

 E-PEOPLE

DAS COMEBACK DER PIONIERS



Digivision an Pixelpark (Schweiz)
verkauft: Robert Hess.



Neue First-Tuesday-Besitzer erfolg-
reich ausgebootet: Susan Kish.

Über der New Economy kreist der Pleitegeier. Einige ehemalige Firmeninhaber konnten von der Talfahrt allerdings profitieren und haben mit Management-Buyouts wieder die Kontrolle über ihr Unternehmen gewonnen.



Lieferschein Nr.: 1232447; Medien Nr.: 1473; Medienausgabe Nr.: 562301; Objekt Nr.: 6193157; Subjekt Nr.: 1; Lektoren Nr.: 3; Abo Nr.: 1051017; Treffer Nr.: 9091259



THOMAS BRENZIKOFER

Nicht allen braucht es so zu gehen wie dem Restpostenverwerter Otto Ineichen. Der selbst ernannte Retter der Pleite gegangenen Miracle musste nach wenigen Monaten auch seine New Miracle abschreiben. Wie man trotz Talfahrt ganz schön hoch fliegen kann, zeigt etwa Gian-Franco Salvato. Im Herbst des vergangenen Jahres verkaufte der Bieler seine Aseantic, ein Webdienstleistungs-Unternehmen, für 28 Millionen Franken an die schwedische Adcore. Die Hälfte des Erlöses wurden zwar in Adcore-Aktien ausbezahlt, die heute noch drei Prozent ihres ursprünglichen Wertes haben. Immerhin gelang es ihm aber diesen Sommer, sein ehemaliges Unternehmen wieder zurückzukaufen – für lächerliche 400'000 Franken.

Ein Märchen? Nein, eher eine heikle Operation. Anfang Jahr geriet das gerade erst mit viel Börsengeld

zusammengekauft internationale Webdienstleister-Netz Adcore arg unter Druck. «In Stockholm herrschte eine Stimmung wie im Silicon Valley. Man hatte eine völlig andere Wahrnehmung der Situation und die Probleme auf dem Markt zu lange unterschätzt», sagt Salvato.

Als das Börsenkapital schliesslich aufgebracht war, musste man die Handbremse ziehen. Und die kam in Gestalt eines norwegischen Investors, der zusammen mit dem Adcore-Statthalter in Dänemark sich aner-

bot, die gesamte internationale Gruppe ausserhalb Schwedens inklusive Adcore Schweiz aufzukaufen – zum erschreckend niedrigen Preis von fünf Millionen Franken.

Dies wollte Salvato nicht auf sich sitzen lassen. Zumal «seine» Adcore Schweiz als eine der wenigen in der Adcore-Gruppe schwarze Zahlen schrieb. «Die Mitarbeiter haben zu-

sammen mit mir hart gearbeitet, um das Unternehmen aufzubauen. Mit dem Verkauf an ein internationales Netz wollte ich den Fortbestand sichern, und da kam nun ein Raider hergelaufen, der das Ganze für ein Knäckebrötchen bekommen sollte. Nicht mit mir!», empört sich Salvato heute noch.

Das Glück im Unglück zeigte sich im Kaufpreis

Obwohl Adcore die Verträge mit Norwegen und Schweden bereits unterschrieben hatte, schaffte es Salvato zusammen mit dem anderen «verkauften» Niederlassungen, den Deal rückgängig zu machen. Dies sicherte ihm sogar einen Platz auf der Frontseite der schwedischen Wirtschaftspresse. Doch das absolute Glück im Unglück zeigte sich im Kaufpreis: «Den habe nicht ich festgeschrieben. Ich brauchte nur den Taschenrechner hervorzunehmen und den Preis

Lieferschein Nr.: 1232447; Medien Nr.: 1473; Medienausgabe Nr.: 562301; Objekt Nr.: 6193157; Subjekt Nr.: 2; Lektoren Nr.: 3; Abo Nr.: 1051017; Teiler Nr.: 9091259

für das gesamte Netzwerk auf die Schweizer Niederlassung runterzurechnen», gibt er verschmitzt zu Protokoll. Der Management-Buyout inklusive aller Verpflichtungen und Investitionen kostete ihn schliesslich immer noch drei Millionen Franken.

