
MULTIMEDIA- VIEW

Kritik aus Brüssel an die Breitband-Anbieter

Boljour

Digitale Revolution

Übertragung/Netze

Artikel (bol)

Das FTTH Council Europe, in dem sich mehr als 150 Unternehmen zusammengeschlossen haben, ist eine Unternehmensorganisation mit dem Ziel, die Verfügbarkeit glasfaserbasierender Ultra-High-Speed-Zugänge für Firmen und Privatkunden voranzutreiben. Es ist ein Interessensverband, dessen Wünsche und Beurteilungen natürlich auch im Kontext zum dazu nötigen Investitionsaufwand bei der Realisierung stehen müssen. An der Wichtigkeit zur Einführung solcher Breitband-High-Speed-Zugänge zur Aufrechterhaltung und Steigerung der wirtschaftlichen Prosperität eines Landes besteht allgemein Konsens und deswegen ist sicher auch die Kritik von Hartwig Tauber, dem Director General, des FTTH Council Europe, nicht ungerechtfertigt. Sein Statement steht dabei unter dem Blickpunkt, damit gleichzeitig auf die kommende 10. FTTH-Konferenz 2013, im ExCeL London, 19. bis 21. Februar 2013, aufmerksam zu machen.

bol-

Hartwig Tauber, Director General des FTTH Council Europe, www.ftthcouncil.eu/ schrieb aus Brüssel am 22. Januar 2013:

„Was würden Sie sagen, wenn Sie im Supermarkt einen Liter Milch bezahlt hätten, um zuhause dann festzustellen, dass die Packung nur halb voll ist? Glückliche und zufriedene wären Sie sicher nicht. Doch bei Breitband-Anbietern ist das gang und gäbe. Sie dürfen ihren Kunden den vollen Preis für eine "bis zu"-Leistung berechnen, egal ob sie die annoncierte Geschwindigkeit nun liefern oder nicht.

Die Anbieter vertreten den Standpunkt, "bis zu"-Angaben seien angesichts des überlasteten Internets und der technischen Grenzen des Zugangsnetzes die einzige Möglichkeit, ihre Leistungen überhaupt zu bewerben. Aber ist das wirklich eine zufriedenstellende Erklärung?

Technisch ist es den Providern nämlich durchaus möglich, die versprochene Geschwindigkeit auch zu liefern - mit Fibre to the Home (FTTH). Ein gut umgesetztes Glasfaser-Zugangsnetz ist physikalisch in der Lage, 100% der annoncierten Geschwindigkeit zu liefern - anders als Telefonkabel, bei denen die Übertragungsqualität mit zunehmendem Abstand vom Verteiler abnimmt, oder Kabel-TV-Netzwerke, bei denen sich alle Nutzer in der Umgebung die verfügbare Bandbreite teilen müssen.

Tatsächlich haben Studien ergeben, dass FTTH-Nutzer oftmals sogar mehr Bandbreite bekommen als angekündigt. Samknows, ein Spezialist für Breitband-Performance, hat für die US-amerikanische Federal Communications Commission (FCC) Messungen durchgeführt. Dabei wurde festgestellt, dass in Spitzenzeiten DSL-Anwender 84% der beworbenen Bandbreite bekamen und Kabelkunden 99%, während FTTH-Provider sogar 117% der versprochenen Bandbreite lieferten.

Das hat unter anderem zur Folge, dass FTTH-Kunden auch zufriedener sind. Eine vom Marktforschungsinstitut RVA durchgeführte Studie, bei der über 2.000 Breitband-Kunden in den USA befragt wurden, belegt eine sehr hohe Zufriedenheit von FTTH-Kunden. 74% dieser Anwender bezeichneten sich als mit ihrem Internet-Zugang "sehr zufrieden", verglichen mit 54 % bei Kabelnutzern und 51% bei DSL. Diese Studie zeigt, dass klares und transparentes Marketing, bei dem die geweckten Erwartungen auch erfüllt oder gar übertroffen werden, zufriedene Kunden hervorbringt, die ihrem Anbieter auch mit einer höheren Wahrscheinlichkeit treu bleiben werden.

In Europa ist die Diskrepanz zwischen beworbener und tatsächlicher Breitband-Geschwindigkeit noch auffälliger. So lag nach Angaben des Regulierers Ofcom die durchschnittliche beworbene Geschwindigkeit im Vereinigten Königreich im Mai 2011 bei 15 Mbps und damit um 8,2 Mbps höher als das, was tatsächlich geliefert wurde, nämlich 6,8 Mbps. Dabei war die Schere zwischen tatsächlicher und beworbener Bandbreite im Laufe der Jahre zuvor immer weiter aufgegangen, was schließlich die Advertising Standards Agency zum Anlass nahm, strengere Regeln für die Bewerbung von Breitband-Angeboten einzuführen.

