

Von Binningen aus ins World Wide Web

Das Schweizer Start-up Wuala bietet kostenlosen Speicherplatz im Web

CHRISTIAN MIHATSCH

Wuala bietet die Möglichkeit, Speicherplatz auf der eigenen Festplatte gegen Speicher im Internet zu tauschen. Um den Dienst bekannt zu machen, setzt die Firma auf virales Marketing.

Der Markt für Speicherplatz im Internet ist hart umkämpft. Über 100 Anbieter versuchen die Nutzer davon zu überzeugen, dass das Internet der ideale Ort ist, um die ganzen Ferienfotos zu speichern. Bislang hat sich aber keiner der Dienste wirklich durchsetzen können. Ein Schweizer Start-up-Unternehmen versucht nun, den Markt mit einer neuen Technologie aufzurollern: Wuala.

SPEICHERTAUSCH. Im Gegensatz zur Konkurrenz betreibt Wuala aber keine Serverfarmen, in denen die Daten der Nutzer gespeichert werden. Die Nutzer stellen sich gegenseitig Speicherplatz und ihre Internetverbindungen zur Verfügung (siehe nebenstehenden Kasten). So können brachliegende Ressourcen genutzt werden, erklärt Dominik Grolimund, Gründer und Chef von Wuala. Die Nutzer tauschen einfach Speicherplatz auf ihrer Festplatte gegen Speicherplatz im Internet, respektive auf den Festplatten der anderen. Wuala entstehen dadurch kaum Kosten. So kann der Dienst kostenlos angeboten werden.

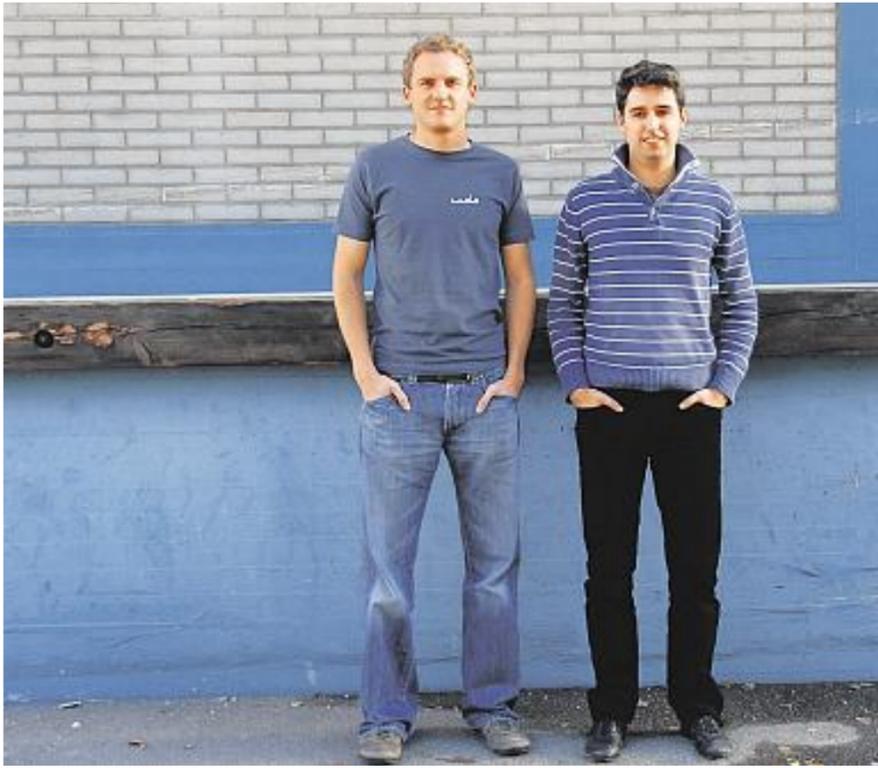
Für jedes Dokument, sei es ein Foto, ein Film oder schlicht ein Textdokument, das mit Wuala im Internet gespeichert wird, können die Nutzer ange-

ben, wer darauf Zugriff hat. So hat vielleicht die ganze Familie Zugriff auf die Ferienfotos, aber nur ein Teil auf die Ferienabrechnung. Es besteht also die Möglichkeit, Files zu teilen. Dadurch gewinnt das System für einen individuellen Nutzer umso mehr Wert, desto mehr Freunde und Verwandte das System auch benutzen. Je mehr Nutzer das System hat, desto wertvoller ist es für alle.

