

«Keiner hätte uns das zugetraut»

Internetpionier Wie der Bauernverband die Schweiz überraschte – und was aus Agri.ch geworden ist

VON PETER BRÜHWILER

Der Bauernverband als Internetpionier? Tönt schräg, war aber so. Die treibende Kraft hinter der Gründung des Internetdienstleisters Agri.ch vor 20 Jahren in Brugg war der Zürcher Guido Honegger. 2008 übernahm Franz Grüter die Leitung des unterdessen in Green.ch umbenannten Unternehmens. Gemeinsam blicken die beiden auf die Anfangszeit zurück.

Herr Honegger, hatten Sie den Aufstieg zum Internetpionier bereits im Hinterkopf, als Sie 1991 die Stelle als EDV-Chef beim Bauernverband in Brugg antraten?

Guido Honegger: Um ehrlich zu sein: Nach drei Tagen überlegte ich mir, den Job beim Bauernverband wieder hinzuschmeissen. Alles war sehr behäbig, drei Telefone pro Tag waren schon viel. Aber dann erhielt ich den Auftrag, die 26 Bauernsekretariate miteinander zu vernetzen. Und als ich 1994 damit fertig war, realisierte ich: Jetzt haben wir die Infrastruktur, um flächendeckend Internet zum Lokaltarif anzubieten.

Etwa zur gleichen Zeit haben Sie, Herr Grüter, in der Innerschweiz die SmartComp AG gegründet, mit der Green.ch 2008 dann fusionierte. Wie haben Sie die Gründerzeit erlebt?

Franz Grüter: Ich war anfangs wie ein Missionar bei den KMU unterwegs und versuchte, die Chefs vom E-Mail zu überzeugen. Die hielten das mehrheitlich für eine Spielerei und wollten weiter auf den Telefax setzen.

Die Entwicklung des damaligen Konkurrenten Agri.ch haben Sie auch beobachtet?

Klar. Die eigentliche Pionierrolle von Agri.ch bestand eben darin, dass sie dank der 26 Knotenpunkte in der Lage waren, noch vor der Swisscom landesweit Internet zum Lokaltarif anzubieten. Auch die Vermarktung hat mich beeindruckt. Du hast damals ja fast amerikanische Marketingmethoden angewandt, Guido. Ich erinnere mich an eine Internet-Expo in Zürich: Alle interessierten sich nur für den Agri-Stand, weil dort eine Tanzgruppe aus Las Vegas auftrat.

Honegger: Es war definitiv eine spannende Zeit. Keiner hätte dem Bauernverband zugetraut, dass er Internet verkauft.

Ganz am Anfang haben Sie den Zugang nur den Bauern angeboten.

Ja, vor allem die Obstbauern nutzten ihn, um ihre Obstmengen der Alkoholverwaltung für statistische Erhebungen durchzugeben.

Im Hinterkopf hatten Sie eine Ausweitung des Angebots auf KMU und Privatkunden aber schon damals?

Ja, nur konnte ich das Projekt dem Bauernverband so nicht verkaufen. Es war mir aber schon klar, dass die Bauern nicht die Internetaffinsten sind und auch nicht genügend grosse Datenvolumen generieren würden. 1996 bin ich deshalb auf die KMU losgegangen.

1999 hat der Bauernverband Agri.ch dann verkauft, und zwei Jahre später haben Sie es wieder zurückgekauft.

Ja, die englischen Käufer haben die Fir-



Zwei Schweizer Internet-Pioniere im Gespräch: Der aktuelle Green.ch-Chef Franz Grüter und sein Vorgänger, Guido Honegger.

CHRIS ISELI

ma innerhalb von 24 Monaten abgewirtschaftet, sodass ich sie für einen Franken übernehmen konnte.

Warum 2008 der erneute Verkauf?

Eine Fusion hat zu diesem Zeitpunkt Sinn gemacht. Die Mitarbeiterzahl verdoppelte sich auf einen Schlag auf 100. Und wir konnten Synergien nutzen.

Grüter: Für uns war 2008 dann der Startschuss für den Einstieg ins Rechenzentrumsgeschäft. Damals konnte noch niemand abschätzen, dass die Schweiz als Standort für Daten plötzlich eine derartige Bedeutung erlangen würde. Wir haben in Lupfig mittlerweile 100 Millionen Franken investiert und machen Umsätze in zweistelliger Millionenhöhe, das ist schon gewaltig.

«Du hast damals ja fast amerikanische Marketingmethoden angewandt, Guido.»

Franz Grüter, CEO Green.ch

Sind Sie also zu früh ausgestiegen, Herr Honegger?

