



DIE LUFTNUMMER
Die oberen 10.000: Der Mile High Club und die Legende vom Sex im Flugzeug **SEITE 13**



DER LUFTSPRINGER
NBA-Profi Chris Kaman soll das deutsche Nationalteam zu Olympia führen **SEITE 19**

NR. 2621
29. WOCHE
30. JAHRGANG
AUSGABE BERLIN
€ 1,70 AUSLAND
€ 1,90 DEUTSCHLAND
Dienstag, 15. Juli 2008



die tageszeitung

Brauerei-Fusion: Beck's schluckt Bud

Wer soll diese Plörre saufen?

Die größte Bierbrauer-Fusion der Welt: Der belgische Brauereieriese InBev übernimmt für 52 Milliarden Dollar seinen US-Konkurrenten Anheuser-Busch. Kritiker sagen: „Viele Biere sind austauschbar geworden“ **SEITE 3**

KOMMENTAR VON STEFFEN GRIMBERG

Global denken, im Lokal trinken!

Selten war das Bild vom Größenrazem, der einen anderen schluckt, so angebracht. Gemessen am Bierausstoß ist die amerikanische Dänishbrauerei Anheuser-Busch („Bud“) weltweit die Nummer drei. Jetzt gibt sie für 52 Milliarden US-Dollar an den globalen Marktführer InBev, der sie nach ein bisschen größer wird. Rechnerisch gesehen kommt dann jedes vierte Bier weltweit vom neuen globalen Brauerverband. Dessen Name klingt nicht nur nach Systemgenomik – sein Bier schmeckt meist auch so.

Der Trend zu immer größeren Braukonzernen folgt marktwirtschaftlicher Logik. Die Stammtrinker in den alten Absatzmärkten sterben aus oder trinken weniger. Selbst bei den Europameistern Deutschland und Tschechien geht der Bierkonsum zurück. Und neue Märkte in Asien, Südamerika und anderswo? Die lassen sich am besten leichter von multinationalen Konzernen aufrollen als vom Mittelstandsbetrieb aus Franken.

Der Trend zum Großgetränk geht oft auf Kosten der Qualität. Doch die Großbrauereien kümmern sich nur am Rande. Denn bei neuen Biermarken

wie „Beck's Gold“ oder Biermischgetränken mit Limone oder Grüntee geht es mehr um richtige Marketing als um den guten Geschmack.

Der Trend zur Einheitsplörre ist längst auf dem deutschen Markt angekommen. Die Oetker-Gruppe etwa hält in ihrer einzigen Dortmunder Großbrauerei die Markterzielkraft von sieben einst unabhängigen, nicht eben kleinen Bierkonzernen am Leben. Die spiegelt sich aber fast nur noch in den unterschiedlichen Etiketten wider.

Doch die Gegenbewegung ist längst da: Es wird wieder regional gebraut und getrunken. Dieser Trend beschränkt sich nicht mehr allein auf die ohnehin noch wunderbar vielfältigen Bierregionen in Süddeutschland. Er regt sich längst Bundesweit.

Es liegt jetzt am Einzelhandels, auf diese Entwicklung zu reagieren. Er muss regionale Marken ins Sortiment aufnehmen, damit die Geschmacks-offensive der Kleinen, wahren Biere weitergeht. Etwas teurer als das genormte Gebilde der internationalen Mächtig ist es schon werden. Doch das sollte es allen Verliebten wert sein. Bier ist schließlich ein Lebensmittel.



ICE-UNFALL

Karl-Peter Naumann, Chef des Fahrgastverbands Pro Bahn, lobt: „Bahnfahren ist um ein Mehrfaches sicherer als Autofahren.“ Das Interview **SEITE 9**

BERLIN

Heute gibt's Zeugnisse – für Schüler und für einige Lehrer. Was hält Berlins bester Pädagoge davon? **SEITE 22**

Darfur-Genozid: Diktator Beshir soll büßen

Der Chefankläger des internationalen Strafgerichtshofs in Den Haag hat gestern Haftbefehl gegen den sudanesischen Präsidenten Omar el Beshir wegen Völkermords beantragt. Luis Moreno-Ocampo führte 10 Anklagepunkte an, darunter Völkermord und Verbrechen gegen die Menschlichkeit. **SEITE 2, 12**

DIENTSWAGEN

Die SPD will an die Privilegien für Dienstwagen ran. Gegen die Autolobby? **SEITE 4**