VIRALES MARKETING. Dieser Effekt ist Grundlage für das Marketing von Wuala: Die Nutzer werden dazu animiert, auch ihre Freunde und Verwandten für Wuala zu begeistern. Die Verbreitung erfolgt durch «Ansteckung». «Wir haben nur ein sehr kleines Marketingbudget. Folglich müssen wir auf virales Marketing setzen», meint Grolimund. Damit der Prozess in Gang kommt war der 27-jährige Binninger soeben im kalifornischen Silicon Valley. Dort hat er sein Produkt verschiedenen Star-Bloggern vorgestellt und auch bei Google präsentiert.

«Die Leute sind interessiert, weil wir eine eigene Technologie zu bieten haben», hat Grolimund festgestellt. Dabei gehen die Meinungen über den Nutzen der Technologie diametral auseinander. Das Produkt polarisiert. So schwärmt bognition, Wuala sei ein neues Paradigma, ein Quantensprung. Umgekehrt sieht Mike Butcher vom britischen TechCrunch vor allem das Missbrauchspotenzial. Da alle Dateien verschlüsselt werden, bietet sich das System zum Tauschen Copyright geschützter Musik und Filme geradezu an.

Noch ist Wuala nicht öffentlich freigeschaltet. Wer das System ausprobieren möchte, braucht eine Einladung (siehe Ende des Artikels). Im Moment



Sie sind Wuala. Der Binninger Dominik Grolimund (links) und Luzius Meisser. Foto Christian Mihatsch

habe Wuala ein paar Tausend Benutzer. Das System laufe stabil und so hoffe er, noch vor Ostern Wuala für alle freischalten zu können. Dann wird sich auch zeigen, wie viel die Werbung auf Wuala bringt. Auf den öffentlich zugänglichen Seiten ist Werbung von Amazon. Der Internetbuchhändler zahlt Wuala eine Kommission, wenn jemand auf die Werbung klickt und dann etwas kauft.

ENTWICKLUNG. Zurzeit wird Wuala von den beiden Gründern, Dominik Grolimund und Luzius Meisser, getragen. Grolimund hat schon als Schüler ein Programm geschrieben, das Calei-

do-Adress-Book, ein einfaches Customer-Relationship-Management-System und damit einige hunderttausend Franken verdient.

BÖRSENGANG. Insbesondere seit seiner Amerikareise hätten sie diverse Angebote von Venture-Capital-Firmen, erzählt Grolimund. Im Moment bräuchten sie aber kein Geld. Wuala hat derzeit fünf Mitarbeiter und sucht zwei bis drei weitere. Eine massive Aufstockung, finanziert mit Venture Capital, würde die Entwicklung verlangsamen, da die neuen Mitarbeiter erst eingearbeitet werden müssten, befürchtet er. Langfristig

hofft Grolimund, Wuala an die Börse bringen zu können, einen Verkauf der Technologie will er aber auch nicht ganz ausschliessen.

Anfangen hat alles 2004, als Dominik Grolimund und Luzius Meisser nach einem Thema für ihre Masterarbeit in Informatik an der ETH gesucht haben. «Wir wollten ein richtiges Produkt entwickeln und nicht nur einen Prototypen», sagt Grolimund. Mittlerweile haben mehr als 20 Studenten ihre Diplom- oder Masterarbeit über Teilaspekte des Systems geschrieben.

Bislang konnten zwei wissenschaftliche Arbeiten veröffent-

Wie kann man Wuala nutzen?