Nein, ich bin froh, dass Leute wie Franz reinkamen, wir hätten die Mittel für eine solche Entwicklung gar nicht gehabt. Es gibt einen Zeitpunkt, wo du mich rausnehmen musst. Ich bin ein Chaot. Ich kann eine Firma mit maximal 80, 100 Leuten führen, aber dann

braucht es andere Strukturen.

Noch viel rasanter als Green.ch hat sich das Internet insgesamt entwickelt. Sehnen Sie sich manchmal nach den weniger komplexen, weniger vernetzten Anfangszeiten zurück?

Nein, es ist immer spannend, bei der neuesten Technologie mit dabei zu sein. Wir sind zwei technikaffine Leute.

Grüter: Um mitzuhalten, muss man natürlich in der Lage sein, für immer weniger Geld immer höhere Datenvolumen anzubieten. Aber die ganze Branche hat auch einen riesigen Vorteil: Wir betreiben ein Abogeschäft. Alles, was wir machen, generiert einen wiederkehrenden Umsatz, das macht das Geschäft antizyklisch.

Honegger: Gerade jetzt stehen wir im Abo-Bereich vor einem grossen Umbruch. Die Swisscom wird die analoge Telefonie in zwei, drei Jahren abschalten. Die Leute brauchen dann – auch in der Mobiltelefonie – nur noch ein reines Datenabo und werden über Apps telefonieren. Das heisst: Der Markt wird neu verteilt, weil jeder mit einem analogen Telefon das Angebot wechseln muss.

Rechnen Sie auch mit neuen Wettbewerbern?

Nein. Als wir anfangen, genügte ein Modem in der Garage. Heute ist alles viel komplizierter. Man braucht SIM-Karten

und wird vom Bakom reguliert. Diesem muss man zum Beispiel nachweisen können, wem jede einzelne SIM-Karte gehört. Das ist nicht so leicht zu erfüllen.

Grüter: Das Geschäft ist auch sehr In-

«Als wir anfangen, genügte ein Modem in der Garage. Heute ist alles viel komplizierter.»

Guido Honegger, Gründer von Agri.ch

frastrukturlastig geworden. Ein neuer Internetanbieter müsste am Anfang viel Geld investieren, und das bei einem doch sehr überschaubaren Markt von 3,5 Millionen Schweizer Haushalten.

Für Green.ch ist die Neuverteilung des Marktes aber eine Chance?

Ganz klar. Wer jetzt mit guten Produkten auf dem Markt ist, der kann in den nächsten Jahren im grossen Stil Kunden abholen. Wir werden in diesem Jubiläumsjahr deshalb neue Angebote unter dem Motto «zurück zum Ursprung» lancieren. Also Pakete, die einfach sind und nur das anbieten, was der Konsument wirklich will.

Und wie wird Green.ch in 20 Jahren Geld verdienen?

Ich schaue nie weiter als maximal drei Jahre in die Zukunft. Bis dann wird das Rechenzentrum-Geschäft unser ange-

stammtes Webhosting- und Providergeschäft umsatzmässig überholen, denke ich. Bis das zweite, im vergangenen Jahr eröffnete Rechenzentrum-Modul in Lupfig gefüllt ist, wird es wohl drei bis fünf Jahre dauern.

Und dann wird in Lupfig weitergebaut?

Für ein drittes Modul haben wir noch Platz. Im vierten Quartal 2016 werden wir ausserdem mit der ganzen Belegschaft von Brugg nach Lupfig umziehen, wo unser neues Bürogebäude entsteht.

Dem Standort Aargau bleibt die Green.ch also sicher treu?

Selbst wenn ich nochmals bei Null beginnen müsste, würde ich wieder im Aargau anfangen, wegen der sensationellen Infrastruktur, den aufgeschlossenen Leuten und dem sehr direkten Zugang zu den Behörden.

Sie sind derweil nach Zürich zurückgegangen und haben dort neue Start-ups gegründet, Herr Honegger. Aus Standortgründen?

Nein, aus privaten Gründen, ich bin ja ein Stadtzürcher. In den Aargau habe ich aber nach wie vor sehr gute Beziehungen. Ich habe hier 1999 ja sogar einmal für den Nationalrat kandidiert, auf der gleichen Liste wie Doris Leuthard – als nicht-Aargauer und Nicht-CVP-Mitglied.

KÄMPFER AG

5504 Othmarsingen | info@kaempfer.ag
Tel. 062 889 02 03 | www.kaempfer.ag

LÜFTUNG | KLIMA | HEIZUNG