

Guido Honegger

Guido Honegger: «Der Solutions-Bereich wird im Gegensatz zu Access immer interessanter»

Guido Honegger ist seit 2001 CEO des Brugger ISP und Telekomunternehmens Green.ch. Die Netzwoche wollte von ihm wissen, ob Green.ch zum Verkauf steht, was er sich vom Unbundling und dem angekündigten Swisscom-Angebot VDSL erhofft und welche Geschäftsbereiche des von ihm geleiteten Unternehmens er in naher Zukunft forcieren will. *Christian Weishaupt*

Herr Honegger, gerüchteweise war immer mal wieder von einem Verkauf von Green.ch die Rede. Machen Sie das Unternehmen fit für den Verkauf?

Nein, bestimmt nicht. Wenn dem so wäre, hätte ich das früher getan und wäre nicht so lange dabei geblieben. Ich habe mit Agri schon einmal einen Verkauf mitgemacht und weiss, wie es funktioniert. So bald brauche ich das nicht wieder. Im Übrigen entwickelt sich der Markt derzeit sehr gut für uns.

Wie das? Es ist doch nur Bluewin, die ihren Marktanteil in den vergangenen Monaten erhöhen konnte.

Wir sind in einem anderen Marktsektor zu Hause als Bluewin. Und dort hat sich mit Cybernet unser grösster Wettbewerber verabschiedet. Es gibt neben Green.ch kaum mehr eine Alternative auf dem KMU-Markt, auf den wir zielen.

Erwarten Sie noch eine weitere Konsolidierung bei den ISPs?

Ich denke schon, dass wir da in der nächsten Zeit noch das eine oder andere sehen werden. Der Access-

«Die meisten KMUs nutzen immer noch das 2000/100-KBit/s-Angebot. Man darf die Adaptionsgeschwindigkeit neuer Technologien

bei den KMUs nicht überschätzen.»

Bereich kann für die alternativen ISPs nicht mehr im Fokus sein. Provider, die es verschlafen, sich im Solutions-Bereich zu entwickeln, werden es schwer haben. Auch wenn der Access-Bereich zeitweise sehr interessant war.

Gibt es bei Green.ch Pläne, sich mit einem Mitbewerber zusammenzuschliessen, etwa im Rahmen einer engen Partnerschaft?

Nein, im Moment besteht dafür kein Bedarf. Der Markt ist gross genug für viele ISPs und es ist auch gut, wenn es genug Wettbewerb gibt, das hält fit.

Sie sagen, der Access-Bereich sei nicht mehr so interessant, ist er also nicht mehr ein Kerngeschäft von Green.ch?

Access ist auch weiterhin eines unserer Standbeine. Ein weiteres ist das Hosting mit allen Facetten: Wir als Green.ch machen hier das Windows-Hosting und über unsere Tochter Nexlink bedienen wir den Linux-Markt. Das dritte Standbein ist der Solutions-Teil und dieser entwickelt sich stark. Lösungen wie Hosted Exchange greifen nun richtig und erfreuen sich zunehmender Nachfrage. Dies nicht zuletzt, weil es nun mobile Windows-Geräte gibt, die wirklich verfügbar und brauchbar sind. Der Solutions-Bereich ist sehr interessant. Access ist etwas, wo der Kunde von heute auf morgen den Anbieter

wechseln kann. Bei Solutions sieht das anders aus.

Wo sehen Sie weitere Lösungen für die Zukunft, die über hohes Potenzial verfügen?

Ein Stichwort ist Microsoft Sharepoint. Hierfür planen wir im kommenden Jahr gehostete Services; weitere Solutions-Angebote werden folgen.

Lässt sich denn mit Access kein Geld verdienen?

Mit Access lässt sich durchaus Geld verdienen, wenn man es richtig macht. Zum einen muss man vermeiden, mit zu tiefen Preisen an den Start zu gehen, und zum anderen geht es darum, rund um Access Mehrwertdienstleistungen anzubieten. Für Anbieter wie Green.ch, die selbst keine Infrastruktur betreiben, bleibt dieser Bereich interessant und wird wahrscheinlich in Zukunft dank dem Unbundling noch um einiges interessanter.

Wieso?

Die grossen Anbieter werden sich dabei konkurrieren, kleinere ISPs als Access-Bezieher zu gewinnen. Ich gehe davon aus, dass beispielsweise



Guido Honegger

Sunrise eine eigene Infrastruktur aufbauen und verstärkt als Wholesale-Anbieter auftreten wird. Das wird uns sehr zugute kommen, weil wir uns dann zwischen den Grossen entscheiden können. Denn von wem ich den Access beziehe, ist mir eigentlich egal.

Im Access-Bereich machen den ISPs nicht zuletzt die hohen Backhaul-Connectivity-Preise von Swisscom zu schaffen. Erwarten Sie, dass diese mit dem Unbundling sinken werden?

Diese Preise sind tatsächlich unverschämt hoch und in dieser Höhe nicht gerechtfertigt. Die Preise müssen sinken. Freilich ist auch klar, dass Swisscom diese so lange wie möglich so hoch wie möglich halten wird. Denn irgendwo muss sie noch wachsen und mit den Bandbreiten wachsen automatisch auch die diese Einnahmen. Ich würde es nicht anders machen.

Hat Green.ch als einer der Top-5-ISPs in der Schweiz keine Ambitionen, eine eigene Infrastruktur aufzubauen?

Nein, auf keinen Fall. Es ist eine der wichtigsten strategischen Entscheidungen, die wir gefällt haben, dass wir kein Access-Infrastruktur-Anbieter werden wollen. Was wir tun, ist die Services selbst entwickeln, dies ist ein Core Business von uns.

Wieso sind Infrastrukturen kein Thema für Green.ch?

