

Dresdner Pressepost

4. Jahrgang ISSN 1862-2828

MAI 2008

IIII INTERVIEW

Schutz des geistigen Eigentums ist nicht nur ein Juristen-Thema

TU-Forschungsstelle
Neue Medien verbindet
Wissenschaft und Praxis

„Man muss den Sachverhalt richtig erkennen, sonst löst man den falschen Fall.“ Das lernt ein Jura-Student im ersten Semester. Journalisten erwerben juristische Kenntnisse selten in ihrer Ausbildung. Doch die tägliche Presseschau beweist: wer als Schreiber Medien-, Urheber- oder Persönlichkeitsrecht ignoriert, bekommt Probleme.

Die Dresdner Pressepost sprach anlässlich des Gründungssymposiums der Forschungsstelle Neue Medien an der Juristischen Fakultät der TU Dresden mit Professor Horst-Peter Götting, Direktor des Institutes für Geistiges Eigentum, Wettbewerbs- und Medienrecht (IGEWEM) und Leiter der Forschungsstelle Neue Medien sowie mit Anne Lauber-Rönsberg, Geschäftsführerin der Forschungsstelle.



Prof. Horst-Peter Götting

Herr Professor Götting, was sollten Journalisten und Medienschaffende über die Forschungsstelle Neue Medien an Ihrem Institut wissen?

Die Forschungsstelle ist ja noch relativ jung. Wir haben sie im Herbst 2007 gegründet. Außer mir und meinen Mitarbeitern konnten wir Experten gewinnen wie Professor Prof. Dr. Christian Berger von der Juristenfakultät der Universität Leipzig oder renommierte Rechtsanwälte.

Der Anstoß zur Gründung kam übrigens von Dr. Pietro Graf Fringuelli aus Köln. Er war in seiner Tätigkeit immer wieder mit neuartigen Phänomenen konfrontiert wie Internet- oder Handy-TV. In der Praxis fehlt aber die Zeit, sich damit auseinanderzusetzen. Ein Ziel unserer Arbeit ist daher die Beschäftigung mit allen Aspekten der Neuen Medien.

Gerade im Internetrecht tauchen immer wieder Fragen auf zu Verantwortlichkeiten und Haftung. Aber auch das Urheberrecht im digitalen Zeitalter stellt uns vor immer neue Herausforderungen. Reichen die bisherigen gesetzlichen Regelungen noch aus? Braucht man



Anne Lauber-Rönsberg

unter Umständen neue Gesetze? Müssen eventuell Rechte der Allgemeinheit gestärkt werden?

Mit der Forschungsstelle haben wir ein Forum geschaffen, das zum einen in öffentlichen Tagungen, aber auch in speziellen Werkstättkreisen Diskussionsmöglichkeiten und Austausch bietet. Wir fördern wissenschaftliche Arbeiten durch gezielte Dissertationsthemen und wirken in Lehre und Fortbildung. Vorträge zu juristischen Themen gab es allerdings auch schon vor der Gründung der Forschungsstelle.

Frau Lauber-Rönsberg, gibt es vergleichbare Einrichtungen in Deutschland und welche Besonderheiten bzw. Schwerpunkte zeichnen die Dresdner Forschungsstelle aus?

Vergleichbare Forschungseinrichtungen gibt es zum Beispiel in München sowie an den Universitäten in Mainz oder Münster. In unserer Region engagieren sich unseres Wissens bisher nur kleinere Initiativen. In den Neuen Bundesländern sind wir die einzige derartige Einrichtung.

Das Wichtigste sind der permanente Austausch und die Koope-

Editorial

Liebe Leser,

auch vor der Pressepost macht das Thema OB-Wahl in Dresden nicht halt.

Im Rahmen eines Interviews stellen wir Ihnen heute die Pressesprecher der fünf erst-gemeldeten Kandidaten vor. So wird für manche/n auch ein Bild zur gerade bekommenen E-Mail-Pressemitteilung erkenn- und zuordenbar.

Ihnen viel Spaß beim Schmökern in der heutigen Ausgabe und einen heißen (Wahlkampf-)Sommer, herzlichst,

Ihr Peter Dyroff
Chefredakteur + Objektleiter

ration zwischen Wissenschaft und Praxis. Wissenschaftler brauchen die Anregungen aus der Praxis, um nicht die Bodenhaftung zu verlieren und Praktiker schätzen neueste wissenschaftliche Erkenntnisse, um auf dem Laufenden zu sein. Besonders das Urheber- und Medienrecht wird von den technischen Entwicklungen sehr stark beeinflusst. Wegen neuer Vervielfältigungs- und Übertragungstechniken ist auch der Gesetzgeber immer wieder neu gefordert. Beispiele sind hier die Diskussionen um die digitale Privatkopie oder der Streit um Kopienversanddienste im Hochschul- und Bibliotheksbereich.

