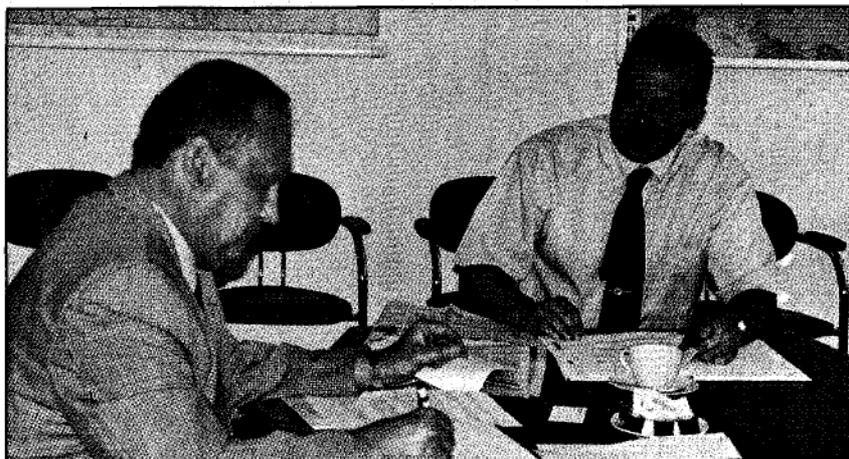


ISP: KMU-Markt überschätzt?

Vor einiger Zeit ist auch bei den Internet-Service-Providern der Kampf um die KMUs ausgebrochen. Die Anbieter hofften wohl, sich eine goldene Nase zu verdienen – und sahen sich enttäuscht.

Einer der Ersten der Stunde, Agri.ch, später Cable & Wireless, trat den Geschäftsbereich «Residentials and Small Business» an die Nachfolgesellschaft, Webkurier AG green.ch ab.

Unser Redaktor sprach mit deren Managing Director, Guido Honegger.



Der Chef von green.ch (rechts) im Gespräch mit Peter Blattner, Redaktor

Herr Honegger, Sie waren schon bei Agri.ch und anschliessend bei C&W in leitender Stellung tätig. Was ist bei Cable & Wireless geschehen?

GH: Nun, sie gingen über die Bücher und mussten feststellen, dass die Kleinkunden mehr Aufwand als Ertrag brachten. Also fiel in den USA der Entscheid, der für ganz Europa gilt, sich nur mehr auf Grosskunden zu konzentrieren. Das war unsere Chance, als KMU-Provider für die KMUs in der

Schweiz tätig zu werden.

Zur Nachfolgefirma Webkurier AG green.ch, wer steckt dahinter?

Wir haben vier Gesellschaften unter dem Dach der Holding green.ch. vereinigt. Green connection betreut ISDN, die Telefonzentrale, übernimmt Dienstleistungen per outsourcing und macht consulting für die Kunden

sowie IT Broker. Ich halte daran 51%, das Management 49%.

Die Webkurier AG gehört mir zu 100% und ist der eigentliche Provider. Green production befasst sich mit Webdesign, der Übertragung von Events, der Erstellung von Homepages und CD-ROMs. Auch hier sind die Eigentumsverhältnisse 51:49%. Die Mutter der Holding - Green.ch AG - gehört wiederum zu 100% mir. Wir konnten übrigens 51 bisher bei C&W Beschäftigte übernehmen und somit unseren KMU-Kunden eine kontinuierliche Betreuung sicherstellen.



Die Übernahme der Produkte und Leistungen von Cable & Wireless im KMU-Segment ist erst vor kurzem erfolgt, wie läuft es?

Wir machen quasi ein Start-up durch. Unser erstrangiges Ziel ist es, einfach mal bis Ende Jahr durchzuhalten und dank unseren schlanken Strukturen zu beweisen, dass wir den grossen Providern mit ihren langen Entscheidungswegen eine Nasenlänge voraus sind.

Herr Honegger, Sie starten mit 30'000 Privat- und KMU-Kunden, reicht das um den Übernahmepreis zu decken resp. notwendige Investitionen für den weiteren Ausbau zu tätigen?

