

«Die Impfung ist soziale Verantwortung»

André Krause leitet Sunrise UPC. Er verrät, wann der Telekom-Konzern neue Produkte lanciert und wieso 5G in den Städten zu langsam ist.

Interview: Stefan Ehrbar

André Krause kennt den Schweizer Telekom-Markt. Seit zehn Jahren arbeitet der 51-Jährige bei Sunrise. Nachdem Liberty Global, der Mutterkonzern der Schweizer Kabelnetzbetreiberin UPC, Sunrise letztes Jahr übernommen hatte, wurde er zum Chef des vereinigten Unternehmens ernannt.

Seit Ende 2020 treten Sunrise und UPC gemeinsam auf – mit Ihnen als Chef. Eine Ihrer ersten Amtshandlungen war die Ankündigung, 450 Mitarbeitende zu entlassen. Wieso?

André Krause: Es macht nie Spass, Mitarbeitende zu entlassen. Wenn zwei Unternehmen dieser Grösse zusammenkommen, ist es klar, dass es Doppelspurigkeiten gibt. Wir haben versucht, die Entlassungen so sozialverträglich wie möglich vorzunehmen und den Mitarbeitenden schnell Klarheit zu verschaffen. Schwierig war es, dass wir die Gespräche wegen der Pandemie teils per Video führen mussten. Ich finde, das ist nicht die Art und Weise, wie das geschehen sollte. Die Mitarbeitenden sassen zu Hause und hatten wenig physischen Kontakt zu Kollegen.

Arbeitgeber dürfen neu das Covid-Zertifikat einsetzen. Ein Thema auch für Sunrise UPC?

Ich würde das Zertifikat bei uns gerne einsetzen, natürlich mit den entsprechenden Vorkehrungen zum Datenschutz. Ich glaube, das ist eine gute Lösung, um ein Stück weit zur Normalität zurückzukommen. Wir führen auch mit den Führungskräften Veranstaltungen mit Zertifikat durch. Das ist viel einfacher, weil wir ohne Maske und Abstandsregelungen miteinander arbeiten und kommunizieren können.

Die Impfquote in der Schweiz ist tief. Die Wirtschaft äusserte sich lange zurückhaltend. Ein Fehler?

Dieser Vorwurf trifft auf uns nicht zu. Ich habe mich sowohl zur Corona-App als auch zur Impfung immer sehr klar geäussert und war ein Testimonial des Bundes für die Impfung. Ich finde auch, dass die Schweiz zu vorsichtig war mit Restriktionen für Ungeimpfte. Da hätten wir konsequenter sein müssen. In Dänemark fallen alle Restriktionen. Dort ist die Impfquote viel höher als bei uns – und selbst da sind die Wissenschaftler noch kritisch. Wir müssen es schaffen, auch diese hohe Impfquote zu erreichen. Das erfordert mehr Mut.

Sind Sie für einen Impfbzwang?

In den USA fordern erste Unternehmen, dass Mitarbeitende geimpft sein müssen. Ich bin kein Freund eines Zwangs, aber wir müssen den Menschen deutlich machen, dass die Impfung eine soziale Verantwortung ist, die ein jeder hat. Herdenimmunität kann nicht Sache der anderen sein.

Sie sind jetzt seit zehn Jahren bei Sunrise. Geändert hat sich seither im Schweizer Telekom-Markt nicht viel: Die Swisscom dominiert weiterhin in allen Bereichen.

Das sehe ich nicht so. Es ist kein Markt, in dem Anteile in grossem Umfang jedes Jahr neu verteilt werden. Viele Kunden sind in längerfristigen Verträgen gebunden. Dadurch kommt jedes Jahr nur ein bestimmter Anteil Kunden wieder auf den Markt, der umverteilt werden kann. An diesen Umverteilungen konnten wir in den letzten Jahren positiv partizipieren und die Marktanteile zu unseren Gunsten verschieben.

Das erstaunt nicht bei der gegenwärtigen Rabattschlacht. Sie dürften wohl fast keine Abos mehr zu regulären Preisen verkaufen.

