

Guido Honegger

Dem Breitband gehört die Zukunft

green.ch Der Internet-Dienstleister setzt auf das Motto «Kleinvieh macht auch Mist»

Guido Honegger, Mehrheits-eigentümer und Managing Director des Internet-Dienstleisters green.ch mit Sitz in Brugg, ist rundum zufrieden: Seine Firma schreibt ein Jahr nach der Betriebsaufnahme bereits schwarze Zahlen. Und dies trotz der schwierigen Wirtschaftslage und des harten Marktumfelds.

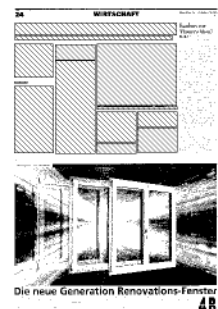
KLAUS STREIF

Obwohl noch sehr jung, hat green.ch doch schon eine bewegte Vergangenheit: 1995 als agri.ch aus der Informatikabteilung des Schweizerischen Bauernverbands entstanden, wurde das Unternehmen 1999 an Cable & Wireless verkauft – was sich als Flop erwies. Im Sommer 2001 gelang Honegger der Rückkauf mittels Management-Buyouts (ohne Altlasten) und die Neugründung unter der Marke green.ch.

Unter diesem Dach – eine Holding ist erst in Vorbereitung – befassen sich fünf Firmen mit der Entwicklung und dem Verkauf von Internet-Dienstleistungen: Die Green Production AG in Winterthur widmet sich dem Webdesign (Gestaltung von Internetseiten), die Webbuild AG in Langenthal entwickelt Content Management Systems (Lösungen zur direkten Aktualisierung von Internet-Inhalten), die Webkurier AG in Brugg betreibt – wie schon die alte agri.ch – das klassische Geschäft eines Internet Service Providers (Dial-in-Abos, Domain Hosting usw.), während sich die Green Telco AG und die Green.ch AG, beide ebenfalls in Brugg, mit Festnetz-Telefondiensten bzw. mit den viel schnelleren Breitband-Dienstleistungen (z. B. ADSL) befassen. Alle

fünf Firmen mit einem Eigenkapital von zusammen über 2 Mio. Franken sind entweder ganz oder zumindest zu 51% in Honeggers Besitz. Sie beschäftigen derzeit 65 Mitarbeitende und erwirtschaften im laufenden Jahr einen Umsatz von 22 bis 25 Mio. Franken sowie eine «schwarze Null» als Ergebnis.

Doch Honegger strebt nach mehr – nach viel mehr sogar: Er will im nächsten Jahr rund 12 Mio. Franken mehr Umsatz erzielen, was einem Plus von fast 50% entspräche. Und seine Zuversicht ist aus mehreren Gründen durchaus realistisch. Zum einen setzt er nach dem Motto «Kleinvieh macht auch Mist» primär auf abonnierte Dienstleistungen, die ihm einen monatlichen Einnahmestrom garantieren. Zum andern hat er vor allem die kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) im Visier, die über wenig Fachwissen verfügen oder nicht in der Lage sind, eigene IT-Ressourcen bereitzustellen. Ihnen will green.ch massgeschneiderte Lösungsmodule anbieten, die sich nach Bedarf beliebig erweitern lassen. Und zum Dritten ist der Chef von green.ch felsenfest davon überzeugt, dass dem Breitband die Zukunft gehört. Die Entwicklung im Bereich der (unübersetzbaren) Asymmetric Digital Subscriber Line (ADSL) – sie ermöglicht einen Datendurchsatz von über 256 Kilobits pro Sekunde (kbit/s), im Gegensatz zur analogen Übermittlung (50 kbit/s) oder zu ISDN (bis zu 128 kbit/s) – gibt ihm dabei Recht: Die Abonnentenzahl von green.ch bei diesem Dienst ist innert Jahresfrist von rund 700 auf über 11 000 gestiegen und nimmt weiter zu. Bei einem Durchschnittspreis von 80 Franken pro Kunde und Monat ist die prognostizierte Umsatzzunahme praktisch garantiert. Auch die Sicherheitsprobleme, die sich bei ADSL dadurch ergeben, dass alle Teilnehmer permanent



Lieferschein Nr.: 1589170 Medien Nr.: 2134 Medienausgabe Nr.: 684938 Objekt Nr.: 8226453 Subobjekt Nr.: 1 Lektoren Nr.: 19 Abo Nr.: 1051017 Teiler Nr.: 11409353