PAKETE. Wer den Wuala-Internetspeicher nutzen will, muss erst ein kleines Programm aus dem Internet herunterladen und bei sich installieren. Anschliessend kann man Dateien in das Wuala-Fenster verschieben (Ausschneiden und Einfügen), damit diese im Internet gespeichert werden. Dazu wird das Dokument erst verschlüsselt und anschliessend in Hunderte von kleinen Paketen zerteilt. Diese werden dann mehrfach auf den Computern anderer Benutzern des Systems gespeichert. So kann sichergestellt werden, dass das Dokument immer verfügbar ist, selbst wenn einige der Computer, auf denen sich die Pakete befinden, gerade nicht online sind. Wer sich neu bei Wuala anmeldet, bekommt ein Gigabyte Speicher geschenkt. Anschliessend kann man sich weitere Gigabytes dazuerwerben, indem man selber Speicher zur Verfügung stellt. Wer zum Beispiel 10 Gigabyte Speicher anbietet und seinen Computer im Durchschnitt 60% der Zeit angeschlossen hat, bekommt zusätzlich 6 Gigabyte Speicher kostenlos dazu. mic

licht und zwei Technologien zum Patent angemeldet werden. Seit Ende letzten Jahres haben Grolimund und Meisser ihren Master in der Tasche. Eine Firma, die Caleido AG, ist gegründet und die Büros sind bezogen. Wenn es nach Grolimund und Meisser geht, sollten sich die vielen anderen Anbieter von Speicherplatz im Internet jetzt warm anziehen. Voilà, der Kampf ist eröffnet.

Für baz-Leser stehen 100 Einladungen für Wuala zur Verfügung. Unter der Adresse www.baz.wuala.ch kann Wuala heruntergeladen werden. Der Einladungscode ist «baz» (ohne Anführungszeichen). > www.wuala.ch

Der Gang zum Discounter wird beliebter

Mehr Schweizer kaufen laut Umfrage bei Aldi und Co. ein

Neun von zehn Schweizerinnen und Schweizern kaufen Güter des täglichen Bedarfs mehrheitlich bei den Grossverteilern Coop und Migros ein. Doch Discounter wie Aldi holen auf, zeigt eine repräsentative Umfrage.

Für die Umfrage zum Konsumverhalten der Schweizer Haushalte befragten der Managementberater Accenture und der Wirtschaftsverband GS1 Schweiz im November rund 1000 Konsumenten. Sowohl für Frauen wie auch für Männer ist demnach die Frische der Produkte, gefolgt von der guten Erreichbarkeit der Einkaufsstätte von grosser Wichtigkeit. Der Preis dagegen ist bei Frauen nicht unter den fünf wichtigsten Entscheidungskriterien. Bei Männern liegt dieser auf Platz drei.

Frauen schauen zudem stärker auf die Umweltverträglichkeit sowie auf Produkte aus fairem Handel – bei Männern waren diese Kriterien nicht unter den Top fünf der Entscheidungsmerkmale. Entsprechend der hohen Sensibilität für preisgünstige Produkte kaufen Männer öfter beim Discounter ein. Knapp ein Drittel der männlichen Konsumenten kauft heute häufiger bei Aldi und Co. ein als noch vor drei Jahren. Bei den Frauen ist es knapp ein Viertel.

In den Discountern sind alle Einkommenschichten vertreten. Konsumenten mit Einkommen unter 4500 Fr. kaufen allerdings rund 10% mehr bei Aldi und Denner ein als die «Besserverdienenden» mit einem Einkommen von mehr als 9000 Fr. Zwar besitzen annähernd 84% der Befragten einen Internetzugang, doch über das Web eingekauft hat nur knapp ein Drittel. Einkaufen im Internet ist aber keine reine Männerdomäne: Ein Viertel der befragten Frauen hat schon einmal online eingekauft. SDA

diese Kriterien nicht unter den Top fünf der Entscheidungsmerkmale. Entsprechend der hohen Sensibilität für preisgünstige Produkte kaufen Männer öfter beim Discounter ein. Knapp ein Drittel der männlichen Konsumenten kauft heute häufiger bei Aldi und Co. ein als noch vor drei Jahren. Bei den Frauen ist es knapp ein Viertel.