Ja, wir haben einen sehr intensiven Markt. Neukunden können häufig von zeitlich begrenzten Angeboten profitieren. Die Idee dahinter ist, grössere Kundenbeziehungen aufzubauen und weitere Produkte verkaufen zu können. Verluste machen wir mit den Rabatten nicht, aber natürlich haben wir auch schon mehr Profit geschrieben mit höheren Preisen. Auch wenn das häufig nicht so gesehen wird: Schweizer Kunden erfreuen sich an einem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis und exzellenten Netzen. Flatrates im Mobilfunk finden sie in kaum einem europäischen Land zu den Preisen, die wir bieten – und die Netzqualität sowieso nicht.

Darunter leidet doch die Servicequalität. Kaum ein Callcenter von Ihnen steht in der Schweiz.

Unser Kundenservice war in den letzten Monaten unter Druck, weil wir so viele Anrufe hatten wie nie zuvor. Das liegt daran, dass wir viele Kunden gewonnen und physische Kanäle wegen der Krise nicht im gleichen Umfang zur Verfügung standen oder genutzt wurden. Wir haben nachgebessert und viel investiert, um mehr Mitarbeitende zu den Hotlines zu bringen und das alte Qualitätsniveau wiederherzustellen.

Was ändert sich jetzt, da Sunrise und UPC zusammen sind?

Durch die Kombination der beiden Unternehmen haben wir das erste Mal einen Wettbewerber zur Swisscom, der in allen Marktsegmenten bei 30 Prozent Marktanteil liegt und die Grösse hat, um Investitionen zu tätigen und die Swisscom herauszufordern. Wird das die Dynamik dramatisch ändern? Nein, aber es wird weiterhin einen hoffentlich kontinuierlichen Trend zu uns geben.

Sunrise UPC ist ein eher sperriger Name. Bleibt es dabei?

Wir werden unser Markenportfolio in Richtung einer Hauptmarke entwickeln. Aber es wird noch einige Monate oder Quartale dauern, bis wir überall und bei allen Produkten unter einer einheitlichen Marke auftreten. Wir können nicht einfach eine Marke wegnehmen, sondern müssen das vorbereiten und die Kunden begleiten.

Es gibt verschiedene TV-Boxen oder WLAN-Router für Sunrise- und UPC-Kunden. Und in Zukunft?

In den nächsten Monaten, vielleicht schon Wochen werden wir ein gemeinsames Produktportfolio unter dem Namen Sunrise lancieren.

UPC ist als Kabelnetz-Betreiber bekannt, Sunrise setzt auf Glasfaser und Kupferleitungen. Geben Sie eine der Technologien auf?

Wir bieten unseren Kunden die beste geeignete Infrastruktur. Das geht von Glasfaserkabeln über das Kabelnetz bis hin zu alten DSL-Technologien auf Kupfer. Das Kabelnetz ist schon heute zu 98 Prozent auch eine Glasfasertechnologie. Nur auf den letzten Metern wird das klassische Koax-Kabel eingesetzt, mit dem aber auch sehr hohe Bandbreiten realisiert werden können. Wir können schon jetzt Geschwindigkeiten von 1 Gbit/s auf dem Kabelnetz realisieren, in den nächsten Jahren werden es 10 Gbit/s werden. Gleichzeitig wird es immer mehr mit Glasfaser erschlossene Gebiete geben und dort werden wir auch Glasfaser anbieten.



André Krause ist CEO von Sunrise UPC. Bild: Severin Bigler (Optifikon, 15. September 2021)

«Beim Glasfasernetz war die Schweiz vor acht Jahren europaweit an der Spitze. Heute sind wir nicht einmal mehr in den Top 20.»

André Krause
CEO von Sunrise UPC

Eine Telekom-Karriere

Der 51-jährige André Krause stieg 2011 bei Sunrise als Finanzchef ein und wurde 2020 CEO des Unternehmens. Nachdem Liberty Global, die Besitzerin der Schweizer Kabelnetzbetreiberin UPC, Sunrise übernahm und die beiden Firmen unter dem Namen Sunrise UPC zusammenführte, wurde Krause im November 2020 zum Chef des vereinigten Unternehmens ernannt.

