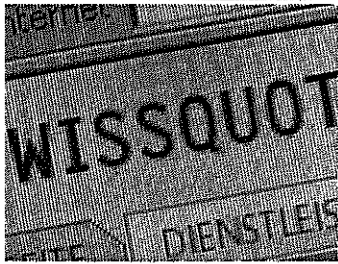


NEWS

WIRTSCHAFT



wissquote mit ewinnsprung

LAND • Swissquote eilt von Rekord zu Rekord. Der Online-Broker hat 2006 einen Reingewinn von 36,5 Mio. Fr. verbucht. Das ist ein Plus von 149% gegenüber dem Vorjahr. Die Zahl der Mitarbeitenden stieg um knapp ein Drittel auf 156. Im laufenden Jahr werden zudem weitere 40 Arbeitsplätze geschaffen, wie Swissquote heute ankündigte.

MI setzt auf Musik ohne Kopierschutz

NEW YORK • EMI will künftig auf einen Kopierschutz (DRM) bei Download-Musik verzichten und stattdessen aufs normale MP3-Format setzen. Momentan ist der drittgrösste Musikkonzern der Welt in Verhandlungen mit Online-Musikshops. Falls die Verhandlungen gelingen, könnte das laut «Wall Street Journal» ein Umdenken in der gesamten Industrie auslösen.

SIG gegen Offerte aus Neuseeland

DUHAUSEN • Im Übernahmeempfehlung um den Verpackungskonzern SIG hat der Verwaltungsrat (VR) heute die Ablehnung der angekündigten Übernahmeofferte empfohlen. Der von den Neuseeländern gebotene Übernahmepreis von 370 Fr. pro Aktie sei zu tief. Eine Empfehlung gab der VR nur für die Offerte des norwegischen Konkurrenten Elopak ab.

Credit Suisse kauft sich bei Airbus ein

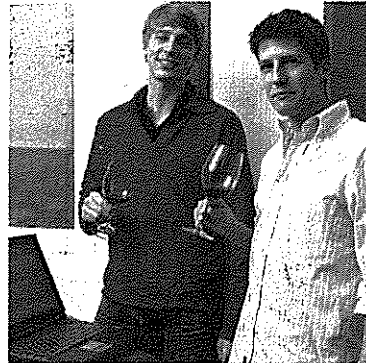
MUTTGART • Die Credit Suisse erweist beim Airbus-Mutterkonzern EADS ein. Die Schweizer Bank ist Teil eines Konsortiums, das die 7,5 Prozent-Beteiligung an Daimler-Benz an EADS für 5 Milliarden Euro kauft. Mit dabei sind neben der CS deutsche Banken, dazu Finanzinstitute, die dem Staat und den Bun-

Denner-Chef Philippe Gaydoul erhält Konkurrenz – von seinem Cousin

Wein fliesst übers Internet

ZÜRICH • Die Jungunternehmer Renzo Schweri (28) und Dominic Blaesi (27) greifen nach den Sternen: Sie wollen in fünf Jahren ein Prozent des schweizerischen Weinumsatzes erwirtschaften.

Der Onlinemarkt für den Weinkauf wächst. Der Grossteil des Weines trinken Herr und Frau Schweizer nämlich zu Hause. Auf die Gastronomie entfallen lediglich zwischen 15 bis 20 Prozent. «Die Konkurrenz ist gross, es gibt einen Verdrängungswettbewerb», sagt Daniel Schranz, Marketingchef bei der Weinkellerei Riegger. Selbst konservative Familienunternehmen wie Bindella setzen seit ver-



Dominic Blaesi (l.) und Renzo Schweri.

gangenen Jahr aufs Netz. Marketingleiter Hans-Jörg Degen: «Die Verkäufe verschieben sich täglich zugunsten unseres Online-Vertriebes.»

GUT ZU WISSEN

Der Weinkonsum in der Schweiz hat seit 2001 um 6,7% abgenommen. Der Pro-Kopf-Konsum ist sogar um 9% gesunken: von rund 40 auf 37 Liter. Der Konsum von ausländischen Weinen ist im gleichen Zeitraum um 2% gestiegen – bei den Schweizer Weinen sank er um 9%.

