



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement für
Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation UVEK

Bundesamt für Kommunikation BAKOM
Abteilung Telecomdienste

Biel, März 2009

Kosten der Mobilfunkdienste: Vergleich und Entwicklung

Resultate (2007-2008)

Inhaltsverzeichnis

Übersicht	4
1 Einleitung	5
2 Anpassung der Methodik	5
2.1 Marktstruktur, Gewichtungen und Berechnung der Indizes	5
2.2 Weitere Überlegungen	5
3 Ergebnisse	7
3.1 Indizes	7
3.2 Details zu den einzelnen Konsumprofilen	9
3.2.1 Kunden mit geringem Nutzungsbedarf	9
3.2.2 Kunden mit mittlerem Nutzungsbedarf	10
3.2.3 Kunden mit grossem Nutzungsbedarf	11
4 Auswirkungen der neuen Methodik auf die Ergebnisse	13
A Berücksichtigte Produkte (2008)	14
B Resultate in CHF, Zeitraum 2008, nach neuer Methode (Unterscheidung zwischen Abonnements und Prepaid-Karten)	15
B.1 Kosten des Korbs für geringen Nutzungsbedarf in CHF, MwSt. inklusive	15
B.2 Kosten des Korbs für mittleren Nutzungsbedarf in CHF, MwSt. inklusive	16
B.3 Kosten des Korbs für grossen Nutzungsbedarf in CHF, MwSt. inklusive	17
C Indexierte Resultate, Zeitraum 2008, nach früherer Methode (ohne Unterscheidung zwischen Abonnements und Prepaid-Karten)	18
C.1 Die drei Konsumprofile	18
C.2 Kunden mit geringem Nutzungsbedarf	19
C.3 Kunden mit mittlerem Nutzungsbedarf	20
C.4 Kunden mit grossem Nutzungsbedarf	21
D Resultate in CHF, Zeitraum 2008, nach früherer Methode (ohne Unterscheidung zwischen Abonnements und Prepaid-Karten)	22
D.1 Kosten des Korbs für geringen Nutzungsbedarf in CHF, MwSt. inklusive	22
D.2 Kosten des Korbs für mittleren Nutzungsbedarf in CHF, MwSt. inklusive	23
D.3 Kosten des Korbs für grossen Nutzungsbedarf in CHF, MwSt. inklusive	24

Tabellenverzeichnis

1	Kostenentwicklung der Mobiltelefonie dreier Nutzergruppen über mehrere interessanten Perioden	13
2	Im Zeitraum 2008 berücksichtigte Produkte	14
3	Abonnement: Kosten der Produkte für Nutzer mit geringem Bedarf in CHF	15
4	Prepaid-Karte: Kosten der Produkte für Nutzer mit geringem Bedarf in CHF	15
5	Abonnement: Kosten der Produkte für Nutzer mit mittlerem Bedarf in CHF	16
6	Prepaid-Karte: Kosten der Produkte für Nutzer mit mittlerem Bedarf in CHF	16
7	Abonnement: Kosten der Produkte für Nutzer mit grossem Bedarf in CHF	17
8	Prepaid-Karte: Kosten der Produkte für Nutzer mit grossem Bedarf in CHF	17
9	Indizes der drei Nutzerprofile, 100 = Zeitraum 2006	18
10	Günstigste Produkte nach Anbieterin und im Vergleich zum gewichteten Index von Swisscom, Sunrise und Orange (Nutzer mit geringem Bedarf)	19
11	Günstigste Produkte nach Anbieterin und im Vergleich zum gewichteten Index von Swisscom, Sunrise und Orange (Nutzer mit mittlerem Bedarf)	20

12	Günstigste Produkte nach Anbieterin und im Vergleich zum gewichteten Index von Swisscom, Sunrise und Orange (Nutzer mit grossem Bedarf)	21
13	Kosten der Produkte für Nutzer mit geringem Bedarf in CHF	22
14	Kosten der Produkte für Nutzer mit mittlerem Bedarf in CHF	23
15	Kosten der Produkte für Nutzer mit grossem Bedarf in CHF	24

Abbildungsverzeichnis

1	Index der jährlichen Kosten für einen Kunden mit geringem Nutzungsbedarf: Segmentierung nach Art des Angebots und Gesamtindex	8
2	Index der jährlichen Kosten für einen Kunden mit mittlerem Nutzungsbedarf: Segmentierung nach Art des Angebots und Gesamtindex	8
3	Index der jährlichen Kosten für einen Kunden mit grossem Nutzungsbedarf: Segmentierung nach Art des Angebots und Gesamtindex	9
10	Indizes der Kosten der Mobilfunkdienste nach Nutzerprofil	18
11	Indizes der jährlichen Kosten der günstigsten Produkte nach Anbieterin und im Vergleich zum gewichteten Index von Swisscom, Sunrise und Orange (Nutzer mit geringem Bedarf)	19
12	Indizes der jährlichen Kosten der günstigsten Produkte nach Anbieterin und im Vergleich zum gewichteten Index von Swisscom, Sunrise und Orange (Nutzer mit mittlerem Bedarf)	20
13	Indizes der jährlichen Kosten der günstigsten Produkte nach Anbieterin und im Vergleich zum gewichteten Index von Swisscom, Sunrise und Orange (Nutzer mit grossem Bedarf)	21

Übersicht

Der Index für Mobilfunkdienste, der auf den Produkten der drei grössten Schweizer Diensteanbieterinnen basiert, ist für Kundinnen und Kunden mit mittlerem Nutzungsbedarf im Vergleich zum Vorjahr um 4,4% zurückgegangen. Der Index hat nun einen Stand von 93,9 Punkten erreicht (Basis: August 2006 = 100). Dieser Rückgang hängt vor allem mit der Vermarktung neuer Produkte und mit der Senkung der Preise für Anrufe auf Mobilfunknetze zusammen. Die Preise für Anrufe aufs Festnetz sowie für SMS und MMS sind insgesamt stabil geblieben. Neun Resale-Anbieterinnen wurden in der Analyse ebenfalls berücksichtigt, und ihre Leistungen wurden mit den Gesamtindizes verglichen.

Alle Nutzerinnen und Nutzer haben vom Rückgang profitiert

Die Preisveränderung von 2007 auf 2008 kam allen drei Nutzertypen zugute. Vor allem die Kundschaft mit grossem Nutzungsbedarf konnte profitieren (-7,3%), aber selbst der geringste Kostenrückgang betrug noch -2.6% (Kundschaft mit geringem Nutzungsbedarf). Die Preise für die Kundschaft mit mittlerem Nutzungsbedarf veränderten sich um -4.4%. Die wichtigsten Gründe für den Preiserückgang sind einerseits die Vermarktung neuer Produkte (zum Beispiel Nutzungsguthaben, die der Abonnementsgebühr entsprechen) und andererseits die Senkung der Mobilterminierungsgebühren, die an die Endkundinnen und Endkunden weitergegeben wurde. Die Preise für Anrufe aufs Festnetz sowie für SMS und MMS sind in diesem Zeitraum praktisch unverändert geblieben.

Abonnementsverträge versus Prepaid-Karten

Prepaid-Angebote erweisen sich als geeignet für Kunden mit kleinem oder mittlerem Nutzungsbedarf, zum Teil aber auch für Kunden mit grossem Nutzungsbedarf. Das Sparpotenzial gegenüber einem Abonnementsvertrag beträgt für Kunden mit geringem Bedarf 32% und für Kunden mit mittlerem Bedarf 14%. Für Kunden mit grossem Nutzungsbedarf bieten hingegen Abonnements den grössten Vorteil, da sie im Vergleich zu Prepaid-Karten um 7% günstiger sind. Diese Differenz ist allerdings gering im Vergleich zu den anderen Nutzertypen.

Grosse Unterschiede zwischen den Diensteanbieterinnen

Die Kosten der günstigsten Produkte variieren sowohl auf dem Abonnements- als auch auf dem Prepaid-Markt stark je nach Anbieterin. Die Preise der Swisscom gehören allerdings auf allen Märkten und für alle Profile zu den höchsten.

Sonderfälle

Wie im Vorjahr gab es auch 2008 atypische Produkte, die nicht mit den gängigen Produkten vergleichbar sind. Dies sind die Produkte von Yallo (Sunrise), Salut Mobile (Aldi), Lebara Mobile (Lebara) und Lyca Mobile (Lycamobile). Sie unterscheiden sich von ihren Konkurrenten insofern, als Verbindungen ins gleiche Mobilfunknetz (d.h. zu den anderen Kunden von Yallo bzw. Salut Mobile, Lebara Mobile und Lyca Mobile) im Vergleich zur Konkurrenz viel günstiger sind. Diese Preise werden in Wirklichkeit nur selten angewendet, da die Marktanteile dieser Anbieterinnen relativ klein sind. Zudem sind bei manchen Produkten keine MMS-Dienste verfügbar; somit schlagen in der Berechnung der Kosten die MMS nicht zu Buche. Weitere Informationen enthält die Publikation von 2006 zum gleichen Thema.

