheit der Kunden sowohl das TV-Angebot von UPC als auch jenes von Swisscom nutzt. Es stellt sich daher die Frage, ob die beiden Angebote allenfalls nicht als Substitute, sondern als Komplemente zu betrachten sind. Dagegen spricht jedoch nicht nur der Umstand, dass Zweck und Eigenschaften im Wesentlichen übereinstimmen, sondern auch, dass sich die Mehrheit der TV-Kunden für eines der beiden Angebote entscheidet und die Angebote für die Mehrheit der Kunden somit Substitute darstellen. Die gleichzeitige Nutzung beider Angebote kann unterschiedliche Gründe haben. So kann es beispielsweise sein, dass einige Kunden bestimmte Swisscom-TV-Angebote nutzen wollen, mit der Beibehaltung von Kabelfernsehen aber sicherstellen wollen, dass sie mehrere Fernseh- oder Internetgeräte zugleich ohne erhebliche Qualitätseinbußen bedienen können. Es ist aber auch möglich, dass bei einigen Kunden der Wettbewerbsvorteil von UPC aufgrund der Gebührenabrechnung über die Mietnebenkosten<sup>18</sup> zum Tragen kommt. Insgesamt handelt es sich in diesen Fällen aber um eine Kundenminderheit mit besonderen Kundenpräferenzen. Dies spricht daher nicht dagegen, dass die TV-Angebote von UPC und Swisscom als Substitute zu qualifizieren sind.

### 2.1.8 Angebote über das Glasfasernetz

- (45) Mit den TP-Angeboten über das Glasfasernetz verhält es sich ähnlich, wie mit dem Bezug über das herkömmliche, kupferbasierte Telefonkabel. Da Glasfaser über mehr Bandbreiten

<sup>16</sup> Financial KPI's 2014 von Sunrise vom 26.3.2015, abrufbar unter „Factsheet“ auf [http://corporate.sunrise.ch/ir/reports-and-presentations/rep-2014.aspx?sc\\_lang=de-DE](http://corporate.sunrise.ch/ir/reports-and-presentations/rep-2014.aspx?sc_lang=de-DE) (15.5.2015).

<sup>17</sup> Ende 2013 gab es rund 3,54 Mio. Haushalte in der Schweiz, von denen ca. 94% über ein Fernsehgerät verfügten, vgl. die Statistik zu den Privathaushalten des Bundesamtes für Statistik, abrufbar auf [http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/01/01/new/nip\\_detail.html?gnplD=2014-090](http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/01/01/new/nip_detail.html?gnplD=2014-090) (15.5.2015) und Statistik des Bundesamtes für Statistik BFS zur IKT-Ausstattung der Schweizer Haushalte, abrufbar auf [http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/04/key/approche\\_globale.indicator.30103.301.html?open=308](http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/04/key/approche_globale.indicator.30103.301.html?open=308) (11.5.2015).

<sup>18</sup> Siehe dazu unten Punkt 4.4.



verfügt, als die herkömmlichen Medien, stellt die Umstellung auf Glasfaser im Vergleich sowohl zum Kupferdraht als auch zum Koaxialkabel eine Verbesserung für alle Dienste dar. Somit stellen die Angebote über das Glasfasernetz Substitute zum UPC-Grundangebot dar.

- (46) Anzumerken ist, dass es im Glasfaserbereich Anbieter gibt, die anstatt oder neben einem gebündelten TP-Angebot einzelne Dienste anbieten („**Einzeldienstangebote**“). Diese Einzeldienstangebote stellen nur für jene Kunden eine Ausweichmöglichkeit dar, die nur die jeweiligen Dienste in Anspruch nehmen. Alle drei Dienste sind in der Schweiz jedoch stark verbreitet. Das verbreitetste Gerät der Informations- und Kommunikationstechnologie („**IKT**“) aller Schweizer Haushalte nach dem Mobiltelefon ist das Fernsehgerät: Im Jahr 2012 verfügten 94% der Haushalte über ein Fernsehgerät.<sup>19</sup> Im Jahr 2014 verfügten 91% der privaten Haushalte über einen Internetanschluss.<sup>20</sup> Die überwiegende Mehrheit davon (86% der Haushalte) hatten einen Hochgeschwindigkeitsanschluss.<sup>21</sup> Ende 2013 zählte die Schweiz 35 Festnetzanschlüsse pro 100 Einwohner.<sup>22</sup> Bei einer durchschnittlichen Haushaltsgrosse von 2,25 Personen,<sup>23</sup> entspricht das etwa 78,75% der Haushalte. Mit einer räumlichen Verbreitung des Glasfasernetzes von circa 26 % der Haushalte<sup>24</sup> kommen die Glasfaser-Einzeldienstangebote zum aktuellen Zeitpunkt auch aufgrund der beschränkten örtlichen Verfügbarkeit nur für einen kleinen Kundenkreis als Substitut in Frage.

### 2.1.9 TV und Telefonie per Computer über das Internet

- (47) Andere, in früheren Analysen berücksichtigte Formen der Fernsehübertragung, wie drahtlose Breitband-Technologien (wie UMTS), W-Lan oder Streaming-Angebote gehören zum sogenannten „Internetfernsehen“ oder „Web-TV“. Diese Begriffe stehen für Fernseh- und Videoangebote, die im offenen Internet betrieben und von jedem Internetnutzer genutzt werden können. Die Nutzung erfolgt auf dem Computer. Für die Wiedergabe auf grossen TV-Bildschirmen genügt die Qualität des Internetfernsehens in der Regel nicht. Eine Service-Qualität ist nicht garantiert.<sup>25</sup>
- (48) Auch die Telefonie über das Internet (z.B. Skype) ist hinsichtlich Verfügbarkeit und Qualität nicht mit der FN-Telefonie im Sinne von Art. 15 Abs. 1 lit. a der Verordnung über Fernmeldedienste („**FDV**“) zu vergleichen. Beim Telefonieren über das Internet werden – im Gegensatz zur FN-Telefonie – auf den Leitungen keine Übertragungskapazitäten für die Übermittlung reserviert, sodass die FN-Qualität (garantierte Sprachübertragung in Echtzeit) nicht garantiert werden kann.
- (49) Anzumerken ist auch, dass diese Formen von Fernsehübertragung und Telefonie nicht über eine vom Anbieter kontrollierte Infrastruktur verbreitet werden. Es handelt sich somit um Sekundärdienstleistungen (Dienste-Ebene), weshalb diese Formen der Fernsehübertragung und Telefonie auch aus diesem Grund nicht mit dem UPC-Grundangebot (Infrastrukturebene) vergleichbar sind.

<sup>19</sup> Statistik des Bundesamtes für Statistik BFS zur IKT-Ausstattung der Schweizer Haushalte, abrufbar auf [http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/04/key/approche\\_globale.indicator.30103.301.html?open=308](http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/04/key/approche_globale.indicator.30103.301.html?open=308) (11.5.2015).

<sup>20</sup> Statistik des Bundesamtes für Statistik BFS, abrufbar auf <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/03/key/ind16.indicator.30109.160204.html> (20.4.2015).

<sup>21</sup> Statistik des Bundesamtes für Statistik BFS, abrufbar auf <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/03/key/ind16.indicator.30109.160204.html> (11.5.2015).

<sup>22</sup> Statistik des Bundesamtes für Statistik BFS zur IKT-Ausstattung der Schweizer Haushalte, abrufbar auf [http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/04/key/approche\\_globale.indicator.30101.301.html?open=1#1](http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/04/key/approche_globale.indicator.30101.301.html?open=1#1) (11.5.2015).

<sup>23</sup> Statistik des Bundesamtes für Statistik BFS zur Haushaltsgrosse per 31.12.2013, abrufbar auf <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/01/04/blank/key/01/05.html> (17.8.2015).

<sup>24</sup> Tätigkeitsbericht der ComCom 2014, S. 13.

<sup>25</sup> Informationsbroschüre von SRG SSR vom April 2014, abrufbar auf <http://broadcast.ch/portal.aspx?pid=261> (14.4.2015), S. 1.



### 2.1.10 Zwischenfazit zum sachlich relevanten Markt

- (50) Die obigen Ausführungen zeigen, dass aufgrund der mangelnden Gleichwertigkeit weder die drahtlos terrestrische Verbreitung von TV noch der Empfang via Satellit Substitute zu dem im UPC-Grundangebot enthaltenen TV-Angebot darstellen. DVB-T und Satellit sind daher nicht demselben Markt zuzuordnen.
- (51) Demgegenüber stellen sowohl die TP-Angebote über das Telefonkabel als auch jene über das Glasfasernetz entsprechende Substitutionsformen dar. Diese Angebote sind daher demselben Markt, wie das UPC-Grundangebot zuzurechnen. Dass manche TP-Angebote im Vergleich zum UPC-Grundangebot qualifiziert sind (schnelleres Internet, mehr TV-Sender, günstigere Telefonie-Konditionen etc.), kann der Substitutionsfähigkeit dieser Angebote nicht schaden.<sup>26</sup>
- (52) Die Glasfaser-Einzeldienstangebote kommen – im Hinblick auf die grosse Verbreitung der drei Dienste (TV: 94%, Internet: 91%, FN-Telefonie: 78,75% der Haushalte) und die beschränkte örtliche Verfügbarkeit (26%) – nur für einen sehr kleinen, und damit nicht preisbestimmungsrelevanten Kundenkreis als Substitut in Frage.
- (53) Ob man diese Einzeldienstangebote zum sachlich relevanten Markt dazurechnen möchte, oder ob man sie als Kundenpräferenz einer vernachlässigbar kleinen Kundengruppe ansieht, ist daher für die vorliegende Analyse nicht ausschlaggebend. Rechnet man diese Angebote zum vorliegend relevanten Markt nicht hinzu, so ist deren (wenn auch geringfügiger) Einfluss im Rahmen der Prüfung der wettbewerblichen Einflüsse marktfremder Angebote zu berücksichtigen.<sup>27</sup>
- (54) Der vorliegend sachlich relevante Markt umfasst somit die Angebote von Unternehmen („**Anbieter**“), die über eine Infrastruktur verfügen,<sup>28</sup> die es den Anbietern ermöglicht, die drei Dienste in einer Ausgestaltung und Qualität, die mit dem UPC-Grundangebot vergleichbar sind, anzubieten. Da die erforderliche Qualität zum heutigen Zeitpunkt nur über das Koaxialkabel, das Kupferkabel oder das Glasfasernetz garantiert werden kann, entspricht die Markt-abgrenzung de facto den leitungsgebundenen Angeboten der drei Dienste („**TP-Anschluss-Markt**“).

### 2.2 Räumlich relevanter Markt

- (55) Der räumlich relevante Markt umfasst das Gebiet, in welchem die Marktgegenseite die den sachlichen Markt umfassenden Waren oder Leistungen nachfragt oder anbietet (Art. 11 Abs. 3 lit. b VKU). Zu prüfen ist daher, wo die Konsumenten die TP-Angebote nachfragen.
- (56) Die Dienste werden jeweils am Wohnort der Kunden nachgefragt. UPC bietet seine Produkte und Dienstleistungen naturgemäss nur in den von UPC abgedeckten Gebieten an. Ein Konsument, der in einem Gebiet lebt, das von UPC nicht abgedeckt ist, hat somit gar keine Möglichkeit, UPC als Anbieter zu wählen. Es ist daher sinnlos, die Marktstellung von UPC in Gebieten zu analysieren, in denen UPC gar nicht tätig ist. Daher ist der räumlich relevante Markt vorliegend auf die von UPC abgedeckten Gebiete („**Versorgungsgebiet von UPC**“) zu beschränken.<sup>29</sup>

<sup>26</sup> Gegenseitige Austauschbarkeit ist nicht erforderlich, siehe dazu: REINERT/BLOCH in AMSTUTZ/REINERT, Basler Kommentar zum Kartellgesetz, Art. 4 Abs. 2, Rz. 104.

<sup>27</sup> Vgl. Rz. (127)ff.

