

Guido Honegger

Schwergewichte von morgen

Schnäppchenjäger kaufen sich die

Filetstücke von maroden IT-Unternehmen.

Allerorten werden IT-Budgets zusammengestrichen und Informatiker entlassen. Doch nicht alle Firmen pflegen den Branchenblues. Findige Unternehmen handeln jetzt antizyklisch und nutzen die niedrigen Bewertungen zur Akquisition.

STEFAN KYORA

Bei der Übernahme der Kunden von Providern, die ins Straucheln geraten sind, hat Guido Honeggers Green.ch Erfahrung. «Knapp zehnmal haben wir in letzter Zeit die KMU-Kunden von Konkurrenten übernommen», freut sich der Mehrheitsaktionär und Managing Director des Internetdienstleisters aus dem Aargau. Zusätzlich hat er im September die Langenthaler Webbuild akquiriert. Das Start-up hat ein sehr einfaches Content-Management-System entwickelt, das ideal zu Honeggers KMU-Strategie passt.

Übernahmekandidaten sind derzeit sehr günstig zu haben

Der Unternehmer konnte die Akquisitionen aus dem operativen Gewinn bezahlen. Das zeigt, wie tief die

Preise derzeit sind, denn die Zahlen des Dienstleisters Green.ch sind zwar schwarz, aber gemäss Honegger «nicht sehr hoch». Grund für die tiefen Bewertungen ist die kleine Zahl interessierter Käufer. Viele mittelgrosse Schweizer IT-Unternehmen verdauen neben dem schwachen Markt die gescheiterten Abenteuer aus den Zeiten des Hypes: Der deutsche Ableger der Basler Obtree etwa musste Anfang Oktober Insolvenz anmelden. Grossunternehmen wie Ascom sind froh, wenn sie selbst Käufer für ihre Unternehmensteile finden. Die Swisscom kauft bestenfalls hin und wieder ein Schnäppchen, wie die Zürcher Unit.net. Am Streaming-Spezialisten hält der Carrier nun eine Minderheitsbeteiligung von 49,9 Prozent. «Eine aktive Suche nach Übernahmekandidaten gibt es bei uns aber nicht», erläutert Swisscom-Sprecherin Pia Rogers.

Mehr Power zeigen ausgerechnet Unternehmen aus der kriselnden Webdienstleistungsbranche. Gianfranco Salvato, Gründer der Aseantic, führt das Geschäft der gescheiterten Basler Liebhart Systems in der frisch gestarteten Aseantic Liebhart weiter. Das Unternehmen ist von der alten Firma rechtlich unabhängig, ihre Verpflichtungen übernimmt Salvato damit nicht, dafür aber das Know-how von 25 Spezialis-

ten für Systemintegration.

Das Wachstum soll keine Kosten verursachen

Geld für solche Aktivitäten hat der Firmengründer genug: Nachdem er im November 2000 seine Firma für 28 Millionen Franken, davon 14 Millionen in bar, an die schwedische Adcore abgegeben hatte, kaufte er sie für 400 000 Franken vor einem Jahr zurück. Auf seine gute Nase für Geschäfte vertraut auch Bruno Richle, CEO des börsenkotierten Webdienstleisters Crealogix. Obwohl im E-Learning-Markt zurzeit Funkstille herrscht, baut er sein Engagement mit zwei Übernahmen markant aus.

Mit solchen Zukäufen rüsten sich die Schnäppchenjäger für die Zukunft. Sie sind aber von jeder New-Economy-Euphorie geheilt. Die Zahlen sollen trotz der Expansion schwarz bleiben. Guido Honegger zeigt, wie das geht: Für die zusätzlichen 7000 Kunden der Worldcom hat er kein einziges kostentreibendes neues Stellenprozent geschaffen.



Lieferschein Nr.: 156914 Medien Nr.: 9418 Medienausgabe Nr.: 678538 Objekt Nr.: 8118193 Subobjekt Nr.: 1 Lektoren Nr.: 2 Abo Nr.: 1051017 Treffer Nr.: 11255236

Guido Honegger

DREI HOFFNUNGSTRÄGER

Green.ch, Brugg AG

Gegründet 1995, Schwerpunkte Hosting und Providing, 60 Mitarbeiter, 22 Millionen Franken Umsatz.

Letzte Akquisitionen: Webbuild AG, 7000 Kunden von Worldcom, 1500 Kunden von Interdata.

Aseantic, Biel

Gegründet 1995, Schwerpunkt Webdienstleister, 50 Mitarbeiter.

Letzte Akquisition: 25 Leute von Liebhart Systems und Gründung der Aseantic-Liebhart AG.

Crealogix, Zürich

Gegründet 1996, Schwerpunkt Webdienstleister, 114 Mitarbeiter, 20,6 Millionen Franken Umsatz.

Letzte Akquisitionen: M.I.T. (Schweiz) AG, Acadia AG.