

Guido Honegger

ISPs warten auf den nächsten Boom

Im ADSL-Geschäft sind die Wachstumsraten rückläufig. Um trotzdem bei den Kunden landen zu können, setzen die Internet Service Provider nicht zuletzt auch auf ihre Reseller.

VON MATTHIAS PFANDER

Der Schweizer Breitbandmarkt lahmt. Zumindest wenn man das momentane Wachstum bei den ADSL-Anschlüssen mit den drei- bis vierstelligen Zuwachsraten der Jahre 2002 bis 2004 vergleicht. In Zeiten, in denen das Geschäft abflaut, wird der indirekte Vertrieb umso wichtiger. Über die Partner gelingt es den Schweizer Internet Service Providern, auch noch das letzte Quentchen Umsatz aus dem Markt herauszupressen.

Dass der Channel für die Schweizer ISPs an Bedeutung gewonnen hat, lässt sich auch an den Reseller-Zahlen ablesen. Netstream hat innerhalb von einem Jahr seine Partner von 150 auf rund 300 in etwa verdoppelt. Cybernet ebenfalls: Die Zahl hat von 310 auf 661 zugenommen. Und Green.ch arbeitet mittlerweile mit 225 Channel-Partnern zusammen – vor etwas mehr als einem Jahr waren es noch rund 115.

Sättigung und Verdauung

Unterschiedlich sind die Wahrnehmungen der einzelnen Anbieter zum Geschäftsverlauf. Während Green.ch-Chef Guido Honegger von einer stabilen Entwicklung mit 500 bis 700 Neukunden pro Monat spricht, spürt beispielsweise Markus Definti, Account Manager bei Magnet.ch, bereits eine gewisse Sättigung.

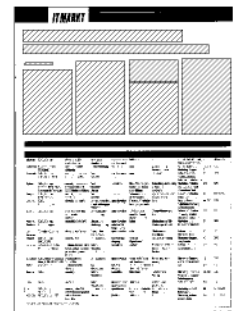
Einige sind gerade noch mit Verdauen beschäftigt: Deep hat Spin übernommen und ist mit der Integration beschäftigt. Sie soll bis Ende 2005 abgeschlossen werden, wie Geschäfts-

führer Elio Baffioni ausführt. VTX ist hingegen nach der Übernahme von Tiscali noch nicht in der Lage, das vereinigte Reseller-Programm über einen Leisten zu schlagen.

Grosse Umwälzungen in Sicht

Mit der Konsolidierung wird es wohl auch über die nächsten Monate weitergehen. In der Pipeline sind Produkte, die das Zeug dazu haben, die Anbieterschar noch einmal so richtig durchzuschütteln.

Im Sommer startet die Swisscom mit einem Testprogramm für SDSL-Zugänge im Wholesale-Vertrieb über Partner. Gemäss firmennahen Quellen wird das Pricing bei diesen Mietleitungskillern anfangs noch unattraktiv ausfallen. Dies aus zwei Gründen: Die Swisscom konkurrenziert damit die Mietleitungsangebote bei Swisscom Solutions. Zudem verfügen einige der ADSL-Partner über eigene SDSL-Infrastrukturen. Mit einem zu aggressiven Markteintritt würde die Swisscom den Zorn dieser Partner auf sich ziehen – und wahrscheinlich auch die Wettbewerbskommission auf den Plan rufen. Und das könnte die Marktentwicklung lähmen.



Lieferschein Nr.: 2569094 Medien Nr.: 4708 Medienausgabe Nr.: 185218 Objekt Nr.: 12719990 Subjekt Nr.: 1 Ikkoten Nr.: 21 Abo Nr.: 1051017 Tiefler Nr.: 19614256

