

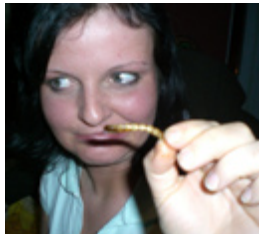
# Dresdner Pressepost

2. Jahrgang ISSN 1862-2828

APRIL 2007

## Würmer zur zweiten Dresdner Sarrasani-Lounge

Zur zweiten Dresdner Sarrasani-Lounge waren wieder viele Journalisten, Fotografen, Pressesprecher und Öffentlichkeitsarbeiter dabei um zu sehen, wie man Würmer essbar machen und sie dann auch genießen kann. ESPITAS-Dresden-Geschäftsführer Uwe Engert stellte sein Konzept vor und lud alle ein, miteinander ins Gespräch zu kommen. Als Branchentreff wird weiterhin jeden letzten Dienstag im Monat eine andere Dresdner Location zur Verfügung stehen. (dy)



Sie wollen auch in den Verteiler? Mail an [peter@dresdner-pressepost.de](mailto:peter@dresdner-pressepost.de) genügt.

### WISSENSCHAFT BRAUCHT SELBSTVERWALTUNG

## TU-Rektor Hermann Kokenge im Presseclub

„Dresden hat bei der Exzellenz-Initiative deutscher Universitäten nicht schlecht abgeschnitten“, sagte Prof. Hermann Kokenge im Gespräch mit SZ-Redakteurin Bettina Klemm im Dresdner Presseclub.

Allerdings sei bei der Bewertung der TU als Elite-Universität bedauerlicherweise die Entwicklungsdynamik der vergangenen zehn Jahre nicht entsprechend gewürdigt worden. Kokenge hofft auf eine zweite Exzellenz-Runde als Ausgleich.

Jüngst wurde der Rektor beim traditionellen Grünkohlessen im Hilton mit Unterstützung des Presseclubs zum „Grünkohl-König“ gewählt, welcher sich die Förderung Dresdner Belange auf



das „Kohlblatt“ geschrieben hat. Ein entscheidender Entwicklungsfaktor für Praxis, Forschung und Sponsoring sei die Kooperation mit der ansässigen Industrie von Mikroelektronik und Bio-Technologie, welche sich in Dresden exzellent etabliert hat. „Da ist die TU Dresden deutschlandweit in der Grundlagen-Forschung ganz weit vorn“, betonte Kokenge. „Auf an-

deren Gebieten, wie im finanziellen Bereich, benötigt die TU mehr Eigenverantwortlichkeit, wenn sie mit konkurrierenden Hochschulen mithalten will. Wissenschaft braucht Selbstverwaltung.“ So besitze die TU eines der schönsten Uni-Camps, aber der Zustand der Gebäude sei zum Teil miserabel. Etwa 80 Prozent der Gebäude seien Altbauten. Zwar genießen

### Editorial

Liebe Leser,

mit dieser Ausgabe der Dresdner Pressepost, die von nun an monatlich erscheinen wird, darf ich Sie sehr herzlich beim neuen Herausgeber „Die Kaderschmiede GbR“ begrüßen.

Neben einem neuen Layout auf einer interaktiven pdf haben wir so nebenbei auch einen neuen journalistischen Treffpunkt in Dresden aufgebaut: Die Dresdner Sarrasani-Lounge. Immer am letzten Dienstag im Monat startet in wechselnden Veranstaltungsorten der neue „regionale Branchentreff aller im Medienbereich Tätigen“. Die Dresdner Pressepost freut sich, wenn Sie diese für alle Gäste kostenlose Kommunikationsmöglichkeit nutzen.

Bei Anregungen werden wir immer ein offenes Ohr für Sie haben!

Nochmals herzlich willkommen!

Ihr Peter Dyroff  
Chefredakteur + Objektleiter

die TU und Dresden ein positives Image, aber die Studenten legen bei der Auswahl der Uni strenge Maßstäbe an. Aachen baue für 20 Millionen Euro derzeit ein nachahmenswertes Welcome-Gebäude für die Studenten. Studiengebühren seien in vielen Ländern selbstverständlich.

Ernsthaft beschäftigen müsste man sich auch mit der hohen Abbruchquote in den Studiengängen. „Hier könnte ein Basis-Studienjahr Hilfe bieten“, forderte Kokenge. Das neu eingerichtete Mutter-Kind-Büro der TU werde sehr gut angenommen. „Man muss den jungen Menschen Anreize bieten, während des Studiums ein Kind zu bekommen, sonst vergeben wir eine große Chance.“ (RF)



## Pressesprecher

In jeder Ausgabe der Pressepost wollen wir einen Pressesprecher vorstellen. Zu Beginn haben wir eine Pressesprecherin zu Wort kommen lassen: **Anne-Katrin Maser** vom Hotel „The Westin Bellevue“ Dresden. Wir wählten den Ostersonntag für unser Gespräch.