TOTE LEA-SOPHIE

Verhüngertes Kind: Schwerer Gericht fällt morgen das Urteil über die Eltern **SEITE 5**

WILDER DENKER

Der Ethnologe Claude Lévi-Strauss wird 100 – und mit einer Luxusausgabe seines Werks geehrt **SEITE 15**

verboten

Guten Tag, verleihe Angelika Jolie.
zz. Geburtstagskarte Santa Monica, Kalifornien

Wir möchten Ihnen als Verleiher des deutschen Volkes ergötenden Glückwunsch aussprechen zur Geburt von Knox Leon Jolie-Pitt (2.280 Gramm) und Vivienne Marcheline Jolie-Pitt (2.270 Gramm). Ein weiterer Glückwunsch geht an Brad sowie an ihre sonstigen Kinder Maddox, Pax, Zahara und Sistine-Ranch.

Um zur Sache zu kommen, verleihe Miss Jolie: Wir haben hier in Deutschland das: Horst oder Gesine. Wir brauchen Sie. Welt: Einsatz für Afrika plus anstehendes Lachen plus sechs künftige Rentenbeiträge. Win-win! Daher geht unser Flehen an Chateau Miraval: Werden Sie unsere Bundespräsidentin. Unsere Hymne soll künftig sein:

Angelika O Angelika / für das deutsche Vaterland!

Wichtig: verboten darf nicht kopiert werden

1070 (M) 507690/0000



taz muss sein Die tageszeitung wird ermöglicht durch 7.999 Gesandten, die in die Pressefreiheit investieren.

Info: unter 030/2592210 oder Tel: 030-25 90 22 10 Redaktion: 030-25 90 21 0 Fax: 030-25 91 51 30 kreis@taz.de Abrechnung: 030-25 90 24 60 dienst@taz.de Anzeigen: 030-25 90 22-181 Fax: 030-25 91 06 34 anzeige@taz.de Werbemaßnahmen: 030-25 90 22 21-111 Fax: 030-25 91 06 28, K923 Berlin

brennpunkt 1

<http://www.taz.de/1/archiv/digitaz/?year=2008&month=07&day=15&quelle=TAZ&ressort=schw>

DIE GRÖSSTE BIERBRAUEREIFUSION ALLER ZEITEN

Mit dem Kauf der US-Brauerei Anheuser-Busch durch den belgischen Konkurrenten InBev setzt sich die Konzentration auf dem Markt fort. Die Branche kriselt: Die Produktionskosten steigen, die Nachfrage sinkt. Besser wird das Bier durch die Fusionen nicht. Aber es gibt Alternativen

"Viele Biere sind austauschbar geworden"

Anders als bei den Großkonzernen schmeckt das Bier von Pinkus nicht immer gleich, sagt Brauingenieur Friedhelm Langfeld. Soll es auch nicht VON CHRISTINE ZEINER

taz: Herr Langfeld, muss man größer werden, um zu überleben?

Friedhelm Langfeld: Das würde ich infrage stellen. Pinkus ist immer klein gewesen. Wir sind ein Familienbetrieb mit 18 Angestellten - Verwaltung, Produktion, Abfüllung, Fahrer - und zufrieden damit, wie es ist.

Sorgen Sie sich denn, dass es nicht so bleibt?

Wir sind nicht die Werbeprofis. Aber wir sind uns darüber im Klaren, dass man die Marke ausbauen könnte - mit Kapitaleinsatz. Damit begibt man sich aber in Fahrwasser. So versuchen wir das, was der Markt fordert, zu bedienen - so wie wir aufgestellt sind.

Was fordert der Markt?

Bio boomt. Pinkus Müller hat schon vor drei Jahrzehnten auf diese damalige Nische gesetzt. Wir wollten Qualität und Nutzen für die Umwelt, nicht schnelles Geld. Jetzt merken wir, dass richtig Bedarf da ist, und solange der besteht, sind wir gut ausgelastet.

Die großen Brauereien steigen in den Markt ein. Bereitet Ihnen das Sorgen?

Natürlich bedeutet der Bioboom auch, dass andere Brauereien auf den Zug aufspringen. Nur die kleinen allein könnten die Nachfrage derzeit nicht bedienen. Die Frage ist aber, ob Bio weiterhin so gewünscht wird. Wir verlassen uns auf unsere Stammtrinker.

Wer trinkt denn Ihr Bier?