<sup>28</sup> Dabei ist es irrelevant, wer der Eigentümer der Infrastruktur ist. Es kommt nur darauf an, welches Unternehmen die Dienste dem Endkunden anbietet.

<sup>29</sup> Die Beschränkung dieses Gebiets auf die Schweizer Grenzen ergibt sich dadurch automatisch.



## 2.3 Zwischenfazit zur Marktabgrenzung

- (57) Aufgrund der Ergebnisse einerseits zum sachlichen und andererseits zum räumlichen Markt ist der vorliegend relevante Markt abzugrenzen auf die Angebote von Diensten über Koaxialkabel-, Kupferkabel-, und Glasfasernetze in dem von UPC abgedeckten Gebiet.

## 3 Marktstellung von UPC

### 3.1 Allgemeine Anmerkungen zur Marktmacht

- (58) Der Begriff der Marktmacht im PÜG ist grundsätzlich mit jenem im KG gleichzusetzen.<sup>30</sup> Nach kartellrechtlichem Verständnis sind Marktmacht und Marktbeherrschung nicht gleichbedeutend. In der Botschaft zum KG wird klargestellt, dass Marktbeherrschung eine qualifizierte Form der Marktmacht darstellt.<sup>31</sup> Daraus folgt, dass Marktmacht eine geringere Form der Marktbeherrschung ist. Nach Ansicht der WEKO übt Marktmacht aus, „*wer über massgeblichen Markteinfluss verfügt*“, wobei ein Unternehmen einen Markt massgeblich beeinflusst, „*wenn es ihn mehr als normal beeinflusst*.“<sup>32</sup> In der Lehre wird Marktmacht als Zustand umschrieben, bei dem ein Unternehmen dem Wettbewerb in ungenügender Masse ausgesetzt ist, ohne sich deswegen auf dem Markt unabhängig verhalten zu können.<sup>33</sup>
- (59) Das Bundesverwaltungsgericht hat ausdrücklich festgehalten, dass die preisüberwachungsrechtlichen Interventionschwellen wesentlich tiefer angesetzt sind, als jene der WEKO in Bezug auf marktbeherrschende Unternehmen, indem ganz allgemein und einzelvertragsunabhängig Preise amtlich überprüft werden können, sofern nicht Sonderregelungen dem entgegen stehen.<sup>34</sup> Dementsprechend hat der Gesetzgeber die Marktmacht als Schwelle zur Verfahrenseinleitung bewusst gewählt, um die Schwelle zur Verfahrenseinleitung niedriger zu halten, als die Schwelle für den Verbotstatbestand des Missbrauchs.<sup>35</sup>
- (60) Nach der Rechtsprechung der Rekurskommission ist es zur Verfahrenseinleitung ausreichend, wenn „Anzeichen von Marktmacht“ vorliegen.<sup>36</sup> Die WEKO selbst verzichtet in ihren Entscheiden zu missbräuchlichen Verhaltensweisen i.d.R. gänzlich auf den separaten Nachweis der Marktmacht. Sie begründet dies damit, dass wenn die marktbeherrschende Stellung bejaht wird, damit auch die Marktmacht festgestellt ist. Umgekehrt sei die Prüfung der Marktmacht obsolet, wenn die marktbeherrschende Stellung verneint und das Verfahren eingestellt wird.<sup>37</sup>
- (61) Entsprechend der Praxis der WEKO wird im Folgenden die Marktstellung anhand der aktuellen und potentiellen Konkurrenz sowie der Stellung der Marktgegenseite geprüft.<sup>38</sup>

<sup>30</sup> RPW 2004/4, 1279 Rz. 9; RPW 2005/4, 719 Rz. 13 m.w.H.; LANZ in COTTIER/OESCH, Allgemeines Aussenwirtschafts- und Binnenmarktrecht<sup>2</sup>, Band XI, S. 798 Rz. 25 m.w.H.

<sup>31</sup> Botschaft zum Kartellgesetz 1994, 547f.

<sup>32</sup> RPW 2001, 98 N. 20.

<sup>33</sup> SCHMIDHAUSER in HOMBURGER/SCHMIDHAUSER/HOFFET/DUCREY, Kommentar zum schweizerischen Kartellrecht, Art. 4 Rz. 74.

<sup>34</sup> BVGer B-2050/2007, Erw. 11.3.3 (24.2.2010).

<sup>35</sup> LEHNE in AMSTUTZ/REINERT, Basler Kommentar zum Kartellgesetz, Art. 2, N. 35.

<sup>36</sup> RPW 2002, 664; RPW 2004, 214f.

<sup>37</sup> RPW 2008, 548.

<sup>38</sup> RPW 2004/4, 1288 Rz. 53ff.



### 3.2 Aktuelle Konkurrenz

- (62) Die aktuelle Konkurrenz geht von all jenen Angeboten aus, die zum vorliegend relevanten Markt gehören, namentlich den Angeboten von Diensten über Koaxialkabel-, Kupferkabel-, und Glasfasernetze in dem von UPC abgedeckten Gebiet. Zur Beurteilung der Marktmacht ist der relative Marktanteil besonders relevant. Ausgedrückt wird damit der Abstand zum wichtigsten Konkurrenten. Vorliegend interessiert somit die Anzahl UPC-Kunden im Verhältnis zur Anzahl Swisscom-TV-Kunden.
- (63) Im Jahr 2014 waren [REDACTED] [mehr als 50%] der UPC-Anschlüsse und schweizweit ein grösserer Anteil Swisscom-Anschlüsse als UPC-Anschlüsse ([REDACTED]) in Betrieb. Es ist davon auszugehen, dass fast jeder Haushalt einen Kabel- und einen Swisscom-Anschluss hat. Es liegen hingegen keine Hinweise dafür vor, dass die Swisscom im Versorgungsgebiet von UPC weniger Kundenzuwachs bzw. mehr Kundenabgänge hat, als in den Versorgungsgebieten anderer Kabelnetzanbieter. Der schweizweite Anteil der abonnierten Swisscom-Anschlüsse ([REDACTED]) dürfte daher in etwa dem Anteil innerhalb des Versorgungsgebiets von UPC entsprechen. Es ist daher davon auszugehen, dass die Swisscom im Versorgungsgebiet von UPC mehr aktive Anschlüsse hat, als UPC.
- (64) Auch in den Bereichen Internet und FN-Telefonie verfügt Swisscom jeweils über mehr Kunden als UPC, und zwar sowohl schweizweit als auch innerhalb des Versorgungsgebiets von UPC. Nur im Bereich der TV-Nutzung hat UPC mehr Kunden als Swisscom. Allerdings sind gerade in diesem Bereich in den letzten Jahren die grössten Marktanteilsverschiebungen zu verzeichnen und zwar zu Gunsten von Swisscom. Bezüglich der detaillierten Beschreibung der Entwicklungen im Fernsehbereich ist auf die obigen Ausführungen zu verweisen.<sup>39</sup> Swisscom hat im Wesentlichen die Kundenzahl in diesem Bereich seit 2006 von Null auf über 1,2 Mio. gesteigert. Im Versorgungsgebiet von UPC hat Swisscom etwas mehr als halb so viele Kunden, wie UPC.<sup>40</sup> Schweizweit scheint die Swisscom auch im TV-Bereich zur grössten Anbieterin zu werden.<sup>41</sup> Per Ende des ersten Quartals 2015 hatte aber UPC mit 1'370'200<sup>42</sup> immer noch mehr TV-Kunden, als die Swisscom mit 1'201'000<sup>43</sup> Swisscom-TV-Kunden.
- (65) Die Swisscom ist somit die Marktführerin auf dem TP-Anschluss-Markt und damit die stärkste Konkurrentin von UPC. Die Swisscom beschäftigt über 20'000 Mitarbeiter und erzielte 2014 einen Umsatz von CHF 11,703 Mrd. Swisscom hatte Ende 2014 insgesamt rund 2'778'000 Festnetzanschlüsse.<sup>44</sup> UPC als grösster Kabelnetzbetreiber hat über 1'500 Mitarbeiter und erzielte 2014 einen Umsatz von CHF 330,9 Mio. Ende 2014 verfügte UPC über 1'387'100 abonnierte Kabelanschlüsse.<sup>45</sup> Damit ist Swisscom sowohl hinsichtlich des Umsatzes als auch des Kundenstocks stärker als UPC.
- (66) Daneben bestehen ausserdem kleinere Anbieter, wie insbesondere Sunrise und lokale Glasfaseranbieter, wie Quickline oder Netplus.

<sup>39</sup> Siehe Punkt 2.1.7.

<sup>40</sup> Schreiben der Swisscom vom 17.8.2015, S. 7.

<sup>41</sup> Vgl. den Artikel vom 5.8.2015 im Blick online „UPC Cablecom laufen die TV-Kunden davon“, abrufbar auf <http://www.blick.ch/news/wirtschaft/schon-wieder-17300-weniger-upc-cablecom-laufen-die-tv-kunden-davon-id4042614.html> (12.8.2015).

<sup>42</sup> Unternehmenszahlen, abrufbar auf <http://www.upc-cablecom.ch/de/about/ueber-uns/unternehmen/zahlen/> (11.8.2015).

<sup>43</sup> Quartalsbericht der Swisscom 1. Quartalsergebnis „Zwischenbericht Januar - März 2015“, Facts & Figures, S. 2, abrufbar auf <https://www.swisscom.ch/de/about/investoren/finanzkalender/erstes-quartalsergebnis-2015.html> (11.8.2015).

<sup>44</sup> Kennzahlen 2014 der Swisscom, abrufbar auf <https://www.swisscom.ch/de/about/investoren/resultate/kennzahlen.html> (11.8.2015). Da der Bezug von Internet und SC-TV einen Festnetzanschluss voraussetzt, stellt die Anzahl der FN-Anschlüsse das Pendant zur Anzahl der aktiven Kabelanschlüsse von UPC dar.

<sup>45</sup> Unternehmenszahlen von UPC, abrufbar auf <http://www.upc-cablecom.ch/de/about/ueber-uns/unternehmen/zahlen/> (11.8.2015).



### 3.3 Potentielle Konkurrenz

- (67) Die WEKO hat in ihrem Gutachten vom 25.10.2004 festgestellt, dass das Ein- und Austreten in den dort definierten sachlich relevanten Markt durch zunehmende Skalenerträge und „sunk costs“ beim Aufbau eines „konkurrenzfähigen Kabelnetzes“ erschwert werde.<sup>46</sup> Allerdings beschränkte sich der dort definierte sachlich relevante Markt auf die Verbreitung von Fernsehprogrammen über Kabelnetze.<sup>47</sup> Wie oben dargelegt, ist aber heute von einem weiteren Markt auszugehen, namentlich von einem Markt für Angebote von Diensten über Koaxialkabel-, Kupferkabel-, und Glasfasernetze in dem von UPC abgedeckten Gebiet. Die Swisscom unterliegt bezüglich ihres Kupferkabels der Verpflichtung zur Gewährung des Netzzugangs auf transparente und nichtdiskriminierende Weise zu kostenorientierten Preisen.<sup>48</sup> Auch im Bereich des Glasfasernetzwerks wurde im Rahmen der eingesetzten Arbeitsgruppen eine Einigung zwischen den Akteuren erzielt, so dass der Zugang zur Glasfaser für alternative Anbieter grundsätzlich gewährleistet ist.<sup>49</sup> Insofern sollte der Wettbewerb nicht durch erschwerte Zugangsbedingungen gehemmt sein.
- (68) In Bezug auf die Zukunft führt UPC an, dass von weiteren Marktanteilsgewinnen von Swisscom und Sunrise zulasten der Kabelnetzbetreiber auszugehen sei.<sup>50</sup> Ausserdem sei zu erwarten, dass auch Orange in absehbarer Zukunft ein digitales Fernsehprodukt an den Markt bringen und damit in den TP-Anschluss-Markt einsteigen werde.
- (69) Die aktuelle Konkurrenz, die (neben Swisscom) von Unternehmen ausgeht, die ihre Dienste per optischen Glasfaserverbindungen anbieten, ist noch relativ beschränkt. Im Juni 2014 hatte die Schweiz bei den Hochgeschwindigkeitsinternetverbindungen einen Anteil an abonnierten und genutzten optischen Glasfaserverbindungen (Fiberoptikanschlüsse) von 9%.<sup>51</sup> Die räumliche Verbreitung des Glasfasernetzes liegt heute bei etwa 26 %, d.h. dass in etwa 26% aller Häuser in der Schweiz bis mindestens in den Keller Glasfaseranschlüsse zur Verfügung stehen, wobei zunächst vorwiegend die grösseren Städte erschlossen werden.<sup>52</sup>
- (70) Es ist aber von einer erheblichen potentiellen Konkurrenz durch das Glasfaserangebot auszugehen, und zwar aus folgenden Gründen:
- (71) Der Bedarf an Bandbreite wird in Zukunft voraussichtlich stark zunehmen. Der Ausbau der Kommunikationsinfrastruktur wird diesem Bedürfnis Rechnung tragen. Es ist absehbar, dass zur Befriedigung der gesellschaftlichen Ansprüche in Zukunft Bandbreiten nötig sein werden, die nur erbracht werden können, wenn die Glasfasernetze nahe an die Anschlüsse herangeführt werden. Es ist daher davon auszugehen, dass sowohl die bestehenden Kupferanschlussnetze als auch die Koaxialkabelnetze nach und nach durch Glasfaseranschlussnetze ersetzt werden. Zudem runden die in Entstehung begriffenen Glasfaseranschlussnetze von neu in den Markt eintretenden Firmen oder Kooperationen das Bild hinsichtlich des Glasfaserausbaus ab. Von diesen neuen Mitbewerbern geht denn auch bereits heute ein Konkurrenzdruck auf die Betreiberfirmen bisheriger Netze aus, auch wenn sich erst noch zeigen muss,

