

Marktreport

# Was Kombi-Pakete wirklich taugen

Mi 28.03.2018 - 08:00 Uhr | Aktualisiert 28.03.2018 - 08:00  
von Ralf Beyeler, Telekom-Experte, Moneyland.ch

Die Schweizer Telekomanbieter versuchen, den Schweizer Konsumenten Kombi-Angebote schmackhaft zu machen. Der bekannte Schweizer Telekom-Experte Ralf Beyeler vom unabhängigen Online-Vergleichsdienst Moneyland.ch hat für "CEtoday" nachgerechnet, ob sich Kombi-Pakete wirklich lohnen.



Ein grosser Trend im Telekommunikationsmarkt sind Kombi-Pakete. Dies ist in der Schweiz nicht anders. Kein Wunder, dass die Anbieter versuchen, Kombi-Angebote zu verkaufen. Die Idee dahinter ist einfach und aus betriebswirtschaftlicher Sicht nachvollziehbar: Pro Kunde mehr Umsatz und mehr Gewinn erwirtschaften. Insbesondere für Wireline-Dienstleistungen, die über ein Kabel ins Haus kommen, ergibt dies aus Unternehmenssicht sehr viel Sinn. Schliesslich liegt das teure Kabel schon im Boden. Wenn über dieses Kabel zusätzliche Dienstleistungen erbracht werden, fallen kaum zusätzliche Kosten an. Doch profitieren die Konsumenten von den Kombi-Paketen? Ralf Beyeler vom Online-Vergleichsdienst Moneyland.ch hat für "CEtoday" die Produkte analysiert und nachgerechnet.

## **Selbst zusammenstellen nach dem Baukastenprinzip**

"Stellen Sie jetzt Ihr flexibles In-One-Paket zusammen", fordert der grösste Schweizer Telekomanbieter seine Website-Besucher auf und bietet dafür einen "Abo-Konfigurator" an. Swisscom-Konkurrent Sunrise ersucht seine Kunden, den Home-Konfigurator zu nutzen. "Kombinieren Sie selbst und bezahlen Sie nur, was Sie wirklich wollen", schreibt Sunrise auf seiner Website. Unter dem Motto "Für jedes Bedürfnis das richtige Angebot!" können Konsumenten auch beim grössten Schweizer Kabelnetzbetreiber UPC ihr Produkt selbst zusammenstellen.

Der Trend zu individuellen Paketen ist eine bemerkenswerte Entwicklung, die im Jahr 2014 durch Sunrise ausgelöst wurde. Vor einem Jahr zog dann der Schweizer Marktführer Swisscom nach. Jahrelang versuchten die Telekomanbieter zuvor, den Kunden unflexible Pakete mit sehr vielen Produkten zu verkaufen. Die Anbieter gingen nach dem Motto vor: Wer ein teures Abo will, der will auch das teuerste TV-Abo. Doch dass die Bedürfnisse der Kunden unterschiedlich sind, wurde ignoriert. Offensichtlich ging die Rechnung der Anbieter nicht auf. Zu wenige Kunden liessen sich Produkte andrehen, die nicht ihren Bedürfnissen entsprachen.

## **Nicht immer flexibel**

Die Telekomanbieter betonen zwar gerne die Flexibilität. Doch in der Praxis gibt es erhebliche Einschränkungen: Bei Swisscom und Sunrise gibt es TV nur im Paket mit einem Internetanschluss. Beim Konkurrent UPC ist es umgekehrt: Das Internet-Abo enthält als notwendigen Bestandteil auch TV.

Obwohl sogenannte OTT-Dienste ("Over-the-top") auf dem Vormarsch sind, setzen die grossen Schweizer Anbieter nicht auf entsprechende Services. Bei OTT ist der Internetprovider nur für die Weiterleitung der Signale zuständig, die Angebote werden von providerunabhängigen Firmen erbracht. Auf diese Weise können die Kunden unabhängig von ihrem Internetprovider die gewünschten Dienstleistungen nutzen. Prominenteste Beispiele für erfolgreiche OTT-Dienste sind Whatsapp, Youtube, aber auch Zattoo oder Teleboy. Über eine Apple-TV-Box können Videos auch auf einem grossen TV-Bildschirm angeschaut werden.

