

United Internet kauft wieder eigene Aktien

United Internet kündigt den vierten Aktienrückkauf in diesem Jahr an. Weitere bis zu 9,3 Millionen Anteilscheine sollen über die Börse erworben werden, teilte der Internetanbieter gestern mit. Das entspreche gut 4,3 Prozent des Grundkapitals. Die Aktien könnten als Währung bei Übernahmen dienen, für Mitarbeiterbeteiligungsprogramme verwendet oder eingezogen werden. Gleichzeitig kündigte der für Marken wie 1&1 und Gmx.de bekannte Konzern an, zehn Millionen seiner bislang erworbenen Anteilscheine einzuziehen. Das Grundkapital sinke um 10 Mio. Euro auf 215 Mio. Euro. **REUTERS**

Huawei steigert Umsatz deutlich

Der aufstrebende chinesische Netzwerkausrüster Huawei Technologies hat seinen Umsatz im ersten Halbjahr um elf Prozent gesteigert. Die Erlöse legten auf umgerechnet rund 10,4 Mrd. Euro (98,3 Mrd. Yuan) zu, wie das Unternehmen gestern mitteilte. Den Betriebsgewinn bezifferte es auf 1,4 Mrd. Euro (12,4 Mrd. Yuan), nannte aber keine Vergleichszahl. Erstmals gab der inzwischen zur weltweiten Nummer zwei der Branche hinter dem schwedischen Marktführer Ericsson aufgestiegene Konzern damit einen Zwischenbericht zur Geschäftsentwicklung. Huawei sieht sich demnach auf Kurs, die Jahresumsatzziele für 2011 zu erreichen. Das Unternehmen peilt einen Erlöse von knapp 22 Mrd. Euro an. **REUTERS**

Mobile Lösungen bedrängen Kfz-Navis

Der Markt für Autonavigationsgeräte steht weiter unter Druck. Günstigere mobile Navilösungen sowie entsprechende Apps für Smartphones oder Tablets machen den Kfz-Navis den Platz zunehmend streitig. In diesem Jahr werden laut Branchenverband Bitkom mit 3,1 Millionen Geräten voraussichtlich elf Prozent weniger Kfz-Navis verkauft. Die Zahl der Navi-Apps für Handys und Smartphones steige dagegen, teilte der Verband mit. „Zunehmend populär wird die Navigation mit dem Handy“, sagte Bitkom-Vizepräsident Heinz-Paul Bonn. **DPA**

Onlinespiele boomen auch in Deutschland

Fast die Hälfte aller Internetnutzer besucht eine Untersuchung zufolge in Deutschland Online-Spieleseiten. 46 Prozent der Nutzer hätten im Juni 2011 entsprechende Angebote besucht, teilte das Marktforschungsinstitut Comscore gestern mit. Die Zahl der Besucher ist allerdings nicht identisch mit den tatsächlich registrierten Nutzern, erklärte zuletzt Heiko Hubertz, Chef des Marktführers Bigpoint. Lediglich zehn Prozent der Besucher würden sich auch tatsächlich anmelden und spielen. Beim Online-Spielen setzen sich demnach immer mehr mobile Geräte durch. Onlinegames werden laut Comscore im Schnitt auf insgesamt 14,1 Millionen Handys gespielt. Der Anteil an Smartphone-Nutzern unter den Gamern ist mit 38,7 Prozent deutlich höher als der Durchschnitt (25,1 Prozent). Marktführer in Deutschland ist Bigpoint, vor Inno-games. **DPA**

SERIE: BEGEHRTE KÖPFE (02) ANDREAS BUSCH, BAYER HEALTHCARE

Bayers Easy Rider

Krebs zu heilen ist sein ehrgeizigstes Ziel. Andreas Busch soll für Bayer Healthcare die Blockbuster von übermorgen entwickeln, dafür holte der Pharmakonzern den Forscher vom Konkurrenten Sanofi-Aventis

Kristin Hüttmann, Wuppertal

An der Tür steht „Eintritt verboten“ – Andreas Busch zögert nicht mal. Klinke runter und rein. „Sitzt ihr nur am Computer oder arbeitet ihr auch?“ – Ein kurzer, kräftiger Schlag auf den Rücken des Kollegen, ein Blick auf dessen Bildschirm. Versuchsauswertungen, Zahlenreihen. Busch fachsimpelt kurz, und ab geht's ins nächste Labor.

Der Marsch durch die Wuppertaler Forschungsabteilung von Bayer Healthcare hat etwas von einem Rundgang durchs Dorf. Man kennt sich und vor allem ihn: Andreas Busch, Leiter der Pharmaforschung und der Abteilung Animal Health. Der 47-Jährige leitet die globale Wirkstoffforschung des Unternehmens – nicht nur in Wuppertal, wo er mit seiner kanadischen Frau und den drei Kindern lebt, sondern auch in den beiden anderen Laborstandorten in Berlin und im kalifornischen Berkeley.

