

Interview mit Sven Butler, Leiter des Gigabitbüros des Bundes

„Dieses Problem ist leider weit verbreitet“

Auf der ANGA COM Anfang Juni 2025 in Köln wurde in diversen Diskussionsrunden deutlich: Die Glasfaser ausbauenden Telekommunikationsunternehmen (TKU) haben die Kommunikation nach außen unterschätzt.

Sven Butler vom Gigabitbüro des Bundes erklärt, woran das liegt und wie die Kommunikation mit Kunden und Kommunen verbessert werden könnte.

Cable!Vision Europe: Herr Butler, das Gigabitbüro steht im regelmäßigen Austausch mit TKU, Kommunen und Bürgern. Wie stehen die Bürger derzeit zum Thema Glasfaser?

Sven Butler: Offensichtlich kommen in den letzten Jahren immer mehr Menschen mit dem Thema Glasfaser in Kontakt. Diese Entwicklung zeigt sich deutlich in einem gestiegenen Interesse, das wir im direkten Kontakt mit Bürgerinnen und Bürgern erleben. Insgesamt ist die Haltung zu Glasfaser, sofern der Endkunde sich technisch interessiert, überwiegend positiv. In unseren Gesprächen stellen wir immer wieder fest, dass die Mehrheit der Menschen bereits gut über Glasfaser informiert ist und auch die Vorteile dieser Technologie kennt.

Gibt es auch Aspekte, die das Image von Glasfaser negativ beeinflussen?

Ja, die gibt es. Häufig werden die Kunden zu sehr auf ihre Preissensibilität redu-

ziert, wenn sie nicht wechseln. Ich glaube jedoch, dass die Entscheidung deutlich komplexer ist. Folgende Gründe können eine Rolle spielen: Die aktuelle Versorgung wird als ausreichend empfunden. Viele Menschen fragen sich, ob sie wirklich einen Glasfaseranschluss benötigen, wenn die bestehende Netztechnologie ihren Anforderungen genügt. Häufig fehlen Informationen über den steigenden Bedarf an höheren Bandbreiten und die Zeitdauer und Komplexität des Netzausbaus.

Es gibt zudem Skepsis gegenüber Netzbetreibern, die Vorvermarktung betreiben. Insbesondere kleinere TKU sind den Menschen häufig unbekannt, was Zweifel an ihrer Seriosität aufkommen lässt. Dieses Misstrauen wird weiter verstärkt, wenn in Foren Berichte von Bürgerinnen und Bürgern über negative Erfahrungen in Bezug auf Vertrieb, Kundenservice und versteckte Vertragsklauseln auftauchen. Ein weiteres Problem ist die Skepsis der Kundinnen und Kunden gegenüber Versprechen zum Netzausbau. Unter anderem gibt es eine Unsicherheit darüber, ob der Ausbau tatsächlich stattfinden wird. Die vielfältigen Gründe, die den Ausbau verzögern können, werden oft nicht verstanden. Darüber hinaus gibt es Personen, die der Digitalisierung und neuen Technologien generell kritisch gegenüberstehen. Unsere Aufgabe ist es, solche Menschen abzuholen und neutral zu informieren, um Ängste und Unsicherheiten abzubauen.

Was haben die ausbauenden TKU Ihrer Meinung nach bei der Vermarktung von Glasfaseranschlüssen unterschätzt?

Es ist leicht, die Entscheidungen anderer zu kritisieren. Aber ich denke, es wurden zwei wichtige Punkte übersehen. Zum einen war die Entscheidung aus unserer Sicht richtig, zunächst einen Zwischen-

schritt einzulegen und die DSL-Leitungen zu verbessern. Bürgerinnen und Bürgern konnten dadurch kurzfristig schnelleres Internet nutzen. Doch diese Verbesserung hat dazu geführt, dass zehn Jahre später weniger Menschen zu Glasfaser wechseln wollen, weil sie glauben, ihre Internetverbindung sei immer noch gut genug.

Ein weiterer Aspekt ist, dass Diskussionen rund um das Thema Glasfaser oft mit technischen Begriffen wie Geschwindigkeit, Latenz und Stabilität gefüllt sind. Dabei wird häufig unterschätzt, wie gut die Bürgerinnen und Bürger schon informiert sind. Viele kennen die technischen Vorteile von Glasfaser bereits, doch Netzbetreiber nutzen diese immer noch als Hauptargument. Um Glasfaser erfolgreich zu vermarkten, reicht es nicht aus, nur die Vorteile zu nennen.

