

Guido Honegger

# Bei Honegger lagern

**GREEN** Der grösste schweizerische Internet-Provider für KMU baut sein Angebot für inländische Kunden aus. Und geht ins Ausland.

MATTHIAS NIKLOWITZ

Green geht ab Mai 2005 aktiv auf Kundensuche ins Ausland. Bereits seit einigen Tagen bietet das Unternehmen, das in der Schweiz mit 50000 Kunden einen Umsatz von 40 Mio. Fr. erzielt, einen Datendienst für Kleinbetriebe und Privat-anwender an. Ende 2005 wird der dritte Schritt von Green kommen – über das ab Herbst aufgebaute neue VDSL-Netz der Swisscom ergänzt der Internetdienstleister seine bereits existierenden Radio-Streaming-Angebote um Fernseh-Übertragungen von besonderen Ereignissen oder Pressekonferenzen.

## Halbleere Frequenzen nutzen

Bei Green gibt es aufgrund der bestehenden hohen ADSL-Abonnentenzahl einen hohen Anteil von Downstreams (Daten werden zu den Nutzern übermittelt) und einen tiefen von Upstreams (Daten, die an den Provider geschickt werden). Mit der Übermittlung («Streaming») von schweizerischen Radioprogrammen nutzt das Unternehmen brachliegende Bandbreite. Ende 2004 wurden zusätzlich private Radiostationen in Deutschland angeschrieben, inzwischen lassen sechs ihr Programm durch Green im Internet verbreiten. «Wir bekommen dafür Gratis-Werbung in den Radioprogrammen», erläutert Green-Chef Guido Honegger sein Vorgehen.

Vor allem Treuhänder, Anwälte und Steuerexperten fühlen sich offenbar vom Angebot, Daten auf Schweizer Servern zu lagern, angesprochen. Spielt die Furcht vor der deutschen Steuerfahndung mit?

«Natürlich spielt da auch das Bankgeheimnis eine Rolle», meint Honegger, «denn wir bekommen immer wieder Anfragen von Kantonen, es ist aber hier nicht möglich, Daten ohne richterlichen Beschluss herauszugeben.»

In Deutschland ist das seit Anfang April 2005 anders (siehe Artikel Seite 8). Bereits jetzt kommt ein Viertel der Neukunden von Green aus Deutschland, beim Neuenburger Unternehmen NexLink, das Ende 2004 von Green übernommen worden war, entfallen 60% der Neuverträge auf Kunden aus Frankreich und den Benelux-Staaten. Hinzu kommt eine höhere Nachfrage aus Kanada, für die Honegger allerdings keine schlüssige Erklärung hat.

Green unterstützt die Expansion ins Ausland durch Hotlines mit lokalen Einwohnern und mit in andere Sprachen übersetzten Webseiten. Auf die Einrichtung von Auslandsvertretungen verzichtet Honegger. «Wir hatten auch schon mit «White Label»-Plattformen experimentiert, aber diese gehosteten Dienste, bei denen ausländische Anbieter lediglich noch ihre Logos und lokale Werbung aufschalten konnten, haben sich nicht bewährt», resümiert Honegger. «Zu viele Anbieter wollten Kunden allein mit tiefen Preisen gewinnen, wir hingegen ziehen es vor, mit weniger Kunden eine gute Positionierung zu erreichen.» Die Auslandspreise werden denn auch ungefähr auf der Höhe der schweizerischen sein, ein Preis-Dumping möchte Honegger nicht vornehmen. Für 2005 erwartet er einen Zusatzumsatz zwischen 1% und 3%.

## Sparen bei Blackberrys

Für das Inlandsgeschäft hält Honegger noch zwei andere Trümpfe bereit. Einerseits erhalten auch kleine Firmen oder Privatkunden ab Anfang April 2005 mit einem gehosteten E-Mail-Dienst in Zusammenarbeit mit dem Mobilfunknetzbetreiber Orange einen Zugang zum «Mobilen Office»-Angebot von Microsoft. Der Zugang ist mit einem beliebigen dafür eingerichteten Endgerät, wie sie von HP,



Lieferschein Nr.: 2513322 Medien Nr.: 4305 Medienausgabe Nr.: 165690 Objekt Nr.: 12467949 Subobjekt Nr.: 1 Iktoren Nr.: 2 Abo Nr.: 1051017 Teiler Nr.: 19179048

---

## Guido Honegger

Motorola oder Nokia angeboten werden, möglich. Bisher mussten Kunden für solche so genannten Blackberrys neben proprietären Endgeräten auch eine spezielle und teure Kommunikationssoftware auf ihrem Firmen-Kommunikationsserver haben. Deshalb hatten bisher praktisch nur Firmenkunden den mobilen Zugang zu ihren E-Mails mit den Blackberrys.

### Kein Content-Anbieter

Und andererseits wird Green ab Jahresende 2005 als Wiederverkäufer der ab dann mit der ADSL-Nachfolgetechnologie VDSL hochgerüsteten ADSL-Netze der Swisscom ins Fernseh-Streaming-Geschäft kommen. VDSL bildet die technologische Basis des Triple Play der Swisscom, derzeit laufen die Vorbereitungen für den Start, und ab dem vierten Quartal werden die ersten «richtigen» Fernsehangebote über Telefonleitungen in Ballungsräumen erhältlich sein. «Wir sehen unsere Position allerdings nicht im Content-Bereich», präzisiert Honegger, «wir werden uns auf spezielle Ereignisse wie besondere Übertragungen von Anlässen beschränken.»