Es ist uns zu teuer, wir haben das Kapital nicht, um zu bauen, zu budeln und zu schürfen. Es ist zwar richtig, dass wir der viertgrösste Anbieter in der Schweiz sind. Sie müssen aber trotzdem die Marktverhältnisse sehen. Wir haben rund 70 000 Kunden. Um solche Investitionen ins Auge zu fassen, müssten es schon 500 000 sein. So grosse Anbieter gibt es in der Schweiz nur

zwei, respektive drei, wenn man Cablecom mitrechnet.

Und Quartal für Quartal nimmt Bluewin den anderen Providern weitere ADSL-Marktanteile ab.

Wie kommt es, dass die ADSL-Kundenzahlen von Bluewin im Vergleich zu den anderen Providern so stark wachsen?

Was die Swisscom diesbezüglich betreibt, liegt – wenn überhaupt – in der Grauzone. Swisscom-Techniker, die vor Ort sind, werden darauf geschult, die Kunden von den Vorteilen eines Wechsels zu Bluewin zu überzeugen, falls sie bei einem anderen Anbieter sind.

Es wird immer wieder darüber spekuliert, ob auch Cablecom ins Wholesales-Geschäft einsteigen könnte. Auch Green.ch arbeitet mit Cablecom in einigen Bereichen zusammen. Wie sieht diese Zusammenarbeit aus?

Wir haben mit Cablecom eine lockere Partnerschaft. Wenn Kunden nach höheren Bandbreiten verlangen, etwa nach 6 MBit/s synchron, dann wollen wir das ja auch bieten können. Darum kümmert sich dann Cablecom. Aber wie gesagt, Access, respektive so viele Lines wie möglich zu installieren, ist für uns nicht das vorrangige Ziel.

Um trotzdem beim Access zu bleiben: Swisscom will ab dem nächsten Jahr VDSL anbieten.

Wird dies neue Business-Chancen für Green.ch eröffnen?

Auch hier sind es wieder Dienstleistungen wie beispielsweise Hosted Exchange, wo wir bei der Angebotsgestaltung von der höheren Bandbreite profitieren können. Man muss allerdings dazu sagen, dass die meisten KMUs mit den Bandbreiten, die heute verfügbar sind, absolut bedient werden können. Es ist nach wie vor so, dass die meisten KMUs das 2000/100-

oder maximal das 3000/300-KBit/s-Angebot abonnieren. Man darf die Adaptionsgeschwindigkeit neuer Technologien bei den KMUs nicht überschätzen. Dazu neigt man schnell, wenn man sich permanent im IT-Kuchen bewegt. Den meisten KMUs ist es egal, wie hoch die Bandbreiten sind; Hauptsache alles funktioniert – vor allem die E-Mails. **Swisscom hat kürzlich bekannt gegeben, auf die möglichen Rückzahlungen der seit 2002 gewährten BBBS-Rabatte durch die ISPs zu verzichten. Haben Sie mit diesem Schritt gerechnet?**

Ja. Diese Rückzahlung wäre politisch nicht durchzusetzen gewesen.

Hat Green.ch Rückstellungen gemacht, um die Rabatte falls nötig zurückzahlen zu können?

Teilweise. Wir haben Vorsichtsmassnahmen getroffen, gingen aber nie davon aus, dass je der gesamte Betrag hätte zurückgezahlt werden müssen.

Green.ch

In Kürze

Gründung: Green.ch ist im Jahr 2001 durch einen Management-Buy-Out des Geschäftsbereichs «Privatkunden und KMUs» von Cable & Wireless entstanden.

Struktur: Die Green.ch Holding AG besteht aus sechs Unternehmen: Green Production AG, Webkurier AG, Green.ch AG, Green Telco AG, Webbuild AG sowie Nexlink AG

Hauptsitz: Brugg

Geschäftszahlen: Budgetierter Umsatz 2006: 42 Millionen Franken
Mitarbeiter: 50

Tätigkeit: Green.ch fokussiert primär auf KMUs in der Schweiz. Die Produktpalette umfasst Access- und Hosting-Lösungen wie Mobile Office, Hosted Exchange, Webhosting, Colocation und Managed Security Services, Webdesign sowie E-Commerce-Lösungen.

Guido Honegger

Guido Honegger

Werdegang

Guido Honegger wurde 1966 in Zürich geboren. Nach einer Ausbildung zum Tiefbauzeichner liess er sich auf dem zweiten Bildungsweg zum Informatiker und Betriebswirt ausbilden. Zunächst stieg Honegger ins Bankwesen ein, danach leitete er die Informatik des Bauernverbandes. Dort baute er den ISP Agri.ch auf, den er Ende 1999 an Cable & Wireless verkaufte und Managing Director von Cable & Wireless Switzerland wurde. Nach dem Platzen der Internetblase 2001 erfolgte der Management-Buy-Out und Honegger wurde Mehrheitsaktionär und CEO von Green.ch. Das Unternehmen übernahm die Privat- und Kleinunternehmenskunden von Cable & Wireless.

Stichworte

Nutzen Sie bei sich zu Hause Green.ch-ADSL oder Cablecom Hispeed?

Green.ch-ADSL natürlich.

Und Ihnen reichen die ADSL-Bandbreiten?

Ich nutze ein 4-MBit/s-Business-Angebot und das reicht absolut.

Heute in zehn Jahren?

Bis dahin werden sich viele der Hype-ASP-Modelle durchgesetzt haben. Und dann wollen wir in der Schweiz ein führender Solutions-Anbieter in diesem Bereich sein.



Will auch in Zukunft die Finger strikt vom Aufbau einer eigenen Infrastruktur lassen: Guido Honegger, Geschäftsführer von Green.ch