Ein Teil unserer Stammkunden, 50, 60 plus, hat unser Bier schon getrunken, als es noch nicht Bio war. Dann gibt es die Touristen in Münster. Die Hälfte unserer Kunden sind aber sicher Leute, die bewusst Biobier kaufen.

An welchem Geschmack orientiert sich Ihre Brauerei?

Was uns als Familie schmeckt, wird ja dem ein oder anderen auch schmecken. Von unseren Mitbewerbern sind wir weniger beeinflusst als von den Verbrauchern. Wenn etwas nicht mehr

im Trend liegt, hören wir deshalb auch nicht damit auf - denn es gibt sicher Verbraucher, die genau das vermissen würden.

Hat sich der Geschmack in den letzten Jahren geändert?

Ja. Viele Biere sind austauschbar geworden. König Pilsener oder Jever waren früher superbittere Biere. Aber die Biere wurden aneinander angeglichen. Ein Teil in der Bevölkerung mag aber das Herbe und vermisst es. Unser Bier unterscheidet sich, und schmeckt nicht immer gleich.

Wie das?

Bei unseren Mengen können wir auch die Zutaten nicht so verschneiden, dass immer der gleiche Geschmack rauskommen könnte, so wie das bei den Großen ist. Das Getreide, der Hopfen unterscheiden sich Jahr für Jahr. Das ist wie mit einem Apfel am Baum, da schmeckt auch nicht jede Frucht gleich. Ich sage immer: Das Bier muss nicht immer gleich sein, aber es muss immer gut sein.

Warum ist von den Dutzenden Altbierbrauereien in Münster nur Ihre übrig geblieben?

Dafür gibt es viele Gründe. Die eine hatte vielleicht keinen Nachfolger, die andere wurde verkauft, weil man lieber schnell die Taschen voll Geld hatte.

Sie haben nie an eine Kooperation oder einen Verkauf gedacht?

Nee, nee, nee, niemals. Aus unserer Sicht ist das der Anfang vom Ende. Denn wir sind nicht die starke Marke. Beim Kauf von kleinen Brauereien ging es ja meist nicht um Hektoliter und nicht um die Marke, sondern um die Immobilie.

INTERVIEW: CHRISTINE ZEINER

FRIEDHELM LANGFELD, 38, Brauingenieur bei Pinkus Müller, wo seine Frau Barbara Kogeschäftsführerin ist.

Hackedicht

Die Konzentration auf dem Biermarkt ist ein Ausdruck der Krise, in der sich die Branche seit einigen Jahren befindet

AUS BERLIN HANNA GERSMANN

Das Bier kommt auf den Hund: Eine kleine niederländische Brauerei bietet "ein Bier für Deinen besten Freund" an. Die Marke heißt "Kwsipelbier", etwa: "Schwanzwedel". Das alkoholfreie Gebräu besteht aus Rindfleischextrakt nebst Malz und wird dem Hund lauwarm serviert. Die Bierbrauer versuchen derzeit alles, um zu überleben.

Sie suchen die Nische, oder sie schlucken sich gegenseitig. Am Montag hat der belgisch-brasilianische Großkonzern InBev für 52 Milliarden Dollar die US-Brauerei Anheuser-Busch gekauft. Da das Geschäft anfangs nach einer feindlichen Übernahme aussah, hatte sich zuletzt auch der demokratische US-Präsidentschaftskandidat Barack Obama aus Sorge um den Verlust von Arbeitsplätzen versucht, gegen die Fusion ausgesprochen. Vergeblich.

Diese Fusion ist ein weiteres Indiz für die Krise, in der sich die Branche befindet. Das gilt auch für Deutschland. Früher servierte Oma Biersuppe zum Mittagessen, und Playmobil verkaufte in einer Schachtel mit Bauarbeitern gleich noch die kleine Plastikkiste Bier mit. Doch schon seit fast 15 Jahren sinkt der Absatz von Bier. Mittlerweile kommt jeder Deutsche nur noch auf 112 Liter im Jahr. Mitte der Siebzigerjahre waren es noch 150 Liter.

Auf das "einzig Wahre", die "Perle der Natur", auf "keine Kompromisse" hat das Volk der Biertrinker nur noch mäßig Durst. Die einstigen Trinker werden alt und genügsam, eine neue trendige Hopfen-und-Malz-Szene gibt es aber nicht. Die Eckkneipe verkommt zum Auslaufmodell. Die Pressesprecher von Warsteiner, Krombacher oder Veltins beklagen den "demografischen Wandel". "Die verwenderfreudige Zielgruppe" werde kleiner, sagen sie. Denn "die Ausgehfreudigen zwischen 20 und 35 trinken Energydrinks, die Bionaden dieser Welt oder Cocktails".

