



BILD: Promo

Christine Lang

Karies kriegt die Hucke voll

Karies bekommt man von; Bakterien. Und wie bekämpft man Bakterien? Mit anderen Bakterien. Diese simplen Wahrheiten macht sich Christine Lang zunutze: Ihre Firma „Organo-Balance“ züchtet seit 2001 Mikroorganismen für neuartige Hygieneprodukte. Nun hat die Selfmade-Frau einen prominenten Partner für ihre Geschäftsidee gewonnen: BASE



BILD: pa/Zentralbild

Hans-Henning Wiegmann

Östlich von Rotkäppchen

Die Deutschen sind neuerdings zwar gerne in Feierlaune – der Sektabsatz ist deswegen aber nicht gestiegen. Hans-Henning Wiegmann, Chef der Kellerei Henkell & Söhnlein, zieht aus den begrenzten Absatzchancen im Inland seine Konsequenz: Er will neue Firmen in Osteuropa akquirieren.



BILD: adp

Karl-Heinz Wildmoser jr.

„Heinzi“ hinter Gittern

Von seinem gleichnamigen Vater wird Karl-Heinz Wildmoser jr. meist „Heinzi“ genannt – was eigentlich Strafe genug ist. Der Bundesgerichtshof konnte gestern trotzdem keine Gnade: Ex-1860-Geschäftsführer „Heinzi“ Wildmoser muss wegen der Münchener Stadion-Affäre hinter Gitter.



BILD: Promo

Norbert Teufelberger

Breakball gegen sich

Als Teenager war Norbert Teufelberger Dritter der Jugend-Tennis-Weltrangliste. Als Chef des Wettanbieters Betandwin schaffte er es später zur Nummer 1 der Branche. Nun droht Betandwin die deutsche Wett-Lizenz zu verlieren. Die Aktie büßte gestern 30 Prozent ein.



BILD: gfm

Eau de Becks

Echt dufte: Victoria und David Beckham bringen ein eigenes Parfüm auf den Markt. Der Name steht schon fest: „Intimately“

Was wir immer schon geahnt haben, ist seit gestern Gewissheit: Die Beckhams sehen nicht nur blendend aus – sie riechen auch gut! Und zwar so gut, dass sie ihren Duft nun verbreiten wollen: Wie eine englische Zeitung berichtet, bringen David, 31, zweifacher spanischer Fußballmeister, und Victoria, 32, dreifache Mutter, ein eigenes Parfüm auf den Markt. Der Name steht bereits fest: „Intimately“, was sich im Deutschen mit „intim“ oder „vertraut“ übersetzen lässt.

Weil wiederum uns der Geschäftssinn der Beckhams seit langem vertraut ist, verwundert nicht wirklich, dass das Glamour-Paar nun sogar aus seinem Aroma Profit schlagen will. Es ist ja nicht die erste Mal, dass die Beckhams ihren Namen zu Geld machen. Letzten Monat erst brachte Victoria ihre eigene Sonnenbrillen-Kollektion in die Geschäfte. Die Gläser waren binnen Minuten ausverkauft.

Auch die Victoria-Jeans war ein Renner. Und im Oktober soll Poshs Mode-Buch in die Regale wandern.

Das alles ist allerdings nichts gegen das neue Parfüm – denn zum ersten Mal vermarkten die Beckhams ein Produkt gemeinsam. Entsprechend groß war der Aufwand: Victoria soll monatelang damit beschäftigt gewesen sein, einen passenden Duft zu kreieren und die entsprechende Verpackung auszuwählen. Regelmäßig brachte sie Proben mit nach Haus, so dass auch David, just vom Training heimgekehrt, ein Näschen ziehen konnte.

Das Beckham-Parfüm für die Frau wird in einem pink-silbernen, das für den Mann in einem braunen Flakon vertrieben. Eine Kampagne soll die Einführung von „Intimately“ flankieren. Auf Plakaten sollen das frühere Spice-Girl und der frühere Weltklasse-Kicker in intimen Posen zu sehen sein. Verkaufsstart ist der 1. September.

Zu heiß gekocht

Die Börse verschmäht die Qimonda-Aktien von Loh Wah Kin

Behaupte niemand, Loh Wah Kin, 53, habe nicht alles versucht. Monatelang war er durch die Welt gereist, um Investoren für „Qimonda“ zu begeistern. Journalisten durften Home-Stories schreiben, in denen zu lesen war, dass der Malaysier Loh am liebsten chinesisch isst – aber noch lieber chinesisch kocht. Bloß: Genutzt hat das Marketing nichts: Eine Milliarde Dollar wollte der Münchener Halbleiterkonzern Infineon beim Börsengang seiner Tochter Qimonda einnehmen. Es wurden nur rund 550 Millionen. Für Loh, der 1978 zu Siemens kam, dann zu Infineon und schließlich zur Qimonda wechselte, ist das eine persönliche Niederlage. Da ist es auch kein Trost, dass die Qimonda-Aktie gestern ein paar Cent zulegte.



BILD: gfm