Wir haben mit C&W gute Verträge abschliessen können, u.a. auch bezüglich Übernahme resp. Benutzung der technischen und logistischen Infrastrukturen. Dann konnten wir natürlich davon profitieren, dass das Management im Bereich KMU zu green.ch wechselte und somit eine nahtlose Weiterführung der Kundenbetreuung absicherte. Klar ist, dass wir nicht bei 30'000 zahlenden Kunden stehen bleiben wollen.

Grün begann, grün fahren Sie fort, glauben Sie, dass das Image Ihres Providers gelitten hat und was tun Sie allenfalls dagegen?

Unser Team will zeigen, was es kann. Wir haben kurze Abläufe und Profis, welche Ideen schnell umsetzen können.

Das führt zu Services, welche andere nicht bieten können. Im Sommer kommt green.ch mit zwei neuen Produkten auf den Markt für neu entstehende Nachfrage. Wenn überhaupt ein Imageschaden entstanden ist, so wird dieser sehr schnell ausgegült werden.

Was ist Ihr Ziel bis Ende Jahr, wie wollen Sie green.ch positionieren?

Die Boomzeiten sind sicher vorbei, aber es sind garantiert noch über 50'000 KMU, die nicht vernetzt sind, zu bearbeiten. Dann sind auch viele kleinere Betriebe mit ihren Grossprovidern unzufrieden, diese gilt es zu gewinnen und mit unseren spezifischen Dienstleistungen zu überzeugen. Wachstum ist für uns natürlich zwingend, das Potenzial dazu ist aber eindeutig vorhanden.

Ab wann wird denn ein Kunde «interessant»? Cable & Wireless Schweiz scheiterte ja an der Rentabilität, zumindest was den KMU-Markt betrifft.

Gratis-Services sind passé, Kunden sind heute bereit, für einen guten Service zu zahlen. Wir haben verschiedene Abotypen und bieten einen Fullservice von der Installation bis zum Home Page Design. Ein professioneller Internetauftritt ist bei uns bereits ab ca. 2'500.- Franken möglich und für uns als KMU-Provider für die KMU durchaus interessant.

Es ist bekannt, dass 90% aller Betriebe in der Schweiz KMUs sind, also zusammen ein riesiges Machtpotenzial bilden, das aber dem Internet immer noch zögerlich gegenüber steht. Viele begnügen sich mit Mailen, auch das E-Business kommt trotz gegenteiliger Behauptung nicht richtig vom Fleck. Haben Sie Ideen und Pläne, wie Sie E-Commerce bei den KMUs ankurbeln könnten?

Vertrauen wird gebildet, wenn Security geboten werden kann. Dank unserer Routine haben wir auch die Kosten im Griff. E-Commerce kommt sicher immer mehr, es braucht einfach ein bisschen Geduld. E-Commerce steht und

fällt mit dem Vertrauen in die jeweilige Kontaktperson. Von Seiten des Anbieters muss aber auch die Logistik stimmen, was nützt eine schöne Web-

site, wenn nicht geliefert werden kann?

Viele Kleinbetriebe scheuen Umstände und Kosten, welche der Internetauftritt mit sich bringt. Spezialisierte Werbeagenturen verdienen ja gutes Geld damit. Wären nicht mehr «Kleine» zu überzeugen, wenn Sie beispielsweise einen «Full-Service» anbieten würden, also vollständige Kommunikationslösungen? Beispielsweise Unified Messaging über eine Plattform wie sunrise?

Schauen Sie, der Kunde will keinen technischen Zirkus sondern ganz einfach eine persönliche Betreuung. Eine Betreuung durch eine Fachperson, nicht einen Computer, nicht eine anonyme Telefonnummer, wo keiner ran geht oder pausenlos Musik dudelt und seine wertvolle Zeit vergeudet. Für uns ist der Kunde im Mittelpunkt allen Geschehens und die technischen Abläufe sollen unser Bier sein.

Herr Honegger, wie bei jedem Geschäft ist auch bei Ihrem ein Risiko-Potenzial vorhanden. Sind Sie für eine längere Durststrecke gerüstet oder sehen Sie mittelfristig allenfalls ein Zusammengehen mit einem anderen Provider?

In gewissem Sinne liebe ich das Risiko, das mit Innovation immer verbunden ist. Wer nicht wagt, der nicht gewinnt. Spass am eigenen Tun bringt Erfolg. Unser motiviertes Team wird die Schweizer KMUs überzeugen.