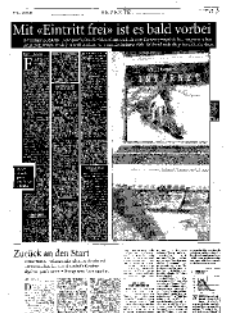


Mit «Eintritt frei» ist es bald vorbei

INTERNET-ZUGANG Den Spruch, dass die Schwerkraft auch die New Economy eingeholt hat, mag man schon nicht mehr hören. Doch jetzt trifft es nicht mehr nur die Business-Welt: Bald sind auch die privaten Surfer dran.



«Willkommen im Internet», aber bald nur noch gegen Bezahlung.



Lieferschein Nr.: 1191514; Medien Nr.: 4306; Medienausgabe Nr.: 548373; Objekt Nr.: 5957100; Subobjekt Nr.: 1; Lektoren Nr.: 23; Abo Nr.: 1051017; Trefler Nr.: 8834019

**Für die
Provider
geht es
schlicht ums
Überleben.**

ECKHARD BASCHEK

E-Mail for everyone! heisst es am Schluss jedes Mails, das via einen Gratis-E-Mail-Account bei Bluewin verschickt wird. Doch mit dem «E-Mail for everyone» dürfte es bald vorbei sein, jedenfalls was den kostenlosen Internet-Zugang und die E-Mail-Adresse angeht. Die Branche ist es satt, die Freisurfer auf Kosten anderer Geschäftsfelder durchzuführen. Oder besser: Sie kann es sich nicht mehr leisten. Und die Schweiz steht damit auch nicht alleine; in den USA sind trotz einigen Versuchen von einzelnen Städten ähnliche Tendenzen auszumachen.

Christoph Brand, Chef des grössten Schweizer Internet Service Providers (ISP) Bluewin, stürzte sich schon diesen Januar an der Kostenlos-Mentalität. In einem «HandelsZeitung»-Interview meinte er: «Die Idee von «alles gratis» ist vom Tisch.» Aber eben: Er wolle auf keinen Fall der Erste sein, der mit der (un)bequemen Sitte bricht.

Jetzt hat er einen Vorreiter gefunden, der ihm die heisse Kartoffel aus dem Feuer nimmt. Es ist Guido Honegger, Chef des ISP Green, die aus dem Bereich Kleinkunden der Agri.ch entstand. Agri.ch hat ihren Ur-

sprung in der Informatikabteilung des Schweizerischen Bankvereins, nahm den Weg u.a. zum Schweizerischen Bauernverband und wurde von dem später an die britische Cable & Wireless (C&W) verkauft. Seit 1. Juli wird Green eigenständig von den Landwirten beackert.

**UNGLÄUBIGES
KOPFSCHÜTTELN**

Agri.ch erregte im März 1999 Aufsehen, als sie ankündigte, auf Juli ihre Kunden gratis ins Netz zu lassen, wenn auch nur in beschränktem Umfang. Die Gebühren betragen zu jener Zeit noch 15 Fr. und mehr; es war die grosse Zeit von

CompuServe. «Das funktioniert nicht», beschied Brand damals den Leuten in Brugg, der Wegfall der Gebühren könne durch Business-Services nicht kompensiert werden. «Da hat sich wohl einer etwas zu weit aus dem Fenster gelehnt», hiess es schnöde aus dem Hause SwissOnline. Getan haben es anschliessend beide.

**VON WEISS NICHT
BIS BALD SCHON**

Man kann es so sehen, dass Brand Recht behalten hat, oder so, dass Honegger wieder mal die Nase vorn hat. Jedenfalls kann Brand heute froh sein, dass er als Marktleader um die unpopuläre Vorreiterrolle herumkommt. Honegger, geübt in der Rolle des Bölimaa, staunte nicht schlecht, was seine Kunden von seiner Idee hielten, künftig 5 Fr. pro Monat zu kassieren. Von den 70 000 Gratis-Accounts sind bisher 3000 ausgewertet, und davon haben sich 55% bereit erklärt, den Obolus zu

entrichten.

Für Honegger geht es bei dem neuen Preismodell schlicht ums Überleben der Dienstleistung. Denn die Einnahmen fliessen nicht mehr in Strömen – Stichwort Bannerwerbung. Als kleiner Anbieter kann er es sich nicht leisten, von irgendwoher noch ein Milionchen zu nehmen, um die Kunden-Akquisitionsmaschine in Gang zu halten – zumal die Gratis-Surfer nicht im erhofften Umfang umsatzfreudige Breitband- und Homepage-Kunden mutiert sind. Die 70 000 Kunden kosten ihn monatlich 100 000 Fr., macht knapp 1.50 Fr. reine Kosten für Einrichtung, Unterhalt und Telekommunikationskosten.

Wenn als Zusatzdienstleistungen wie bei ihm noch Virenprüfung und Anti-Spamming (gegen unerwünschte Junk- und Werbemails) hinzukommen, bleiben ihm bei 5 Fr. gerade noch rund 10% Marge bzw. Luft für weitere Zusatzdienste oder -kosten.

Und was ist mit den 30 Mio Fr., die der Bauernverband aus dem Verkauf von agri.ch an C&W zu vergeben hatte? «Wir haben eine Anerkennung erhalten» – will

heissen: Nichts. Wie schnell kommt nun das Ende der Gratis-Internet-Zugriffe und der Gratis-E-Mail-Adressen? Beim Branchenleader Bluewin ist das «ein heisses Thema», wie Mediensprecherin Melanie Schneider erklärt. Es sei aber noch nicht entschieden, welche Zusatzdienstleistungen bei diesem «Upgrade», wie es auf Marketing-Deutsch heisst, mit den Basisdienstleistungen zu Päckchen geschnürt werden. «Die Berechnungen sind im Gange»,

heisst es zum Stand der Dinge.

Gute Nachrichten aus dem Hause Sunrise: Beim dänischen Fusionsgebilde will man vorerst am Gratisdienst festhalten. Das sei ein Teil der Dienstleistungen, die alle miteinander verwoben seien. «Aber in der Branche kann sich schnell vieles verändern», gibt Pressesprecherin Monika Walser zu bedenken. Wenns nach ihrem Chef ginge, wäre es damit vermutlich bald vorbei.

«Zum heutigen Zeitpunkt gibt es dazu keinen Kommentar», gibt sich Cablecom-Sprecher Ingo Buse, auf die Gratisdienste von SwissOnline angesprochen, einsilbig. Das Thema werde nicht prioritär behandelt, man sei «in einer Umstrukturierungsphase».

**SMS KAUM NOCH
GRATIS**

Was für Internet und E-Mail gilt, trifft zunehmend auch für die Gratis-Kurzmeldungen SMS (Short Message Service) zu. Die Zeit, als jeder Anbieter, der etwas auf sich hielt, gratis SMS anbot, ist vorbei. Die wenigen verbliebenen bekannten Anbieter sind heute noch <http://sms-kostenlos.btn.de>, www.sms.search.ch und www.t-online.ch (mit technischen Einschränkungen), und auch das bei vielen Anbietern nur, wenn man sich via Online-Registrierung zu erkennen gibt. Ein typisches Beispiel ist www.surfer.ch/sms mit der Nachricht: «Da sich dieser Dienst bei weitem nicht mehr kostendeckend betreiben lässt, sind wir leider gezwungen, den Betrieb vorläufig einzustellen.»

Lieferschein Nr.: 1191514; Medien Nr.: 4306; Medienausgabe Nr.: 548373; Objekt Nr.: 5957100; Subjekt Nr.: 2; Lektoren Nr.: 1051017; Treffer Nr.: 8834019