

## Mittelstands-Offensive gegen Kabelkonzerne

**TELEKOMMUNIKATION AWE bietet ab sofort neben TV auch Internet und Telefon**



**Alles läuft: Andreas Kruse, Chef von Antennentechnik Weser-Ems, testet seine AWEcom-Installation.**



BILD: KUCHTA

OLDENBURG - Vordergründig lautet die Meldung so: Etwa 10 000 Haushalte in Oldenburg haben ab sofort eine weitere Alternative, wenn es um Telefon, Internet und Fernsehen geht. Das Unternehmen Antennentechnik Weser-Ems, das in der Stadt über ein eigenes 400-Kilometer-Kabelnetz verfügt, bietet neben seinen seit 1995 laufenden Kabelfernseh-Angebot jetzt unter der Marke „AWEcom“ auch Internet und Telefonie an.

Doch im Hintergrund mischt AWE-Chef Andreas Kruse mit zwei Partnern in einem Mittelstands-Angriff auf die Großkonzerne unter den Telekommunikationsanbietern mit – und nutzt dabei eine Strategie, die AWE groß gemacht hat: die Kooperation mit der Immobilienwirtschaft. Am Donnerstagmorgen präsentierte Kruse das neue Angebot nebst Tarifen denn auch einem Kreis aus Immobilienkaufleuten der Stadt im Multimedia-Zentrum von AWE in Nadorst. Zurzeit versorgt AWE vor allem Wohnanlagen der GSG, aber auch von der Gesellschaft erschlossene Neubaugebiete. Diese Kunden können das neue Angebot nutzen – aber künftig, so Kruse, wolle man mit den Partnern auch Neukunden gewinnen – im engen Schulterschluss mit der Immobilienwirtschaft.

Den Hintergrund erläuterten Jürgen Dill (MRnet) und Philip Steinkühler (Marienfeld Multimedia). Steinkühler betreibt bereits in Gelsenkirchen ein lokales Multimedienetz, Dill sorgt mit seinem Unternehmen für die Einspeisung von Internet und Telefonie u.a. in Brandenburg. Beide betonen, dass ein gutes Multimedia-Angebot zu den wichtigsten Merkmalen von Mietwohnungen gehöre – und dass sich Großvermieter lokale Partner an die Seite holen sollten. Mit Perspektiven: Auch Heizkosten ließen sich künftig via Netz abrechnen. Und: „Bei uns gibt es keine Call-Center“, sagt Kruse – und nach Ansicht seiner Partner ist diese Nähe entscheidend: „Wir machen das auf Mittelstandsart“, sagt Dill. Die Finanzkrise zeige, dass die alleinige Ausrichtung der Konzerne auf Gewinnkennzahlen nicht der richtige Weg sei: Vertrauen und Nähe – darum gehe es künftig.

Nähe ist für Kruse wichtig – nicht nur mit der Rund-um-die-Uhr-Betreuung. „Wir machen einfache Tarife, nah am Kunden.“ Als Beispiel nannte er Studententarife: „Die können bei uns nur Internet buchen – viele telefonieren nur mobil, die brauchen gar kein Festnetz.“ Auch Vertragslaufzeiten, die sich am Semester orientieren, biete er an.



[Kontakt](#) | [Abonnement](#) | [Privatanzeigen](#) | [Geschäftsanzeigen](#) | [Ansprechpartner](#) | [Impressum](#)



ist ein Angebot der **Nordwest**  **Zeitung**