## Warum sich Kombi-Pakete nicht lohnen

Die Berechnungen von Moneyland.ch für drei Profilkunden zeigen, dass sich Kombi-Produkte für den Kunden nicht rechnen. Für jeden der drei Profilkunden fand Moneyland.ch günstigere Möglichkeiten mit Einzelprodukten von verschiedenen Anbietern. Ein Grund ist, dass sowohl bei Swisscom, Sunrise wie auch bei UPC nicht alle Produkte des Anbieters kombiniert werden können.

ANBIETER	PROFIL 1	PROFIL 2	PROFIL 3
Mobilfunk	Unlimitierte Anrufe, 2 GB Internet	Unlimitierte Anrufe, 2 GB Internet	Unlimitierte Anrufe und Internet
Festnetz	Kein Festnetz	Festnetz-Flatrate	Kein Festnetz
Internet	Langsames Internet (mind. 40 Mbit/s)	Mittelschnelles Internet (mind. 100 Mbit/s)	Schnelles Internet (mind. 500 Mbit/s)
TV	Gängige Sender ohne Rekorder	Gängige Sender mit Rekorder und Replay-TV	Gängige Sender mit Rekorder und Replay-TV
<b>Kombi-Pakete</b>			
Swisscom	inOne Mobile S, Internet S, TV S 115.00	inOne Mobile S, Internet M, Telefonie M, TV M 170.00	inOne Mobile S, Internet L, TV M 165.00
Sunrise	Mobile Unlimited, Home Internet Start, Phone Start, TV Start 121.50	One 139.00	One 139.00
UPC	Mobile Swiss Flat 4000, Connect 50, TV-Grundangebot 88.00	Mobile Swiss Flat 4000, Happy Home 200, Horizon TV 148.00	Kein entsprechendes Angebot erhältlich.
M-Budget	Mobile Maxi, Kombi Mini, Speed Maxi 88.80	Kein entsprechendes Angebot erhältlich.	Kein entsprechendes Angebot erhältlich.
<b>Günstige Einzelprodukte bei verschiedenen Anbietern</b>			
M-Budget Maxi, Sunrise Internet Start, Zattoo Free *	74.00	M-Budget Maxi, La Speed 100/100, green-Talk, Teleboy Plus 111.15	Sunrise Prepaid Unlimited 90 days, Init7 Fiber7, Teleboy Plus 111.55

\* «Teleboy Free», «Wilmaa Free» und «Quickline TV Air Free» sind wie «Zattoo Free» kostenlos.

Quelle: Berechnungen von Moneyland.ch, Stand: 5. März 2018. Berücksichtigt werden die SIM-Only-Tarife. Profil 3: Nur ungedrosselte Abos werden aufgeführt.

## Bis zu 64 Prozent Kombi-Strafe

Der Vergleich zeigt zudem, dass es immer noch erhebliche Unterschiede zwischen den Anbietern gibt. Unser erster Profilkunde bezahlt beim teuersten Anbieter rund 64 Prozent mehr, als wenn er sich für günstige Einzelprodukte von verschiedenen Anbietern entscheiden würde.

Daraus resultiert ein wichtiger Tipp für den Abschluss eines Telekomvertrags: Überlegen Sie sich vor dem Kauf gut, welche Dienstleistungen Sie wirklich brauchen und wie Sie diese nutzen möchten. Schweizer tendieren dazu, Kombi-Produkte mit zu vielen enthaltenen Dienstleistungen zu kaufen und dafür zu viel zu bezahlen.

## Zum Autor

Ralf Beyeler ist Telekom-Experte beim unabhängigen Online-Vergleichsdienst [Moneyland.ch](http://Moneyland.ch). Er beobachtet und analysiert seit der Marktöffnung des Telekommarktes im Jahr 1998 die Branche. Beyeler gilt als ausgewiesener Kenner des Telekommarktes. Seine Analysen sind sowohl bei Journalisten, Anbietern als auch Konsumenten gefragt. Unter [@ralfbeyeler](https://twitter.com/ralfbeyeler) twittert der Telekom-Experte regelmässig.