Methodik

Der Preisindex für Mobilfunkdienste, den das BAKOM entwickelt hat, deckt einen Zeitraum von elf Jahren ab (1998 bis 2008). Die Methode basiert auf der Analyse des günstigsten Angebots jeder Anbieterin auf zwei verschiedenen Märkten (Abonnementsverträge und Prepaid-Karten), um die Konsumgewohnheiten der drei Kundenprofile (geringer/mittlerer/grosser Nutzungsbedarf) zu widerspiegeln. Die Konsumprofile wurden zuletzt 2006 aktualisiert. Die detaillierte Methodik wurde in der Publikation des Jahres 2006 zum gleichen Thema erläutert (www.bakom.ch). Die letzten Änderungen sind in Abschnitt 2 dieses Dokuments beschrieben.

1 Einleitung

Diese Studie beschreibt die Entwicklung der Preise der Mobilfunkdienste, indem die Kosten von Konsumkörben gemessen werden, die drei Nutzerprofilen (kleiner, mittlerer, grosser Nutzungsbedarf) entsprechen. Die Wahl der Konsumprofile ermöglicht internationale Vergleiche, da das BAKOM sich direkt an der Methodik der Organisation für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit (OECD) orientiert hat. Um die Kosten der Körbe für jede Anbieterin zu bestimmen, betrachten wir einzig das vorteilhafteste Angebot jeder Anbieterin für jedes Profil, wobei wir zwischen Kunden mit Vertrag und Kunden mit Prepaid-Karte unterscheiden. Um die umfassenden ermittelten Informationen zusammenzufassen, haben wir für jedes Profil einen Index berechnet.

Das BAKOM hat bereits 2004 eine Studie betreffend die Kosten der Mobilfunkdienste und danach jährlich eine Aktualisierung dieser Studie herausgegeben. Das vorliegende Dokument soll nun die Ergebnisse der Analyse für den Zeitraum 2008 präsentieren und erläutern. Der Rahmen der Analyse und die angewandte Methodik wurden angepasst, um den Konsumgewohnheiten der Schweizer Kunden, die nicht immer das für ihr Profil günstigste Produkt wählen, besser Rechnung zu tragen. Die Studie unterscheidet nun bei der Ermittlung der Indizes den Markt der Abonnementsverträge vom Markt der Prepaid-Karten. Durch diese Unterscheidung fallen die Ergebnisse deutlich anders als bisher aus.

Dieses Dokument ist in drei Teile gegliedert. Der erste erläutert die wichtigsten Anpassungen bei der Darstellung der Ergebnisse und der Berechnung der Indizes. Der zweite beschreibt und kommentiert die Ergebnisse, die für die verschiedenen Nutzerprofile ermittelt wurden. Der dritte schliesslich führt aus, welche Auswirkungen die Umsetzung der neuen Methodik auf die Ergebnisse hatte.

2 Anpassung der Methodik

2.1 Marktstruktur, Gewichtungen und Berechnung der Indizes

Wie bei den vorangehenden Studien wurden die Ergebnisse in Form von Laspeyres-Indizes für die drei Profile zusammengefasst. Als Referenzzeitraum (der dem Wert 100 entspricht) gilt der Zeitraum, in dem die Struktur der Körbe zuletzt geändert wurde. In diesem Dokument entspricht er dem Jahr 2006. Die Analyse nach Profil präsentiert die Werte der günstigsten Angebote jeder Anbieterin im Vergleich zu einem Index, der nach den Marktanteilen der drei grössten Anbieterinnen (Swisscom, Sunrise und Orange) gewichtet ist. Im Gegensatz zu den bisherigen Studien wird bei dieser Studie der Markt für Abonnementsverträge vom Markt für Prepaid-Karten unterschieden, und bei der Berechnung der Indizes wird dieser strukturelle Unterschied einbezogen. Zum Zweck des Vergleichs deckt die Analyse auch neun Resale-Anbieterinnen ab, diese werden aber in der Gewichtung der Indizes nicht berücksichtigt.

Dieser neue Ansatz ermöglicht es, die Preisentwicklung genauer zu beschreiben, da ein zusätzlicher Aspekt der Marktstruktur berücksichtigt wird. Bei diesem Ansatz geht man davon aus, dass es grundsätzlich auf dem Mobilfunkmarkt zwei Arten des Konsums gibt und dass jeder rational das für sich geeignetste Produkt aus diesen zwei Märkten auswählt. Wir bleiben also bei der These, gemäss der jeder Einzelne rational sein Produkt auswählt bzw. möglichst wenig ausgeben will für sein Konsumprofil. Weder die neue noch die alte Methode zielt darauf ab, die effektiven Ausgaben der Schweizer Mobilfunkkunden aufzuzeigen (in diesem Fall müssten wir die Zahl der Kunden für jeden Produkttyp kennen). Vielmehr soll der Grundsatz der wirtschaftlichen Vernunft des Einzelnen mit einer schematischen, aber greifbaren Konsumstruktur des Marktes verbunden werden. Der neue Ansatz bietet zudem den Vorteil, dem Phänomen der Handy-Subventionierung besser Rechnung zu tragen, da die Marktanteile, die diese Realität am besten widerspiegeln (Markt für Abonnements), von nun an im richtigen Ausmass berücksichtigt werden.

2.2 Weitere Überlegungen

Unverändert bleiben die anderen Bedingungen, welche den Rahmen der Analyse und die angewandte Methodik definieren. Allerdings kommen drei Anbieterinnen hinzu: Lebara mobile, Lycamobile und Aldi.

Diese drei Gesellschaften bieten heute ihre Dienste nur über Prepaid-Karten an. Die detaillierte Methodik wurde in der Publikation des Jahres 2006 zum gleichen Thema erläutert (www.bakom.ch)

3 Ergebnisse

Abschnitt 3.1, der nur die Indizes betrachtet, umfasst eine detaillierte Analyse und beschreibt die Ergebnisse unter drei Gesichtspunkten. Als Erstes betrachten wir die Entwicklung der Preise im Jahr 2008 für jedes Profil und jeden Markttyp. Als Zweites vergleichen wir die Unterschiede zwischen dem Abonnements- und dem Prepaid-Markt im Verhältnis zum Gesamtindex. Als Drittes analysieren wir in knapper Form die Entwicklung der Indizes seit 1998. Abschnitt 3.2 enthält die Klassierung der Anbieterinnen (d.h. ihr günstigstes Angebot) für das jeweilige Profil und den jeweiligen Markt, wobei auf eine eingehendere Analyse verzichtet wird.

3.1 Indizes

Dieser Abschnitt fasst die Ergebnisse der folgenden Abschnitte zusammen. Die Ergebnisse werden in Form von Indizes präsentiert, welche die Entwicklung der Kosten nach Benutzertyp auf dem Abonnementsmarkt («CONTRACT») und dem Prepaid-Markt («PREPAID») aufzeigen. Jeder Index wird nach der Anzahl Abonnemente bzw. Prepaid-Karten gewichtet. Die zusammengesetzten Indizes («TOTAL») kombinieren diese beiden Märkte. Sie wurden berechnet, indem die Kosten mit der Gesamtanzahl Kunden, welche die drei grössten Anbieterinnen am Markt (Swisscom, Sunrise und Orange) Ende Juni jedes Jahres hatten, gewichtet wurden. Die anderen Anbieterinnen haben keinen Einfluss auf die Berechnung der Indizes. Der Referenzzeitraum ist für alle drei Profile das Jahr 2006.

Zunächst zeigen die Abbildungen 1 bis 3 einen Preisrückgang für alle drei Nutzertypen im Jahr 2008. Das Ausmass der Preissenkung ist allerdings sehr unterschiedlich. Der Kostenrückgang ist sogar proportional zum Nutzungsvolumen und damit zu den Nutzerprofilen (je grösser der Nutzungsbedarf, desto grösser die Einsparungen im Jahr 2008). Für Kunden mit geringem Nutzungsbedarf sind die Kosten um 2,6% gesunken, für Kunden mit mittlerem Nutzungsbedarf um 4,4% und für Kunden mit grossem Nutzungsbedarf um 7,3%. Diese Preissenkungen für die Endkunden sind in erster Linie als Folge der Preissenkungen im Grosshandelsbereich zu betrachten (Festnetz- und Mobilfunkterminierungsgebühren). Die Einführung neuer, sehr günstiger Prepaid-Angebote durch zwei der drei Anbieterinnen, auf denen der Index basiert, ist eine weitere Erklärung für den Preisrückgang.

Zudem zeigen diese Abbildungen und Tabellen, dass Prepaid-Karten das geeignetste Marktsegment für Nutzer mit geringem oder mittlerem Nutzungsbedarf sind. Bei diesen zwei Benutzerkategorien liegt der Index für die Prepaid-Karten deutlich unter dem Gesamtindex (21,2% bzw. 8,6%). Vergleicht man zudem dieses Segment mit demjenigen der Abonnemente, stellt man fest, dass die Prepaid-Karten um 32,1% bzw. 14,1% günstiger sind. Umgekehrt ist bei Kunden mit grossem Nutzungsbedarf das Marktsegment der Abonnemente am interessantesten. Der Index dieses Segments liegt um 3,2% unter dem Gesamtindex und um 7,2% unter dem Prepaid-Index. Diese Differenz ist allerdings gering im Vergleich zu den anderen Nutzertypen.