Ein kompakter Mann, kurze Haare, forsches Auftreten. Er kommt aus dem Pfälzer Wald, „dem Osten des Westens“, wie er seine Heimat nennt. Die Pfälzer Mundart schwingt mit, wenn er spricht, dazwischen streut er englisches Fachvokabular und flapsige Sprüche. „Alla hopp“, sagen seine Landsleute, bei Busch heißt das: „Just do it“. Ein Überbleibsel aus seiner Zeit an der Oregon Health and Science University, wo er einige Jahre gearbeitet hat.

Der Mann will nah dran sein – an der Forschung und an den Menschen. „Er reißt die Leute mit“, sagt Hanno Wild aus Buschs Managementteam. So einen brauchte Bayer Healthcare: einen Mitreißer, einen, der sich was traut, einen, der was riskiert.

Denn die Pharmabranche steht unter Druck. Blockbuster laufen aus, neue Produkte müssen her. Es sind nicht nur die großen ausländischen Konkurrenten, denen die Patente wegbrechen. Auch Bayer musste kürzlich einen Rückschlag einstecken: Das Europäische Patentamt hob das Patent für die Anti-Baby-Pillen Yasmin und Yaz auf – die Verhütungsmittel zählen zu den umsatzstärksten Produkten des Konzerns, nun droht in Europa Konkurrenz von Herstellern billiger Nachahmerprodukte. Auf dem amerikanischen Markt ist es schon so weit.

Umso wichtiger ist eine starke Pipeline mit neuen Präparaten. Dafür braucht der Konzern findige Köpfe, die Erfolg versprechende Wirkstoffe aufspüren und entscheiden, welchen sie auf den langen, ungewissen und teuren Weg durch die Labore und klinischen Studien bringen. So einen wie Busch. 2005 holte Deutschlands größter Pharmakonzern ihn vom Konkurrenten Sanofi-Aventis, schon zwei Jahre später war er Forschungschef. Der Pharmakologe kam in einen verunsicherten Betrieb: 2006 hatte Bayer den Konkurrenten Schering gekauft, das bedeutete neue Chefs, neue Forschungsschwerpunkte, Personalabbau. Durch seine offene Art habe Busch ein produktives Arbeitsklima geschaffen, sagt Wild. Es sei ihm gelungen, das „emotionale Siezen“ abzuschaufen, sagt Busch selbst. Er duzt alle: vom Entwicklungschef bis zum Tierpfleger – Nachnamen gibt es nicht in seiner Welt. „Da reagieren die Leute am Anfang schon etwas verblüfft“, sagt Wild, „aber das ist enorm gut angekommen.“

Gut angekommen ist auch, was Busch in den vergangenen Jahren erreicht hat: Der Gerinnungshem-



Am liebsten ohne Sakko: **Andreas Busch** leitet bei Bayer Healthcare die Pharmaforschung. Sein Herz schlägt für die Forschung und seinen Heimatverein Kaiserslautern

mer Xarelto für bestimmte Indikationen ist auf dem Markt; Riociguat, eine Substanz zur Gefäßerweiterung in Studienphase III; zwei weitere interessante Substanzen in Phase II – sein Verdienst, sagt Wild. Nicht zu vergessen, dass sich Busch in Wuppertal für sein Lieblingsthema starkgemacht hat, die Herz-Kreislauf-Forschung.

Yasmin, Xarelto, Riociguat – so heißen die Produkte von heute und morgen, aber in den Laboren graben Busch und seine Leute nach den Umsatzbringern von übermorgen – den „Future Pearls“, wie sie bei Bayer Healthcare heißen. Zu Buschs ambitionierten Zielen gehört: Krebs heilen. „Wir haben einige Projekte, die uns Hoffnung geben, dass sie tatsächlich den Krebs besiegen könnten“, sagt er. Und zwar nicht nur die Krebsgeschwulst, sondern auch die Krebsstammzellen, die zu einem neuen Aufflammen des Krebs führen. Dafür braucht es einen langen

Atem – Tausende Studien laufen weltweit. Keiner scheint schlau genug, die Krankheit zu verstehen. Busch vertraut seiner Spürnase und setzt sich damit auch mal gegen hausinterne Widerstände durch: „Wenn wir in unserem Geschäft nicht bereit sind, speziell in frühen Phasen von Forschung und Entwicklung Risiken einzugehen, werden wir verlieren.“ Und Busch ist keiner, der gerne verliert. Der freundliche Pfälzer kann auch unbequem werden.

