

Guido Honegger

ADSL: Der Run auf die KMUs hat begonnen

ADSL ist eine ebenbürtige Alternative zur Standleitung. Die Angebote der ISPs überschlagen sich und die Swisscom unterstützt ihre Reseller mit einer Marketingplattform. Die grosse Mutter schafft damit gute Laune bei ihren Partnern – mit Ausnahme von sunrise. *Christian Weisbaud*

ADSL, bislang hauptsächlich als schneller Internetzugang für zu Hause beworben, wird mit den neuen Wholesale-Angeboten von Swisscom Fixnet per Mitte Dezember definitiv unternehmenstauglich. Swisscom Fixnet unterteilt ihre ADSL-Angebote, wie bereits im Juli angekündigt, in einen Business- sowie einen Home-Bereich. Die Businessangebote sind an ein Service Level Agreement gekoppelt: Während der Bürozeiten sollen 90 Prozent aller Störungsfälle innert acht Stunden behoben sein.

Die Anschlüsse ohne SLA erhalten die Reseller nur noch mit Bandbreiten von 256/64 und 512/128 KBit/s. Die Anschlüsse mit Unternehmensfokus werden von Swisscom mit 512, 1024 sowie 2048 KBit/s Downstream und 512 KBit/s Upstream angeboten.

KMU-Jagd

Gerade die im KMU-Sektor starken ISPs wie Cybernet (Schweiz), green.ch oder sunrise können ihre Angebote auf dieser Basis besser auf die oft individuellen Bedürfnisse ihrer Geschäftskunden abstimmen. Kurz nach der Ankündigung der neuen Wholesale-Angebote durch Swisscom gaben die ISPs ihrerseits ihre Preise bekannt, obwohl die neuen Bandbreiten erst ab Mitte Dezember verfügbar sein werden. Und es wird aggressiv um die neue Klientel gebuhlt: Die einen

locken mit Gratiszugängen bis Ende Jahr, andere geben die Hardware gratis ab oder erlassen die Zugangsgebühr.

Nicht nur bei den KMUs wächst derzeit die Nachfrage nach ADSL, auch grössere Unternehmen entdecken die Technologie. Die Post, Coop oder Credit Suisse planen, je bis zu 1000 ADSL-Zugänge einzurichten. Da lecken sich die Service-Provider die Finger. Offerten sind bereits eingeholt, bei der Credit Suisse stehen die Verträge kurz vor der Unterzeichnung.

Hohe Verfügbarkeit

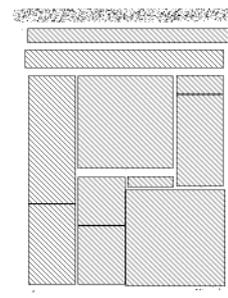
In punkto Stabilität und Sicherheit steht ADSL der deutlich teureren Standleitung nur geringfügig nach, wie das Bekenntnis grosser Unternehmen zu ADSL beweist. Bisher mussten ADSL-Kunden teilweise über eine Woche warten, bis sich die Swisscom um einen defekten Anschluss kümmerte: für Firmenkunden unzumutbar. Es kommt jedoch nicht allein auf den Service der Swisscom an, entscheidend für eine hohe Verfügbarkeit sind auch die Installationen beim ISP, fügt René Waser, CEO bei Cybernet, hinzu.

So verfügen beispielsweise nur eine Handvoll ISPs über eine redundante Datenanbindung an das ADSL-Netz. Cybernet etwa unterhält parallel zwei Router, welche die eigenen Nutzer vom Swisscom-Netz auf den internationalen

Internet-Backbone schleusen, und erreicht damit gemäss eigenen Angaben eine Verfügbarkeit von über 99,8 Prozent. Auch bei der Wahl der Backbone-Anbieter ist eine gute Nase erforderlich und auch dort muss der Provider für eine redundante Anbindung sorgen.

Mehr als Internet

ADSL kann jedoch mehr, als nur einen schnellen und relativ günstigen Internetzugang zu bieten. Der Zürcher Provider Cybernet etwa bietet die Vernetzung von Firmenniederlassungen auf ADSL-Basis schweizweit an. Dank Datenzentren an sieben Schweizer Standorten und Dutzenden von POPs ist dabei ein Umweg über das Internet nicht nötig. Da der Backbone von Cybernet auf MPLS-Technologie basiert, kann der Verkehr innerhalb der Benutzergruppe ähnlich wie in einem VLAN standortübergreifend im Netzwerkbereich zur Verfügung gestellt werden. Der VPN-Service wird



Lieferschein Nr.: 1594822 Medien Nr.: 6511 Medienausgabe Nr.: 687828 Objekt Nr.: 8257044 Subobjekt Nr.: 1 Lektoren Nr.: 21 Abo Nr.: 1051017 Tiefler Nr.: 11455880

Guido Honegger

zentral gemanagt, sodass der Kunde nicht wie bei einer Lösung, die über das Internet geht, in jeder Aussenstellen eine Firewall mit VPN-Funktionalität stehen haben muss.