Schliesslich zeigen die Abbildungen und Tabellen dieses Abschnitts allgemein einen beträchtlichen Rückgang der Mobilfunkpreise seit 1998. Betrachtet man den Gesamtindex für jeden Nutzertyp, stellt man fest, dass die Kosten für alle drei Nutzerprofile zurückgegangen sind, und zwar um 43,7% für Kunden mit geringem Nutzungsbedarf, um 50,4% für Kunden mit mittlerem Nutzungsbedarf und um 59,3% für Kunden mit grossem Nutzungsbedarf.

Dieser Rückgang erfolgte in drei Etappen.

Die erste Etappe dauerte von 1998 bis 2001 und war von einer starken Senkung der Kosten für die drei Profile geprägt. Diese Senkung zeugt nicht nur davon, dass die Preise vor der Liberalisierung zu hoch waren, sondern auch davon, dass dank des Nachfragebooms in dieser Phase grosse Einsparungen durch Skaleneffekte und die Erweiterung der Produktpalette möglich wurden.

Der Schwung der ersten Jahre liess allerdings nach. In der zweiten Etappe, die von 2001 bis 2004 dauerte, war eine Preisstabilisierung festzustellen. Diese Stagnation könnte etwa auf geringen Wettbewerbsdruck unter den Anbieterinnen zurückzuführen sein.

Seit 2005 ist auf dem Retailmarkt eine Belebung des Wettbewerbs festzustellen. Dieser Strategie-wechsel ist hauptsächlich eine Folge der Senkung der Terminierungspreise (Fest- und Mobilnetz), aber auch des Willens der Anbieterinnen, durch das Bereitstellen von Angeboten für Konsumenten, die nur Basisdienste benötigen, neue Kunden zu gewinnen. So haben die Netzbetreiberinnen 2006, als die Preise besonders stark sanken, Partnerschaften mit anderen Telekommunikationsunternehmen und Grossverteilern abgeschlossen, die ihrerseits die günstigsten Tarife in diesem speziellen Marktsegment anbieten wollen.

Jahr	Abonnementsverträge	Prepaid-Karten	Total Index
1998	176.3	158.8	170.2
1999	163.3	156.2	160.9
2000	157.6	147.7	154.5
2001	129.4	135.1	131.7
2002	129.0	132.1	130.3
2003	129.0	131.5	130.0
2004	127.6	131.4	129.2
2005	123.1	120.4	122.0
2006	111.7	83.5	100.0
2007	110.9	81.6	98.4
2008	111.1	75.5	95.8

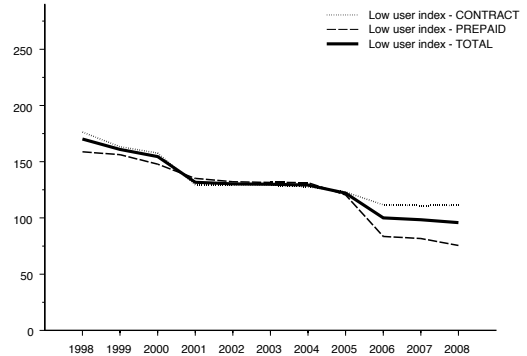


Abbildung 1: Index der jährlichen Kosten für einen Kunden mit geringem Nutzungsbedarf: Segmentierung nach Art des Angebots und Gesamtindex

Jahr	Abonnementsverträge	Prepaid-Karten	Total Index
1998	168.3	228.2	189.1
1999	147.8	224.9	174.1
2000	137.3	209.9	159.9
2001	136.5	196.7	160.6
2002	136.9	190.4	159.1
2003	135.8	190.6	157.9
2004	133.8	189.6	157.3
2005	105.7	175.9	133.4
2006	103.2	95.4	100.0
2007	102.9	91.9	98.2
2008	99.9	85.9	93.9

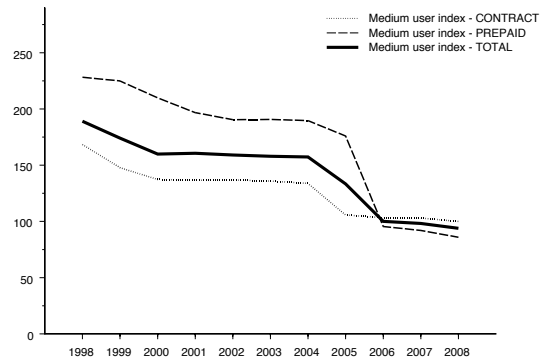


Abbildung 2: Index der jährlichen Kosten für einen Kunden mit mittlerem Nutzungsbedarf: Segmentierung nach Art des Angebots und Gesamtindex

Jahr	Abonnementsverträge	Prepaid-Karten	Total Index
1998	188.6	286.8	222.7
1999	161.5	278.7	201.5
2000	142.1	256.4	177.6
2001	141.0	240.2	180.7
2002	137.5	231.3	176.4
2003	136.4	232.1	175.0
2004	132.6	230.5	173.9
2005	102.9	227.5	152.0
2006	95.2	106.8	100.0
2007	95.1	101.5	97.9
2008	87.8	94.6	90.7

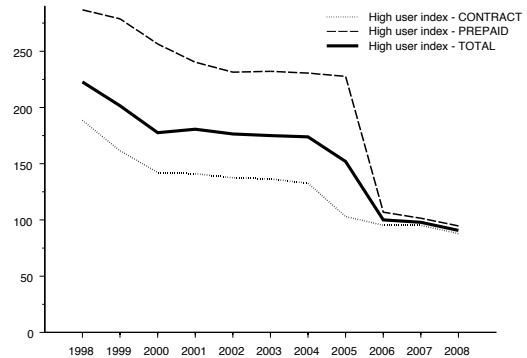


Abbildung 3: Index der jährlichen Kosten für einen Kunden mit grossem Nutzungsbedarf: Segmentierung nach Art des Angebots und Gesamtindex

3.2 Details zu den einzelnen Konsumprofilen

Bevor wir die Ergebnisse für die verschiedenen Profile präsentieren, weisen wir darauf hin, dass einige Produkte¹ nicht direkt mit den klassischen Produkten vergleichbar sind, da «On-Net»-Verbindungen zu konkurrenzlosen Preisen verrechnet werden und nicht einmal ein Abonnementsvertrag vorausgesetzt wird. Selbst wenn diese Produkte nicht direkt mit den Standard-Produkten vergleichbar sind, führen wir sie dennoch auf. Damit wollen wir zeigen, dass die Kosten noch stark gesenkt werden könnten, wenn sich die Anbieterinnen vermehrt für eine solche Geschäftsstrategie entscheiden würden. Im Übrigen kommt diese Praxis in verschiedenen Ländern auf oder ist bereits bekannt.

3.2.1 Kunden mit geringem Nutzungsbedarf

Die Abbildungen 4 und 5 zeigen die Entwicklung seit 1998 der Indizes, welche die jährlichen Kosten eines Kunden mit geringem Nutzungsbedarf im Verhältnis zum Gesamtindex dieser Nutzerkategorie darstellen. Die Kosten wurden von den Anbieterinnen auf zwei unterschiedlichen Märkten (Abonnemente und auf Prepaid-Karten) in Rechnung gestellt. Der Gesamtindex kombiniert diese Basis-Indizes mit den jeweiligen Marktanteilen von Swisscom, Sunrise und Orange. Die gesamten Ergebnisse in Franken für das Jahr 2008 sind in Anhang B zu finden.

¹2008 waren dies die Produkte Yallo (Sunrise), Salut Mobile (Aldi), Lebara Mobile (Lebara) und Lyca Mobile (Lycamobile).

Jahr	Anbieterin	Produkt	Index
2007	Tele2	Tele2 Mobile Start	60.8
2007	Sunrise	Relax Libero	73.5
2007	Mobilezone	Mobilezonenet - Freedom	95.4
2007	Orange	Optima 30 Option SMS automatique	105.1
2007	Indice		110.9
2007	Swisscom	Natel Basic Liberty	121.3
2007	Cablecom	Mobile Connect	128.2
2008	Sunrise	Zero	74.8
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Freedom	95.4
2008	Orange	Optima 30 Option SMS automatique	105.1
2008	Indice		111.1
2008	Tele2	Tele2 Smart Deal	111.6
2008	Swisscom	Natel Basic Liberty	121.3
2008	Cablecom	Mobile Connect	128.2

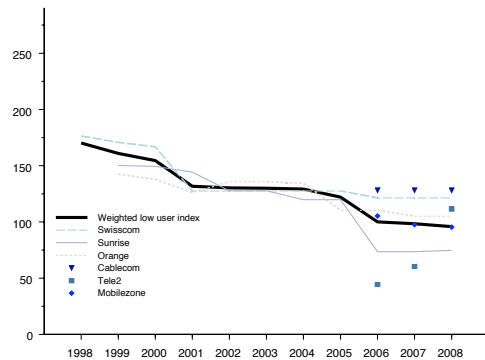


Abbildung 4: Abonnement: Günstigste Produkte nach Anbieterin und im Vergleich zum gewichteten Gesamtindex (Abonnement und Prepaid-Karte) von Swisscom, Sunrise und Orange für Nutzer mit geringem Bedarf