5000 Flaschen online

Ein Stück vom Kuchen will sich nun auch Renzo Schweri, Cousin von Denner-Chef Philippe Gaydoul, abschneiden. Zusammen mit seinem Jugendfreund Dominic Blaesi ist er in den Wein-Onlinehandel eingestiegen. Die beiden Ökonomen haben eine Vision: «Wir

wollen das werden, was heute Amazon für Bücher ist», sagt der 28-jährige Schweri.

Für die Jungunternehmer hiess es bislang: Klinkenputzen. Im virtuellen Weinkeller von www.fla-schenpost.ch stapeln sich inzwischen 5000 Weine. Das Angebot ist in seiner Art einzigartig: Käufer profitieren etwa von einem Mengenrabatt, auch wenn sie bei verschiedenen Händlern bestellen. Auf die Idee kamen die studierten Ökonomen vor einem Jahr: ein sich ergänzendes Gespann. «Dominic ist der perfekte Präsentator, eher extrovertiert», sagt Schweri. Und sein Geschäftskumpel ergänzt: «Renzo liebt dafür die Detailtreue. Ihm geht nie etwas durch die Lappen.»

Dass Renzo Schweri der Cousin von Denner-Chef Philippe Gaydoul ist, sei weder Hindernis noch Wettbewerbsvorteil. Schweri sagt gegenüber heute: «Ich mache meinen Job, er macht seinen.» Und er will ihn gut machen.

claudia.marinka@heute-online.ch

Christopher S. will nicht zahlen

ZÜRICH • Die IFPI (International Federation of Producers of Phonograms and Videograms) bittet Schweizer DJs zur Kasse. Die wehren sich.

«Mich kann die IFPI nicht einschüchtern. Ich weigere mich, die jährliche Pauschale von 2000 Franken zu zahlen. Notfalls gehe ich vor Gericht», sagt House-DJ Christopher S gegenüber heute. Produzent Maurizio Colella liefert die Erklärung: «Die Höhe der Gebühr ist nicht optimal.» Was er damit meint: Egal, ob ein DJ den ganzen Abend kopierte Versionen auflegt oder nur einmal – alle zahlen eine Jahrespauschale. Besonders davon betroffen sind die Schweizer Top-DJs. Ob schon sie fast den ganzen Abend nur Eigenkompositionen auflegen, müssen sie zahlen. Die Notwendigkeit eines solchen Vertrages sehen sie ein, aber nicht für sich. Es gebe genug Provinz-DJs, die mit ihren Songs Kohle machten, heisst es unisono. Beat Högger von der IFPI versucht zu beruhigen: «Wer nur Eigenproduktionen oder Original-Tonträger auflegt, tangiert das Kopierrecht nicht und muss nicht zahlen.» Recherchen von heute ergeben aber: Auch Top-DJs

ZAHLEN VON HEUTE

Ems: Supergewinn

DOMAT/EMS GR • Der Spezialitätenchemiekonzern Ems-Chemie hat 2006 Umsatz und Gewinn kräftig gesteigert. Umsatz: +11,4% auf 1,396 Mrd. Fr. Gewinn: +69,2% auf 308 Mio. Fr.

Swiss: Gut gebucht

BASEL • Swiss hat im Januar 846 231 Passagiere transportiert. Das sind 22,8% mehr als vor Jahresfrist. Der Sitzauslastung betrug im Januar 75,4%, verglichen mit 72,7% im Vorjahr.

Napster: Besser dran

LOS ANGELES • Der US-Online-Musikanbieter hat seinen Verlust im abgelaufenen Quartal dank besseren Abo-Zahlen verringert. Der Nettoverlust nahm von 21 auf 11,9 Mio. Fr. ab.

Atel: Gewinn +118%

OLTEN • Der führende Schweizer Energiedienstleister hat 2006 seinen Gewinn auf 899 Mio. Fr. mehr als verdoppelt – dank guter