Der Markt ist abgefüllt. Zugleich - und das ist das nächste Problem - steigen die Preise für die Rohstoffe und wird die Herstellung teurer. Viele Bauern setzen auf die mit staatlichen Subventionen gedüngten Bioenergiepflanzen. Für die Bier-Ingredienzen Gerste und Hopfen bleibt kaum Platz. So ist der Preis für Braugerste, aus der das Malz gewonnen wird, letztes Jahr um fast 90 Prozent gestiegen.

Malz schlägt zwar nur mit 6 Prozent und Hopfen nur mit 1 Prozent bei den Produktionskosten zu Buche. Das ist für sich genommen nicht viel. Aber die Posten summieren sich. Im Sudhaus brauchen die Brauer viel Hitze, und Energie kostet auch immer mehr. Obendrein steigen die Preise für die Glasflaschen. Eine Alternative dazu gibt es nicht. Die Kunden verschmähen Kunststoff, und die Dose hat ausgedient, seit man dafür Pfand zahlen muss.

Auf dem Getränkemarkt wird deshalb so viel fusioniert wie auf kaum einem anderen Markt. Zwar bieten 1.300 Brauereien hierzulande 5.000 Biersorten an, doch nur zehn Konzerne beherrschen 70 Prozent des deutschen Geschäfts. So gehören InBev längst Label wie Beck's, Diebels oder Löwenbräu, und hinter den Marken Kölsch, Jever oder Clausthaler verbirgt sich der deutsche Branchenführer, die Radeberger Gruppe. Der dänische Carlsberg-Konzern schließlich hat sich Holsten und Astra einverleibt.

Man muss sich nur die Internetseiten der Bierbrauer anschauen, dann weiß man, wie sich die Premiummarken der kritischen Zukunft stellen: Mit aggressiver Werbung versuchen sie, Bierverächter zu bekehren - das sind erstens die Frauen, zweitens die Jugendlichen, drittens die Sportler. Etwa die Bremer Brauerei Beck und Co: Frauen im Bikini preisen auf www.becks.de "Beck's Gold" an. Die Sorte ist milder als das herkömmliche Bier. Auf der Homepage von Veltins vergnügen sich hippe, junge "people" am "V+Paradise Beach", man kann "vlirten, vreizeit und verreisen" - und chatten bei vplusfriends.de. Die bunten V+ Biermischgetränke mit Lemon oder Cola sind dabei eher Staffage - die sich für Veltins dennoch zu einem einträglichen Nebengeschäft entwickelt. Andere geben sich derweil sportlich: "Löscht den Durst nach dem Sport", preist Erdinger sein alkoholfreies Weizenbier an.

Viele Möglichkeiten bleiben den Brauern jedoch nicht: Der deutsche Biertrinker ist ein Gewohnheitsmensch - und trinkt allen Moden zum Trotz noch immer zu 60 Prozent Pils, nur zu 6 Prozent Weizen und zu nur 5 Prozent Biermischgetränke.

Das globalisierte Geschmackseinerlei lehnt dann aber doch so mancher Bierfreund ab und bevorzugt stattdessen Bier aus kleineren Fabriken. Das Tannenzäpfle-Bier aus der badischen Staatsbrauerei Rothaus ist längst bundesweit in Mode - trotz eines altmodischen Etiketts mit blondem Mädels in Dirndl und blauem Kopftuch. Mancher reist nach Bamberg, um das örtliche Rauchbier zu testen. Und in Berliner Bars kommt neuerdings Helles der Münchener Augustiner Brauerei auf den Tisch. Die internationale Bierbranche spaltet sich - in ganz große und ganz kleine.

BIERPREISE

Bier wird deutlich teurer - prophezeien die Brauer seit Monaten. "Es passiert aber selten", meint Reiner Klinz, der den Biermarkt für die Unternehmensberatung KPMG beobachtet. Denn gut ein Viertel des Bierabsatzes werde als **Sonderangebot** verkauft. Klinz: "Die Brauer können die höheren Preise nur schwer durchsetzen."