Jahr	Anbieterin	Produkt	Index	MMS
2007	Yallo	Yallo	29.6	No MMS
2007	Migros	M-Budget Mobile	49.1	No MMS
2007	Coop	CoopMobile	52.5	
2007	Cablecom	Mobile ready	54.2	No MMS
2007	Tele2	Tele2 Mobile Prepaid	54.5	
2007	Orange	Orangeclick.ch	55.9	
2007	Sunrise	Relax Pronto	64.8	
2007	Mobilezone	Mobilezonenet - Light	72.6	
2007	Indice		81.6	
2007	Swisscom	Natel Easy Liberty	96.9	
2008	Yallo	Yallo	29.2	
2008	Aldi	Salut Mobile	30.0	
2008	Lycamobile	Lyca Mobile	40.9	No MMS
2008	Orange	X-treme Prepay	41.9	
2008	Migros	M-Budget Mobile	44.2	No MMS
2008	Coop	CoopMobile	46.2	
2008	Sunrise	Go	49	
2008	Tele2	Tele2 Smart Deal Prepaid	50.3	
2008	Lebara	Lebara Mobile	51.9	
2008	Cablecom	Mobile ready	55.3	
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Light	72.6	
2008	Indice		75.5	
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty	96.9	

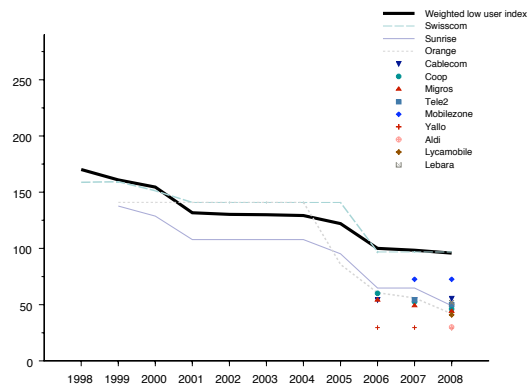


Abbildung 5: Prepaid-Karte: Günstigste Produkte nach Anbieterin und im Vergleich zum gewichteten Gesamtindex (Abonnement und Prepaid-Karte) von Swisscom, Sunrise und Orange für Nutzer mit geringem Bedarf

3.2.2 Kunden mit mittlerem Nutzungsbedarf

Die Abbildungen 6 und 7 zeigen die Entwicklung seit 1998 der Indizes, welche die jährlichen Kosten eines Kunden mit geringem Nutzungsbedarf im Verhältnis zum Gesamtindex dieser Nutzerkategorie darstellen. Die Kosten wurden von den Anbieterinnen auf zwei unterschiedlichen Märkten (Abonnemente und auf Prepaid-Karten) in Rechnung gestellt. Der Gesamtindex kombiniert diese Basis-Indizes mit den jeweiligen Marktanteilen von Swisscom, Sunrise und Orange. Die gesamten Ergebnisse in Franken für das Jahr 2008 sind in Anhang B zu finden.

Jahr	Anbieterin	Produkt	Index
2007	Tele2	Tele2 Mobile Start	67.4
2007	Mobilezone	Mobilezonenet - Freedom	75.5
2007	Sunrise	Relax Libero	82.5
2007	Orange	Optima 100 Option SMS automatique	86.3
2007	Index		102.9
2007	Swisscom	Natel Basic Liberty SMS Option 50	112.4
2007	Cablecom	Mobile Connect	113.6
2008	Sunrise	Zero	63.2
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Freedom	72.9
2008	Orange	Optima 100 Option SMS automatique	86.3
2008	Tele2	Tele2 Smart Deal	94.9
2008	Index		99.9
2008	Swisscom	Natel Basic Liberty SMS Option 50	112.4
2008	Cablecom	Mobile Connect	113.6

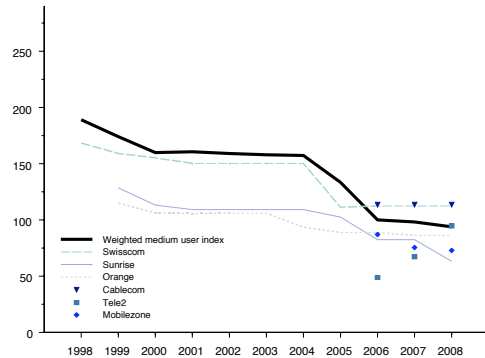


Abbildung 6: Abonnement: Günstigste Produkte nach Anbieterin und im Vergleich zum gewichteten Gesamtindex (Abonnement und Prepaid-Karte) von Swisscom, Sunrise und Orange für Nutzer mit mittlerem Bedarf

Jahr	Anbieterin	Produkt	Index	MMS
2007	Yallo	Yallo	40.5	No MMS
2007	Migros	M-Budget Mobile	64.4	No MMS
2007	Coop	CoopMobile	68.4	
2007	Tele2	Tele2 Mobile Prepaid	69.3	
2007	Sunrise	Relax Pronto	71.2	
2007	Cablecom	Mobile ready	72.5	No MMS
2007	Orange	Orangeclick.ch	74.4	
2007	Mobilezone	Mobilezonenet - Light	91.4	
2007	Index		91.9	
2007	Swisscom	Natel Easy Liberty SMS Option 50	106.1	
2008	Aldi	Salut Mobile	39	
2008	Yallo	Yallo	39.5	
2008	Lycamobile	Lyca Mobile	45.9	No MMS
2008	Orange	X-treme Prepay	51.8	
2008	Tele2	Tele2 Smart Deal Prepaid	54.2	
2008	Lebara	Lebara Mobile	56.2	
2008	Migros	M-Budget Mobile	58.1	No MMS
2008	Coop	CoopMobile	59.6	
2008	Sunrise	Go	62.4	
2008	Cablecom	Mobile ready	72.5	
2008	Index		85.9	
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Light	92.8	
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty SMS Option 50	106.1	

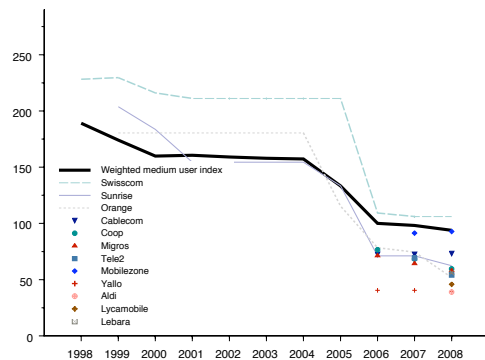


Abbildung 7: Prepaid-Karte: Günstigste Produkte nach Anbieterin und im Vergleich zum gewichteten Gesamtindex (Abonnement und Prepaid-Karte) von Swisscom, Sunrise und Orange für Nutzer mit mittlerem Bedarf

3.2.3 Kunden mit grossem Nutzungsbedarf

Die Abbildungen 8 und 9 zeigen die Entwicklung seit 1998 der Indizes, welche die jährlichen Kosten eines Kunden mit geringem Nutzungsbedarf im Verhältnis zum Gesamtindex dieser Nutzerkategorie darstellen. Die Kosten wurden von den Anbieterinnen auf zwei unterschiedlichen Märkten (Abonnemente und auf Prepaid-Karten) in Rechnung gestellt. Der Gesamtindex kombiniert diese Basis-Indizes mit den jeweiligen Marktanteilen von Swisscom, Sunrise und Orange. Die gesamten Ergebnisse in Franken für das Jahr 2008 sind in Anhang B zu finden.

Jahr	Anbieterin	Produkt	Index
2007	Sunrise	Relax Super	63.3
2007	Mobilezone	Mobilezonenet - Freedom	66.9
2007	Tele2	Tele2 Mobile Tip	74.5
2007	Orange	Optima 100 Option SMS automatique	92.1
2007	Index		95.1
2007	Swisscom	Natel Swiss Liberty SMS Option 50	103.5
2007	Cablecom	Mobile Connect	107.9
2008	Sunrise	Zero Plus	52.5
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Freedom	64.9
2008	Tele2	Tele2 Big Deal	94.9
2008	Orange	Optima 200 Option SMS automatique	86.3
2008	Index		87.8
2008	Swisscom	Natel Pro Liberty SMS Option 50	94.8
2008	Cablecom	Mobile Connect	107.9

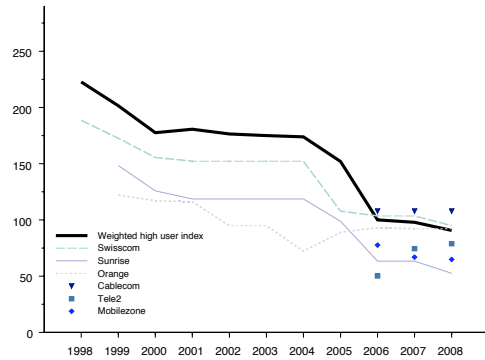


Abbildung 8: Abonnement: Günstigste Produkte nach Anbieterin und im Vergleich zum gewichteten Gesamtindex (Abonnement und Prepaid-Karte) von Swisscom, Sunrise und Orange für Nutzer mit grossem Bedarf