Auch ASP-Lösungen könnten durch eine grössere Verbreitung von ADSL-Auftrieb erhalten. Kostet die Nutzung einer CMS-Lösung beispielsweise 750 Franken im Monat, die Standleitung jedoch 2000, ist das für ein kleines Unternehmen wenig interessant. Wenn die gesamte Lösung dank ADSL jedoch für unter 1000 Franken monatlich erhältlich ist, könnte sich das ändern.

Marketingplattform für ISPs

Nicht nur die neuen Businessangebote, auch die verbesserte Zusammenarbeit zwischen Swisscom und ISPs sorgt derzeit für ein besseres Klima. Swisscom-Pressesprecher Sepp Huber bestreitet zwar, dass eine positive Veränderung in den Beziehungen zu den ISPs erst in den letzten Monaten eingetreten sei. Man sei

sich schon seit Jahren bewusst, dass man auf eine gute Zusammenarbeit angewiesen sei.

Mit der Lancierung des ADSL-Portals www.enter-adsl.ch etwa, welches den Resellern eine Marketingplattform bietet, werden die Anstrengungen offensichtlich. Gemäss Huber soll die von der Swisscom beworbene Plattform den Markt stimulieren. Längerfristig sollen auch Dienste gezielt über das Portal lanciert werden.

Der Informationsaustausch mit Swisscom Fixnet Wholesale habe sich in den vergangenen Monaten verbessert, bestätigt auch Guido Honegger, Managing Director bei green.ch. So würden die ISPs mit umfassenderen ADSL-Traffic-Daten beliefert, was ihnen einen flexibleren Umgang mit ihren Ressourcen erlaube. Gegenüber den Marketingmassnahmen ist Honegger jedoch skeptisch: «Es handelt sich dabei eher um eine politische Massnahme. Swisscom will

zeigen, dass Bluewin nicht bevorzugt behandelt wird; eine Alibi-Übung.»

Nach wie vor sind die Reseller jedoch stark abhängig und können ihre Dienstleistungen nur in dem von Swisscom gegebenen Rahmen anbieten.

Geringe Margen

Auch die Wholesale-Preise – ein 256/64KBit/s-Anschluss verkauft Swisscom Fixnet den Providern für knapp 32 Franken – stossen nicht nur auf Gegenliebe. Für den Traffic bezahlt der Provider der Swisscom weitere 650 Franken pro Megabit, im internationalen Backbone fallen nochmals etwa 550 Franken pro Megabit an. Heruntergerechnet auf den Anschluss bezahlt ein Provider für einen 256/64KBit/s-Anschluss also rund 37 Franken.

Bei einem Anbieter wie Solnet, der für den betreffenden Anschluss vom Endkunden gerade mal 39,90 Franken verlangt, dürften die Margen also gegen null tendieren. Es sei denn, er kann den Heimuser davon überzeugen, noch einen Hosting-Service in Anspruch zu nehmen oder sich eine fixe IP zu leisten.

Ein stiller Deal?

Freude dürfte es den ISPs bereiten, dass die Swisscom noch keine klare Linie im ADSL-Business-Bereich gefunden hat. Probleme scheint es bei den Zuständigkeiten zu geben: Nachdem Swisscom Enterprise Solutions Ende August im Rahmen ihrer IP-Plus-Internet-Services ein ADSL-Angebot für KMUs lanciert hatte, führte dies zu Unstimmigkeiten mit Swisscom Fixnet.