Der Bierkunde gilt als besonders preissensibel. In den 1970ern debattierte sogar der Bayerische Landtag darüber, ob Brauereien das Bier teurer machen dürfen. Bier gilt unter Experten derzeit als teuer, wenn die Kiste über **15 Euro** kostet. Mancher Billiganbieter kämpft mit Preisen unter 6 Euro um jeden Trinker. HG

DIE FÜNF GRÖSSTEN

InBev. *Hauptsitz:* Leuven/Belgien. Umsatz 2007: 14,43 Milliarden Euro. *Gesamtproduktion* 2007: 270,6 Millionen Hektoliter Bier. *Marken aus Deutschland:* Beck's, Diebels, Hasseröder, Franziskaner, Löwenbräu u. a. *Marken international:* Stella Artois (BEL), Staropramen (CZE), Tinkoff (RUS), Boddingtons (UK), Labatt (CAN) Brahma (BRA), Apatinska Pivara (SER), Ozujsko (CRO) u. a.

SABMiller. London. 18,62 Mrd. Dollar. 216 Mio. hl Bier. *Marken international:* Pilsner Urquell (CZE), Miller (USA), Ursus (ROM), Castle (RSA), Peroni (ITA), San Juan (PER) u. a.

Anheuser-Busch. St. Louis/USA. 16,7 Mrd. Dollar, 190 Mio. hl Bier. *Marken international:* Bud, Bud Light Michelob, Busch (USA), beteiligt an Corona (MEX), Tsingtao (CHI) u. a.

Heineken. Amsterdam. 12,6 Mrd. Euro. 139 Mio. hl Bier. *Marken aus Deutschland:* Fürstenberg. *Marken international:* Heineken, Amstel (NL) Birra Moretti (ITA), Primus (CON), Cruzcampo (ESP), Murphy's (IRL), Zywiec (POL), Almaza (LIB) u. a.

Carlsberg: Kopenhagen. 6 Mrd. Euro. 115,2 Mio hl Bier. *Marken aus Deutschland:* Holsten, Astra, Lübzer u. a. *Marken international:* Carlsberg, Tuborg (DK), Baltika (RUS), Pripps Blå (SWE), Karhu (FIN), Ringnes (NOR), Feldschlösschen (SUI), Super Bock (POR) u. a. TAZ

Die Konzentration auf dem Biermarkt ist ein Ausdruck der Krise, in der sich die Branche seit einigen Jahren befindet VON HANNA GERSMANN

STICHWORT-Die größten Brauereien der Welt

Montag, 14. Juli 2008, 11:02 Uhr

[Diesen Artikel drucken](#)

[\[-\] Text \[+\]](#)

14. Jul (Reuters) - Der belgische Beck's-Brauer InBev (INTB.BR: [Kurs](#)) übernimmt den US-Konkurrenten Anheuser-Busch (BUD.N: [Kurs](#)) und steigt damit zum Weltmarktführer auf. Im Folgenden eine Aufstellung der weltgrößten Brauereien vor der Milliarden-Fusion:

Brauerei	Land	2007	2007
		Ausstoß	Marktanteil
SABMiller	Großbritannien	231,7	13,1
InBev	Belgien	225,6	12,8
Heineken	Niederlande	164,0	9,3
Anheuser-Busch	USA	150,7	8,5
Carlsberg	Dänemark	120,0	6,8
Molson Coors	Kanada/USA	58,4	3,3
Modelo	Mexico	50,9	2,9
Tsingtao	China	50,4	2,9
Beijing Yanjing	China	41,1	2,3
FEMSA	Mexico	39,5	2,2

(Anmerkung: Ausstoß in Millionen Hektoliter, Marktanteil in Prozent; zusammengestellt vom Reuters-Büro Brüssel)
rtz/bob

© Thomson Reuters 2008 Alle Rechte vorbehalten.

<http://de.reuters.com/article/companyNews/idDEL1455843820080714>



Capital

[Anheuser-Busch lässt sich von Inbev schlucken](#)

AFP - 14. Juli 2008

New York/Washington (AFP) — Nach zähem Ringen lässt sich der US-Traditionsbrauer **Anheuser-Busch** nun doch vom belgisch-brasilianischen Konkurrenten Inbev ...

[Inbev - Anheuser-Busch](#) ORF.at

[Belgischer Braukonzern übernimmt US-amerikanischen Wettbewerber ...](#) Volksstimme

[Übernahme von Anheuser-Busch durch InBev perfekt](#) WELT ONLINE

[sueddeutsche.de - Die Presse](#)

[und 465 ähnliche Artikel »](#)

[Anheuser-Busch akzeptiert 52 Mrd. Dollar-Offerte von InBev](#)

WELT ONLINE - 14. Juli 2008

Das fusionierte Unternehmen, genannt **Anheuser-Busch InBev**, wird einen Umsatz von rund 36,4 Mrd. Dollar erwirtschaften und rund ein Viertel des weltweiten ...