<sup>46</sup> WEKO-Gutachten vom 25.10.2004, Punkt III.3.

<sup>47</sup> WEKO-Gutachten vom 25.10.2004, Punkt II.1.4.

<sup>48</sup> Art. 11 FMG.

<sup>49</sup> Siehe die diesbezüglichen Ausführungen des Bundesamtes für Kommunikation BAKOM, abrufbar auf <http://www.bakom.admin.ch/themen/technologie/01397/03044/index.html?lang=de> (18.5.2015); Hierzu ist allerdings anzumerken, dass sich diese Vereinbarung nur auf die Gewährleistung der KG-Konformität beim Netzzugang bezieht. Eine detaillierte Festlegung der Zugangsbedingungen, insbesondere der Zugangspreise, ist jedoch noch ausstehend. Die technologieneutrale Ausgestaltung des FMG ist bisher nicht umgesetzt.

<sup>50</sup> Schreiben von UPC vom 19.2.2015, S. 6.

<sup>51</sup> Statistik des Bundesamtes für Statistik BFS per Juni 2014, abrufbar auf [http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/04/key/approche\\_globale.indicator.30107.301.html?open=332#332](http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/04/key/approche_globale.indicator.30107.301.html?open=332#332) (18.5.2015).

<sup>52</sup> Tätigkeitsbericht der ComCom 2014, S. 13.



wie sich die verschiedenen Initiativen und Projekte langfristig positionieren und am Markt etablieren können.<sup>53</sup>

- (72) Dementsprechend wird der Glasfaserausbau seit etwa 2008 mit hoher Dynamik vorangetrieben mit dem Ziel der vollständigen Abdeckung.<sup>54</sup> Die Investitionsbereitschaft in der Schweiz erscheint im internationalen Vergleich als hoch. Als Grund dafür nennt das Bundesamt für Kommunikation BAKOM insbesondere den Wettbewerb, der in der Schweiz zwischen den verschiedenen Infrastrukturen bestehe. Dabei spielten insbesondere die Kabelnetzbetreiberinnen, die Betreiberinnen von Glasfaseranschlussnetzen, die Mobilfunkanbieterinnen sowie die Betreiberin des bestehenden Kupferanschlussnetzes eine wichtige Rolle.<sup>55</sup> Ein weiterer Faktor, der den potentiellen Wettbewerb verstärkt, ist, dass das „unbundling“ beim Glasfasernetz technisch einfacher und weniger aufwändig ist, als beim Kupferdraht.<sup>56</sup>

### 3.4 Die Stellung der Marktgegenseite

- (73) Die Stellung der Marktgegenseite gibt Aufschluss über die Verhandlungsmacht allfälliger Abnehmer. Die Marktgegenseite besteht, wie weiter oben bereits erwähnt,<sup>57</sup> aus den Endkunden selbst (also den Mietern oder Wohnungs- bzw. Hauseigentümern) und den Hausverwaltungen von Miethäusern. Die atomistische Struktur der Endkunden und die heterogene Struktur der Hausverwaltungen erschwert die Bildung einer starken Verhandlungsmacht. Hinzu kommt, dass die Hausverwaltungen die Kosten auf die Mieter abwälzen können, sodass diese kein gesteigertes Interesse daran haben, Preiserhöhungen zu verhindern oder sich zusammen zu schliessen, um UPC als wirkungsvolle Gegenmacht gegenüber zu treten.

### 3.5 Zwischenfazit zur Marktstellung von UPC

- (74) Ende 2014 hatte UPC 1'387'100 Kunden und erzielte 2014 einen Gesamtumsatz von CHF 1'294 Mio.<sup>58</sup> Innert der letzten fünf Jahre hat UPC rund 100 von 220 unabhängigen regionalen Kabelnetzen übernommen und so seine Stellung als grösster Kabelnetzanbieter weiter ausgebaut.<sup>59</sup> Da die Kabelnetzbetreiber jeweils über ein räumliches Monopol verfügen, stehen sie nicht miteinander im Wettbewerb.

---

<sup>53</sup> Evaluation zum Fernmeldemarkt – Ergänzungsbericht vom 28.3.2012, Punkt 4.2.2.5, S. 28-29, abrufbar auf [http://www.bakom.admin.ch/suchen/index.html?lang=de&keywords=schweizerische+fernmeldemarkt+im+internationalen+vergleich&search\\_mode=AND&from\\_day=&from\\_month=&from\\_year=&to\\_day=&to\\_month=&to\\_year=&column=&dokumenttyp=&site\\_mode=intern&nsb\\_mode=yes#volltextsuche](http://www.bakom.admin.ch/suchen/index.html?lang=de&keywords=schweizerische+fernmeldemarkt+im+internationalen+vergleich&search_mode=AND&from_day=&from_month=&from_year=&to_day=&to_month=&to_year=&column=&dokumenttyp=&site_mode=intern&nsb_mode=yes#volltextsuche) (20.5.2015).

<sup>54</sup> Ausführungen des Bundesamtes für Kommunikation BAKOM, abrufbar auf <http://www.bakom.admin.ch/dokumentation/medieninformationen/00471/index.html?lang=de&msg-id=43030> (18.5.2015).

<sup>55</sup> Evaluation zum Fernmeldemarkt – Ergänzungsbericht vom 28.3.2012, Punkt 3.2.2.1, S. 24, abrufbar auf [http://www.bakom.admin.ch/suchen/index.html?lang=de&keywords=schweizerische+fernmeldemarkt+im+internationalen+vergleich&search\\_mode=AND&from\\_day=&from\\_month=&from\\_year=&to\\_day=&to\\_month=&to\\_year=&column=&dokumenttyp=&site\\_mode=intern&nsb\\_mode=yes#volltextsuche](http://www.bakom.admin.ch/suchen/index.html?lang=de&keywords=schweizerische+fernmeldemarkt+im+internationalen+vergleich&search_mode=AND&from_day=&from_month=&from_year=&to_day=&to_month=&to_year=&column=&dokumenttyp=&site_mode=intern&nsb_mode=yes#volltextsuche) (18.5.2015).

<sup>56</sup> Evaluation zum Fernmeldemarkt – Ergänzungsbericht vom 28.3.2012, Punkt 3.2.2.1, S. 22, abrufbar auf [http://www.bakom.admin.ch/suchen/index.html?lang=de&keywords=schweizerische+fernmeldemarkt+im+internationalen+vergleich&search\\_mode=AND&from\\_day=&from\\_month=&from\\_year=&to\\_day=&to\\_month=&to\\_year=&column=&dokumenttyp=&site\\_mode=intern&nsb\\_mode=yes#volltextsuche](http://www.bakom.admin.ch/suchen/index.html?lang=de&keywords=schweizerische+fernmeldemarkt+im+internationalen+vergleich&search_mode=AND&from_day=&from_month=&from_year=&to_day=&to_month=&to_year=&column=&dokumenttyp=&site_mode=intern&nsb_mode=yes#volltextsuche) (18.5.2015).

<sup>57</sup> Vgl. die Ausführungen unter Punkt 2.1.2.

<sup>58</sup> Angaben gemäss der Webseite von UPC, abrufbar auf <http://www.upc-cablecom.ch/de/about/ueber-uns/unternehmen/zahlen/> (13.6.2015).

<sup>59</sup> NZZ am 14.4.2015, Artikel „Quickline hegt Ambitionen“, abrufbar auf <http://www.nzz.ch/wirtschaft/drittgroesster-schweizer-kabel-tv-anbieter-1.18524160> (15.5.2015).



- (75) Die wohl stärkste aktuelle Konkurrenz geht derzeit von Swisscom aus, die im sachlich relevanten TP-Anschluss-Markt Marktführerin ist. Swisscom hatte 2014 bei der FN-Telefonie einen Kundenstock von 2'778'000 Kunden (die Anzahl abonnierten Anschlüsse dürfte etwas höher sein)<sup>60</sup> und einen Nettoumsatz von CHF 11'703 Mio.<sup>61</sup>
- (76) In Bezug auf die Bereiche der einzelnen Dienste ist anzumerken, dass die Swisscom sowohl im Internet- als auch im FN-Telefonie-Bereich über mehr Kunden als UPC verfügt, und zwar sowohl im Versorgungsgebiet von UPC als auch schweizweit. Lediglich im TV-Bereich hat UPC noch mehr Kunden, als die Swisscom. Allerdings hat die Swisscom in diesem Bereich stark aufgeholt. Obschon Swisscom erst seit 2006 über ein TV-Angebot und damit über ein volles TP-Angebot verfügt, sind die TV-Kundenzahlen in der Zwischenzeit auf über eine Million angestiegen. Wenn der Trend weiterhin anhält, so ist davon auszugehen, dass die Swisscom schweizweit bald mehr TV-Kunden haben wird, als UPC.<sup>62</sup>
- (77) Daneben geht eine, wenn auch im Vergleich zu Swisscom relativ schwache aktuelle Konkurrenz von Sunrise (mit ca. 400'000 aktiven Anschlüssen) und lokalen Glasfaseranbietern, wie Quickline oder Netplus aus. Sunrise ist erst seit 2012 im TV-Bereich tätig und ist in den letzten drei Jahre von null auf 0,11 Mio. TV-Kunden (Ende 2014)<sup>63</sup> angewachsen.
- (78) Da es für die Kunden in der Regel günstiger ist, sämtliche Dienste bei ein und demselben Anbieter zu beziehen, sind die meisten Kunden, die das TV-Angebot über das Kupferkabel oder das Glasfasernetz beziehen, Kunden, die von UPC zu den Mitbewerbern von UPC gewechselt sind. Swisscom hat somit im TP-Bereich rasant an Marktanteilen zugelegt, während UPC in diesem Bereich einen Kundenschwund verzeichnet.
- (79) Auch die potentielle Konkurrenz von UPC ist erheblich. Diese geht vor allem von potentiellen Anbietern aus, die mit einem TP-Angebot über das Kupferkabel- oder das Glasfasernetz neu in den Markt eintreten könnten. Der Eintritt in den Markt ist für solche Anbieter relativ leicht möglich (Stichwort „unbundling“) und es bestehen für solche Anbieter gute Aussichten auf eine räumliche Erweiterung, zumal der Ausbau des Glasfasernetzes derzeit aktiv betrieben wird.
- (80) Die aktuelle und potentielle Konkurrenz ist damit als stark einzustufen. Demgegenüber ist die Marktgegenseite relativ schwach. Man kann daher sagen, dass UPC zwar nach wie vor über starke Marktanteilszahlen verfügt und einer relativ schwachen Marktgegenseite gegenübersteht. Insofern ist davon auszugehen, dass UPC über massgeblichen Markteinfluss und damit über Marktmacht verfügt. UPC ist aber sowohl einer starken aktuellen als auch einer starken potentiellen Konkurrenz ausgesetzt.