Vor seiner Zeit bei Sunrise UPC arbeitete Krause unter anderem als Finanzchef bei Telefónica O2 Germany in München und bei McKinsey in Düsseldorf. Der gebürtige Deutsche ist Vater von vier Kindern und wohnt am rechten Zürichseeufer. Er studierte Wirtschaftswissenschaften in Bielefeld. (ehs)

Wie hoch ist derzeit die Abdeckung mit Glasfaserkabeln?

Wir erreichen 35 bis 40 Prozent der Bevölkerung über Glasfaserkabel. Es dauert nun weitere fünf bis sieben Jahre, bis wir auf 60 bis 65 Prozent kommen.

Was geschieht mit den 35 Prozent der Haushalte, die nach jetziger Planung auch in ein paar Jahren keinen Glasfaser-Anschluss haben?

Ich denke nicht, dass es ökonomisch Sinn macht, sie mit Glasfaser zu erschliessen, auch nicht für die Swisscom. Das wird ökonomisch schwierig, wenn es keine anderen Finanzierungsmodelle gibt, etwa eine Beteiligung der Hauseigentümer oder staatliche Subventionen. Die Kosten in diesen Gebieten können pro Anschluss deutlich über dem Wert von 3000 bis 4000 Franken liegen, den ein Festnetz-Kunde über die ganze Kundenbeziehung für ein Unternehmen in der Regel hat.

Wie wollen Sie diese Kunden denn sonst versorgen?

Über die Mobilfunktechnologie 5G können wir ihnen schon heute Geschwindigkeiten von 1 Gbit/s im Download und 200 Mbit/s im Upload bieten mit sehr respektablem Reaktionszeiten von 14 bis 16 Millisekunden. Das ist teils deutlich besser als die alte Kupferinfrastruktur – und wird noch besser.

Gleichzeitig beklagt sich Ihre Branche, dass der 5G-Ausbau in der Schweiz nicht vorankommt.

Das ist auch ein grosses Problem. Normalerweise baut man eine neue Technologie von den Städten in die Peripherie hinaus. Bei 5G sind wir umgekehrt vorgegangen und haben aus der Peripherie in die Städte hineingebaut.

Warum?

In der Peripherie hatten wir häufig noch die Möglichkeit, bestehende Antennen auszubauen oder neue aufzustellen, weil die Emissionsgrenzwerte noch nicht ausgeschöpft waren. In den Städten haben wir an vielen Stellen diese Möglichkeit nicht mehr.

Dabei werben Sie mit einer hohen 5G-Abdeckung auch in Städten.

Wir haben eine tolle Abdeckung. Aber nur ausserhalb der Städte ist 5G mit wirklich hohen Geschwindigkeiten möglich. In den Städten können wir oft nur kleinere Frequenzbandbreiten für 5G nutzen. Das führt dazu, dass wir bei weitem nicht die Kapazität verbauen können, die wir künftig brauchen. Die Datennutzung in unseren Mobilfunknetzen verdoppelt sich alle ein bis zwei Jahre, aber in Städten sind wir schon heute mit dem 4G-Netz teilweise an den Kapazitätsgrenzen. 5G bietet sieben- bis zehnmal mehr Kapazität, aber kann nicht richtig ausgebaut werden.

Wohin führt das?

Wenn wir die geltenden Restriktionen nicht lösen, werden wir in Ballungsgebieten in einen Datenstau kommen. Wir können das Problem nicht erst lösen, wenn es akut ist. Das lässt sich nicht in drei Monaten machen, das braucht eine Vorlaufzeit. Wir müssen jetzt Entscheidungen treffen. Nehmen Sie das Glasfasernetz als Beispiel: In den Jahren 2012, 2013 war die Schweiz europaweit an der Spitze bei der Abdeckung. Heute sind wir nicht einmal mehr in den Top 20. Es braucht jetzt Entscheidungen, wenn wir bei den Infrastrukturen wie 5G die Führungsposition nicht in den nächsten Jahren oder sogar Quartalen verlieren wollen.