Jahr	Anbieterin	Produkt	Index	MMS
2007	Yallo	Yallo	46.8	No MMS
2007	Migros	M-Budget Mobile	73.6	No MMS
2007	Tele2	Tele2 Mobile Prepaid	78.3	
2007	Coop	CoopMobile	78.3	
2007	Sunrise	Relax Pronto	79.6	
2007	Cablecom	Mobile ready	84.0	No MMS
2007	Orange	Orangetick.ch	86.2	
2007	Index		101.5	
2007	Mobilezone	Mobilezonenet - Light	109.8	
2007	Swisscom	Natel Easy Liberty Option Weekend	115.6	
2008	Aldi	Salut Mobile	44.8	
2008	Yallo	Yallo	45.1	
2008	Lycamobile	Lyca Mobile	51.2	No MMS
2008	Orange	X-treme Prepay	58.8	
2008	Tele2	Tele2 Smart Deal Prepaid	60.1	
2008	Lebara	Lebara Mobile	62.3	
2008	Migros	M-Budget Mobile	65.9	No MMS
2008	Coop	CoopMobile	67.7	
2008	Sunrise	Go	70.5	
2008	Cablecom	Mobile ready	84.7	
2008	Index		94.6	
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Light	108.8	
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty Option Weekend	115.6	

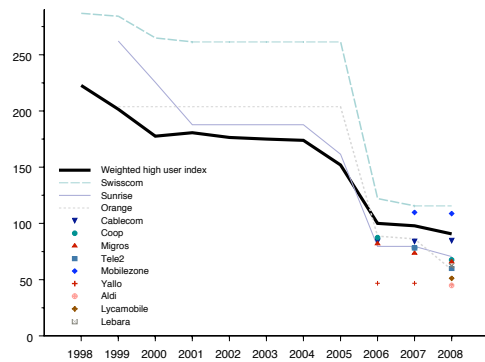


Abbildung 9: Prepaid-Karte: Günstigste Produkte nach Anbieterin und im Vergleich zum gewichteten Gesamtindex (Abonnement und Prepaid-Karte) von Swisscom, Sunrise und Orange für Nutzer mit grossem Bedarf

4 Auswirkungen der neuen Methodik auf die Ergebnisse

Die Auswirkungen der Änderung der Methodik auf die Ergebnisse sind nicht vernachlässigbar, müssen aber dennoch relativiert werden, da die Grössenordnungen unverändert bleiben. Um die Transparenz zu erhöhen, haben wir entschieden, die Veränderungen rückwirkend zu betrachten. So haben wir ab 1998 zwischen dem Abonnements- und dem Prepaid-Markt unterschieden. Bei der früheren Methode wurde grundsätzlich nicht nach Produkt unterschieden. Bei der neuen Methode wird die Existenz dieser zwei unterschiedlichen Märkte anerkannt und von vornherein bei der Indexberechnung berücksichtigt. Als direkte Folge dieses Vorgehens kommen nun für jedes Profil zusätzliche Produkte in Frage, die nach der früheren Methode für bestimmte Profile und insbesondere für Kunden mit geringem Bedarf als zu teuer galten. Die neue Methode korrigiert die Entwicklung der Gesamtkosten für die analysierten Nutzertypen und Zeiträume unterschiedlich stark. Zum Beispiel sind nach der neuen Berechnungsmethode zwischen 1998 und 2008 die Einsparungen für Nutzer mit geringem Bedarf kleiner, für Nutzer mit mittlerem oder grossem Bedarf hingegen grösser. Mit der früheren Methode werden die Preissenkungen zwischen 2007 und 2008 überbewertet, und zwar für alle Nutzerkategorien. Die detaillierten Auswirkungen der Anpassung der Methodik sind in Tabelle 1 dargestellt, die den Verlauf des Gesamtindex für jedes Profil in verschiedenen Zeitspannen darstellt. Um zudem den Vergleich mit dem neuen Ansatz zu ermöglichen, sind in Anhang C die Ergebnisse aufgeführt, die nach der früheren Methode berechnet wurden.

Periode	Veränderung der Gesamtindizes (neue Methode)			Veränderung der Gesamtindizes (frühere Methode)		
	Kunden mit geringem Nutzungsbedarf	Kunden mit mittlerem Nutzungsbedarf	Kunden mit grossem Nutzungsbedarf	Kunden mit geringem Nutzungsbedarf	Kunden mit mittlerem Nutzungsbedarf	Kunden mit grossem Nutzungsbedarf
2007-2008	-3%	-4%	-7%	-7%	-6%	-13%
1998-2008	-44%	-50%	-59%	-51%	-48%	-58%
1998-2001	-23%	-15%	-19%	-17%	-17%	-24%
2001-2004	-2%	-2%	-4%	0%	-4%	-8%
2004-2008	-26%	-40%	-48%	-40%	-35%	-39%

Tabelle 1: *Kostenentwicklung der Mobiltelefonie dreier Nutzergruppen über mehrere interessanten Perioden*

A Berücksichtigte Produkte (2008)

Anbieterin	Produkt	Option
Swisscom	Natel Basic Liberty	
Swisscom	Natel Basic Liberty	SMS Option 50
Swisscom	Natel Basic Liberty	Option Night 1000
Swisscom	Natel Basic Liberty	Option Weekend 1000
Swisscom	Natel Swiss Liberty	
Swisscom	Natel Swiss Liberty	SMS Option 50
Swisscom	Natel Swiss Liberty	Option Night 1000
Swisscom	Natel Swiss Liberty	Option Weekend 1000
Swisscom	Natel Pro Liberty	
Swisscom	Natel Pro Liberty	SMS Option 50
Swisscom	Natel Pro Liberty	Option Night 1000
Swisscom	Natel Pro Liberty	Option Weekend 1000
Swisscom	Natel Easy Liberty	
Swisscom	Natel Easy Liberty	SMS Option 50
Swisscom	Natel Easy Liberty	Option Night
Swisscom	Natel Easy Liberty	Option Weekend
Sunrise	Max	
Sunrise	Zero	
Sunrise	Zero Plus	
Sunrise	Go	
Yallo	Yallo	
Orange	Optima 30	Option SMS automatique
Orange	Optima 100	Option SMS automatique
Orange	Optima 200	Option SMS automatique
Orange	Optima 400	Option SMS automatique
Orange	Optima 600	Option SMS automatique
Orange	Optima 1200	Option SMS automatique
Orange	Orangeclick.ch	
Orange	X-treme	
Orange	X-treme Prepay	
Orange	Maxima	
Cablecom	Mobile Connect	
Cablecom	Mobile ready	
Coop	CoopMobile	
Migros	M-Budget Mobile	
Tele2	Tele2 Big Deal	
Tele2	Tele2 Smart Deal	
Tele2	Tele2 Smart Deal Prepaid	
Mobilezone	Mobilezonenet - Fair Value	
Mobilezone	Mobilezonenet - Freedom	
Mobilezone	Mobilezonenet - Light	
Lebara	Lebara Mobile	
Lycamobile	Lyca Mobile	
Aldi	Salut Mobile	

Tabelle 2: Im Zeitraum 2008 berücksichtigte Produkte

B Resultate in CHF, Zeitraum 2008, nach neuer Methode (Unterscheidung zwischen Abonnementen und Prepaid-Karten)

B.1 Kosten des Korbs für geringen Nutzungsbedarf in CHF, MwSt. inklusive

Jahr	Anbieterin	Produkt	Kost (CHF)
2008	Sunrise	Zero	313
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Freedom	400
2008	Orange	Optima 30 Option SMS automatique	440
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Fair Value	444
2008	Tele2	Tele2 Smart Deal	468
2008	Swisscom	Natel Basic Liberty	508
2008	Orange	X-treme	523
2008	Swisscom	Natel Basic Liberty SMS Option 50	525
2008	Tele2	Tele2 Big Deal	537
2008	Cablecom	Mobile Connect	537
2008	Orange	Optima 100 Option SMS automatique	568
2008	Swisscom	Natel Basic Liberty Option Weekend 1000	575
2008	Swisscom	Natel Swiss Liberty	596
2008	Swisscom	Natel Basic Liberty Option Night 1000	603
2008	Swisscom	Natel Swiss Liberty SMS Option 50	613
2008	Sunrise	Zero Plus	613
2008	Swisscom	Natel Swiss Liberty Option Weekend 1000	678
2008	Swisscom	Natel Swiss Liberty Option Night 1000	705
2008	Swisscom	Natel Pro Liberty	804
2008	Swisscom	Natel Pro Liberty SMS Option 50	821
2008	Swisscom	Natel Pro Liberty Option Weekend 1000	902
2008	Sunrise	Max	913
2008	Swisscom	Natel Pro Liberty Option Night 1000	927
2008	Orange	Optima 200 Option SMS automatique	1000
2008	Orange	Maxima	1162
2008	Orange	Optima 400 Option SMS automatique	1600
2008	Orange	Optima 600 Option SMS automatique	2140
2008	Orange	Optima 1200 Option SMS automatique	4060