Dieser Preis entspricht dem branchenüblichen Wertzerfall für Internetbeteiligungen. Mit 90 Prozent weniger musste sich auch Robert Hess zufrieden geben. Er verkaufte seine Digivision im vergangenen Jahr für 41 Millionen Franken in Aktien an Kabel New Media. Doch die Papiere hatte er nie gesehen. Besser so! Denn die Titel wären heute sowieso nichts mehr wert. Und weil die Transaktion nie vollzogen wurde, gelang es Hess, seine ursprüngliche Digivision an Pixelpark (Schweiz) zu verkaufen, wo er gleichzeitig den CEO-Posten übernommen hat. Zwar wurde nie ein Verkaufspreis genannt, doch laut Insidern dürfte er dafür immerhin noch an die vier Millionen Franken in Cash erhalten haben, allerdings gebunden an gewisse Erfolgsauflagen.

Hingegen musste First Tuesday Cash auf den Tisch legen, nämlich

laut Insidern über eine Million Dollar. Eine Stange Geld, aber immerhin ein Bruchteil der 50 Millionen, welche die israelische Investmentgruppe Yazam vergangenen Sommer für die international bekannte Marke und die Daten von über 200'000 registrierten Mitgliedern aufgeworfen hat. Das Geld, wiederum meist in Aktien, floss damals auf die Konten der vier Londoner Initianten. Die einzelnen Städteorganisationen, notabene die eigentlichen Drahtzieher der Bewegung,

sind sich dann allerdings verkauft vorgekommen. Angeführt von der Schweizer First-Tuesday-Lady Susan Kish, setzte man sich erfolgreich gegen die neuen Besitzer zur Wehr.

Dass das Platzen der Börsenblase auch seine heilsame Wirkung haben kann, zeigt der Fall von Urs Loeliger, CEO von Commcare. Als im März des vergangenen Jahres, also auf der Spitze des Börsenhypes, das amerikanische Unternehmen Callino 55 Millionen Franken für eine nationale WLL-Lizenz auf den Tisch legte, konnte das KMU unter den Schweizer Telekommunikationsunternehmen nicht mithalten. Ein Jahr später sah es anders aus: Commcare übernimmt die Lizenz der inzwischen Konkurs gegangenen Callino. Wie viel er bezahlt hat, will Loeliger zwar nicht verraten, doch soll es eindeutig weniger als das damalige Mindestgebot von 6,7 Millionen Franken gewesen sein. Mit diesem Betrag lässt sich WLL laut Loeliger auf einer wirtschaftlichen Basis betreiben. Jetzt muss er nur noch die Kunden finden.

Der neue Besitzer von green.ch muss jetzt um Kunden werben

Um sie wird auch Guido Honegger kämpfen müssen. Als CEO des Internetproviders green.ch, ehemals agri.ch, kann er dies jetzt als sein eigener Unternehmer tun. Das wollte er schon mal, nämlich im Herbst 1999. Doch der Bauernverband, dem der Internetprovider agri.ch damals gehörte, witterte plötzlich Geld. Statt ihren CEO zum Besitzer der Firma zu machen, die dieser aufgebaut hatte, entschieden sich die Bauern für den zweistelligen Millionenbetrag, den die britische Cable & Wireless zu bezahlen bereit war. Anderthalb Jahre später kommt Honegger doch noch

zum Zug: Angesichts eines rigorosen globalen Abbaus sah sich Cable & Wireless genötigt, aus dem B-to-C-Geschäft auszusteigen. Den Kaufpreis umschreibt Honegger so: «Wir haben keinen verrückten Betrag bezahlt.»



Mächtigen Konkurrenten geschlagen: Commcare-Chef Urs Loeliger.



Auf Umwegen doch noch Besitzer von Green.ch: Guido Honegger.

FOTOS: DEREK LI WAN PO, ANDREAS EGGENBERGER, GERRY NITSCH, SABINE WUNDERLIN

Lieferschein Nr.: 1232447; Medien Nr.: 1473; Medienausgabe Nr.: 562301; Objekt Nr.: 6193157; Subjekt Nr.: 3; Lektoren Nr.: 3; Abo Nr.: 1051017; Teiler Nr.: 9091259