**Sie sind noch relativ jung und bereits Pressesprecherin eines großen Hotels. Wie fühlt man sich dabei?**

Super. Ich habe jeden Tag spannende Projekte auf dem Schreibtisch, da ich neben der Pressearbeit auch viele Marketingprojekte betreue.

**Ist „The Westin Bellevue Dresden“ Ihre erste Station nach dem Studium oder gab es schon andere?**

Die Stelle als Public Relations Manager im Westin Bellevue ist meine erste Position.

Die Hotellerie habe ich bei einem Praktikum in der Marketingabteilung der Accor Dorint SMARD GmbH kennengelernt.

**Was haben Sie studiert? Journalistik?**

Ich habe an der Technischen Universität Dresden Kommunikationswissenschaft mit den Nebenfächern Politik und Recht studiert. Meine Abschlussarbeit war zum Thema „Die Beziehungen zwischen PR Akteuren von Unternehmen und Journalisten am Beispiel Dresdens“.

**Können Sie sich und Ihren Werdegang kurz vorstellen?**

Ich bin in Rostock geboren und im Jahr 1993 nach Dresden gekommen.

Während meines Studiums war ich acht Monate zum Auslandssemester und anschließend Praktikum in Paris. Dort hat mich das Auslandsfieber gepackt und

ich bin gleich ein Jahr später für ein Semester nach Southampton (Großbritannien) gegangen.

Meine Studententjobs waren rund ums Thema Markt- und Meinungsforschung. Für das Institut für Demoskopie Allensbach habe ich fünf Jahre als Interviewer gearbeitet. Es war sehr interessant in der Praxis zu sehen, wie die Zahlen für die AWA, ACTA und andere Studien erhoben werden.

Am Institut für Kommunikationswissenschaft der TU Dresden habe ich knapp zwei Jahre als Projektadministrator Telefonumfragen für Kunden wie die Semperoper, Mercedes, das Bundesgesundheitsministerium betreut. Die Studien vom Fragebogen bis zur Präsentation beim Kunden zu begleiten war eine tolle Erfahrung.

**Was planen Sie mit Ihrem Hotel in diesem Jahr? Welche Highlights wird es geben?**

Ein Highlight ist die Walpurgisnacht am 30. April am Elbsegler mit Livebands und Feuer. Hier kooperieren wir mit unserem Schauspielhaus.

Am 3. Mai ist das große Elbsegler Opening. Loungemöbel, neues Konzept.

Immer Samstag Party Warm Up mit DJ aus dem Puro Beach. Freitags kubanischer Abend mit Livebands und Salsaklänge. Mittwochs Buri-Buri Abend mit polynesischen Köstlichkeiten vom offenen Grill.

Cinderella Charity Gala von Jürgen Kallenberg am 30. Mai zu Gunsten des Schattenkinder e.V.

**Sie strahlen, wenn Sie dies so sagen. Der Job macht Ihnen Spaß, oder?**

Ja, der Job macht Spaß.

**Sie schauen auf die Uhr, was steht am heutigen Ostersonntag noch an?**

Gleich startet unsere große Ostereiersuche in den Bellevuegärten. Wir feiern zum ersten Mal ein buntes Familienfest mit Kinderschminken, einem Kindercocktailmixkurs der SonderBar, Riesenspielen der Spielaxie und 400 versteckten Osternestern.

**Ein frohes Osterfest und danke für das Gespräch. (dy)**

Jetzt in beiden Häusern!

## Frühstücksbuffett

jeden Sonn- und Feiertag

10.00 Uhr - 15.00 Uhr  
all you can eat  
Kaffee & Tee inkl.

für

6,90 €

**Louisenstraße 39**  
01099 Dresden-Neustadt  
Tel.: 0351 - 456 85 25

**Bodenbacher Straße 26 B**  
01277 Dresden-Gruna  
Tel.: 0351 - 216 39 44

www.espitas.de



## Kurz&Knapp

### Observer ist jetzt Cision

Die Observer-Gruppe gibt die Umbenennung aller ihrer Ländergesellschaften und Geschäftsbereiche bekannt. Seit 2. April gilt weltweit ein gemeinsamer Name: Cision. Die Gruppe war bisher unter zehn verschiedenen Namen tätig, darunter auch Observer Argus Media in Deutschland. Ihre Umbenennung spiegelt die verstärkt internationale Ausrichtung der gesamten Organisation und aller ihrer Regionen wider. Als weltweit führender Dienstleister für Medienkontaktmanagement, Medienmonitoring und Evaluation bietet Cision seinen Kunden länderübergreifend integrierte Services aus einer Hand – weltweit an über 40 Standorten.

