

Guido Honegger

Fussball kommt vor Internet

Green.ch verkauft ADSL-Geschäft: Gründer Guido Honegger konzentriert sich auf FCZ-Sponsoring

VON ANDREAS FLÜTSCH

BRUGG Wie kann Internet-Unternehmer Guido Honegger es sich leisten, den FC Zürich pro Jahr mit einer Million Franken zu sponsern, fragt sich die Sportwelt seit Monaten. Jetzt ist klar: Das geht nur so lange gut, wie das Geschäft rund läuft. Und Guido's Geschäft läuft alles andere als rund: Das ADSL-Geschäft der Green-Gruppe ist weiterhin hoch defizitär, zudem ist der Zustrom von Neukunden für den schnellen Internetzugang trotz millionenschweren Aufwands für Sponsoring und Werbung massiv eingebrochen.

Laut Insidern ist der Bestand an flüssigen Mitteln beim ADSL-Teil von Green in jüngster Zeit unter die heikle Schwelle von einer Million Franken gerutscht. Ein Alarmzeichen, denn die Abonnementsgebühren der bestehenden Kunden für 2004 sind erst gegen Ende Jahr fällig. Das Defizit ist offenbar so gross, dass es einen schönen Teil des Gewinns von rund vier Millionen Franken der hoch lukrativen Web-Factory der Green-Gruppe aufzufressen droht.

Swisscom und Sunrise, aber auch ausländische Anbieter interessiert

Guido Honegger, Gründer und Inhaber der Green.ch-Holding, musste sich also rasch entscheiden: Entweder weiterhin den FCZ mit einer Million Franken pro Jahr sponsern – oder mit unsicheren Aussichten auf Erfolg weiterhin die Defizite im Geschäft mit dem schnellen Internetzugang zuschütten.

Seine Entscheidung wird die Fans des FCZ freuen – Fussball kommt für Honegger offenbar vor dem Internet: «Wir wollen das ADSL-Geschäft verkaufen und uns auf das Kerngeschäft konzentrieren», bestätigt Honegger der SONNTAGSZEITUNG am Samstag auf Anfrage: «Unser Engagement als Sponsor des FCZ ist nicht beeinträchtigt, es bleibt bei der Million pro Jahr.»

Damit ist jetzt wieder klar: Honegger muss und will verkaufen. Am Freitag war dieses Faktum nach aussen hin für kurze Zeit in Frage gestellt: «Green.ch dementiert Verhandlungen mit Cybernet», hiess es auf der Website von Green.ch: «Entgegen einer Falschmeldung halten wir fest, dass keinerlei Verhandlungen mit Cybernet stattfinden.» Die Nachrichtenagentur SDA hatte am Freitagabend wegen des Dementis auf eine Meldung verzichtet.

Laut Branchenkennern will Honegger sein Sorgenkind ADSL seit längerem verkaufen. Swisscom und Sunrise, die Nummer Eins und Nummer Zwei im Geschäft mit dem schnellen Internetzugang, sind interessiert, die Gespräche aber wenig weit gediehen. Interesse bekundet haben offenbar auch ausländische ADSL-Anbieter wie PSINet und Viatel, die den Schweizer Anbieter Cybernet gekauft hat.

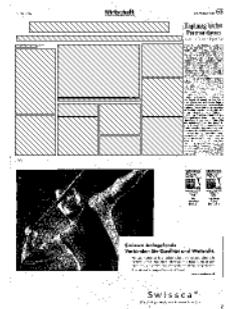
Am weitesten gediehen sind die Verkaufsverhandlungen mit Cybernet, dessen Chef René Waser gestern dem Fachblatt Netzwoche bestätigte, er wolle Green.ch kaufen.

Zum Verkauf steht laut Honegger «nur der ADSL-Kundenstamm»

«Green.ch steht nicht zum Verkauf», betont dagegen Honegger, «verhandelt wird mit Cybernet und anderen über einen so genannten «Asset-Deal». Zum Verkauf steht ganz klar nur unser ADSL-Kundenstamm, die Marke Green.ch geben wir nicht her.»

Gestritten wird seit Wochen über den Preis des ADSL-Geschäfts. Honegger forderte zu Beginn zwölf bis fünfzehn Millionen Franken. Zur Zeit wird laut Kennern im «hohen einstelligen Millionenbereich» verhandelt. Pro Memoria: Honegger hatte das ADSL-Geschäft vor nicht allzu langer Zeit von der schlingenden Cable & Wireless für angeblich eine Million Franken zurückgekauft.

Jetzt hat Honegger nicht mehr allzu



Guido Honegger

viele Trümpfe in der Hand:

► Verkauft er nur die Kunden, fordern Käufer einen Abzug von zwanzig bis dreissig Prozent am Kaufpreis, weil die Absprungrate bei Asset-Deals im Internet-Zugangsgeschäft so hoch ist.

► Zudem mindert der schwache Kassenbestand den Verkaufserlös. Ein Käufer muss allein für die grössten Kosten zur Aufrechterhaltung des Betriebes mit 20000 ADSL-Kunden pro Monat zwischen 1,2 und 1,5 Millionen Franken einsetzen. Übergibt Honegger das ADSL-Geschäft unsaniert, mindert sich der Kaufpreis um weitere rund sechs Millio-

nen Franken.

► Und Interessenten wie Swisscom oder Sunrise zögern, weil ihr ADSL-Preisgefüge erheblich höher liegt als bei Green.ch. Sollten sie sich für einen Kauf entscheiden, haben sie unverhofft Kunden mit zwei verschiedenen Preisgefügen – wobei eine Angleichung nach oben heikel und nach unten kostspielig ist.

Wie schnell wechselt das grüne ADSL also die Hand? «Wir verkaufen nicht um jeden Preis», sagt Green-Inhaber Honegger, «aber ich bin optimistisch, dass wir in den nächsten ein bis zwei Monaten mit einem Käufer handelseinig werden.»



Green-Gründer Guido Honegger: «FCZ-Sponsoring bleibt voll erhalten» FOTO: F. PEDRAZZETTI/RDB