In den Discountern sind alle Einkommenschichten vertreten. Konsumenten mit Einkommen unter 4500 Fr. kaufen allerdings rund 10% mehr bei Aldi und Denner ein als die «Besserverdienenden» mit einem Einkommen von mehr als 9000 Fr. Zwar besitzen annähernd 84% der Befragten einen Internetzugang, doch über das Web eingekauft hat nur knapp ein Drittel. Einkaufen im Internet ist aber keine reine Männerdomäne: Ein Viertel der befragten Frauen hat schon einmal online eingekauft. SDA

firmennews

Lonza geht Partnerschaft mit Biowa ein

BASEL. Lonza geht mit der japanischen Biotechfirma Biowa Inc. eine Allianz ein. Ziel sei eine verbesserte Produktionsplattform für wirksamere Antikörper zu schaffen, teilt Lonza mit. Die Plattform werde gemeinsam vermarktet. Im Rahmen dieser Zusammenarbeit sollen die Potelligent-Technologie von Biowa und das GS-Gen-Expressions-System sowie die CHOK1SV-Zelllinie von Lonza miteinander kombiniert werden.

Die Gärtner-Löhne steigen um 1,8 Prozent

BASEL. Die Vertragspartner des Gärtnergewerbes in den Kantonen Basel-Stadt und Baselland haben sich auf eine Lohnerhöhung von 1,8% für Gärtner im Jahr 2008 geeinigt. 0,6 Prozentpunkte davon würden nach dem Leistungsprinzip an die Arbeitnehmer unter dem regionalen Gesamtarbeitsvertrag ausgeschüttet, teilen die Gärtnermeister beider Basel am Dienstag mit. Die Mindestlöhne steigen um 50 bis 75 Franken.

anlagefonds (mittwoch, 12.12.2007)

Informationen: Fondsname, Rechnungswährung, Konditionen Ausgabe/Rücknahme, Kursbesonderheiten, Inventarwert (in der Regel vom Vortag, 11.12.07, Abweichung siehe Besonderheiten), Performance 2007 in %

ADD FUNDS
Karl Moser & Co. AG
Tel. +41 (0) 205 20 40
www.addfunds.ch

Strategiefonds
Worldtrend B CHF 207 83.35 0.0

Bank Sarasin & Cie AG
Tel. 061 277 77 37 fonds@sarasin.ch
Unsere täglichen Fondskurse unter:
www.sarasin.ch/fondskurse

Baloise
Fund Invest

Obligationenfonds
BFI EuroBond (EUR) EUR 207 63.55 0.3
BFI SwissFranc Bond (CHF) CHF 207 98.14 -3.9

Aktienfonds
BFI Equity Fund (EUR) EUR 207 134.41 -0.9
BFI EuroStock (EUR) EUR 207 50.62 3.1
BFI InterStock (CHF) CHF 207 90.85 1.8
BFI SwissStock (CHF) CHF 207 111.64 0.5

Strategiefonds
BFI Activ (CHF) CHF 207 110.14 -2.6
BFI Dynamic (CHF) CHF 207 115.18 3.7
BFI Dynamic (EUR) CHF 207 51.23 2.1
BFI Progress (CHF) CHF 207 114.12 -0.9
BFI Progress (EUR) CHF 207 53.85 2.0

Garantiefonds
BFI Capital Protect (CHF) CHF 207 9.93 -3.1
BFI Capital Protect (EUR) EUR 207 11.94 2.5
BFI Capital Protect Plus (EUR) EUR 207 10.04 -1.1

MIGROS BANK
Service Line 0848 845 400
www.migrosbank.ch

Obligationenfonds
MI-FONDS (Lux) HY Europe B EUR 207 119.06 -1.6
MI-FONDS (Lux) InterBond B CHF 207 149.13 2.9
MI-FONDS (CH) SwissFrancBond A CHF 207 90.25 -1.1
MI-FONDS (CH) SwissFrancBond MT CHF 207 97.64 0.4