---

<sup>60</sup> Traditionell bietet Swisscom den Anschluss inklusive Telefondienst an, wie es auch der Grundversorgungsverpflichtung entspricht. Zunehmend werden auf Kundenwunsch auch Kombianschlüsse ohne Festnetztelefonie abonniert. In diesem Fall gewährt Swisscom ihren Kunden einen Rabatt.

<sup>61</sup> Swisscom Geschäftsbericht 2014, S. 14 bzw. S. 60, abrufbar auf <https://www.swisscom.ch/content/dam/swisscom/de/about/investoren/documents/2015/2014-geschaeftsbericht.pdf.res/2014-geschaeftsbericht.pdf> (13.6.2015).

<sup>62</sup> Vgl. den Artikel vom 5.8.2015 im Blick online „UPC Cablecom laufen die TV-Kunden davon“, abrufbar auf <http://www.blick.ch/news/wirtschaft/schon-wieder-17300-weniger-upc-cablecom-laufen-die-tv-kunden-davon-id4042614.html> (12.8.2015).

<sup>63</sup> Artikel „Entwicklung Telekommarkt Schweiz 2010 – 2014“ der Telekomzentrum Schweiz GmbH, abrufbar auf <http://www.telekomzentrum.ch/index.php/infografiken-reader/entwicklung-des-schweizer-telekommarktes-2010-2014.html> (16.6.2015).



## 4 Wettbewerbssituation

### 4.1 Allgemeine Anmerkungen zum wirksamen Wettbewerb

- (81) Ausgangspunkt der vorliegenden Analyse ist die geplante Preiserhöhung von UPC und die damit zusammenhängende Frage, ob eine solche Preiserhöhung missbräuchlich sein könnte. Gemäss Art. 12 Abs. 1 PÜG kann Preismissbrauch im Sinne des PÜG nur vorliegen, wenn die Preise auf dem betreffenden Markt nicht das Ergebnis wirksamen Wettbewerbs sind. Es ist daher zu prüfen, ob auf dem vorliegenden Markt wirksamer Wettbewerb besteht und, ob die Preise von UPC das Ergebnis dessen sind.
- (82) Gemäss der Botschaft zum Kartellgesetz besteht wirksamer Wettbewerb, wenn die zentralen Funktionen des Wettbewerbs auf einem bestimmten Markt nicht erheblich gestört sind. Zu diesen zentralen Funktionen des Wettbewerbs gehören die Optimierung des Ressourceneinsatzes, die Anpassung der Produkte und Produktionskapazitäten an die äusseren Bedingungen sowie die Entwicklung neuer Produkte und Produktionsverfahren.<sup>64</sup> Nach dem PÜG liegt wirksamer Wettbewerb insbesondere dann vor, wenn die Abnehmer die Möglichkeit haben, ohne erheblichen Aufwand auf vergleichbare Angebote auszuweichen (Art. 12 Abs. 2 PÜG). Das Vorliegen von wirksamem Wettbewerb kann somit unter folgenden Bedingungen bejaht werden:
- i. Es gibt vergleichbare Angebote auf dem betreffenden Markt.
  - ii. Die Abnehmer können ohne erheblichen Aufwand auf die vergleichbaren Angebote ausweichen.
- (83) Diese beiden Bedingungen werden im Folgenden erörtert. Danach wird ergänzend geprüft, ob die erwähnten zentralen Funktionen des Wettbewerbs intakt sind.

### 4.2 Vergleichbare Angebote

- (84) Da die Definition des sachlich relevanten Marktes auch auf die Substituierbarkeit der Produkte bzw. Dienstleistungen abstellt, kann bezüglich des Vorliegens von vergleichbaren Angeboten und deren Substitutionsfähigkeit auf die obigen Ausführungen zur Marktabgrenzung verwiesen werden. Vergleichbar sind somit insbesondere die Angebote von Swisscom und Sunrise sowie der Glasfaseranbieter. Das Beispiel Sunrise zeigt, dass Dank der Zugangsregulierung im Fernmeldegesetz („**FMG**“) auch Drittanbieter basierend auf der Swisscom-Infrastruktur vollwertiges Triple-Play (TV, Internet, Telefon) anbieten können. Dies ermöglicht Wettbewerb auf der Dienstebene bzw. im Endkundenmarkt.
- (85) Es gibt kaum Kunden, die nur TV oder einen anderen einzelnen Dienst beziehen. Daher werden die meisten Kunden von Satellit-/DVB-T-Angeboten und von Einzeldienstangeboten über das Glasfasernetz zusätzlich einen Anschluss bei einem TP-Anbieter haben. Der Einfluss der Einzeldienstangebote auf den Preis des UPC-Grundangebots ist daher gering.

### 4.3 Ausweichmöglichkeit ohne erheblichen Aufwand

- (86) Die zweite Voraussetzung für wirksamen Wettbewerb gemäss Art. 12 Abs. 2 PÜG ist, dass die Abnehmer ohne erheblichen Aufwand auf die vergleichbaren Angebote ausweichen können. Der wirksame Wettbewerb setzt somit voraus, dass es keine erheblichen Hürden bei einem Anbieterwechsel gibt, die die Kunden davon abhalten könnten, zwischen den verschiedenen Angeboten frei zu wählen.

---

<sup>64</sup> Botschaft zu einem Bundesgesetz über Kartelle und andere Wettbewerbsbeschränkungen vom 23. November 1994, S. 512.



- (87) Hierzu ist anzumerken, dass der Wechsel zwischen zwei Fernmeldediensteanbietern grundsätzlich mit einem Aufwand verbunden ist. Meist muss die Kündigung des aktuellen Vertrags schriftlich unter Einhaltung bestimmter Fristen und Termine erfolgen. Hinzu kommt stets die Befürchtung, dass der Übergang vom „alten“ Anbieter zum „neuen“ nicht naht- und problemlos erfolgt, sodass es zu Ausfällen kommen kann. Je stärker die einzelnen Dienste von den Kunden benutzt werden, umso störender wird wohl ein Ausfall der betreffenden Dienste von den Kunden wahrgenommen. Bedenkt man, wie stark das Internet im Alltag genutzt wird,<sup>65</sup> so ist davon auszugehen, dass insbesondere Internetausfälle von vielen Kunden als besonders störend empfunden werden.
- (88) Es stellt sich insofern die Frage, ob dieser Aufwand erheblich im Sinne des Art. 12 Abs. 2 PÜG ist. Damit ist gemeint, dass der Anbieterwechsel zumutbar ist. Das alternative Angebot soll räumlich und zeitlich ohne besondere Umstände greifbar sein; der Aufwand des Konsumenten im Zusammenhang mit dem Wechsel soll in einem zumutbaren Verhältnis zum Vorteil stehen, der ihm aus dem Wechsel erwächst.<sup>66</sup>
- (89) Bei einem Vertragsabschluss mit einem Fernmeldediensteanbieter geht der Kunde in der Regel ein Dauerschuldverhältnis ein. Die Beendigung eines Dauerschuldverhältnisses ist regelmässig an Fristen und Termine geknüpft. Die Einhaltung solcher Fristen und Termine ist daher ebenso zumutbar, wie die allfällige Befürchtung von technischen Schwierigkeiten beim Wechsel, z.B. Ausfälle. Dass die administrativen Hürden überwindbar sind, wird auch durch die Kundenverschiebungen der letzten Jahre deutlich belegt.<sup>67</sup>
- (90) Aber auch die Vielzahl an – teils unübersichtlichen – Angeboten und Angebotskombinationen kann für die Kunden eine Herausforderung beim Angebotsvergleich darstellen. Dies umso mehr, als die Dienste zum Teil sowohl als Kombi-Angebote als auch einzeln angeboten werden und laufend neue Angebote dazu kommen. Dabei spielen viele verschiedene Komponenten der einzelnen Dienste eine Rolle in Bezug auf den Gesamtpreis. So kommt es etwa bei der FN-Telefonie nicht nur auf die Grundgebühr, sondern auch auf die Gesprächsgebühren an. Bei den Gesprächsgebühren wird wiederum differenziert zwischen Anrufen in das Mobil- oder Festnetz, und dort wiederum jeweils zwischen In- und diversen Kategorien von Auslandsgesprächen (sog. Tarifzonen, die zwischen den Anbietern auch noch unterschiedlich definiert sind), Verbindungsaufbaugebühren, Pauschalangeboten etc. Auch beim Internet und den verschiedenen TV-Angeboten gibt es mehrere Preiskomponenten. Da praktisch alle Kunden mehr als einen Dienst in Anspruch nehmen,<sup>68</sup> gestaltet sich der Vergleich der verschiedenen Angebote entsprechend aufwändig.
- (91) Allerdings besteht auch in einigen anderen Bereichen eine umfangreiche Angebotsvielfalt. So sind etwa bei der Wahl eines Versicherungsanbieters ähnlich viele Preiskomponenten zu berücksichtigen. Dieser Aufwand ist jedoch für die Kunden grundsätzlich zumutbar. Gerade im freien Wettbewerb geht – im Vergleich zur Planwirtschaft – mehr Auswahlfreiheit mit einer erhöhten Selbstverantwortung einher. Da dieser Aufwand gerade aufgrund des Wettbewerbs resultiert, kann er dem funktionierenden Wettbewerb nicht entgegen gehalten werden.

<sup>65</sup> Im Jahr 2014 lag die durchschnittliche Dauer der Internetnutzung pro Woche bei den meisten Internetnutzern bei 1 bis 5 Stunden; vgl. Statistik des Bundesamtes für Statistik BFS zur Internetnutzung, abrufbar auf <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/03/key/ind16.indicator.30106.160204.html> (14.7.2015).

<sup>66</sup> SCHÜRMAN, Leo/SCHLUEP, Walter René, Kartellgesetz und Preisüberwachungsgesetz, 844; WEBER, Rolf, Preisüberwachungsgesetz, Art. 12, Rz. 28.

<sup>67</sup> Zur Kundenentwicklung vgl. unten Ziffer 4.5.

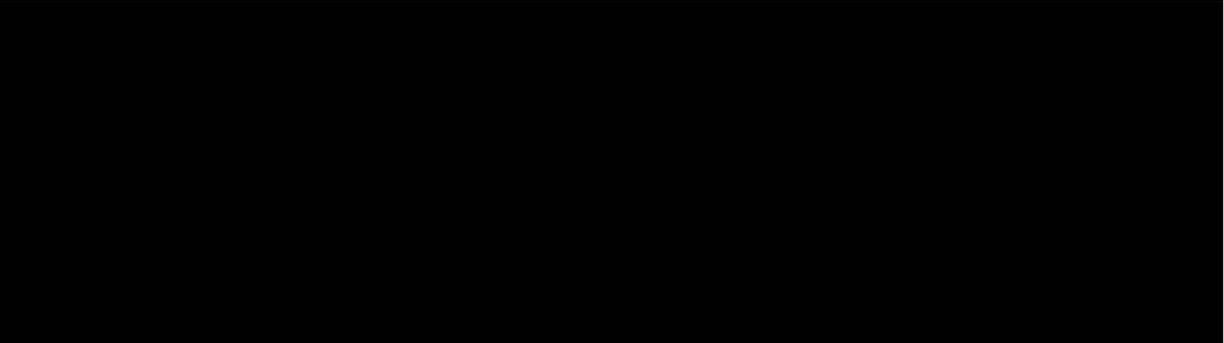
<sup>68</sup> Vgl. die Statistiken des Bundesamtes für Statistik BFS zur IKT-Ausstattung, zur Telefoninfrastruktur und zum Internetzugang der Schweizer Haushalte, abrufbar auf [http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/04/key/approche\\_globale.indicator.30103.301.html?open=308](http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/04/key/approche_globale.indicator.30103.301.html?open=308) (16.6.2015), [http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/04/key/approche\\_globale.indicator.30101.301.html?open=1,319&close=319](http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/04/key/approche_globale.indicator.30101.301.html?open=1,319&close=319) (16.6.2015) und <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/03/key/ind16.indicator.30109.160204.html> (16.6.2015).