Die neuen Regeln, die im April 2012 in Kraft traten, sehen vor, dass mindestens 10% der Kunden tatsächlich von der beworbenen Geschwindigkeit profitieren können, und dass die Internet Service Provider (ISPs) auch Daten liefern müssen, die das belegen. Zudem müssen die Provider in ihren Anzeigen darauf hinweisen, dass die Verbraucher nicht unbedingt die groß angekündigten Geschwindigkeiten erreichen werden.

Hatte es den gewünschten Effekt? Viele ISPs haben auf die neuen Regeln damit reagiert, dass sie in ihrer Werbung niedrigere Geschwindigkeiten nennen - wo zuvor "bis zu 24 Mbps" beworben wurden,

heißt es heute in der Regel "bis zu 16 Mbps". In manchen Fällen wird sogar vollkommen auf einen Hinweis zur Geschwindigkeit verzichtet. Derzeit (Mai 2012) stellen die Provider im Vereinigten Königreich durchschnittlich 9 Mbps zur Verfügung - ein deutlicher Hinweis darauf, dass die Kunden nach wie vor nicht annähernd das bekommen, was sie erwarten.

Dänemark hat kürzlich einen entscheidenden Schritt zu mehr Klarheit gemacht. Dort müssen die Betreiber jetzt eine Mindestgeschwindigkeit in ihren Breitbandnetzen garantieren. Eine neue Vereinbarung zwischen Verbraucherverbänden einerseits und den Telekom-Anbietern und Energieversorgern andererseits wird zudem sicherstellen, dass jeder einzelne Verbraucherhaushalt mindestens 50% der beworbenen Bandbreite auch tatsächlich zur Verfügung hat. Diese Vereinbarung gilt für alle Breitband-Zugänge einschließlich Kupfer-basierter Telefon- und Kabel-TV-Netzwerke sowie mobiler Breitbandverbindungen.

Während die Entwicklung in Dänemark unseren Beifall verdient, bleibt der Mangel an Klarheit im Rest Europas ein ernstes Problem. Wie können Verbraucher sinnvolle Entscheidungen über ihren Zugang treffen, wenn die Marketing-Informationen im besten Fall verwirrend und im schlechtesten schlicht falsch sind? Wie können sie bessere und zuverlässigere Services fordern, wenn sie nicht einmal sicher wissen, was sie heute kaufen? Warum sollten sie mehr für eine höhere Geschwindigkeit bezahlen, von der nicht annähernd klar ist, welchen Unterschied sie letztlich machen wird?

Im Jahr 2012 hat Neelie Kroes, die für die Digitale Agenda zuständige Vizepräsidentin der Europäischen Kommission, versprochen, dass sie mit einer Empfehlung (einer Leitlinie für Regulierer) für mehr Klarheit in der Breitband-Werbung sorgen werde. "Können Kunden heute wirklich eine gute Entscheidung treffen?", fragt Kroes. "Wissen sie überhaupt, was sie da unterschreiben? Ich habe nicht alle Seiten meines Mobilfunkvertrages gelesen, und ich wette, Sie auch nicht! Ich glaube, wir alle brauchen transparentere Informationen."

Manchmal können Verbraucher sich nicht einmal darauf verlassen, dass sie eine echte Glasfaserverbindung beauftragen - der Begriff "Glasfaser" wurde von den Betreibern oft schon vereinnahmt, wenn sie nur anfangen, ihre alten Telefon- und Kabelnetze mit ein wenig Glasfaser aufzurüsten. Doch bei Fibre to the Cabinet (FTTC) muss man nach wie vor mit Kupferkabeln zwischen Straßenverteiler und Wohnzimmer leben; die Flaschenhälse auf der letzten Meile zum Verbraucher bleiben. Und wenngleich solche Verbindungen heute in vielen Fällen ausreichen mögen - wird das in fünf oder zehn Jahren immer noch so sein?

Aus Sicht der FTTH ist es absolut notwendig, dass Verbraucher klare und exakte Informationen über Breitband-Angebote bekommen, so dass sie eine informierte Entscheidung treffen können.“

[add new comment](#)

Referenzen

Bericht zur Performance kabelgebundener Breitbanddienste in den USA.

FCC's Office of Engineering and Technology and Consumer and Governmental Affairs Bureau

<http://www.fcc.gov/measuring-broadband-america/2012/july>

Breitband-Performance im Vereinigten Königreich, Mai 2012

Ofcom

<http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/other/telecoms-research/broadband-speeds/broadband-speeds-may2012/>

Next steps on Net Neutrality - making sure you get champagne service if that's what you're paying for, Neelie Kroes (May 2012)

<http://blogs.ec.europa.eu/neelie-kroes/netneutrality/>

EVENTS

DOKU

KONTAKT

IMPRESSUM

LOGIN

SOCIAL WEB