Guido Honegger

RESELLER-PROGRAMME DER SCHWEIZER INTERNET SERVICE PROVIDER IM VERGLEICH									
Provider	Zugangstechnologie	Provision	Berechnungsgrundlage	Abrechnung	Bonusprogramme	Bedingungen	Reseller-Unterstützung	Anzahl Reseller	Umsatz über Reseller
Bluewin	ADSL, Dial-up	einmalig 20 bis ca. 100 Franken	vermittelte Bandbreite	monatlich oder quartalsweise	individuell	keine	Point-of-Sale-Material, Werbekostenzuschüsse	50	20 bis 30%
Cablecom	Hispeed Internet (TV-Kabel)	einmalig produktabhängig	produktabhängig	monatlich	nein	guter Standort, Umsatzminimum	Point-of-Sale- und Marketing-Support	150 bis 200	k.A.
Cyberlink	ADSL, Dial-up, SDSL, Super-SDSL	einmalig und wiederkehrend 5 bis 25%	Anzahl Anschlüsse	quartalsweise, individuell	nein	individuell	Verkaufssupport, Produktschulung, Web-Tool, lokale Events	60	>15%
Cybernet	ADSL, Dial-up, Connect, HDSL, SDSL, Upstream ab Telehouse	einmalig und wiederkehrend 8 bis 12% oder 20% Wholesale-Rabatt	Anzahl Abschlüsse, Umsatz	monatlich	bis 20% auf Eigenbedarf bei Umsatzzielerfüllung	Handelsregisterauszug, partnermodellabhängig	Marketing, Training, Events, Bestell- und Informations-Tool	661	80%
Deep/Spin	ADSL, Dial-up, SDSL, TV-Kabel	einmalig 20 bis 100 Franken	Anzahl Abschlüsse	individuell	Volumenrabatt ab 50 Kunden	Eigene Produkte über Deep beziehen	Support, Marketing-Material, Schulung	50	10 bis 20%
Easynet	ADSL, Standleitungen	einmalig 5 bis 20%	Jahresumsatz bzw. projektabhängiger Fixbetrag	quartalsweise	Rabatt auf Produkte für Eigengebrauch	keine	Reseller-Portal, Projektunterstützung Kundenbesuche	ca. 250	35%
Green.ch	ADSL, Dial-up	5 bis 20% einmalig, wiederkehrend, je nach Status	Jahresabonnementsbetrag	quartalsweise	10% Bonus bei mind. 50 Anmeldungen pro Jahr	3 Anmeldungen pro Quartal	Webtool für Kundenbetreuung, Events, Marketing-Material ¹⁾	225	35%
Internet Pipeline	ADSL, Dial-up, Standleitungen	monatlich 7 bis 20%	Umsatz und Deckungsbeitrag	quartalsweise oder bei Zahlungseingang	keine	Minimalumsatz 500 Franken pro Monat	Marketing- und technischer Support	32	50%
Lan Services	TV-Kabel (Quickline)	einmalig 100 Franken	Fixprovision oder Umsatz	quartalsweise	nein	Mindestanzahl Abschlüsse	Software- und Marketing-Tools	60	95%
Magnet	ADSL, Dial-up, HDSL, SDSL	einmalig 10%	Jahresumsatz	bei Vertrags- eingang	10% auf Eigenbedarf	individuelle Prüfung	Marketing-Support, Flyer, Events	40	35%
Netstream	ADSL, Dial-up, SDSL, Mietleitung, Hotspots	1 Monatsgebühr, Händlerverkaufspreise oder produktbezogenes Pricing	Anzahl Abschlüsse oder Umsatz	monatlich	geplant	Bakom-Registrierung bei White-Label-Kunden	Software-Tool für Kundenbetreuung	300	20%
Nexcellent	ADSL, Ethernet Connect, Fibre, HDSL, SDSL, VDSL	wiederkehrend 10 bis 25%	Jahresumsatz	quartalsweise	10 bis 15% Rabatt auf Hardware	Handelsregisterauszug	Marketing-Support, Events, Software-Tool	12	30%
Soinet	ADSL, Dial-up	1 Monatsgebühr einmalig	Anzahl Abschlüsse	bei Vertrags- eingang	Rabatt auf Hardware bis zu 100 Franken	keine	Werbematerial	k.A.	k.A.
Sunrise	ADSL	einmalig	Anzahl Abschlüsse	monatlich	individuell	12/24 Monate Vertrag	Marketing, Incentive Programme, Support, Schulungsprogramme	ca. 200	k.A.
Telo2	ADSL	einmalig	Anzahl Abschlüsse	monatlich oder quartalsweise	individuell	5 Abschlüsse pro Monat	Preislisten, Flyer	k.A.	k.A.
Tic	ADSL, Dial-up, Mietleitung	einmalig 5 bis 27%, wiederkehrend geplant	Jahresumsatz	quartalsweise	Rabatt auf Produkte für Eigenbedarf	keine, aber Zielüberprüfung	Marketing-Support, Schulung, Events	60	50 bis 50%
WWS24	ADSL, Dial-up, IPSS	wiederkehrend 5 bis 10%	Umsatz	jährlich	individuell	keine	Marketing, technische Unterstützung	k.A.	20 bis 30%

1) Green-Tickets für FCZ- und ZSC-Heimspiele, k. A. = keine Angaben

Lieferschein Nr.: 2569094 Medien Nr.: 4708 Medienausgabe Nr.: 185218 Objekt Nr.: 12719900 Subjekt Nr.: 2 Iktoren Nr.: 21 Abo Nr.: 1051017 Tiefler Nr.: 19614256