Tabelle 3: *Abonnement:* Kosten der Produkte für Nutzer mit geringem Bedarf in CHF

Jahr	Anbieterin	Produkt	Kost (CHF)	MMS
2008	Aldi	Salut Mobile	126	
2008	Yallo	Yallo	122	
2008	Lycamobile	Lyca Mobile	171	No MMS
2008	Orange	X-treme Prepay	176	
2008	Migros	M-Budget Mobile	185	No MMS
2008	Coop	CoopMobile	194	
2008	Sunrise	Go	205	
2008	Orange	Orangeclick.ch	208	
2008	Tele2	Tele2 Smart Deal Prepaid	211	
2008	Lebara	Lebara Mobile	218	
2008	Cablecom	Mobile ready	232	
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Light	304	
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty	406	
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty SMS Option 50	423	
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty Option Weekend	465	
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty Option Night	494	

Tabelle 4: *Prepaid-Karte:* Kosten der Produkte für Nutzer mit geringem Bedarf in CHF

B.2 Kosten des Korbs für mittleren Nutzungsbedarf in CHF, MwSt. inklusive

Jahr	Anbieterin	Produkt	Kost (CHF)
2008	Sunrise	Zero	494
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Freedom	570
2008	Sunrise	Zero Plus	613
2008	Orange	Optima 100 Option SMS automatique	674
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Fair Value	684
2008	Tele2	Tele2 Smart Deal	696
2008	Tele2	Tele2 Big Deal	742
2008	Orange	Optima 30 Option SMS automatique	848
2008	Swisscom	Natel Basic Liberty SMS Option 50	878
2008	Swisscom	Natel Swiss Liberty SMS Option 50	881
2008	Cablecom	Mobile Connect	888
2008	Swisscom	Natel Basic Liberty	902
2008	Swisscom	Natel Swiss Liberty	905
2008	Sunrise	Max	913
2008	Swisscom	Natel Basic Liberty Option Weekend 1000	914
2008	Orange	X-treme	942
2008	Swisscom	Natel Basic Liberty Option Night 1000	947
2008	Swisscom	Natel Swiss Liberty Option Weekend 1000	948
2008	Swisscom	Natel Swiss Liberty Option Night 1000	978
2008	Swisscom	Natel Pro Liberty SMS Option 50	982
2008	Swisscom	Natel Pro Liberty	1006
2008	Orange	Optima 200 Option SMS automatique	1031
2008	Swisscom	Natel Pro Liberty Option Weekend 1000	1080
2008	Swisscom	Natel Pro Liberty Option Night 1000	1107
2008	Orange	Maxima	1255
2008	Orange	Optima 400 Option SMS automatique	1631
2008	Orange	Optima 600 Option SMS automatique	2171
2008	Orange	Optima 1200 Option SMS automatique	4091

Tabelle 5: Abonnement: Kosten der Produkte für Nutzer mit mittlerem Bedarf in CHF

Jahr	Anbieterin	Produkt	Kost (CHF)	MMS
2008	Aldi	Salut Mobile	305	
2008	Yallo	Yallo	309	
2008	Lycamobile	Lyca Mobile	359	No MMS
2008	Orange	X-treme Prepay	405	
2008	Tele2	Tele2 Smart Deal Prepaid	424	
2008	Lebara	Lebara Mobile	439	
2008	Migros	M-Budget Mobile	454	No MMS
2008	Coop	CoopMobile	466	
2008	Orange	Orangeclick.ch	473	
2008	Sunrise	Go	487	
2008	Cablecom	Mobile ready	572	
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Light	725	
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty SMS Option 50	829	
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty Option Weekend	850	
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty	853	
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty Option Night	884	

Tabelle 6: Prepaid-Karte: Kosten der Produkte für Nutzer mit mittlerem Bedarf in CHF

B.3 Kosten des Korbs für grossen Nutzungsbedarf in CHF, MwSt. inklusive

Jahr	Anbieterin	Produkt	Kost (CHF)
2008	Sunrise	Zero Plus	735
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Freedom	909
2008	Sunrise	Max	913
2008	Sunrise	Zero	994
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Fair Value	1092
2008	Tele2	Tele2 Big Deal	1107
2008	Tele2	Tele2 Smart Deal	1137
2008	Orange	Optima 200 Option SMS automatique	1290
2008	Swisscom	Natel Pro Liberty SMS Option 50	1329
2008	Swisscom	Natel Pro Liberty	1353
2008	Swisscom	Natel Pro Liberty Option Weekend 1000	1394
2008	Orange	Optima 100 Option SMS automatique	1398
2008	Orange	Maxima	1405
2008	Swisscom	Natel Pro Liberty Option Night 1000	1426
2008	Swisscom	Natel Swiss Liberty SMS Option 50	1449
2008	Swisscom	Natel Swiss Liberty Option Weekend 1000	1463
2008	Swisscom	Natel Swiss Liberty	1473
2008	Swisscom	Natel Swiss Liberty Option Night 1000	1499
2008	Cablecom	Mobile Connect	1511
2008	Orange	Optima 30 Option SMS automatique	1572
2008	Swisscom	Natel Basic Liberty Option Weekend 1000	1583
2008	Swisscom	Natel Basic Liberty SMS Option 50	1622
2008	Swisscom	Natel Basic Liberty Option Night 1000	1625
2008	Orange	Optima 400 Option SMS automatique	1642
2008	Swisscom	Natel Basic Liberty	1646
2008	Orange	X-treme	1736
2008	Orange	Optima 600 Option SMS automatique	2182
2008	Orange	Optima 1200 Option SMS automatique	4102

Tabelle 7: Abonnement: Kosten der Produkte für Nutzer mit grossem Bedarf in CHF

Jahr	Anbieterin	Produkt	Kost (CHF)	MMS
2008	Aldi	Salut Mobile	628	
2008	Yallo	Yallo	632	
2008	Lycamobile	Lyca Mobile	718	No MMS
2008	Orange	X-treme Prepay	824	
2008	Tele2	Tele2 Smart Deal Prepaid	843	
2008	Lebara	Lebara Mobile	873	
2008	Migros	M-Budget Mobile	924	No MMS
2008	Coop	CoopMobile	949	
2008	Orange	Orangeclick.ch	963	
2008	Sunrise	Go	988	
2008	Cablecom	Mobile ready	1187	
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Light	1524	
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty Option Weekend	1620	
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty Option Night	1664	
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty SMS Option 50	1685	
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty	1709	

Tabelle 8: Prepaid-Karte: Kosten der Produkte für Nutzer mit grossem Bedarf in CHF

C Indexierte Resultate, Zeitraum 2008, nach früherer Methode (ohne Unterscheidung zwischen Abonnementen und Prepaid-Karten)

C.1 Die drei Konsumprofile

Jahr	Kunden mit geringem Nutzungsbedarf	Kunden mit mittlerem Nutzungsbedarf	Kunden mit grossem Nutzungsbedarf
1998	187.5	173.6	201.9
1999	178.1	162.1	182.2
2000	172.4	148.5	157.3
2001	154.7	144.0	153.6
2002	154.7	142.2	146.8
2003	154.2	141.9	146.6
2004	154.1	138.9	141.1
2005	135.0	111.8	108.7
2006	100.0	100.0	100.0
2007	98.3	96.7	99.0
2008	91.9	90.8	85.7

Tabelle 9: Indizes der drei Nutzerprofile, 100 = Zeitraum 2006

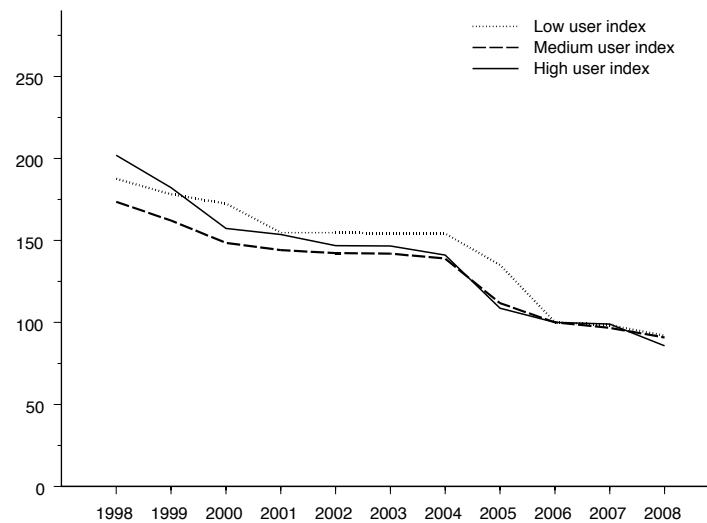


Abbildung 10: Indizes der Kosten der Mobilfunkdienste nach Nutzerprofil

C.2 Kunden mit geringem Nutzungsbedarf

Jahr	Anbieterin	Produkt	Index	Pre-Paid/MMS
2007	Yallo	Yallo	35.1	Pre-paid / No MMS
2007	Migros	M-Budget Mobile	58.2	Pre-paid / No MMS
2007	Coop	CoopMobile	62.3	Pre-paid
2007	Cablecom	Mobile ready	64.2	Pre-paid / No MMS
2007	Tele2	Tele2 Mobile Prepaid	64.6	Pre-paid
2007	Orange	Orangeclick.ch	66.2	Pre-paid
2007	Sunrise	Relax Pronto	76.7	Pre-paid
2007	Mobilezone	Mobilezonenet - Light	86.0	Pre-paid
2007	Indice		98.3	
2007	Swisscom	Natel Easy Liberty	114.8	Pre-paid
2008	Yallo	Yallo	34.6	Pre-paid
2008	Aldi	Salut Mobile	35.6	Pre-paid
2008	Lycamobile	Lyca Mobile	48.5	Pre-paid / No MMS
2008	Orange	X-treme Prepay	49.6	Pre-paid
2008	Migros	M-Budget Mobile	52.4	Pre-paid / No MMS
2008	Coop	CoopMobile	54.8	Pre-paid
2008	Sunrise	Go	58.1	Pre-paid
2008	Tele2	Tele2 Smart Deal Pre-paid	59.6	Pre-paid
2008	Lebara	Lebara Mobile	61.5	Pre-paid
2008	Cablecom	Mobile ready	65.6	Pre-paid
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Light	86.0	Pre-paid
2008	Indice		91.9	
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty	114.8	Pre-paid