[Börsen in Europa: Deutlich fester, Übernahmen im Blick](#) boerse.de (Pressemitteilung)

[InBev attraktives Langfristinvestment - EURO am Sonntag](#) boerse.de (Pressemitteilung)

[und 33 ähnliche Artikel »](#)

[Inbev schluckt Anheuser-Busch](#)

sueddeutsche.de - 13. Juli 2008

Bis zuletzt hatte sich **Anheuser-Busch** verzweifelt gewehrt - offenbar erfolglos. Der belgische Brauer Inbev setzte sich im Übernahmepoker durch und wird ...

[Belgier kaufen Budweiser](#) Motorsport-Total.com

[und 2 ähnliche Artikel »](#)

[InBev und Anheuser-Busch sind zusammen weltweit Nummer Eins](#)

Mitteldeutsche Zeitung - 14. Juli 2008

Die Biergiganten InBev und **Anheuser-Busch** gehören seit Jahren zu den größten Produzenten auf dem weltweiten Biermarkt. Der belgisch-brasilianische Braueriese ...

[Mega-Hochzeit auf dem Biermarkt](#) Derwesten.de

[und 2 ähnliche Artikel »](#)

[This Bud's for Belgium](#)

Handelsblatt - vor 3 Stunden gefunden

von Peggy Pfaff Die internationale Wirtschaftspresse kommentiert die Übernahme von Budweiser-Brauer **AnheuserBusch** durch InBev und spekuliert über die ...

[Braukonzern InBev übernimmt Anheuser-Busch für rund 50 Mrd USD](#)

Finanztreff - 13. Juli 2008

LOUIS (Dow Jones)--Der belgisch-brasilianische Braukonzern InBev übernimmt den US-Wettbewerber **Anheuser-Busch** Cos. Die am Sonntag angenommene ...

[Anheuser-Busch schwenkt um](#) Lebensmittel Zeitung (Abonnement)

[Feindliche Übernahme: Braueriese Inbev macht Ernst](#) Die Zeit

[Anheuser spielt kubanische Karte](#) Neues Deutschland

[Finanztreff](#)

[und 16 ähnliche Artikel »](#)

[InBev schluckt Anheuser-Busch - Kaufpreis 52 Mrd. Dollar](#)

Boerse-express.com - vor 20 Stunden gefunden

Der neue Konzern wird künftig unter dem Namen **Anheuser-Busch InBev** firmieren, wie beide Unternehmen am Montag mitteilten. Mit der Transaktion endet für den ...

[Der Biergigant ist Realität](#) Wiener Zeitung

[Becks schluckt Bud](#) wienweb.at

[und 3 ähnliche Artikel »](#)

[ROUNDUP: Übernahme von Anheuser-Busch durch Bierkonzern InBev perfekt](#)

Financial.de (Pressemitteilung) - 14. Juli 2008

Den beiden Braueriesen gehören insgesamt rund 300 Getränke marken in **Anheuser-Busch** mit Sitz in St. Louis (Missouri) kontrolliert vor allem mit seinen ...

[Infobox: Anheuser-Busch](#)

PR-Inside.com (Pressemitteilung) - 14. Juli 2008

Frankfurt/Main (AP) **Anheuser-Busch** betreibt allein in den USA 12 Brauereien, dazu 14 in China und eine in Großbritannien. Die bekannteste Marke des ...



[Die Zeit](#)

[Applaus für Rettungsplan](#)

n-tv - vor 21 Stunden gefunden

Für Aufsehen sorgt auch die Zustimmung von **Anheuser-Busch** zum Übernahmeangebot durch InBev. Der Dow-Jones-Index steigt im frühen Handel um 86 Zähler oder 0 ...

[AKTIEN NEW YORK/Ausblick: Fest - Pläne zur Stützung von Fannie Mae ...](#) NZZ Online

[Übernahmen treiben Dax](#) Financial Times Deutschland

[US-Börsen im Frühhandel etwas höher](#) WirtschaftsBlatt.at

[FinanzNachrichten.de - derStandard.at](#)

[und 1.030 ähnliche Artikel »](#)