### Terminänderung! Zum Vormerken!

Das Sommerfest des Presseclubs Dresden wurde von Freitag, 22. Juni, auf Samstag, 23. Juni, verschoben. Es findet in den Deutschen Werkstätten Hellerau statt und trägt den Charakter der typischen skandinavischen „Mid-sommar-Feste“ mit Tänzen, Trolen und Elfen, einem schwedischen Buffet und Live Musik bis in den Morgen. Höhepunkt ist ein nächt-

liches Sonnenwendspektakel mit Feuerschein.

Weitere Informationen erhalten Sie mit der nächsten Ausgabe der Dresdner Pressepost. (SM)

### Landespresseball im Dresdner Residenzschloss



Zum ersten Mal seit 1728 konnten Ballgäste wieder im Riesensaal des Dresdner Schlosses wieder ihre Runden drehen: Das Schloss öffnete für rund 1.000 Gäste seine Pforten zum Landespresseball. Auf drei Tanzflächen stand für alle Tanzwütigen ausreichend Platz zur Verfügung. Höhepunkte waren die Shows „Marée flyingarts“ (siehe Foto) sowie Roma & Sven mit ihrer Rollschuhakrobatik.

Ein weiterer Lichtblick war wie immer die große Tombola, deren Erlös sozialen Zwecken zugute kommt, u.a. dem Sozialwerk des Deutschen Journalisten-Verbandes – Landesverband Sachsen. Gewinner des Hauptpreises, ein halbes Jahr Porsche Cayman, ist Jochen



Reichel, Geschäftsführer von Grand City, einer Dresdner Eventagentur. Sponsoren waren neben Oppacher Mineralquellen, Freiburger Brauhaus GmbH und Porsche Dresden auch die Ostsächsische Sparkasse Dresden. (dy)



### SKUNK hat neuen Herausgeber

Im zehnten Jahr ihres Bestehens hat SKUNK, das größte regionale Jugendmagazin in Mitteldeutschland, einen neuen Herausgeber bekommen: „Die Kaderschmiede GbR“. Die Kaderschmiede existiert bereits seit einigen Jahren und produziert u. a. Die Schwarzen Seiten – das Magazin der Jungen Union Sachsen & Niederschlesien. Die Kaderschmiede, das sind im einzelnen Falk Werner Orgus, Christian Heinrich und Frank Holzmüller. Mit neuem Layout, (landes-)politischen und christlichen Themen sowie viel Power, die der neue Chefredakteur und Objektleiter Peter Dyroff bereits seit über einem Jahr an den Tag legt, geht es weiter Richtung Zukunft. Hier erwarten die Leser bald weitere mediale Erneuerungen.

Das einzige, was sich nicht ändern wird: Auch weiterhin schreiben Schüler und Studenten für Schüler und Studenten.

## Namen

**Marko Beger** ist neuer Verlags- und Redaktionsleiter des Lifestyle-Magazins Prinz Dresden. Er hat diese Position von Romina Brucke übernommen, die sich momentan im Mutterschutz befindet. Koordiniert und organisiert wird die Arbeit der Redaktion durch Ina Queißer. Sie ist auch Adressatin für Pressemitteilungen. (SM)



**Ulrike Peter** (links) verantwortet das Marketing für 19 Objekte im „Schlösserland Sachsen“ bei den Staatlichen Schlössern, Burgen

und Gärten. Hier informiert sie die Reisedirektorin der „Sächsischen Zeitung“, **Kristina Grunwald**, über die Veranstaltungshöhepunkte 2007. (HR)



Eine außergewöhnliche Pressekonferenz fand kürzlich im Parktheater Großer Garten statt. Die Komödie Dresden und das Simon-Veranstaltungsmanagement hatten zu einem Presse-Picknick eingeladen, um über den „Dresdner Kultursommer 2007“ zu informieren.