Tabelle 10: Günstigste Produkte nach Anbieterin und im Vergleich zum gewichteten Index von Swisscom, Sunrise und Orange (Nutzer mit geringem Bedarf)

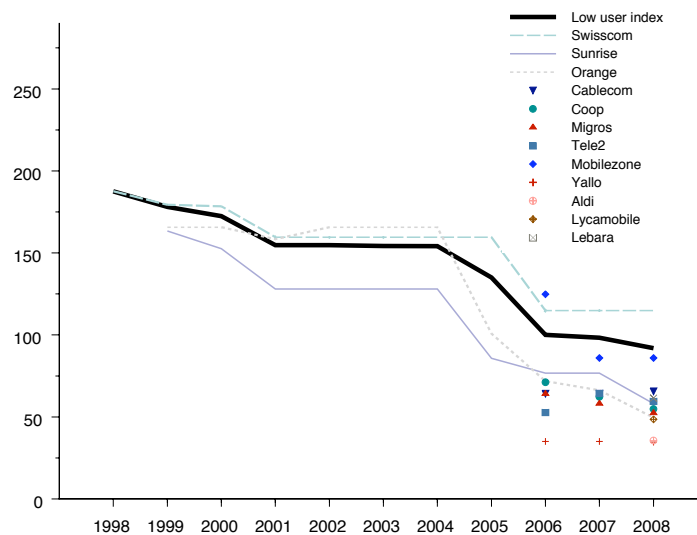


Abbildung 11: Indizes der jährlichen Kosten der günstigsten Produkte nach Anbieterin und im Vergleich zum gewichteten Index von Swisscom, Sunrise und Orange (Nutzer mit geringem Bedarf)

C.3 Kunden mit mittlerem Nutzungsbedarf

Jahr	Anbieterin	Produkt	Index	Pre-Paid/MMS
2007	Yallo	Yallo	42.0	Pre-paid / No MMS
2007	Migros	M-Budget Mobile	66.6	Pre-paid / No MMS
2007	Tele2	Tele2 Mobile Start	69.8	
2007	Coop	CoopMobile	70.8	Pre-paid
2007	Sunrise	Relax Pronto	73.7	Pre-paid
2007	Cablecom	Mobile ready	75.1	Pre-paid / No MMS
2007	Orange	Orangeclick.ch	77.1	Pre-paid
2007	Mobilezone	Mobilezonenet - Freedom	78.2	
2007	Indice		96.7	
2007	Swisscom	Natel Easy Liberty SMS Option 50	109.9	Pre-paid
2008	Aldi	Salut Mobile	40.4	Pre-paid
2008	Yallo	Yallo	40.9	Pre-paid
2008	Lycamobile	Lyca Mobile	47.5	Pre-paid / No MMS
2008	Orange	X-treme Prepay	53.7	Pre-paid
2008	Tele2	Tele2 Smart Deal Prepaid	56.1	Pre-paid
2008	Lebara	Lebara Mobile	58.2	Pre-paid
2008	Migros	M-Budget Mobile	60.2	Pre-paid / No MMS
2008	Coop	CoopMobile	61.7	Pre-paid
2008	Sunrise	Go	64.6	Pre-paid
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Freedom	75.5	
2008	Cablecom	Mobile ready	75.8	Pre-paid
2008	Indice		90.8	
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty SMS Option 50	109.9	Pre-paid

Tabelle 11: Günstigste Produkte nach Anbieterin und im Vergleich zum gewichteten Index von Swisscom, Sunrise und Orange (Nutzer mit mittlerem Bedarf)

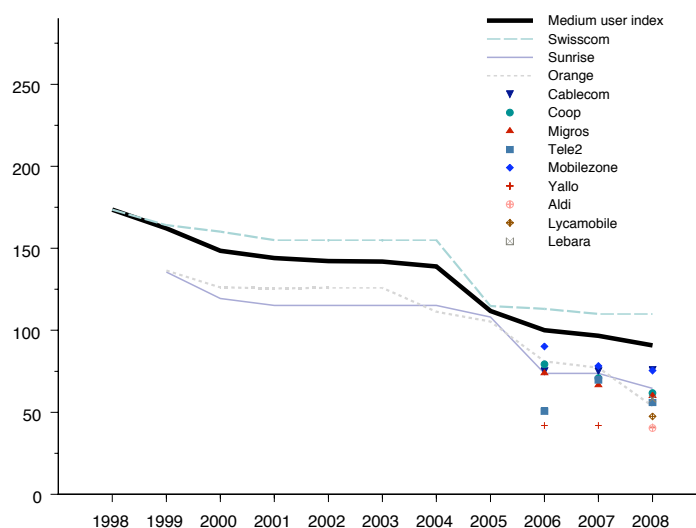


Abbildung 12: Indizes der jährlichen Kosten der günstigsten Produkte nach Anbieterin und im Vergleich zum gewichteten Index von Swisscom, Sunrise und Orange (Nutzer mit mittlerem Bedarf)

C.4 Kunden mit grossem Nutzungsbedarf

Jahr	Anbieterin	Produkt	Index	Pre-Paid/MMS
2007	Yallo	Yallo	50.1	Pre-paid / No MMS
2007	Sunrise	Relax Super	67.8	
2007	Mobilezone	Mobilezonenet - Freedom	71.6	
2007	Migros	M-Budget Mobile	78.9	Pre-paid / No MMS
2007	Tele2	Tele2 Mobile Tip	79.8	
2007	Coop	CoopMobile	83.8	Pre-paid
2007	Cablecom	Mobile ready	90.0	Pre-paid / No MMS
2007	Orange	Orangeclick.ch	92.3	Pre-paid
2007	Indice		99.0	
2007	Swisscom	Natel Swiss Liberty SMS Option 50	110.8	
2008	Aldi	Salut Mobile	48.0	
2008	Yallo	Yallo	48.3	Pre-paid
2008	Lycamobile	Lyca Mobile	54.9	Pre-paid / No MMS
2008	Sunrise	Zero Plus	56.2	
2008	Orange	X-treme Prepay	63.0	Pre-paid
2008	Tele2	Tele2 Smart Deal Prepaid	64.4	Pre-paid
2008	Lebara	Lebara Mobile	66.8	Pre-paid
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Freedom	69.5	
2008	Migros	M-Budget Mobile	70.6	Pre-paid / No MMS
2008	Coop	CoopMobile	72.5	Pre-paid
2008	Indice		85.8	
2008	Cablecom	Mobile ready	90.7	Pre-paid
2008	Swisscom	Natel Pro Liberty SMS Option 50	101.6	

Tabelle 12: Günstigste Produkte nach Anbieterin und im Vergleich zum gewichteten Index von Swisscom, Sunrise und Orange (Nutzer mit grossem Bedarf)

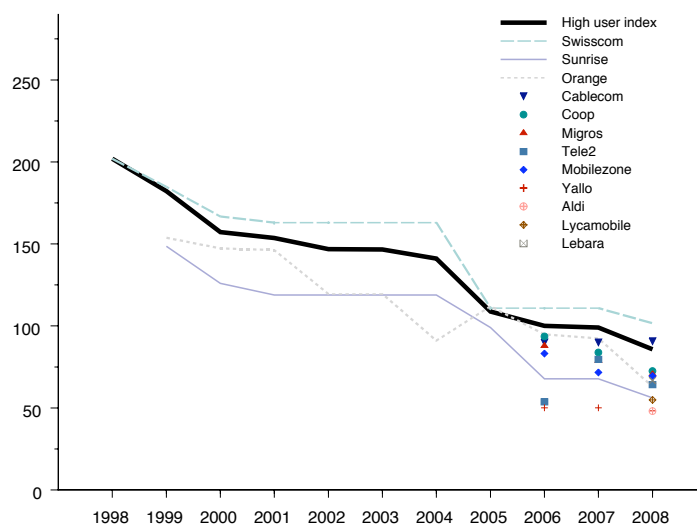


Abbildung 13: Indizes der jährlichen Kosten der günstigsten Produkte nach Anbieterin und im Vergleich zum gewichteten Index von Swisscom, Sunrise und Orange (Nutzer mit grossem Bedarf)