Zwei unserer Forschungsprojekte beschäftigen sich mit Anforderungen an die rechtlichen Rahmenbedingungen interaktiver Inhalte und Medienkonvergenz bzw. mit Persönlichkeitsrechten im digitalen Zeitalter.

Welche Angebote Ihres Institutes bzw. der Forschungsstelle sind auch für Journalisten und PR-Fachleute interessant?

Götting: Das IGEWEM bietet in Zusammenarbeit mit dem Patentinformationszentrum (PIZ) Dresden

berufsbegleitende Zertifikatskurse „Intellectual Property Rights“ für Nichtjuristen an. Dabei können die Teilnehmer den Schwerpunkt der Ausbildung entweder auf technische Schutzrechte, insbesondere auf das Patent- und Gebrauchsmusterrecht, oder aber auf das Urheber-, Medien- und Internetrecht legen. Wir wollen mit diesen Angeboten dazu beitragen, dass die Teilnehmer ergänzend zu ihrem Hauptstudium oder Beruf darauf vorbereitet sind, wie mit Schutzrechten im Bereich des Geistigen Eigentums umgegangen werden muss. Da sich die Kurse über drei Semester erstrecken und wir wissen, dass das nicht für jeden Berufstätigen realisierbar ist, ist es auch möglich, gezielt einzelne Veranstaltungen zu besuchen.

Zudem laden wir regelmäßig alle Interessierten zu Vorträgen zum Geistigen Eigentum ein.

Anfang Juli beispielsweise erwarten wir Rechtsanwalt Dr. Christian Schertz aus Berlin und eine Kollegin vom Bundespresseamt. Einzelheiten sind jeweils auf unserer Homepage zu erfahren.

Was wünschen Sie sich als Jurist(in) von den Journalisten?

Lauber-Rönsberg: Eine differenzierte Berichterstattung über juristische Belange, gerade bei komplizierten Sachverhalten, wäre erstrebenswert. Wird beispielsweise über Themen des Urheber- und Medienrechtes berichtet, ist es unerlässlich, über konkrete Hintergründe zu informieren. Den Untergang der Pressefreiheit, wie im Caroline-Urteil beschworen, muss man meiner Meinung nach nicht zwangsläufig befürchten.

Als Juristen wissen wir, dass rechtliche Regelungen manchmal nicht ausreichen. Hier finde ich es wichtiger, eine Sensibilisierung für die Problematik zu erreichen als über drakonische Strafen nachzudenken. Mit Kampagnen wie beispielsweise „Raubkopierer sind Verbrecher“ sind auch Juristen nicht glücklich. Privatkopien sind zwar erlaubt, Raubkopien dagegen aus bekannten Gründen nicht. Als Verbrechen sind sie aber nicht einzustufen. Eine solche Überspitzung ist kontraproduktiv.

Wenn man von einem ausge-

wogenen Geben und Nehmen ausgehen könnte, wäre schon viel erreicht. So wie der Urheber eines Werkes darauf angewiesen ist, dass sein Werk gehört oder gelesen wird, hat er andererseits Anspruch auf eine angemessene Vergütung.

Eine speziell auf Belange von Journalisten, Pressesprechern und Medienfachleuten zugeschnittene Fortbildung wird derzeit mit der Forschungsstelle Neue Medien vorbereitet und soll voraussichtlich im Herbst stattfinden. Näheres dazu folgt in einer der nächsten Ausgaben der Dresdner Pressepost. (DM)

Kontakt:

Forschungsstelle Neue Medien
IGeWeM – Institut für Geistiges Eigentum, Wettbewerbs- und Medienrecht
Juristische Fakultät der TU Dresden
Bergstraße 53
01069 Dresden

Tel.: +49 351 463-37308

Fax: +49 351 463-39822

Mail: neue-medien@jura.tu-dresden.de

www.igewem.tu-dresden.de

www.zipr.tu-dresden.de

SICHERES SACHSEN

Positionen der CDU-Fraktion

DAS WOLLEN WIR:



Effektive Bekämpfung grenzüberschreitender Kriminalität

Verstärkter Fahndungsschleier

Ausbau der verdachtsunabhängigen Kontrollen

Abstimmung der Einsätze der Polizei Sachsens mit Bundespolizei und Zoll

Verstärkte Zusammenarbeit mit der Republik Polen und der Tschechischen Republik

Bekämpfung von Korruption

Schaffung eines bundesweiten Korruptionsregisters und übergangsweise ein landesweites sächsisches Korruptionsregister