**Jürgen Mai**, Intendant der Komö-

die, beschreibt im 1719 erbauten Naturtheater das Engagement seiner Bühne. (HR)



Umwelt- und Landwirtschaftsminister **Stanislaw Tillich** hatte Journalisten zu einer Exkursion in die Dresdner Heide eingeladen. Das 7.000 Hektar große Gebiet diente 100 Jahre lang als Truppenübungsplatz für Kriegsspiele. Als die Russen das Territorium 1992 verließen, war es eine riesige Sandwüste. Die Natur hat inzwischen ihr heilendes Werk vollrichtet, und die Königs-

brücker Heide ist Sachsens größtes Naturschutzgebiet. In den nächsten Jahren soll sie Stück für Stück weiter für Besucher geöffnet werden. (HR)



**Heike Großmann** ist das neue Gesicht im Amt für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Dresdner Rathauses. Die Abteilungsleiterin kommt direkt vom Institut für Kommunikationswissenschaften der TU Dresden. (HR)

## JUBILÄUM

## Im 15. Jahr seines Erscheinens gibt der Sächsische Bote die neue Ausgabe „Weißeritzkreis“ heraus

### SÄCHSISCHER BOTE

Die Wochenzeitung

Seit Januar 2007 kommt der Sächsische Bote mit der neuen Ausgabe "Weißeritzkreis" auch in die Briefkästen der Bewohner von Freital, Dippoldiswalde, Altenberg und vieler Gemeinden dieser Region.

Bisher waren Lokalnachrichten aus Freital in die „Dresden-West“-Ausgabe des Boten eingeflossen. Verantwortlicher Redakteur im Weißeritzkreis ist Ekkehart Garten.

Der Sächsische Bote wird seit 1992 durch die Wochenblatt Verlag GmbH, einem Tochterunternehmen der Axel Springer AG, herausgegeben. Rund 438.000 Haushalte

werden jeden Mittwoch mit der kostenlosen Zeitung beliefert. Dabei erscheint der Bote mit insgesamt 11 verschiedenen Ausgaben. Die redaktionelle Gesamtleitung liegt in den Händen von Hans-Georg Prause.

Allein in Dresden gibt es neben dem einheitlichen Mantel die Lokalseiten Nord, West, Mitte/Süd, Ost und Ost/Elbhng. Seit Dezember 2006 werden auch die Ausgaben Meißen/Radebeul und Meißen, die bisher (wie derzeit noch die Ausgaben Riesa und Großenhain) durch die „Westend-Pressagentur“ in Leipzig erstellt wurden, in Dresden produziert. Redaktionelle Ansprechpartnerin ist hier Simone Giese, die auch die seit zwei

Jahren erscheinende Lokalausgabe Radeberg betreut.

Als redaktionellen Schwerpunkt sieht der Bote die lokale Berichterstattung im jeweiligen Verbreitungsgebiet. Zur aktuellen Information gehören auch Nachrichten und Berichte aus den Bereichen Sport und Kultur, Kommunalpolitik und Wirtschaft. Dazu kommen Ratgeber-Seiten mit Ver-

braucher-Tipps und Extra-Themen wie „Reisen und Erholung“, „Auto und Verkehr“, „Gesundheit“, „Arbeits- und Bildungsmarkt“ oder „Mein schönes Zuhause“. Damit soll lokalen Unternehmen aus Handel, Handwerk, Gewerbe, Industrie und Dienstleistung eine vielseitige Werbepattform geboten werden. (SM)

[www.saechsischer-bote.de](http://www.saechsischer-bote.de)

### Agentur im Porträt: neuwerk

Alles aus einer Hand – mit diesem Ziel gründete sich vor fünf Jahren die Agentur neuwerk als Dienstleister für das Dresdner Druck- und Verlagshaus, die Sächsische Zeitung, die Dresdner Morgenpost und weitere Produkte des Verlages.

Mit dem Wechsel von Mitarbeitern der Marketingabteilung und Grafikern von der Sächsischen Zeitung zu neuwerk wurden viele Erfahrungen und Know-how transferiert und damit optimale Startbedingungen geschaffen.

Heute ist ein Team von 14 fest angestellten Mitarbeitern bei neuwerk tätig, und das Leistungsspektrum der Agentur hat sich stark erweitert. Nach wie vor ist die Sächsische Zeitung der größte Kunde. Neuwerk betreut hier nicht nur die gesamte Unternehmenskommunikation, sondern sorgt durch verschiedene Events auch dafür, dass die Marke Zeitung für den Leser immer wieder erlebbar wird. Dazu zählen das Fahrradfest mit inzwischen 10.000 Teilnehmern, das Familienfest im Zoo oder auch der Rastelli-Wettbewerb für kleine Kicker, der sehr gut angenommen wurde. Auch das Neujahrstreffen der SZ und der Deutsche Karikaturenpreis sind feste Größen im



**Nicht nur beim Outdoor-Teamseminar ziehen die Mitarbeiter von neuwerk an einem Strang** (Foto: Agentur)

Jahresplan von neuwerk.