- (92) Eine Besonderheit beim Anbieterwechsel zwischen UPC und anderen Fernmeldediensteanbietern ergibt sich aber aufgrund der historisch bedingten Tatsache, dass die Grundgebühr von UPC in den meisten Fällen über die Mietnebenkosten abgerechnet wird. Dieser Besonderheit wird im Folgenden ein eigenes Kapitel gewidmet.

#### 4.4 Grundgebührenabrechnung über Mietnebenkosten

- (93) Es ist eine Schweizer Besonderheit, dass die Verträge für den Anschluss an das Kabelnetz vielfach zwischen dem lokalen Kabelnetzanbieter und den Vermietern abgeschlossen wurden und heute vielfach nach wie vor zwischen diesen beiden Vertragspartnern laufen. Die Grundgebühr für den Kabelanschluss wird dabei in der Regel zusammen mit den Mietnebenkosten abgerechnet und vom Mieter an den Vermieter bzw. an die Hausverwaltung (nachfolgend kurz „**Vermieter**“) und von diesem bzw. dieser an den lokalen Kabelnetzanbieter überwiesen. Es stellt sich daher im vorliegenden Fall die Frage, ob der Wettbewerb in einem erheblichen Ausmass von dem Umstand beeinflusst wird, dass die Grundgebühr für den UPC-Kabelanschluss teilweise automatisch mit der Miete abgerechnet wird. Um dies festzustellen wird im Folgenden zunächst dargelegt, wie viele Verträge von diesem speziellen Konstrukt betroffen sind und wie diese Verträge zwischen UPC und den Vermietern ausgestaltet sind.
- (94) Derzeit gibt es ca. 95'000 Verträge zwischen UPC und Vermietern (sog. Pauschalkundenvereinbarungen; „**PKV**“). Via PKV sind ca. 800'000 Kunden in Mietwohnungen erfasst, was etwa einem Anteil von 65% aller UPC-Kunden entspricht. Den restlichen 35% der Kunden werden die Grundgebühren jeweils direkt verrechnet.
- (95) [Beschreibung der PKV]

- 
- (96) Für die Kabelnetzanbieter liegt ein Vorteil dieser Abrechnungsform sicherlich darin, dass die Mieter für diese Abrechnung keine separate Rechnung erhalten und insofern mit diesen Kosten nicht unmittelbar konfrontiert werden. Ein weiterer Vorteil besteht darin, dass der Kabelnetzanschluss oft beim Abschluss des Mietvertrags bereits vorhanden ist und für dessen Aktivierung kein Vertrag abgeschlossen werden muss. Das bedeutet, dass die Kabelnetzanbieter – im Gegensatz zu allen anderen Fernmeldediensteanbietern – über einen Kundenstock verfügen, den sie gar nicht erst selbst zu akquirieren brauchen. Demgegenüber müssen die übrigen TV-Anbieter meist ihre potentiellen Kunden erst dazu animieren, die bestehenden Vertragsstrukturen aufzulösen und ein neues Vertragsverhältnis einzugehen.
- (97) Darüber hinaus bestehen zum Teil auch Hemmschwellen zur Vertragskündigung über den Vermieter. Zwar räumt Art. 35a Abs. 3 FMG jedem Mieter das Recht ein, auf den Kabelnetzanschluss zu verzichten bzw. diesen zu kündigen. Dennoch kann, insbesondere bei Mietern, die auf ihre Wohnung angewiesen sind, eine Hemmschwelle bestehen.
- (98) Hinzu kommt, dass die Kündigungsadressaten in diesen Fällen, also die Vermieter bzw. die Hausverwaltungen, ein gewisses Interesse an der Fortführung des Vertragsverhältnisses mit



dem betreffenden Kabelnetzanbieter haben. So ist etwa die Vertragsauflösung für Vermieter mit einem administrativen Aufwand verbunden. Die monetären Einbussen für den Vermieter dürften sich hingegen in Grenzen halten. Im Schnitt entfallen auf eine PKV 8,4 Wohnungen. Ausgehend von der derzeit geltenden UPC-Grundgebühr von CHF 25,55 (ohne Abgaben und Steuern) ergibt sich für die Vermieter somit eine durchschnittliche jährliche Entschädigung von rund CHF 77,-. Hinzu kommen allenfalls Treuprämien von durchschnittlich bis zu CHF 65,-<sup>69</sup> sowie eine Inkassoentschädigung in unbekannter Höhe.<sup>70</sup>

- (99) Es ist nicht auszuschliessen, dass den Vermietern aufgrund von Kündigungen weitere Nachteile erwachsen können. Die vorliegenden Vertragsbedingungen für die Vermieter (Mindestlaufzeiten von 2 Jahren, Kündigungsfristen von 6 Monaten und Kündigungstermine auf Ende des Kalenderjahres) sind restriktiver, als die Vorgaben, die für die Mieter gelten. So können Mieter gemäss Art. 35a Abs. 3 FMG den Anschluss innert angemessener Frist kündigen, wobei die angemessene Frist nach gängiger Auffassung jedenfalls 3 Monate nicht überschreiten darf.<sup>71</sup> Kündigungstermine und Mindestlaufzeiten für den Mieter sind in Bezug auf die Anschlussgebühren in der Regel nicht gegeben.
- (100) Die Folgen einer vorzeitigen Vertragsauflösung – also vor Ablauf der Mindestlaufzeit oder ohne Einhaltung der für den Vermieter geltenden Frist-/Terminvorgaben – für Vermieter gehen aus den uns vorliegenden Unterlagen nicht klar hervor. Insbesondere ist nicht ersichtlich, ob dem Vermieter aufgrund der allfälligen Nichteinhaltung der für ihn geltenden Laufzeiten/Fristen/Termine Kosten entstehen. Auch ist nicht klar, inwieweit dem Vermieter die von ihm im Voraus bezahlten Gebühren, die aufgrund der Kündigung durch den Mieter von diesem nicht mehr erhoben werden können, rückerstattet werden.
- (101) Ebenfalls nicht bekannt ist, ob und gegebenenfalls in welchem Umfang der Vermieter solche Kosten im Zusammenhang mit der Erstellung, dem Unterhalt und der Modernisierung des Anschlusses an das Kommunikationsnetz von UPC und der Hausverteilanlage zu tragen hat. In Ziffer 1 der „Besonderen Bestimmungen“ der Muster-PKV wird diesbezüglich auf eine separate, uns nicht vorliegende Anschluss- und Nutzungsvereinbarung verwiesen. Es ist daher auch nicht klar, inwieweit die Vermieter ein Interesse an einer allfälligen Amortisation solcher Kosten haben.
- (102) Es kann daher gefolgert werden, dass UPC insofern einen Wettbewerbsvorteil daraus hat, dass die Anschlussgebühr in rund 65% der Fälle mit den Mietnebenkosten abgerechnet werden, als sich bezüglich dieser Kunden die Bewerbung des UPC-Anschlusses meist erübrigt und diese Kunden die UPC-Grundgebühr zahlen, ohne dafür eine gesonderte Rechnung zu erhalten, was die Gefahr verringert, dass Kunden auf die Idee kommen, den Anschluss wegen der Höhe UPC-Grundgebühr zu kündigen. Hinzu kommt die Möglichkeit einer Hemmschwelle in Bezug auf die Anschlusskündigung gegenüber dem Vermieter, zumal ein gewisses Interesse der Vermieter an der Fortführung des Anschlussvertrags nicht ausgeschlossen werden kann.
- (103) Andererseits birgt dieses Konstrukt für UPC – nach deren eigenen Angaben – auch einen Wettbewerbsnachteil. Da UPC diese Kunden – sofern sie nicht zusätzliche Angebote von UPC nutzen – gar nicht „kennt“ und über keine Daten zu diesen Kunden verfügt, kann UPC diese Kunden auch nicht direkt mit kundenspezifischen Angeboten bewerben. Hinzu kommt, dass das Recht der Mieter auf Plombierung des Kabelanschlusses und auf entsprechende

<sup>69</sup> Aus dem uns vorliegenden Muster des Rahmenvertrags geht nicht hervor, ob Abgaben und Steuern zu berücksichtigen sind. Sie wurden diese hier vorsichtshalber berücksichtigt.

<sup>70</sup> Die Muster-Rahmenvereinbarung verweist auf eine separate Vereinbarung, die der PUE nicht vorliegt.

<sup>71</sup> Die Vorlage von Swisscom für das Kündigungsschreiben an den Vermieter etwa sieht eine maximale Kündigungsfrist von drei Monaten vor.



Reduktion der Mietnebenkosten gesetzlich gewährleistet ist. Die entsprechenden Kündigungsprozesse sind standardisiert,<sup>72</sup> und Wettbewerber sowie Konsumentenschützer bieten vorgedruckte Kündigungsformulare speziell für Mieter, deren Kabelanschlussabrechnung über die Mietnebenkosten läuft, an.<sup>73</sup> Dass die Mieter ihre Rechte kennen und mit diesen Prozessen vertraut sind, und dass die Vermieter entsprechende Kündigungen trotz allfälliger gegen gerichteter Interessen zulassen, zeigt die Anzahl der Fälle, in denen Mieter ihren Kabelanschluss haben plombieren lassen und zu anderen Anbietern gewechselt sind.<sup>74</sup>

- (104) Insgesamt kann heute davon ausgegangen werden, dass der Wettbewerb im vorliegend relevanten Markt von dem Umstand, dass die Grundgebühr für den UPC-Kabelanschluss teilweise automatisch mit der Miete abgerechnet wird, nicht in einem entscheidenden Ausmass beeinflusst wird.

#### 4.5 Kundenentwicklung

- (105) Wie eingangs dieses Kapitels erwähnt, sind die zwei im PüG erwähnten Kriterien für wirksamen Wettbewerb (i) das Vorliegen von vergleichbaren Angeboten und (ii) die Möglichkeit der Abnehmer auf diese vergleichbaren Angebote ohne erheblichen Aufwand auszuweichen. Die obigen Ausführungen haben gezeigt, dass es Angebote gibt, die mit dem UPC-Grundangebot vergleichbar sind, und dass keine erheblichen Hürden für einen Anbieterwechsel vorliegen. Diese Erkenntnisse werden aber auch durch die Zahlen im Bereich der Kundenentwicklung bei UPC und seinen Konkurrenten belegt.
- (106) Die bisherigen Preisinterventionen der PUE gegenüber UPC bezogen sich auf den Bereich von Radio und Fernsehen, in dem UPC früher über eine Monopolstellung verfügte. In den beiden anderen Bereichen, namentlich beim Internet und bei der FN-Telefonie, war UPC bisher nie Marktführerin und ist es auch heute nicht.<sup>75</sup>
- (107) So konnten bei den Internetanschlüssen sowohl Swisscom als auch die Kabelnetzanbieter zwischen 2010 und 2014 wachsen. Der Abstand der Kabelnetzbetreiber zur Swisscom wurde jedoch nur um rund 40'000 Anschlüsse reduziert, und Swisscom hatte Ende 2014 immer noch 750'000 Internetanschlüsse mehr, als die Kabelnetzbetreiber.<sup>76</sup>
- (108) In Bezug auf die FN-Telefonie ist zu sagen, dass deren Bedeutung durch die stetige Zunahme von Mobilfunkanschlüssen und der immer besseren Netzabdeckung sowie Flatrate-Tarifen in den vergangenen Jahren stetig abgenommen hat. So sind die FN-Anschlüsse bei der Swisscom in den Jahren 2010-2014 um 13.9% zurückgegangen. Die Kabelnetzanbieter konnten ihre Kundenzahlen in diesem Bereich zwar erhöhen. Im Vergleich zur Swisscom (72.3%) ist der Kundenanteil der Kabelnetzanbieter (17.3%) in diesem Bereich aber trotzdem immer noch sehr klein.<sup>77</sup>

---

<sup>72</sup> Man findet auf verschiedenen Webseiten die Kündigungsbedingungen (schriftliche Kündigung gegenüber dem Vermieter/der Hausverwaltung, max. Frist von 2-3 Monaten etc.).