„Es gibt zudem Skepsis gegenüber Netzbetreibern, die Vorvermarktung betreiben.“

Zeitungsberichte über Druckerkolonnen, jahrelange Wartezeiten oder mangelhafte Baumaßnahmen haben zu einem Imageverlust beigetragen. Wie kann das Vertrauen der Verbraucher zurückgewonnen werden?

Um das Vertrauen der Verbraucherinnen und Verbraucher zurückzugewinnen bzw. erst gar nicht erst zu verlieren, ist es wichtig, nicht nur über die Herausforderungen, sondern auch die Erfolgsgeschichten zu berichten. Gleichzeitig müssen negative Vorfälle vermieden werden. Eine transparente Kommunikation und das Einhalten von Versprechen sind entscheidend. Netzbetreiber sollten verbindlich handeln, um das Vertrauen der Verbraucherinnen und Verbraucher nachhaltig zu stärken.



Sven Butler leitet das Gigabitbüro des Bundes

© Gigabitbüro des Bundes



© Gigabitbüro des Bundes

Die Mitarbeiter des Gigabitbüros sind auch in den Städten vor Ort, um Bürger über das Thema Glasfaser zu informieren

Auch bei den Kommunen haben einige TKU verbrannte Erde hinterlassen. Was empfehlen Sie ausbauenden Unternehmen in der Kommunikation mit Bürgermeisterinnen und Landrätinnen?

Dieses Problem ist leider weit verbreitet. Zwar möchte ich es nicht verallgemeinern, doch es gibt viele Fälle, die weit über ihre Region hinaus bekannt geworden sind. Häufig erleben wir bzw. die Kommune, dass Netzbetreiber eine sehr aktive Vermarktung betreiben und sich dann plötzlich zurückziehen. Dies führt zu Unsicherheit und Unverständnis in den Kommunen und bei den Bürgerinnen und Bürgern. Solche Unsicherheiten beeinträchtigen die Planungen der Kommune und sind unfair gegenüber den Menschen, die bereits einen Vertrag abgeschlossen haben. Im schlimmsten Fall steht die Kommune ohne Ausbau da und muss erneut Netzbetreiber suchen und Verhandlungen führen.

Ich empfehle den ausbauenden Unternehmen, in der Kommunikation mit Bürgermeisterinnen, Bürgermeistern sowie Landrätinnen und Landräten verbindliche bzw. verlässliche Zusagen zu machen und keine falschen Versprechungen zu geben. Transparente Kommunikation ist entscheidend, selbst wenn Probleme auftreten. Verbindlichkeit

und klare Kommunikation sind essenziell für ein positives Verhältnis zu den Kommunen.

„Um Glasfaser erfolgreich zu vermarkten, reicht es nicht aus, nur die Vorteile zu nennen.“

Das Gigabitbüro plant für Verbraucher eine interaktive Plattform. Was steckt dahinter?

Die Plattform zielt darauf ab, Bürgerinnen und Bürger umfassend und neutral über Glasfaser und Mobilfunk zu informieren. Wir entwickeln diese Plattform in enger Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für Digitales und Staatsmodernisierung. Sie wird als Internetseite verfügbar sein, die ganz einfach über einen Browser genutzt werden kann. Auch Kommunen und Netzbetreiber können die Plattform nutzen, zum Beispiel bei Veranstaltungen, um Bürgerinnen und Bürger umfassend zu informieren.

Da das Thema komplex ist, war es uns wichtig, keine einheitliche Lösung anzubieten, sondern Informationen bereitzustellen, die auf die individuellen Bedürfnisse und Ausgangslagen der Nutzenden abgestimmt sind. Zu Beginn beantworten die nutzenden Personen einige ein-

fache Fragen, die die Ausgangssituation erfassen, etwa zur Wohnsituation oder dazu, ob die Person bereits mit Glasfaser versorgt ist. Basierend auf diesen Informationen bietet die Plattform maßgeschneiderte Unterstützungsmaterialien an. Die Veröffentlichung der Plattform ist noch im Laufe dieses Jahres geplant.

Die Bundesregierung will eine Informationskampagne für den Glasfaserausbau starten. Gibt es hierzu schon Einzelheiten über deren Inhalte?

Über die Inhalte sind noch keine Details bekannt, die Kampagne wird aktuell konzipiert. Sie wird unterschiedliche Elemente enthalten, wie beispielsweise eine eigene Webseite, die Verbraucherinnen und Verbrauchern Informationen rund um das Thema Glasfaser vermitteln wird. Daneben gibt es andere öffentlichkeitswirksame Bestandteile. Im Herbst wissen wir mehr, dann ist der offizielle Start der Kampagne. ■

Interview: Marc Hankmann