Besserer Schutz vor gefährlichen Straftätern

Höhere Prognosesicherheit von psychologischen Gutachten über Sexualstraftäter

Erweiterung der nachträglichen Sicherungsverwahrung

Verbesserung des Opferschutzes

Schutz der Opfer vor den Tätern auch nach der Haftverbüßung

Ausweitung der Informationspflichten staatlicher Stellen über Opferrechte

Effektiver Strafvollzug

Ausweitung der Führungsaufsicht nach der Haftentlassung

Gut organisierter und qualifizierter Maßregelvollzug

verbesserte Wiedereingliederung nach der Haftentlassung



Aktuelle Informationen unter:
www.cdu-sachsen-fraktion.de

Den kompletten Flyer zum Thema *Sicheres Sachsen* erhalten Sie auf Anfrage an die Pressestelle der:

CDU-Fraktion des Sächsischen Landtages
Bernhard-v-Lindenau-Platz 1, 01067 Dresden
Telefon: 0351 493-5611
Telefax: 0351 493-5444
cduinfo@cdu-sachsen.de



CDU

FRAKTION DES
SÄCHSISCHEN LANDTAGES



Gründer Kai Schmidt



Bruno-Banani-Übervater Wolfgang Jassner

Dresdner Gewandhausdialog

Anders sein und das mit Konzept.
Dieses und viele andere
Schlagwörter zeichneten den
1. Gewandhausdialog aus.

Geladen waren Unternehmer unterschiedlicher Branchen um sich näher zu kommen und gemeinsam über Marketingstrategien, den Markt an sich oder den Kunden von heute zu sprechen. Die Firma Committo Concept möchte ab diesem Jahr 4-mal jährlich diesen Gewandhausdialog einberufen und den Mittelstand näher zusammen führen. Das Überleben ist alleine möglich, aber manchmal ist es zusammen einfach leichter.

Als Gastredner stellte sich der Chef von Bruno Banani, Wolfgang Jassner, vor. Er schilderte

die Marketingstrategie seines sehr erfolgreichen Unternehmens und beschrieb dessen Lauf in den letzten Jahren. Mit viel Witz und Charme zeigte er nicht nur, dass es möglich ist auch heute noch eine Marktlücke zu finden und sie erfolgreich zu nutzen, sondern machte auch Mut für andere. „Chancen sind für alle da“ sagt er und klingt dabei von sich überzeugt. Mit den vielen kleinen Promotionaktionen, die Bruno Banani gestartet hat, unter anderem der Test der Wäsche auf der Weltraumstation MIR, war es auch mit einem kleineren Budget möglich, viel zu erreichen.

Nach dem Vortrag gab es neben einer Stärkung für die Gäste die Möglichkeit, sich kennen zu lernen und eigene Erfahrungen auszutauschen. Danach stand die Modenschau der neuesten Kollektion von Bruno Banani an. In dieser Hinsicht wird der Sommer heiß und die Unterwäsche noch viel heißer. (AS)

Glashütte Original – wenn Zeit zum Luxus wird

Glashütte Original ist in wenigen Jahren zu einer der weltweit feinsten Uhrenmanufakturen gereift. Faszinierende Mechanik, anspruchsvolles Design, exklusive Materialien und vollendetes Handwerk begeistern Uhrenfreunde und Sammler in Los Angeles, Tokio, Dubai, Moskau und Paris.

Eine Zeitreise durch die Geschichte dieses über 160 Jahre alten sächsischen Unternehmens und Einblicke in die Firmenpolitik präsentiert Dr. Frank Müller, Vorsitzender der Geschäftsleitung, zum zweiten Dresdner Gewandhaus-Dialog.

Schauen Sie einem Uhrmacher von Glashütte Original über die Schulter und genießen Sie einen Abend in anregender Runde. Karten für diese Veranstaltung am 26. Juni im Radisson-SAS Gewandhaushotel erhalten Sie unter www.committo-concept.de.

Wolfgang Reyer tot

Die kurze Nachricht über den Tod eines unserer Mitglieder in den Dresdner Neuesten Nachrichten vom 16. April bedarf einiger Nachsätze. Denn Trauer ist nicht ausreichend, Entsetzen ist angebracht!