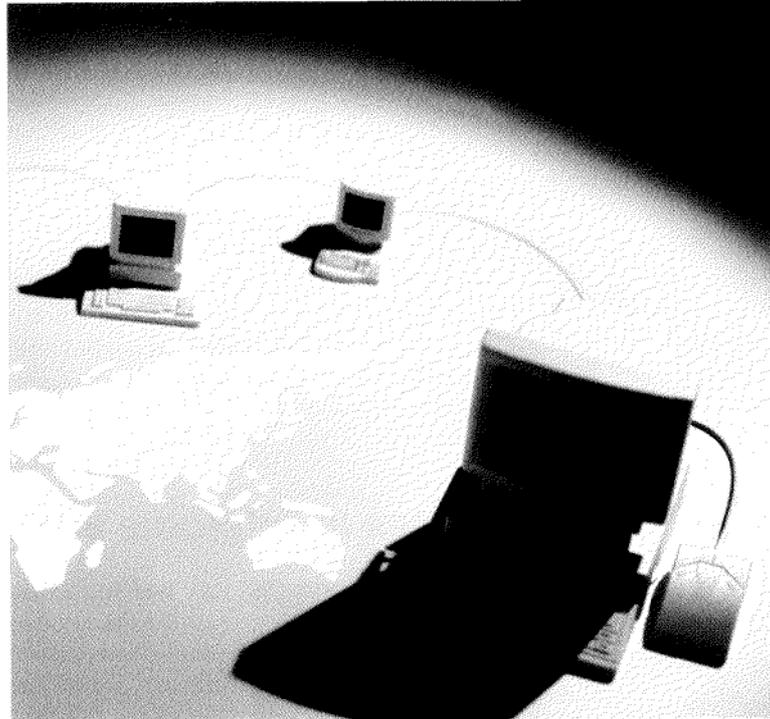
Bluewin mit über 80000 der rund 140000 Schweizer ADSL-Kunden verdankt seine Stärke fast ausschliesslich den Heimmutzern. Vielleicht handelt es sich bei dem geringen Engagement im ADSL-Business-Bereich aber weniger um Unschlüssigkeit als viel mehr um einen stillen Deal mit den ISPs: Diese dürfen um die lukrativeren Business-Kunden buhlen und können so auch ohne eine Entbündelung der letzten Meile ein vernünftiges Geschäft aufbauen. Unangenehme Scharmützel um die letzte Meile bleiben so, zumindest mit den

ISPs, vorerst aus.

Durch diese Konstellation ins Abseits gedrängt sieht sich die zweitgrösste Telekomfirma in der Schweiz. Die TDC-Tochter sunrise kann sich nicht als Reseller verstehen, sondern ist auf den direkten Zugang zu den Kunden, also auf ein Unbundling der letzten Meile, angewiesen, um die Wertschöpfung zu erhöhen. Mag sunrise-Chef Kim Frimer, wie erst am letzten Freitag am Forum Telekommarkt Schweiz geschehen, noch so sehr die Vorteile eines Unbundling für die Konsumenten hervorstreichen, bei der Swisscom stösst dies auch weiterhin auf taube Ohren. Und bisher auch beim Bundesgericht.

www.enter-adsl.ch

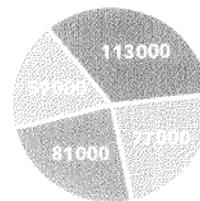
Guido Honegger



ADSL wird definitiv unternehmenstauglich und sich rasch verbreiten

Breitbandmarkt: ADSL vs. Kabel

Am 31. September gab es in der Schweiz 330 000 Breitband-Anschlüsse, bis Ende Jahr sollen es 400 000 werden. Rund 140 000 davon gehen derzeit über die Telefonleitung, 190 000 über das Fernsehkabel. Gemäss Swisscom sollen sich diese Relationen kontinuierlich zugunsten von ADSL verschieben: Per Ende 2002 rechnet sie mit 190 000 ADSL-Anschlüssen. Gestützt wird diese Prognose einerseits von den günstigeren Preisen für ADSL im Vergleich zum Kabelanschluss, andererseits durch die höhere Penetration: Derzeit sind 85 Prozent der 4,2 Millionen Telefonanschlüsse in der Schweiz für ADSL gerüstet, bis Ende Jahr sollen es 95 Prozent werden. Dazu muss Swisscom auch Freileitungen mit ADSL ausrüsten, die bisher ausgeklammert wurden. Die Testphase mit den Freileitungen begann Anfang November. Die übrigen Anschlüsse werden nur mit grösseren Investitionen zu erschliessen sein; es handelt sich dabei um Anschlüsse mit zu grosser Distanz zur nächsten Telefonzentrale. Über einen Fernsehkabelanschluss verfügen 2,9 Millionen Haushalte. Längst nicht alle davon sind jedoch bidirektional ausgelegt und damit internettauglich.



- Cablecom inkl. Partnernetze
- ▨ andere Kabelfernsehnetze
- the blue window ADSL
- ▨ andere ADSL

330 000 Breitband-Internetanschlüsse

Lieferschein Nr.: 1594822 Medien Nr.: 6511 Medienausgabe Nr.: 687828 Objekt Nr.: 8257044 Subobjekt Nr.: 3 Lektoren Nr.: 21 Abo Nr.: 1051017 Teiler Nr.: 11455880