<sup>73</sup> Vgl. etwa die Webseiten von Swisscom, Sunrise, dem Mieterverband, K-Tipp etc.

<sup>74</sup> Allein bei UPC wurden zwischen 2012 und 2014 über 60'000 Anschlüsse gekündigt, vgl. die Unternehmenszahlen von UPC, insb. die Fernsehkundenzahlen, abrufbar auf <http://www.upc-cablecom.ch/de/about/ueber-uns/unternehmen/zahlen/> (17.8.2015).

<sup>75</sup> Vgl. dazu die Ausführungen oben unter Ziffer 3.2.

<sup>76</sup> Vgl. dazu den Artikel „Entwicklung Telekommarkt Schweiz 2010 – 2014“ der Telekomzentrum Schweiz GmbH, abrufbar auf <http://www.telekomzentrum.ch/index.php/infografiken-reader/entwicklung-des-schweizer-telekommarktes-2010-2014.html> (15.6.2015).

<sup>77</sup> Vgl. dazu den Artikel „Entwicklung Telekommarkt Schweiz 2010 – 2014“ der Telekomzentrum Schweiz GmbH, abrufbar auf <http://www.telekomzentrum.ch/index.php/infografiken-reader/entwicklung-des-schweizer-telekommarktes-2010-2014.html> (15.6.2015).



- (109) Demgegenüber hat sich die Marktsituation im TV-Bereich stark gewandelt. Mit rund 1,4 Mio. Kunden ist UPC im Fernsehgeschäft zwar nach wie vor die Nummer eins. Die Anzahl der abonnierten Anschlüsse bei UPC ist in den letzten Jahren aber stark zurückgegangen. Seit 2010 hat UPC fast jeden zehnten Abonnenten verloren.<sup>78</sup> Swisscom folgt UPC beim Kundenumfang im TV-Bereich dicht hinterher mit einer schweizweiten TV-Kundenzahl von 1,2 Mio.<sup>79</sup> Seit Juni 2011, also nur knapp fünf Jahre nach dem Einstieg ins Fernsehgeschäft, ist Swisscom führende Anbieterin im Bereich des digitalen Fernsehens.<sup>80</sup> Während UPC nach eigenen Angaben bei den digital-TV-Kunden zwischen 2012 und 2014 gegenüber Swisscom und Sunrise vergleichsweise geringfügige Zunahmen verzeichnen konnte, entwickelte sich die Anzahl Kunden von Fernsehdiensten bei UPC insgesamt rückläufig.<sup>81</sup>
- (110) Insgesamt zeigt die Kundenentwicklung, dass sich die Wettbewerbssituation für UPC in den letzten Jahren geändert hat. In den Bereichen Internet und FN-Telefonie besteht nach wie vor Wettbewerb. Im TV-Bereich hat UPC seine einstige Monopolstellung verloren, und steht heute insbesondere mit Swisscom einer Konkurrenz gegenüber. Hinzu kommt, dass das Fernsehangebot heute im TP-Angebot aufgeht und insofern der Wettbewerb auf allen Ebenen der Dienste spielt.

#### 4.6 Die zentralen Funktionen des Wettbewerbs

- (111) In der Botschaft zum KG heisst es, wirksamer Wettbewerb solle die in einem Markt handelnden Unternehmen, immer wieder zwingen oder doch anspornen, (i) den Ressourceneinsatz zu optimieren, (ii) die Produkte und Produktionskapazitäten an die äusseren Bedingungen anzupassen sowie (iii) neue Produkte und Produktionsverfahren zu entwickeln. Wenn diese zentralen Funktionen des Wettbewerbs auf einem bestimmten Markt nicht erheblich gestört sind, so könne der Wettbewerb als "wirksam" bezeichnet werden.<sup>82</sup> Vor diesem Hintergrund soll im Folgenden geprüft werden, ob UPC und die anderen auf dem vorliegend relevanten Markt tätigen Unternehmen sich tatsächlich bemühen, diese unternehmerischen Anpassungen laufend vorzunehmen.
- (112) Wichtige Formen der Optimierung des Ressourceneinsatzes sind Fusionen und Übernahmen. Sie dienen der Realisierung von Grössen- oder Verbundvorteilen („economies of scale“ bzw. „economies of scope“). Auf diese Weise kann ein verbesserter Ressourceneinsatz erreicht und damit die betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Effizienz erhöht werden. Durch die Optimierung der Betriebsgrössen steigt zudem die internationale Wettbewerbsfähigkeit der beteiligten Unternehmen.<sup>83</sup>
- (113) In Bezug auf UPC ist hierzu anzumerken, dass UPC im Sommer 2015 mit UPC Österreich fusioniert ist und angekündigt hat, 250 Stellen in der Schweiz zu kürzen. Als Begründung nannte der CEO, Eric Tveter, damals den harten Wettbewerb, der insbesondere von Swisscom ausgehe. UPC wolle Doppelspurigkeiten beseitigen, und die Verlagerung einiger Stellen ins Ausland begründe ein beträchtliches Einsparungspotential aufgrund der günstigeren Kostenstruktur in Österreich.<sup>84</sup> Ausserdem hat UPC nach eigenen Angaben in der

<sup>78</sup> NZZ am 14.4.2015, Artikel „Quickline hegt Ambitionen“, abrufbar auf <http://www.nzz.ch/wirtschaft/drittgroesster-schweizer-kabel-tv-anbieter-1.18524160> (15.5.2015).

<sup>79</sup> Swisscom Geschäftsbericht 2014, S. 60.

<sup>80</sup> Medieninformationen von Swisscom, abrufbar auf <https://www.swisscom.ch/de/about/medien/dossiers/swisscom-tv.html> (15.5.2015).

<sup>81</sup> Schreiben von UPC vom 8.6.2015, S. 4.

<sup>82</sup> Botschaft zu einem Bundesgesetz über Kartelle und andere Wettbewerbsbeschränkungen vom 23. November 1994, S. 512.

<sup>83</sup> Botschaft zu einem Bundesgesetz über Kartelle und andere Wettbewerbsbeschränkungen vom 23. November 1994, S. 520.

<sup>84</sup> Artikel „In Österreich ist es günstiger“ von Moritz Kaufmann im Blick vom 24.2.2015, abrufbar auf <http://www.blick.ch/incoming/upc-cablecom-chef-streicht-250-stellen-in-oesterreich-ist-es-guenstiger-id3516236.html> (15.6.2015).



Schweiz rund 1'500 und in Österreich um die 1000 Stellen ausgelagert.<sup>85</sup> Weiter hat UPC in den vergangenen Jahren rund 100 regionale Kabelnetzbetreiber der Schweiz aufgekauft.<sup>86</sup>

- (114) Eine weitere Wettbewerbsfunktion besteht darin, die Unternehmen anzuspornen, die Produkte und Produktionskapazitäten an äussere Bedingungen anzupassen. In diesem Zusammenhang ist anzuführen, dass es mehrere Beispiele gibt, die zeigen, dass die Anbieter auf dem vorliegend relevanten Markt hinsichtlich ihrer Produktausgestaltung auf das Marktverhalten der anderen Marktteilnehmer reagieren. So wurde 2012 die Grundverschlüsselung des digitalen Fernsehprogramms aufgehoben und UPC bietet seit November 2012 ein „quasi-kostenloses“ digitales Grundangebot im Fernsbereich an. Mit dem Begriff „kostenlos“ ist hier gemeint, dass für dieses Angebot abgesehen von der Grundgebühr (rund CHF 27) keine zusätzlichen Gebühren zu zahlen sind. Nur einen Monat später lancierte Swisscom das „kostenlose“ Fernsehangebot „Swisscom TV light“, mit dem der Swisscom-Anschluss nun ebenfalls alle drei Dienste umfasste. Aufgrund der Angebots- und Marktentwicklungen wollte UPC seine Produkte weiter verbessern und integrierte in das UPC-Grundangebot einen Festnetzanschluss für das Telefon. Damit sollten jene Kunden angeworben werden, die bis dahin den Festnetzanschluss der Swisscom zum Telefonieren nutzten.<sup>87</sup> Als Reaktion darauf wiederum bietet die Swisscom das Angebot „Swisscom Casa“ an, das die drei Dienste um CHF 39.50 umfasst.<sup>88</sup>
- (115) Hinsichtlich der Anpassung der Produktkapazitäten ist zu erwähnen, dass UPC das analoge Grundangebot im Juni 2015 abgeschaltet hat.<sup>89</sup> Analoge Radio- und Fernsehprogramme benötigen zur Verbreitung deutlich mehr Kapazität im Netz, als digitale. So nimmt ein analoger Sender vier Mal so viel Platz ein, wie ein digitaler HD-Sender. Die Verpflichtung zur doppelten Verbreitung behinderte deshalb den Senderausbau. Dementsprechend wurde die Verpflichtung zur analogen Verbreitung bestimmter Fernsehprogramme per Ende 2014 aufgehoben.<sup>90</sup>
- (116) In Bezug auf die Entwicklung neuer Produkte und Produktionsverfahren ist zunächst auf die obigen Ausführungen zur Angebotsentwicklung zu verweisen, wobei diese nur einen Ausschnitt aus der stetigen Anpassung und Erweiterung der Angebote darstellen. Eine einschneidende Neuerung stellt dabei sicherlich die Integration eines Festnetzanschlusses, und damit eines TP-Angebots in das Grundangebot von UPC dar. Hinzu kommen die regelmässige Erhöhung der Bandbreiten, der laufende Ausbau des Fernsehsenderangebots von UPC und neuer Formen der Abrufbarkeit (z.B. „video on demand“). Ende 2013 lancierte UPC ein Mobilfunkangebot, das seither den Bedürfnissen der Marktgegenseite immer wieder angepasst wurde. UPC investiert ausserdem laufend in den Unterhalt und Ausbau des eigenen Netzes, insbesondere im Bereich des Ausbaus des Glasfaser-Netzes.<sup>91</sup>

<sup>85</sup> Artikel „Grösster Schweizer Kabelnetzbetreiber baut Stellen ab“ von Jürg Müller in der NZZ vom 24.2.2015, abrufbar auf <http://www.nzz.ch/wirtschaft/unternehmen/reorganisation-upc-cablecom-baut-stellen-ab-1.18489665> (15.6.2015).

<sup>86</sup> NZZ am 14.4.2015, Artikel „Quickline hegt Ambitionen“, abrufbar auf <http://www.nzz.ch/wirtschaft/drittgroesster-schweizer-kabel-tv-anbieter-1.18524160> (15.5.2015).

<sup>87</sup> Vgl. dazu den Artikel „Im Kampf um die Buchse legt Cablecom wieder vor“ von Matthias Pfander im Tagesanzeiger vom 22.8.2014, abrufbar auf <http://www.tagesanzeiger.ch/wirtschaft/unternehmen-und-konjunktur/Im-Kampf-um-die-Buchse-legt-Cablecom-wieder-vor/story/24222595> (15.6.2015).

<sup>88</sup> Für die aktuellen Produkte und den detaillierten Informationen zu den Konditionen wird auf die Webseiten der beiden Unternehmen verwiesen, vgl. <http://www.upc-cablecom.ch/de/> und <https://www.swisscom.ch/de/privatkunden.html> (15.6.2015).