D Resultate in CHF, Zeitraum 2008, nach früherer Methode (ohne Unterscheidung zwischen Abonnements und Prepaid-Karten)

D.1 Kosten des Korbs für geringen Nutzungsbedarf in CHF, MwSt. inklusive

Jahr	Anbieterin	Produkt	Kost (CHF)	Pre-Paid/MMS
2008	Yallo	Yallo	122	Pre-paid
2008	Aldi	Salut Mobile	126	
2008	Lycamobile	Lyca Mobile	171	No MMS
2008	Orange	X-treme Prepay	176	Pre-paid
2008	Migros	M-Budget Mobile	185	Pre-paid / No MMS
2008	Coop	CoopMobile	194	Pre-paid
2008	Sunrise	Go	205	Pre-paid
2008	Orange	Orangeclick.ch	208	Pre-paid
2008	Tele2	Tele2 Smart Deal Prepaid	211	Pre-paid
2008	Lebara	Lebara Mobile	218	
2008	Cablecom	Mobile ready	232	Pre-paid
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Light	304	Pre-paid
2008	Sunrise	Zero	313	
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Freedom	400	
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty	406	Pre-paid
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty SMS Option 50	423	Pre-paid
2008	Orange	Optima 30 Option SMS automatique	440	
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Fair Value	444	
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty Option Weekend	465	Pre-paid
2008	Tele2	Tele2 Smart Deal	468	
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty Option Night	494	Pre-paid
2008	Swisscom	Natel Basic Liberty	508	
2008	Orange	X-treme	523	
2008	Swisscom	Natel Basic Liberty SMS Option 50	525	
2008	Tele2	Tele2 Big Deal	537	
2008	Cablecom	Mobile Connect	537	
2008	Orange	Optima 100 Option SMS automatique	568	
2008	Swisscom	Natel Basic Liberty Option Weekend 1000	575	
2008	Swisscom	Natel Swiss Liberty	596	
2008	Swisscom	Natel Basic Liberty Option Night 1000	603	
2008	Swisscom	Natel Swiss Liberty SMS Option 50	613	
2008	Sunrise	Zero Plus	613	
2008	Swisscom	Natel Swiss Liberty Option Weekend 1000	678	
2008	Swisscom	Natel Swiss Liberty Option Night 1000	705	
2008	Swisscom	Natel Pro Liberty	804	
2008	Swisscom	Natel Pro Liberty SMS Option 50	821	
2008	Swisscom	Natel Pro Liberty Option Weekend 1000	902	
2008	Sunrise	Max	913	
2008	Swisscom	Natel Pro Liberty Option Night 1000	927	
2008	Orange	Optima 200 Option SMS automatique	1000	
2008	Orange	Maxima	1162	
2008	Orange	Optima 400 Option SMS automatique	1600	
2008	Orange	Optima 600 Option SMS automatique	2140	
2008	Orange	Optima 1200 Option SMS automatique	4060	

Tabelle 13: Kosten der Produkte für Nutzer mit geringem Bedarf in CHF

D.2 Kosten des Korbs für mittleren Nutzungsbedarf in CHF, MwSt. inklusive

Jahr	Anbieterin	Produkt	Kost (CHF)	Pre-Paid/MMS
2008	Aldi	Salut Mobile	305	
2008	Yallo	Yallo	309	Pre-paid
2008	Lycamobile	Lyca Mobile	359	No MMS
2008	Orange	X-treme Prepay	405	Pre-paid
2008	Tele2	Tele2 Smart Deal Prepaid	424	Pre-paid
2008	Lebara	Lebara Mobile	439	
2008	Migros	M-Budget Mobile	454	Pre-paid / No MMS
2008	Coop	CoopMobile	465	Pre-paid
2008	Orange	Orangeclick.ch	473	Pre-paid
2008	Sunrise	Go	487	Pre-paid
2008	Sunrise	Zero	494	
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Freedom	570	
2008	Cablecom	Mobile ready	572	Pre-paid
2008	Sunrise	Zero Plus	613	
2008	Orange	Optima 100 Option SMS automatique	674	
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Fair Value	684	
2008	Tele2	Tele2 Smart Deal	696	
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Light	725	Pre-paid
2008	Tele2	Tele2 Big Deal	742	
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty SMS Option 50	829	Pre-paid
2008	Orange	Optima 30 Option SMS automatique	848	
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty Option Weekend	850	Pre-paid
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty	853	Pre-paid
2008	Swisscom	Natel Basic Liberty SMS Option 50	878	
2008	Swisscom	Natel Swiss Liberty SMS Option 50	881	
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty Option Night	884	Pre-paid
2008	Cablecom	Mobile Connect	888	
2008	Swisscom	Natel Basic Liberty	902	
2008	Swisscom	Natel Swiss Liberty	905	
2008	Sunrise	Max	913	
2008	Swisscom	Natel Basic Liberty Option Weekend 1000	914	
2008	Orange	X-treme	942	
2008	Swisscom	Natel Basic Liberty Option Night 1000	947	
2008	Swisscom	Natel Swiss Liberty Option Weekend 1000	948	
2008	Swisscom	Natel Swiss Liberty Option Night 1000	978	
2008	Swisscom	Natel Pro Liberty SMS Option 50	982	
2008	Swisscom	Natel Pro Liberty	1006	
2008	Orange	Optima 200 Option SMS automatique	1031	
2008	Swisscom	Natel Pro Liberty Option Weekend 1000	1080	
2008	Swisscom	Natel Pro Liberty Option Night 1000	1107	
2008	Orange	Maxima	1255	
2008	Orange	Optima 400 Option SMS automatique	1631	
2008	Orange	Optima 600 Option SMS automatique	2171	
2008	Orange	Optima 1200 Option SMS automatique	4091	

Tabelle 14: Kosten der Produkte für Nutzer mit mittlerem Bedarf in CHF

D.3 Kosten des Korbs für grossen Nutzungsbedarf in CHF, MwSt. inklusive

Jahr	Anbieterin	Produkt	Kost (CHF)	Pre-Paid/MMS
2008	Aldi	Salut Mobile	628	
2008	Yallo	Yallo	632	Pre-paid
2008	Lycamobile	Lyca Mobile	718	No MMS
2008	Sunrise	Zero Plus	735	
2008	Orange	X-treme Prepay	824	Pre-paid
2008	Tele2	Tele2 Smart Deal Prepaid	843	Pre-paid
2008	Lebara	Lebara Mobile	873	
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Freedom	909	
2008	Sunrise	Max	913	
2008	Migros	M-Budget Mobile	924	Pre-paid / No MMS
2008	Coop	CoopMobile	949	Pre-paid
2008	Orange	Orangeclick.ch	963	Pre-paid
2008	Sunrise	Go	988	Pre-paid
2008	Sunrise	Zero	994	
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Fair Value	1092	
2008	Tele2	Tele2 Big Deal	1107	
2008	Tele2	Tele2 Smart Deal	1137	
2008	Cablecom	Mobile ready	1187	Pre-paid
2008	Orange	Optima 200 Option SMS automatique	1290	
2008	Swisscom	Natel Pro Liberty SMS Option 50	1329	
2008	Swisscom	Natel Pro Liberty	1353	
2008	Swisscom	Natel Pro Liberty Option Weekend 1000	1394	
2008	Orange	Optima 100 Option SMS automatique	1398	
2008	Orange	Maxima	1405	
2008	Swisscom	Natel Pro Liberty Option Night 1000	1425	
2008	Swisscom	Natel Swiss Liberty SMS Option 50	1449	
2008	Swisscom	Natel Swiss Liberty Option Weekend 1000	1463	
2008	Swisscom	Natel Swiss Liberty	1473	
2008	Swisscom	Natel Swiss Liberty Option Night 1000	1499	
2008	Cablecom	Mobile Connect	1511	
2008	Mobilezone	Mobilezonenet - Light	1524	Pre-paid
2008	Orange	Optima 30 Option SMS automatique	1572	
2008	Swisscom	Natel Basic Liberty Option Weekend 1000	1583	
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty Option Weekend	1620	Pre-paid
2008	Swisscom	Natel Basic Liberty SMS Option 50	1622	
2008	Swisscom	Natel Basic Liberty Option Night 1000	1625	
2008	Orange	Optima 400 Option SMS automatique	1642	
2008	Swisscom	Natel Basic Liberty	1646	
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty Option Night	1664	Pre-paid
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty SMS Option 50	1685	Pre-paid
2008	Swisscom	Natel Easy Liberty	1709	Pre-paid
2008	Orange	X-treme	1736	
2008	Orange	Optima 600 Option SMS automatique	2182	
2008	Orange	Optima 1200 Option SMS automatique	4102	

Tabelle 15: Kosten der Produkte für Nutzer mit grossem Bedarf in CHF