Wolfgang Reyer war ein fleißiger Journalist. Irgendwann im Januar des Jahres 1994 stand er im DJV-Büro und kündigte seine Überweisung an den sächsischen Landesverband an. Der gebürtige Franke kam damals aus Flensburg. Ein gestandener Journalist, mit den sozialen Segnungen eines festangestellten Redakteurs: Gutes Tarifgehalt, Altersversorgung beim Presseversorgungswerk.

Hier in Sachsen sollte das bald anders werden. Er musste sich als Freier verdingen. Nachrichtenagenturen und eine Dresdner Tageszeitung waren seine Hauptauftraggeber. Niedrige Honorare, nur wenig verständnisvolle

Versicherungen machten ihm das Leben schwer. Oft wurde es für den Lebensunterhalt knapp. Eine Krankenkasse erklärte den Freiberufler kurzerhand zum Scheinselbstständigen, die KSK zweifelte... und so weiter.

Wolfgang Reyer hat in den letzten Jahren seiner Berufsausübung die Untiefen des Freindaseins durchlebt. Körperliche Beschwerden machten es ihm nicht leichter. Wenige Tage vor seinem Tod gab er uns eine Adressänderung durch: Buchenstrasse. Die Dresdner wissen was das bedeutet!

Der Journalist Wolfgang Reyer lebte – ohne Miete und Krankenversicherung zahlen zu können – von einer Minimalrente des Presseversorgungswerkes. Der DJV Sachsen und dessen Sozialwerk betrauern einen Kollegen, der wie viele andere Menschen, an den Rand dieser so reichen Gesellschaft gedrängt wurde. (MH)

die-infoseiten.de

Wer beim Brötchenkaufen auch die Zeitschriftenlandschaft wahrnimmt, dem ist der Titel „die-infoseiten.de“ vielleicht schon einmal aufgefallen.

Bisher war das kostenlose Heft in einer Auflage von ca. 12.500 Exemplaren alle zwei Monate in ganz Dresden präsent. Mit der Mai/Juni-Ausgabe hat der Verlag sein Produkt vollkommen umgestellt und will es künftig als Kauftitel etablieren. So werden 2.500 Exemplare zum Preis von 1,50 Euro pro Heft verkauft, und parallel bekommen die Inserenten die Möglichkeiten, das Heft an ihre Kunden zu verteilen. Dafür werden noch einmal 1.500 bis 2.000 Exemplare gedruckt.

Diese Umstellung war Anlass für die Dresdner Pressepost für eine Recherche beim Herausgeber Karsten Oehlert. Er hatte im Jahr 2000 zunächst die Internetplattform www.die-infoseiten.de gegründet mit dem Anliegen, mittelständischen Gewerbetreibenden eine Plattform zu geben, über die sie sich potentiellen Kunden vorstellen können. Diese Seite wurde mit einer Datenbank hinterlegt und mit Informationen aus der Region ergänzt.

Dass „die-infoseiten.de“ seit 2005 auch in gedruckter Form erscheinen, resultiert aus der Suche nach einem Weg, Leser ohne Internetanschluss ebenso zu erreichen. Um sich diesem Projekt ganz widmen zu können, gab Karsten Oehlert seinen Hauptjob 2007 auf und kümmert sich seitdem mit Redakteurin Katrin Hut mit ganzer Kraft um „die-infoseiten.de“.

Redaktioneller Schwerpunkt ist die Geschichte der 60 Dresdner Stadtteile. Seit der ersten Ausgabe wird immer ein Stadtteil näher vorgestellt



Titel der aktuellen Ausgabe

und in diesem Umfeld die Anzeigen akquiriert. „Bisher sind 15 Ausgaben erschienen – wir haben also noch genügend Stoff für die nächsten Jahre“, so Karsten Oehlert. Außerdem arbeitet der Herausgeber mit der Kreishandwerkerschaft und dem Handelsverband Sachsen zusammen und findet so nicht nur Inserenten, sondern auch die eine oder andere redaktionelle Geschichte. Veranstaltungstipps, ein Quiz, aber auch kulturelle Themen gehören ebenfalls zum Spektrum. Insgesamt umfasst das Heft zwischen 24 und 28 Seiten.