„Gerade unser Knowhow im Eventmarketing konnten wir optimal ausbauen“, erklärt Agenturleiterin Heike Rutke. „Ob kleine, feine Events oder Großereignisse - langjährige Partnerschaften und die Kompetenzen unserer Mitarbeiter ermöglichen, den verschiedensten Ansprüchen und Zielgruppen gerecht zu werden.“ Die Bandbreite der Leistungen reicht dabei von Idee und Planung über die Organisation bis hin zur Kommunikation der Events. Inzwischen werden auch externe Kunden betreut wie beispielsweise die Görlitzer Landskron Brauerei. Auch das Sommerfest des Presseclubs Dresden wird durch neuwerk organisiert. Es findet am 23. Juni in den Deutschen Werkstätten Hellerau statt. (SM)

[www.neuwerk-agentur.de](http://www.neuwerk-agentur.de)

## Neue Flaschenabfüllanlage im Freiburger Brauhaus

Der Chef der Sächsischen Staatskanzlei und Staatsminister Hermann Winkler MdL (für die Medien in Sachsen zuständig), betätigte in Freiberg den obligatorischen Knopf, um die neue Flaschenabfüllanlage in Gang zu setzen. Gemeinsam mit dem Geschäftsführer Technik, Dr. Hans Michael Esslinger, und Steffen Hofmann, Geschäftsführer Marketing/Vertrieb, überzeugte sich Winkler von der technischen Weiterentwicklung im Haus: „Die moderne Brauanlage sichert die gute Qualität des Produktes und damit Arbeitsplätze in Sachsen“, so Winkler. Er dankte Freiburger auch für das Sponsoring des Landespresseballs.

Mit der Investition in diese neue Flaschenanlage ist ein weiterer Schritt in die Zukunft getätigt worden. Damit wird die Innovation

fortgesetzt, die im Anlagenbereich bereits vor 120 Jahren begann. Mit der Einweihung der Flaschenanlage wird die Erfolgsgeschichte auch mit dem Endverbraucher gefeiert. „Die Hauptmarke Freiburger Premium-Pils wird ab sofort mit einem Siegel versehen“, so Steffen Hofmann. „Zusätzlich werden auf den Rückenetiketten wichtige historische Stationen zum Jubiläum abgedruckt. Ergänzt wird die Aktion durch eine Anzeigenkampagne und eine Zugabeaktion von Blechschildern in Getränkemärkten“, so Steffen Hofmann weiter. Die große Party zum 120-jährigen Jubiläum findet dann vom 10. bis 12. August 2007 zum mittlerweile traditionellen Freiburger Brauhausfest statt. Veranstaltungsort ist, wie auch in den vergangenen Jahren, das Gelände des Brauhauses in Freiberg (Am Fürstenwald).

#### IMPRESSUM

Dresdner Pressepost

#### HERAUSGEBER:

Die Kaderschmiede GbR  
Orgus/Heinrich/Holz Müller

#### Objekt- und Redaktionsleitung:

Peter Dyroff (V.i.S.d.P.)  
Fon: (0351) 44032860  
Fax: (0351) 2727245  
E-Mail: peter@dresdner-pressepost.de

#### Anschrift:

Pillnitzer Straße 28, 01069 Dresden

#### Redaktion:

Peter Dyroff (dy), Roland Fröhlich (RF),  
Sabine Mutschke (SM) und Heinz Ruhnau (HR)

#### Fotos:

Roland Fröhlich, Heinz Ruhnau, dyri1,  
Pressefreigaben

#### Anzeigen:

Fon: (0351) 2729955  
Fax: (0351) 2727245  
E-Mail: peter@dresdner-pressepost.de

Es gilt die Anzeigenpreisliste 1 vom 1.

April 2007

#### LAYOUT:

Matthias Rahne

#### VERTRIEB:

RUHNAU VERLAG DRESDEN,  
Renate Ruhnau,  
Münchner Str. 29, 01187 Dresden

Namentlich gekennzeichnete Artikel geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Alle Veranstaltungen-

daten ohne Gewähr. Es wird keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Zeichnungen und Fotos übernommen. Die Redaktion behält sich vor, zugesandte Beiträge sinnwährend zu kürzen. Jeglicher Nachdruck von Fotos, Zeichnungen und Artikel, auch auszugsweise, bedarf der ausdrücklichen Zustimmung des Herausgebers. Die Urheberrechte für vom Herausgeber erstellte Anzeigenentwürfe bleiben bei „Die Kaderschmiede GbR“. Die Dresdner Pressepost erscheint normalerweise monatlich, kostenfrei.