<sup>89</sup> Vgl. die Mitteilung von UPC vom 26.6.2015, abrufbar auf [https://support.upc-cablecom.ch/app/answers/detail/a\\_id/7262/kw/analogen%20fernsehen%20abschaltung/session/L3RpbWUvMTQzOTgwMTU4NS9zaWQven-RrWng3dW0%3D](https://support.upc-cablecom.ch/app/answers/detail/a_id/7262/kw/analogen%20fernsehen%20abschaltung/session/L3RpbWUvMTQzOTgwMTU4NS9zaWQven-RrWng3dW0%3D) (17.8.2015).

<sup>90</sup> Vgl. die Ausführungen des Bundesamtes für Kommunikation BAKOM dazu, abrufbar auf [http://www.bakom.admin.ch/themen/radio\\_tv/01214/03883/03884/index.html?lang=de](http://www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/01214/03883/03884/index.html?lang=de) (15.6.2015).

<sup>91</sup> Vgl. die Ausführungen dazu auf der Webseite von UPC, abrufbar auf <http://www.upc-cablecom.biz/anforderung/hohe-verfuegbarkeit-und-sicherheit/garantierte-bandbreiten.htm> (15.6.2015).



- (117) Insgesamt kann damit festgehalten werden, dass UPC – wie auch die anderen auf dem vorliegend relevanten Markt tätigen Unternehmen – darum bemüht ist, die unternehmerischen Anpassungen vorzunehmen, zu denen die Unternehmen aufgrund der zentralen Wettbewerbsfunktionen angespornt werden sollen. Dies kann ebenfalls als Indiz für wirksamen Wettbewerb gewertet werden.

#### 4.7 Anmerkungen zu Duopolmärkten

- (118) In einer oligopolistischen Industrie mit zwei bis drei grossen Anbietern und einer Gruppe kleinerer Anbieter (Randwettbewerber) kann stillschweigend kollusives Verhalten der grossen Anbieter zu einer kollektiven Marktbeherrschung führen. Koordinieren sich die grossen Anbieter stillschweigend auf ein Verhalten, das den Wettbewerb in irgendeiner Form beschränkt, hängt es für die Frage, ob dieses Verhalten zu einer kollektiven Marktbeherrschung führt, davon ab, ob die Randwettbewerber willens und in der Lage sind, das kollusive Verhalten der grossen Firmen zu destabilisieren. Ist dies nicht der Fall, so resultiert das stillschweigend kollusive Verhalten der grossen Anbieter in einer kollektiven Marktbeherrschung.<sup>92</sup>
- (119) Im Rahmen der Prüfung des Zusammenschlussvorhabens Coop/Waro hat die WEKO das Vorliegen einer kollektiv marktbeherrschenden Stellung von Coop und Migros geprüft und insbesondere aufgrund der Existenz von Denner und Carrefour verneint.<sup>93</sup>
- (120) Im vorliegenden Fall ist zu sagen, dass es derzeit keine konkreten Anzeichen für das Vorliegen von kollusivem Verhalten, und damit einer kollektiven Marktbeherrschung gibt. Die vorliegenden Daten sprechen eher gegen eine solche. Der Wettbewerb spielt auf vielen verschiedenen Ebenen. So spielt etwa nicht nur der Preis für den Netzanschluss eine Rolle, sondern auch der Inhalt und der Preis der diversen Zusatzangebote. In Bezug auf die Vielfalt der Angebotsvarianten kann auf die obigen Ausführungen verwiesen werden.<sup>94</sup> Hinzu kommt, dass UPC und Swisscom auch in Märkten konkurrieren, die ausserhalb des hier relevanten Marktes liegen (z.B. Mobilfunkbereich), was die Koordination und die Stabilität eines kollusiven Verhaltens erschweren würde. Manche Entwicklungen sprechen zumindest gegen ein gesamthaft koordiniertes Verhalten. So ist derzeit etwa ein Verfahren u.a. gegen Swisscom bei der WEKO hängig betreffend einen möglichen Missbrauch der marktbeherrschenden Stellung im Bereich der Übertragung von Live-Sport im Pay-TV, von dem auch UPC betroffen sein könnte. Auch die kleineren Wettbewerber auf dem relevanten Markt scheinen keine gleichgerichteten Interessen mit UPC oder Swisscom zu haben.
- (121) Hinzu kommt, dass die Swisscom als Grundversorgungskonzessionärin einer Preisregulierung in Bezug auf bestimmte Grundversorgungsdienste unterliegt. So ist etwa eine Preisobergrenze festgelegt für die Anschlussgebühr (FN-Anschluss), aber auch etwa für einen FN-Anschluss mit einem Breitband-Internetzugang. Gemäss Art. 17 Abs. 2 Satz 3 FMG richten sich die Obergrenzen nach der Entwicklung des Marktes. Sie werden vom Bundesrat festgelegt und periodisch überprüft.<sup>95</sup> Ausserdem ist in Art. 1 Abs. 2 lit. a FMG der Grundsatz der Er-schwinglichkeit der Grundversorgung festgelegt. Dementsprechend sollten die Preisobergrenzen im Vergleich zum Wettbewerbspreis eher niedrig angesetzt sein. Wenn dem so ist, dann würden sie sich preisdrückend auf die Preise der übrigen Marktteilnehmer auswirken. Zugleich würden diese Obergrenzen kollusiv überhöhten Preisen entgegenwirken, da sich die Marktteilnehmer an den niedrigen Preisobergrenzen orientieren müssten. Sollten die Preisobergrenzen dennoch hoch angesetzt sein, so würden sich die Preise bei funktionierendem Wettbewerb

---

<sup>92</sup> RPW 2008/4, Rz. 253.

<sup>93</sup> RPW 2008/4, Rz. 257, mit Verweise auf Coop/Waro, RPW 2003/3, S. 587, Rz. 117f.

<sup>94</sup> Siehe Punkt 4.3.

<sup>95</sup> Vgl. Art. 17 Abs. 2 Satz 2 FMG.



unterhalb dieser Preisobergrenzen einpendeln. In diesem Fall wäre es jedoch nicht ausgeschlossen, dass die Preise aufgrund kollusivem Verhalten der Marktteilnehmer über dem Wettbewerbspreis liegen. Im vorliegenden Fall liegen derzeit keine Hinweise für ein kollusives Verhalten der Marktteilnehmer vor. In Ermangelung zurzeit vorliegender gegenteiliger Hinweise, ist davon auszugehen, dass keine kollektive Marktbeherrschung vorliegt.

#### **4.8 Zwischenfazit zur Wettbewerbssituation**

- (122) Für die Kunden von UPC bestehen vergleichbare Angebote zum UPC-Grundangebot, auf die sie ohne erheblichen Aufwand ausweichen können. Der administrative Aufwand und die Risiken, die mit einem Anbieterwechsel verbunden sind, gehen nicht über das zumutbare Mass hinaus bzw. sind teilweise Ausfluss des freien Wettbewerbs. Sie stellen insofern keine erheblichen Hürden für einen Anbieterwechsel dar.
- (123) UPC verfügt aufgrund des Umstands, dass die Grundgebühr für den UPC-Kabelanschluss teilweise automatisch mit der Miete abgerechnet wird, wohl über einen Wettbewerbsvorteil. Dieser ist jedoch insgesamt als nicht entscheidend einzuschätzen.
- (124) Eine erhebliche Störung der zentralen Funktionen des Wettbewerbs ist derzeit nicht auszumachen. Es bestehen konkrete Anzeichen dafür, dass UPC durch verschiedene Massnahmen versucht, den Ressourceneinsatz zu optimieren, die Produkte und Produktkapazitäten an die Marktgegebenheiten anzupassen, sowie neue Produkte bzw. Produktionsverfahren zu entwickeln.
- (125) Es liegen derzeit auch keine Hinweise für ein allfälliges kollusives Verhalten von UPC und Swisscom vor.
- (126) Aufgrund dieser Überlegungen ist davon auszugehen, dass auf dem relevanten Markt wirksamer Wettbewerb herrscht.

### **5 Alternative Marktabgrenzung – gleiches Ergebnis**

#### **5.1 Gründe für eine abweichende Marktabgrenzung**

- (127) Die vorliegende Analyse basiert auf der Annahme, dass der Gegenstand der Untersuchung ein TP-Angebot ist, namentlich das UPC-Grundangebot, das abgesehen vom Kabelanschluss von UPC ein Grundangebot für Radio/Fernsehen, Telefon und Internet umfasst. Es ist allerdings so, dass das UPC-Grundangebot von vielen Kunden nicht als TP-Angebot wahrgenommen bzw. genutzt wird. Wohl vor dem Hintergrund, dass der Kabelanschluss früher ausschliesslich zum Fernsehen genutzt werden konnte, benutzen ihn auch heute noch viele Kunden (■ [unter 50%] der UPC-Kunden)<sup>96</sup> ausschliesslich zum Fernsehen, ohne die anderen (im Preis des UPC-Grundangebots enthaltenen) Dienste freischalten zu lassen. Dies kann verschiedene Ursachen haben. Manche dieser Kunden nutzen überhaupt keinen FN-Anschluss bzw. keinen Internetanschluss.<sup>97</sup> Manche dieser Kunden hingegen nutzen weiterhin Parallelangebote eines Wettbewerbers.
- (128) Letztere fragen offenbar TV als einzelnen Dienst – entweder zusätzlich zu einem TP-Angebot oder neben anderen einzelnen Diensten – nach. Auch die übrigen Kunden würden möglicherweise mehrere Infrastrukturen kombinieren, wenn dies preislich oder aus anderen Überlegungen heraus optimal wäre. Man kann daher argumentieren, dass aus Sicht zumindest eines

<sup>96</sup> Schreiben von UPC vom 8.6.2015, S. 2.

<sup>97</sup> Vgl. dazu oben Rz. (46).



Teils der Kunden drei Märkte für die einzelnen Dienste vorliegen und nicht ein TP-Anschluss-Markt.

- (129) Die WEKO hat festgehalten, dass die Beschränkung der Marktabgrenzung auf die Verbreitung von Fernsehprogrammen möglicherweise überdacht werden muss, „*sollte die Entwicklung noch weiter gehen, indem nicht mehr die Verbreitung der einzelnen Anwendungen nachgefragt werden sollte, sondern jeweils ein Bündel von verschiedenen Anwendungen wie Telefonie, Internet, Fernsehen und Radio aus einer Hand, d.h. über eine einzige Infrastruktur.*“<sup>98</sup> Ob dieser von der WEKO antizipierte Entwicklungsstand in der Zwischenzeit erreicht wurde oder nicht, hängt davon ab, ob auf das derzeitige Angebot (arg. derzeit gibt es de-facto praktisch nur TP-Angebote) oder auf die Sichtweise der Kunden (arg. die Kunden fragen nach wie vor die einzelnen Dienste nach oder würden dies tun, soweit es ein entsprechendes Angebot gibt) abgestellt wird.
- (130) Für die Aufteilung des Marktes in die drei Bereiche der einzelnen Dienste sprechen auch die unterschiedlichen Zwecke und Eigenschaften der einzelnen Dienste. So erfüllt der Fernsehempfang andere Zwecke als der Anschluss ans Internet oder die FN-Telefonie und weist auch ganz andere Eigenschaften auf. Dies entspricht auch zumindest der früheren Einschätzung der WEKO. In dem erwähnten Gutachten der WEKO begründete sie ihre (damalige) Einschätzung, dass kein TP-Anschluss-Markt vorliegt, unter anderem mit der „*Verschiedenheit der Anwendungen*“.<sup>99</sup> Sie weist jedoch zugleich darauf hin, dass „*nach der allfälligen flächendeckenden Einführung eines TV-Angebotes durch Swisscom eine disziplinierende Wirkung auf Cablecom als wahrscheinlich zu qualifizieren [ist], weshalb diesfalls eine Neubeurteilung vorzunehmen wäre.*“<sup>100</sup> Diese Einschätzung lässt freilich die Frage offen, inwiefern die „*Verschiedenheit der Anwendungen*“ zum Zeitpunkt des Vorliegens eines flächendeckenden TV-Angebots von Swisscom noch eine Auswirkung auf die Marktabgrenzung haben sollte.
- (131) In Bezug auf die Substitute von Kabelfernsehen kann auf die obigen Ausführungen verwiesen werden. Demzufolge sind sowohl die TV-Angebote über das Telefonkabelnetz von Swisscom als auch jene über das Glasfasernetz entsprechende Substitute zum TV-Angebot, das im UPC-Grundangebot enthalten ist. Auch in Bezug auf die räumliche Marktabgrenzung kann auf die obigen Ausführungen verwiesen werden.
- (132) Insgesamt folgt aus dem Gesagten, dass es auch Argumente gibt, die für eine Abgrenzung des Marktes auf die leitungsgebundene Verbreitung von Fernsehprogrammen im Versorgungsgebiet von UPC sprechen.