Mit der Umstellung auf eine Kaufzeitung ist die Zahl der Verkaufsstellen auf ca. 100 zurück gegangen. Nicht alle Auslagestellen wie Bäcker oder Tankstellen waren bereit, die Kassierung des Heftpreises zu übernehmen. Dennoch ist Karsten Oehlert überzeugt vom Erfolg des neuen Konzeptes. „Schließlich können wir jetzt Anzeigenpreise bieten, die durch kleinere Händler oder Handwerker teilweise nicht gezahlt werden konnten“, erklärt Karsten Oehlert. „So kostet heute eine Anzeige der Größe einer Seite statt 600 Euro nur noch 250 Euro. Und durch die niedrigere Auflage sind die Kosten niedriger, wir haben weniger Druck bei der Anzeigenakquise und letztendlich mehr redaktionelle Möglichkeiten für ein ansprechendes Heft.“ (SM)

www.die-infoseiten.de



Frischer Wind

PRINZ Dresden etabliert sich neu und setzt innovative Maßstäbe

Seit nunmehr fast einem Jahr wird das bundesweit erscheinende Lifestyle-Magazin PRINZ in Dresden unter neuer Leitung veröffentlicht. Monatlich informiert das Hochglanz-Magazin umfangreich über die Highlights der Stadt. Der Erfolg des neuen PRINZ Dresden mit bereits zwölf Ausgaben bestätigt, dass sich der Wechsel von der Haring, Schmidt & Wolter GbR zur AV-Studio Kommunikationsmedien GmbH als richtiger Schritt erwiesen hat. Insgesamt gibt es PRINZ nun bereits 6 Jahre in Dresden.

Da hinter einem qualitativ hochwertigen Magazin auch ein kompetentes Team steht, wurde in den vergangenen Monaten die Personalstruktur erweitert. Für eine konsequente Weiterentwicklung des Heftes sowie der Marke PRINZ, konnten in den Bereichen Redaktion und Akquise weitere motivierte Mitarbeiter gewonnen werden. Das Team der Akquise wird seit März durch Dipl.-Medienwirtin (FH) Jana Vogel (24) ergänzt.

Eine Weiterentwicklung zeichnet sich bereits im ersten Jahr unter neuer Führung ab: eine komplett neu aufbereitete Homepage bietet dem User auf einen Klick alles rund ums Thema Lifestyle sowie aktuelle Ausgehtipps und im „MySpace Culture Guide“ präsentiert PRINZ im Sommer die besten Newcomer der Stadt.

Als besonderes Highlight im Jahr 2008 präsentiert PRINZ im Oktober den PRINZ TOP GUIDE 2009. Er bietet die besten Tipps und Adressen rund um die Themen Restaurants, Bars, Clubs, Shopping, Sport, Wellness, Hotels, Freizeit und vieles mehr. Die hochwertige Aufmachung, die konsequente Serviceorientierung und der facettenreiche Inhalt machen den PRINZ TOP GUIDE zu einem ganzjährigen Nachschlagewerk. Er wird in seiner Gesamtheit der erste seiner Art in Dresden sein für die Kern-Zielgruppe der Mitte 20- bis Ende 30-Jährigen.

Dresdner Sarrasani-Lounge



Feiern im Pflegeheim

Man sollte es nicht für möglich halten: Die 15. Dresdner Sarrasani-Lounge entführte die Teilnehmer in das (Pflege-)Haus der Cultus gGmbH an der Maille-Bahn. Und dennoch ließen sich die Teilnehmer durch die eröffnenden Worte des Cultus gGmbH-Aufsichtsratsvorsitzenden, Dresdens Soziabürgermeister Tobias Kogge, für die Sache an sich gewinnen. Das Haus stellte der amtierende Geschäftsführer Geigenmüller vor. Die nach der Flut vom feinsten sanierte Villa wird für Familienfeiern und Empfänge vermietet. Und das Pflegeheim? Das befindet sich mittlerweile im neuen Anbau.

Obwohl Pillnitz etwas außerhalb liegt und auch Dauerregen normalerweise auch keine Lust auf Grillen macht, so kamen dennoch 64 von 65 angemeldeten Gästen. Und die haben den Weg auch nicht bereuen müssen. Ein wunderbarer Blick über die Wiesen zur Elbe, Spaziergang auf der baumreichen Terrasse und Freiberg vom Fass und Alkoholfreies von Oppacher passten wunderbar zu Gegrilltem mit verschiedenen Salaten. Durchgeführt wurde das Catering vom Luby-Service (Werkstatt für behinderte Menschen), einem Tochterunternehmen der Cultus gGmbH.

Nachrichten aus dem Dresdner Presseclub

Vom Sachsenspiegel zur AOK PLUS

Hannelore Strobel neue Medienfrau am Sternplatz

„Glossen verbieten sich als Pressesprecherin“, erklärt Hannelore Strobel mit jugendlichem Elan, „aber ich habe den Ehrgeiz, nicht meine persönliche Handschrift aufzugeben und machte die glückliche Erfahrung, dass dies hier im Hause gut ankommt.“ Das klingt wie Musik in den Ohren mancher vom Chef geplagten Kollegin, aber die Strukturen bei AOK PLUS sind auch hierarchisch geordnet, konstatiert die gebürtige Radebeulerin.