Aktienfonds
MI-FONDS (Lux) EuropeStock B CHF 207 133.78 6.2
MI-FONDS (CH) EuropeStock A CHF 207 122.55 8.8
MI-FONDS (Lux) InterStock B CHF 207 146.08 5.4
MI-FONDS (CH) InterStock A CHF 207 108.65 2.3
MI-FONDS (Lux) SwissStock B CHF 207 131.55 0.2
MI-FONDS (CH) SwissStock A CHF 207 112.78 0.4

Erklärung Indices
Konditionen bei Ausgabe und Rücknahme von Anteilen:
Die erste Ziffer verweist auf die Konditionen bei der Ausgabe von Anteilen:
1. Keine Ausgabe- und/oder Rücknahmegebühr zugunsten des Fonds (Ausgabe erfolgt zum Inventarwert)
2. Ausgabe- und/oder Rücknahmegebühr zugunsten des Fonds (Ausgabe erfolgt zum Inventarwert)
3. Transaktionsgebühr zugunsten des Fonds (Beitrag zur Deckung der Spesen bei der Anlage von zuzuführenden Mitteln)
4. Kombination von 2) und 3)
5. Besondere Bedingungen bei der Rücknahme von Anteilen
Die zweite Ziffer verweist auf die Konditionen bei der Rücknahme von Anteilen:
1. Keine Rücknahme- und/oder Ausgabegebühr zugunsten des Fonds (Ausgabe erfolgt zum Inventarwert)
2. Rücknahme- und/oder Ausgabegebühr zugunsten des Fonds (Ausgabe erfolgt zum Inventarwert)
3. Transaktionsgebühr zugunsten des Fonds (Beitrag zur Deckung der Spesen beim Verkauf von Anlagen)
4. Kombination von 2) und 3)
5. Besondere Bedingungen bei der Rücknahme von Anteilen
Besonderheiten:
a) wöchentliche Bewertung; b) monatliche Bewertung
c) quartalsweise Bewertung; d) keine regelmäßige Ausgabe und Rücknahme von Anteilen
e) Vortagespreis; f) frühere Bewertung

RAIFFEISEN
Raiffeisenbank
Tel. 0844 888 808
www.raiffeisen.ch

Geldmarktfonds
Raiffeisen Euro Money A EUR 207 516.34 2.8
Raiffeisen Euro Money B EUR 207 679.66 2.8
Raiffeisen Swiss Money A CHF 207 1017.22 1.7
Raiffeisen Swiss Money B CHF 207 1232.5 1.7
Raiffeisen US Dollar Money A USD 207 1009.1 3.6
Raiffeisen US Dollar Money B USD 207 1470.48 3.6

Obligationenfonds
Raiffeisen Convert Bond Global CHF 207 98.37 -

Aktienfonds
Raiffeisen EuroAc A EUR 207 117.52 4.0
Raiffeisen EuroAc B EUR 207 147.14 3.8
Raiffeisen SwissAc A CHF 207 358.39 5.1
Raiffeisen SwissAc B CHF 207 386.26 5.0
Raiffeisen Future Swiss Stock CHF 207 187.8 14.1
Raiffeisen Future Global Stock CHF 207 107.29 9.9

Strategiefonds
Raiffeisen Global Invest 30 A CHF 207 108.19 -0.2
Raiffeisen Global Invest 30 B CHF 207 133.87 -0.4
Raiffeisen Global Invest 50 A CHF 207 124.64 0.5
Raiffeisen Global Invest 50 B CHF 207 148.78 0.2
Raiffeisen Global Invest 80 A CHF 207 117.82 1.2
Raiffeisen Global Invest 80 B CHF 207 120.57 1.1
Raiffeisen Global Invest 100 A CHF 207 110.45 2.2
Raiffeisen Global Invest 100 B CHF 207 113.58 2.0
Raiff.-Vontobel Pension Inv 30 CHF 207 126.76 0.1
Raiff.-Vontobel Pension Inv 50 CHF 207 135.53 0.7