Ganz eigene Ansichten hat er auch zur Kleiderordnung. Das Sakko liegt zu Hause. Es passt nicht unter die Lederjacke, die er auf seinem Dienstfahrzeug trägt, einer BMW R 1200 C. Die Maschine ist sein ganzer Stolz: Ihr Foto ist es, das sein Handy zielt.

Morgen Er brennt für Energiethemen. Um ihn zu kriegen, zahlt Eon dem flämischen Ingenieur Rik De Doncker ein Energieforschungsinstitut in Aachen.

GfK erwartet nach Gewinnsprung anhaltenden Aufwärtstrend

Marktforscher spürt bislang nichts von einem konjunkturellen Abschwung // Gesellschaft bestätigt Jahresprognose // Kurs legt kräftig zu

Die GfK, Deutschlands größter Marktforscher, sieht in seinem eigenen Geschäft keine Anzeichen für die befürchtete Abkühlung der Konjunktur in weiten Teilen der Welt. Der scheidende Vorstandschef Klaus Wübbenhorst bekräftigte deshalb gestern bei der Vorlage die Prognose für das Gesamtjahr. Der Konzern soll weiterhin auf ein organisches Umsatzplus von fünf bis sechs Prozent sowie eine Marge von mindestens 14,3 Prozent, dem Vorjahresniveau, kommen. Ob al-

erdings die Einbrüche an den Börsen Auswirkungen auf die Unternehmen hätten, lasse sich derzeit nur schwer vorhersagen, so Wübbenhorst.

Marktforscher sind selber ein wichtiges Stimmungsbarmeter für die Wirtschaft. In Abschwungphasen sind sie in der Regel schnell von Ausgabekürzungen der Unternehmen betroffen. Ihre Dienste werden vor allem in Zeiten benötigt, in denen das Geschäft ausgebaut wird. Außerdem erhebt die GfK etwa durch ihren mo-

natlichen Konsumklima-Index selber Daten, die Aufschluss über den Konjunkturverlauf geben können, und wäre damit frühzeitig über eine Schwächephase informiert.

Das Geschäft der GfK läuft aber noch sehr gut. Im zweiten Quartal erhöhte sich der Nettogewinn um 40 Prozent auf 30,7 Mio. Euro, wie der Nürnberger Konzern mitteilte. Der Umsatz kletterte um 6,4 Prozent auf knapp 350 Mio. Euro. Damit übertraf die GfK die Erwartungen der

Analysten. Die Aktie des SDAX-Unternehmens legte um knapp sieben Prozent auf 31,71 Euro zu.

Im ersten Halbjahr betrug der Umsatzzuwachs ohne Übernahmen sogar acht Prozent. Ende Juli waren bereits fast 85 Prozent der erwarteten Erlöse für dieses Jahr im Auftragsbuch enthalten. Die Marge – das operative Ergebnis im Verhältnis zum Umsatz – lag nach den ersten sechs Monaten allerdings erst bei knapp 13 Prozent. Bis 2015 will die GfK Erlöse in Höhe von

rund 2 Mrd. Euro und eine Rendite von 16 Prozent erzielen.

Wie das Unternehmen weiter mitteilte, kaufte die GfK Ende vergangener Woche einen Anteil von 25 Prozent an der US-Firma Media Behavior Institute (MBI). Das New Yorker Unternehmen wird den Angaben zufolge 2000 Amerikaner mit Smartphones mit spezieller App ausstatten, um so die gesamte Mediennutzung der Konsumenten im Halbstundentakt zu erfassen. **REUTERS, FTD**



INDEX

FIRMEN	WERT	FIRMEN	WERT	NAMEN	WERT
Aker Drilling	4	EMC	2	Bauer, P.	9
Apple	1,2	Eon	6	Motorola	1, 2, 3
ASC	6	Ericsson	22	MPC	22
BASF	22	Geralto	2	Nokia	2
BHP Billiton	22	GNC	7	Oceans Partners Shipping	22
BP	23	Google	1, 2, 3	Oracle	1, 2
Bright Food	4	Hochtief	17	Research In Motion	22
Carlyle	7	HSB Nordbank	6	Rhenus	2
Champ	4	HTC	1, 2	Samsung	1, 2
Deutsche Bank	1, 25	HWE Mining	6	Sony	2
Deutsche Post	1	Hypo Real Estate	17	Swiss & Global	22
Deutsche Telekom	1	IKB	17	Time Warner Cable	4
DHL	9	Infineon	9	Transocean	4
Dr. Peters	22	Insight Communications	4	Unilever	7
		Leighton	6	United Biscuits	7
		LBBW	17	Wincanton	6
		Manassen	7	Yoplait	7
				Zongman, W.	7