Als freie Mitarbeiterin zuvor beim Sachsenspiegel zuständig für Gesundheitspolitik und ständig auf der Suche nach zugkräftigen Schlagzeilen, hatte sich Strobel im vergangenen Jahr bei der Bewerbung um die zum Oktober ausgeschriebene Stelle des in den Ruhestand wechselnden Dr. Heinz-Werner Raske gegen 111 Konkurrenten durchgesetzt. Das war kurz vor der Fusion von AOK Sachsen und AOK Thüringen ein hohes Ziel, aber kein Griff nach den Sternen, denn schließlich haben mit dem Fusionstag (1.1.08) alle mehr oder weniger „neu angefangen“. Übrigens betätigt sich die frische AOK-Medienfrau auch privat als Gipfelstürmerin. Hat sie doch erst vor zwei Jahren mit ihrem Gatten und zwei erwachsenen Söhnen den Mont Blanc (4.810 m) bezwungen, ein Erlebnis von nachhaltiger Wirkung. „Die unglaubliche

Loyalität unter den Kollegen“ empfindet Strobel als wohltuend. Mit ihren acht Mitarbeitern, darunter zwei Männer, verstehe sie sich blendend, bei der Herstellung der Kundenzeitung und einer Mitarbeiterzeitung für insgesamt etwa 7.000 Angestellte, davon rund 800 am Sternplatz. Daneben gilt es zu Presseanfragen in den Abteilungen Informationen einzuholen, Krankenhaushoren zu besuchen, Kontakte zu pflegen mit Redaktionen auch in der Lausitz und Hintergrundgespräche zu führen. „Mit 50 fängt das Leben erst an“, lacht die seit 30 Jahren glücklich verheiratete Hannelore Strobel. In ihrer Freizeit spielt die ehemalige Philosophiestudentin gern Gitarre oder liest gute Bücher. Im Urlaub zieht es die Pressesprecherin in die Berge. (RF)

Kleine Redaktion – große Wirkung

MOPO-Chef Peter Rzepus im Presseclub

„Das Interesse der Leser für Sport ist größer als für Kultur, auch in der Kulturstadt Dresden“ resümiert Peter Rzepus, seit 1999 Chefredakteur der Dresdner Morgenpost (MOPO), im Gespräch mit Presseclub-Chef Dieter Hoefer und beantwortet damit gleich die Frage, warum in seiner Redaktion sich fünf Journalisten um die Sportseiten kümmern und nur zwei um die Kultur. Priorität haben die lokale und regionale Berichterstattung, weshalb hier auch dreizehn Redakteure angesiedelt seien, dazu drei Leute bei MOPO Chemnitz (31 000 Auflage) plus ein Sportreporter und drei für Politik plus ein Korrespondent in Leipzig. Die verhältnismäßig kleine Redaktion von insgesamt etwa 50 Mitarbeitern habe mit

der Zeitung im handlichen „fast rheinischen Format“ eine verhältnismäßig große Wirkung, denn mit 70 000 Exemplaren und geschätzten 300 000 Lesern rangiere die MOPO Dresden gleich hinter der Sächsischen Zeitung vor Bildzeitung und Dresdner Neuesten Nachrichten, erklärt Rzepus.



„Zielgruppe ist jeder“, sagt der ehemalige Sprecher des Berliner Senators für Wirtschaft und Verkehr, allerdings lesen das Blatt mit 52 Prozent mehr Frauen als Männer. Obwohl es seit geraumer Zeit eine Szene- und Kinderseite gebe, gehörten Jugendliche nicht zu den Stammlesern, denn sie wüchsen mit iPod und Internet auf und es sei ihnen zu langweilig in der Zeitung zu blättern. Wirtschaftsthemen tiefgründig in dem Boulevardblatt zu reflektieren läge nicht in Rzepus' Interesse. „Man vergrämt die Leute schneller als man sie wieder gewinnen kann“, schlussfolgert der frühere Bild-Lokalchef. Bis auf die letzten beiden Seiten stammten alle Beiträge aus der Dresdner Redaktion an der Ostra-Allee. Da Sportjournal und Ratgeber zum Herausnehmen seien, wäre die Heftung des Blattes kein Thema. Die MOPO-DVD habe einen Verkaufsschub gebracht, allerdings ohne Nachhaltigkeit.