Strategiefonds
Raiffeisen Cap. Prot. Mat. 2013 CHF 207 100.88 -1.4
Raiffeisen Cap. Prot. Mat. 2014 EUR 207 102.13 -

BANK CIAL (SCHWEIZ)
Tel. +41 61 264 14 51
www.cial.ch

Obligationenfonds
CIC/CIAL BOND CHF A CHF 207 997.72 -2.8
CIC/CIAL BOND CHF B CHF 207 1028.95 -2.8
CIC/CIAL BOND DOLLAR A USD 207 750.36 5.9
CIC/CIAL BOND DOLLAR B USD 207 803.12 5.9
CIC/CIAL BOND EUROPE A EUR 207 600.29 -0.4
CIC/CIAL BOND EUROPE B EUR 207 641.34 -0.2

Aktienfonds
CIC/CIAL ACTION AMERICA B USD 207 1200.58 6
CIC/CIAL ACTION EUROPE B EUR 207 1821.72 10.0
CIC/CIAL ACTION SWISS B CHF 207 2275.57 -0.6

Strategiefonds
CIC/CIAL STRATEGY GLOBAL A CHF 207 1143.61 1.8
CIC/CIAL STRATEGY GLOBAL B CHF 207 1147.82 1.8
CIC/CIAL STRATEGY GLOBAL C CHF 207 588.15 0.0
CIC/CIAL STRATEGY GLOBAL D EUR 207 800.33 0.0

Julius Bär
Tel. +41 (0)58 8898282

Obligationenfonds
ABS Fund (EUR) - B EUR 207 102.61 -3.0
ABS Fund (CHF) - B CHF 207 97.72 -4.4
JB Absolute Return Bond Fd - B EUR 207 115.18 5.8
JB Dollar Bond Fd - B USD 207 276.16 7.1
JB Emerging Bond Fd (EURO) - B EUR 207 223.6 1.9
JB Emerging Bond Fd (USD) - B USD 207 264.91 4.4
JB Europe Bond Fd - B EUR 207 308.31 -1.5
JB Local Emerging Bond Fd - B EUR 207 233.83 18.0
JB Swiss Bond Fd - B CHF 207 176.92 -3.2

Aktienfonds
JB Asia Stock Fd - B USD 207 225.05 35
JB Black Sea Fd (CHF) - B CHF 207 116.81 16.8
JB Black Sea Fd (EUR) - B EUR 207 114.91 14.9
JB Central Europe Stock Fd - B EUR 207 348.74 22.7
JB Euroland Value Stock Fd - B EUR 207 194.74 7.3
JB Europe SmallCap Stock Fd - B EUR 207 146.31 -6.3
JB Europe Stock Fd - B EUR 207 387.1 4.2
JB German Value Stock Fd - B EUR 207 250.34 19.7
JB Global Contrarian SF - B EUR 207 102.96 -3.5
JB Japan Stock Fund - B JPY 207 13956 -14.2
JB Swiss SmallCap Stock Fd - B EUR 207 146.31 -6.3
JB US Stock Fd - B USD 207 487.95 2.4
JB US Stock Fd - B USD 207 79.04 -4.8

Strategiefonds
JB Strategy Balanced (CHF) - B CHF 207 149.04 -1.0
JB Strategy Balanced (EURO) - B EUR 207 126.76 -3.1
JB Strategy Conserv. (CHF) - B CHF 207 119.5 -0.9
JB Strategy Conserv. (EURO) - B EUR 207 127.17 -1.5
JB Strategy Growth (CHF) - B CHF 207 99.98 -1.6
JB Strategy Growth (EURO) - B EUR 207 96.67 -4.4

Andere Fonds
Commodity Fund (EUR) - B EUR 207 110.79 18.1
JB Real Estate Sec Americas Fd - B USD 207 89.47 -
JB Real Estate Sec Asia Fd - B USD 207 113.51 -