## **5.2 Auswirkungen auf die Beurteilung der Marktstellung von UPC**

- (133) Im Gegensatz zum TP-Bereich verfügt UPC nach wie vor über die meisten TV-Kunden. Allerdings hat UPC seit der Einführung von Swisscom-TV konstant an Marktanteilen verloren, während Swisscom in diesem Bereich rasant zugelegt hat. Diesbezüglich kann auf die obigen Ausführungen zu diesem Thema verwiesen werden. Darüber hinaus ist anzuführen, dass Swisscom aufgrund ihrer schweizweiten Präsenz, aber auch aufgrund ihrer Marktführerschaft in den anderen TP-Bereichen wie auch im Mobilfunkmarkt eine finanzstarke und einflussrei-

<sup>98</sup> Gutachten der WEKO vom 25.10.2004, 581-0003 Cablecom, Rz. 44.

<sup>99</sup> Gutachten der WEKO vom 25.10.2004, 581-0003 Cablecom, Rz. 44.

<sup>100</sup> Gutachten der WEKO vom 25.10.2004, 581-0003 Cablecom, Rz. 46.



che Konkurrenz für UPC darstellt. So liegt Swisscom etwa unter Berücksichtigung der gesamten Anzahl TV-Kunden schweizweit (per 31.3.2015: 1'201'000)<sup>101</sup> nur mehr knapp hinter UPC (per 31.3.2015: 1'370'200, per 30.6.2015: 1'353'000)<sup>102</sup>.

- (134) Ausgehend von der obigen Einschätzung der aktuellen und potentiellen Konkurrenz sowie der Marktgegenseite<sup>103</sup> kann der Schluss gezogen werden, dass UPC auf dem Markt für die leitungsgebundene Verbreitung von Fernsehprogrammen im Versorgungsgebiet von UPC wohl über Marktmacht verfügt. UPC ist aber – vor allem angesichts der Marktanteilsentwicklung der vergangenen Jahre – einer starken aktuellen, aber auch einer potentiellen Konkurrenz ausgesetzt, wodurch die Marktmacht von UPC stark eingeschränkt wird.

### **5.3 Auswirkungen auf die Beurteilung der Wettbewerbssituation**

- (135) Insbesondere mit Swisscom-TV, aber auch mit den TV-Angeboten der kleineren Marktteilnehmer, stehen den UPC-Kunden mit dem UPC-Grundangebot vergleichbare Angebote zu Verfügung, auf die sie ohne erheblichen Aufwand ausweichen können. Die obigen Ausführungen dazu sowie in Bezug auf die Entwicklung der Kundenzahlen und die zentralen Wettbewerbsfunktionen haben auch Geltung in Bezug auf die vorliegende Marktabgrenzung; ebenso auch die Ausführungen zur Gebührenabrechnung über die Mietnebenkosten und zu den Duopolmärkten.<sup>104</sup>
- (136) Es ist ausserdem zu bedenken, dass die Marktentwicklung darauf hindeutet, dass sich der Markt zumindest in Richtung TP-Anschluss-Markt hin entwickelt und sich die meisten Kunden langfristig gesehen zwischen einem der Anbieter entscheiden werden. Haben sich die Kunden für einen bestimmten Anbieter entschieden, so bleiben diese Kunden in der Regel – wohl im Hinblick auf die Umstände und Risiken, die mit einem Anbieterwechsel verbunden sind<sup>105</sup> – auf längere Zeit bei diesem Anbieter, bevor sie einen neuerlichen Wechsel in Betracht ziehen. Vor diesem Hintergrund ist davon auszugehen, dass die Marktteilnehmer ein erhöhtes Interesse daran haben, die Kunden in Bezug auf alle Dienste, die sie jeweils nachfragen, an sich zu binden. Es herrscht somit auch im TV-Bereich Wettbewerb.

### **5.4 Zwischenfazit zur alternativen Marktabgrenzung**

- (137) Es gibt sachliche Gründe, die für eine Abgrenzung des Marktes auf die leitungsgebundene Verbreitung von Fernsehprogrammen im Versorgungsgebiet von UPC sprechen. Auf diesem Markt hat UPC zwar Marktmacht, die jedoch durch die aktuelle und potentielle Konkurrenz stark eingeschränkt wird. Es gibt einige Indizien, die dafür sprechen, dass auf diesem Markt wirksamer Wettbewerb herrscht. Derzeit bestehen keine Hinweise dafür, dass UPC und Swisscom sich auf diesem Markt kollusiv verhalten, sodass derzeit keine Anzeichen für eine kollektive Marktbeherrschung bestehen.

---

<sup>101</sup> Unternehmensprofil: Swisscom im Überblick, abrufbar auf <https://www.swisscom.ch/de/about/unternehmen/profil.html> (16.6.2015).

<sup>102</sup> Übersicht Quartalszahlen von UPC, Q1/15, abrufbar auf <http://www.upc-cablecom.ch/de/about/ueber-uns/unternehmen/zahlen/> (16.6.2015).

<sup>103</sup> Vgl. insbesondere Punkt 3.

<sup>104</sup> Vgl. Punkt 4.

<sup>105</sup> Vgl. dazu Punkt 4.3.



## 6 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

### 6.1 Markt, Marktteilnehmer und deren Marktstellung

- (138) Die Überlegungen zur Frage, welche Produkte mit dem UPC-Grundangebot substituierbar sind, führen zu dem Schluss, dass der vorliegend relevante Markt abzugrenzen ist auf die Angebote von Diensten über Koaxialkabel-, Kupferkabel-, und Glasfasernetze in dem von UPC abgedeckten Gebiet. Dies entspricht der leitungsgebundenen Übertragung der Dienste im Versorgungsgebiet von UPC.
- (139) Auf dem so abgegrenzten Markt ist Swisscom die Marktführerin vor UPC. UPC hat nur in einem von drei Diensten, namentlich im TV-Bereich, mehr Kunden, als die Swisscom. Gerade in diesem Bereich haben sich – im Gegensatz zu den beiden anderen Bereichen – die Marktanteile in den vergangenen Jahren stark zu Gunsten von Swisscom gewandelt. Rund 42% der Swisscom-Kunden nutzen im Jahr 2014 das TV-Angebot von Swisscom.<sup>106</sup> Swisscom ist überdies – im Gegensatz zu UPC – in der ganzen Schweiz tätig und auch in anderen Märkten (Mobilfunk) bereits etabliert, und stellt insofern auch in finanzieller Hinsicht eine starke Konkurrenz dar. UPC hat [REDACTED] [mehr als 50%] des potentiellen Marktes erschlossen, das heisst UPC bedient [REDACTED] [mehr als 50%] der Haushalte innerhalb seines Versorgungsgebiets. Die übrigen Haushalte im Versorgungsgebiet von UPC sind, soweit sie einen Fernmeldedienst eines Fernmeldediensteanbieters nutzen, bereits bei einem alternativen Fernmeldediensteanbieter. Darüber hinaus verfügt ein Teil der UPC-Kunden neben dem UPC-Anschluss über einen zweiten Fernmeldedienstanschluss. Bei diesen Kunden ist die Wahrscheinlichkeit sehr gross, dass sie sich langfristig für einen der beiden Anschlüsse entscheiden werden, um sich eine der beiden Grundgebühren zu sparen.
- (140) Neben Swisscom bestehen weitere, kleinere Anbieter, wie Sunrise und diverse Glasfaseranbieter (Wingo, Quickline, etc.), die mit UPC im Wettbewerb stehen. Hinzu kommt auch eine starke potentielle Konkurrenz insbesondere seitens möglicher Markteintritte im Glasfaserbereich. Vor diesem Hintergrund ist davon auszugehen, dass UPC – im Hinblick auf die Kundenzahlen, den wettbewerblichen Einfluss auf die Angebote der Konkurrenz, den Wettbewerbsvorteil aufgrund der Grundgebührenabrechnung über die Mietnebenkosten und die eher schwache Marktgegenseite – zwar marktmächtig ist, aber einer starken aktuellen und potentiellen Konkurrenz ausgesetzt ist.
- (141) Grenzt man den Markt hingegen auf die leitungsgebundene Verbreitung von Fernsehprogrammen im Versorgungsgebiet von UPC ab, so verfügt UPC über noch höhere Marktanteile, als bei der Abgrenzung auf den TP-Anschluss-Markt, und damit ebenfalls über Marktmacht, die jedoch durch die aktuelle und potentielle Konkurrenz in diesem Markt sowie durch den Einfluss aus dem TP-Bereich stark eingeschränkt wird.

### 6.2 Beurteilung des Wettbewerbs

- (142) Die Kunden von UPC haben die Möglichkeit ohne erheblichen Aufwand auf vergleichbare Angebote auszuweichen. Der administrative Aufwand, der mit einem Anbieterwechsel verbunden ist, ist zumutbar. Der Wettbewerbsvorteil von UPC aufgrund des Umstands, dass die Grundgebühr für den UPC-Kabelanschluss teilweise automatisch mit der Miete abgerechnet wird, ist derzeit insgesamt dennoch als nicht entscheidend einzuschätzen. Die zentralen Funktionen des Wettbewerbs scheinen intakt zu sein, und für ein allfälliges kollusives Verhalten von UPC

<sup>106</sup> Geschäftsbericht 2014 der Swisscom, S. 67, abrufbar auf <https://www.swisscom.ch/content/dam/swisscom/de/about/investoren/documents/2015/2014-geschaeftsbericht.pdf> (13.8.2015).



und Swisscom bestehen keine Anzeichen. All dies gilt gleichermaßen für die Marktabgrenzung auf den TP-Bereich und auf den TV-Bereich. Es ist daher davon auszugehen, dass auf dem relevanten Markt (unter Berücksichtigung beider hier angeführten Abgrenzungsvarianten) wirksamer Wettbewerb herrscht.

### **6.3 Schlussfolgerung**

- (143) Die Marktverhältnisse auf dem gegenständlichen Markt haben sich in den letzten Jahren stark verändert. Insbesondere aufgrund des Wechsels von analogem Fernsehen hin zu digitalem Fernsehen und mit dem Eintritt von Swisscom in den digitalen TV-Bereich gibt es nun mehrere TV-Anbieter, und es hat ein grundlegender Wandel hin zum TP-Anschluss-Markt stattgefunden. Die derzeit vorliegenden Informationen deuten stark darauf hin, dass der Wettbewerb funktioniert. Eine zusätzliche Festlegung des Endkundenpreises für den Kabelanschluss der UPC ist zum heutigen Zeitpunkt deshalb nicht mehr angezeigt und könnte unter Umständen die Markt- und Wettbewerbsentwicklung sogar hemmen. Es kann jedoch nicht ausgeschlossen werden, dass zusätzliche, derzeit nicht verfügbare Informationen die vorliegende Einschätzung der Wettbewerbssituation ändern können. Ebenso kann es sein, dass sich die Umstände oder die Verhaltensweisen der beteiligten Unternehmen derart ändern, dass eine Neu-einschätzung erforderlich wird. Vor diesem Hintergrund scheint eine fortlaufende Beobachtung des Marktes durch den Preisüberwacher weiterhin geboten.