Den MOPO-Internetauftritt nannte Rzepus „Brosamen, um den Menschen zu zeigen, dass wir auch das können. In meinem Herzen schlagen da zwei Brüste“, zitierte der gebürtige Berliner Peter Rzepus lachend das geflügelte Goethe-Seele-Wort reziprok, „denn kein Mensch kann mir sagen, dass es sinnvoll ist, heute im world-wide-web zu veröffentlichen, was der Kunde morgen als Zeitung am Kiosk kaufen soll.“ (RF)

Das Feindbild im Zeitungsleser

ifk-Absolventen präsentieren Forschung im Presseclub

Personen mit einem ausgeprägten Standpunkt zu tagespolitischen Themen, nehmen den Inhalt sachbezogener Artikel häufig als „feindlich“ wahr, auch wenn diese ein ausgewogenes Meinungsbild aufzeigen. Zu diesem kurzgefassten Ergebnis kam Anna-Maria Mende MA, Absolventin des Institutes für Kommunikationswissenschaft (ifk) der TU Dresden und daselbst wissenschaftliche Mitarbeiterin, während ihrer Masterarbeit zum Thema „Die Theorie der feindlichen Medien auf dem Prüfstand“, welche sie am Beispiel von Artikeln zur Problematik Waldschlößchenbrücke jüngst im gut besuchten Presseclub darstellte. Dieser „hostile media effect“ (feindlicher Medieneffekt) liege als Verzerrung der Meinung meist nicht begründet im entsprechenden Artikel von Printmedien (hier SZ und DNN), sondern spiegele bestätigend oder ablehnend das vorgefasste „Feindbild“ im Zeitungsleser selbst, fand Mende heraus. „Trotzdem müssen auch alle tendenziellen Leserbriefbeantwortungen“, warf Oliver Rie-



Marlene Rattei, Prof. Wolfgang Schweiger, Anna-Maria Mende, Katlen Trautmann

bel (MDR) in die Debatte, welche von Journalistin Katlen Trautmann und Prof. Wolfgang Schweiger (ifk) geführt wurde.

Empirische Arbeit am Meinungsbild der Bürger zur Bebauung Neumarkt, Woba-Verkauf und Waldschlößchenbrücke leistete Marlene Rattei MA, die eigens vom Praktikum bei Pro7 aus München herangerauscht kam, mit dem Thema „Instrumente sachunmittelbarer Demokratie in Bürgerbegehren und Bürgerbescheiden“, eine Gemeinschaftsarbeit mit Marikka Pfeiffer. Bei der

Auswertung von insgesamt 1.013 sachbezogenen Zeitungsartikeln fand Mattei, „in der DNN einen größeren Anteil informationshaltiger Beiträge als in der SZ“. Beim Votum Waldschlößchenbrücke beteiligten sich mit 51 Prozent mehr Dresdner als bei der vergangenen OB-

Wahl oder der Stadtratswahl. Befürworter und Gegner kamen in der Presse jedoch gleichermaßen zu Wort. Warum der Leser gern die feindliche Meinung aus den Artikeln herausliest sei letztlich eine psychologische Frage, erläuterte Mende: „Das Universum im Kopf eines Brücken-Gegners ist eben diametral gepolt zum Universum im Kopf eines Brücken-Befürworters.“ Tipp: Unternehmen und Presse sollten sich bei derart fundiert vorge-tragenen Arbeiten zur eigenen Zukunftssicherung für die Referenten interessieren. (RF)

Dresdner Presseamt

Hier stellen wir Ihnen regelmäßig einzelne Mitarbeiter aus dem Dresdner Presseamt vor.

Abt. Europäische und Internationale Angelegenheiten



Ina Pfeifer

Kommissarische Abteilungsleiterin

Die Hauptaufgabe dieser Abteilung des Presseamtes mit insgesamt sieben Sachbearbeiterinnen und Sachbearbeitern für europäische und internationale Angelegenheiten ist die Pflege der Beziehungen zu den zwölf Partnerstädten Dresdens: Coventry (1959), Breslau (1959), St. Petersburg (1961), Skopje (1967), Ostrava (1971), Brazzaville (1975), Florenz (1978), Hamburg (1987), Rotterdam (1988), Straßburg (1990), Salzburg (1991) und Columbus (1992). „Weitere Aufgaben“, erläutert Pfeifer, seit 17 Jahren Mitarbeiterin in der Stadtverwaltung, „erwachsen aus den europäischen Netzwerken EUROCITIES und POLIS. Auch ist die Abteilung für die Koordination der internationalen Entwicklungszusammenarbeit und Humanitären Hilfe, für die Besuchsprogramme ehemaliger Dresdner jüdischen Glaubens, die internationale Friedens- und Versöhnungsarbeit sowie die Zusammenarbeit mit anderen Akteuren in der Stadt und der Region zu internationalen Themen zuständig.“ Die Kolleginnen und Kollegen verfassen Grußworte und Pressemitteilungen, organisieren Besuchsprogramme sowie die Betreuung von Delegationen aus und nach den Partnerstädten.

Ina Pfeifer selbst ist zuständig für Breslau, St. Petersburg, Rotterdam und betreut die jüngste Beziehung zur chinesischen Millionenstadt Hangzhou, die reges Interesse an einer vom Stadtrat noch zu bestätigenden Partnerschaft mit Dresden bekundet hat, weshalb Ende vergangenen Jahres eine Dresdner Delegation unter Leitung des amtierenden OB Dr. Lutz Vogel nach China reiste. Natürlich wurden alle zwölf Partnerstädte zum Dresdner Stadtjubiläum 2006 mit typischen Kulturgruppen eingeladen. Höhepunkte waren 2007 die Partnerschaftsjubiläen 40 Jahre zu Skopje und 20 Jahre zu Hamburg, die jeweils mit Veranstaltungen und Ausstellungen begleitet wurden. In diesem Jahr jähren sich die Partnerschaften mit Florenz zum 30. und mit Rotterdam zum 20. Mal. (RF)

Antje Beutekamp



Als jüngste Mitarbeiterin im Presseamt ist Antje Beutekamp vor etwa drei Monaten vom Haupt- und Personalamt in die Abteilung Europäische und Internationale Angelegenheiten gewechselt. Sie vertritt eine Kollegin, die sich in der Elternzeit befindet. Antje Beutekamp pflegt die Kontakte zu den Partnerstädten Columbus / Ohio und Skopje/Mazedonien. Die Partnerschaft zu Skopje jährte sich im vergangenen Jahr zum 40. Mal. In diesem Jahr wollen Kinder aus Skopje und anderen Orten beim Fußballderby Saxony-Cup am 5. Juli in Dresden mit sächsischen Mannschaften ums runde Leder kämpfen. Städteplanerische Themen werden im Sommer wieder beim alljährlichen Studentenaustausch zwischen Columbus und Dresden diskutiert. Für den Herbst organisiert Beutekamp gemeinsam mit der Jugend- und Kunstschule Dresden eine Fahrt zum Kindervolkstanz-Festival nach Skopje, für Oktober/November ein Konzert der Columbus Jazz Arts Group in der Musikhochschule Carl Maria von Weber. Neben den Städtepartnerschaften betreut Antje Beutekamp auch die Mitgliedschaft Dresdens in den Städtenetzwerken EUROCITIES und POLIS. (RF)



Jan Ehnert

Wenn es um EU-Fördermöglichkeiten geht, sind Vereine und Institutionen bei Jan Ehnert an der richtigen Stelle. Seit 1996 in der Stadtverwaltung, sondiert er seit 2005 bekannte und neue Fördertöpfe nach ihrer Ergiebigkeit für die Landeshauptstadt und gibt Interessenten Empfehlungen. Daneben knüpft oder erneuert er Kontakte zu den Städten Florenz/Italien, mit der wir heuer 30 Jahre Partnerschaft begehen und zu Brazzaville/Kongo, eine exotische Partnerschaft aus DDR-Zeiten, die wieder belebt wird. Anfang Mai unterstützte Ehnert für die Stadt das Neustadtfest mit den berühmten Florentiner Fahnen-schwenkern und Veranstaltungen wie „Un' Avventura Italiana con Giacomo Casanova“



Karin Mitzscherlich

Sachbearbeiterin für europäische und internationale Angelegenheiten

Um die Beziehungen zu den Partnerstädten Coventry, Salzburg und Hamburg kümmert sich Karin Mitzscherlich, die schon seit 1988 in der Stadtverwaltung arbeitet. Darüber hinaus pflegt sie Kontakt zur befreundeten polnischen Stadt Gostyń, welche für die Frauenkirche als Zeichen der Versöhnung eine Flammenvase spendete. „Während es mit Partnerstädten umfassende Abkommen gibt, die die Stadtparlamente beschließen, erfolgt die Zusammenarbeit mit befreundeten Städten auf der Basis von punktuellen gemeinsamen Interessen“ bringt Frau Mitzscherlich den Unterschied quasi auf den Punkt.

Sie kümmert sich außerdem um Themen der internationalen Friedens- und Versöhnungsarbeit der Landeshauptstadt Dresden. Seit 2004 ist in ihrem Arbeitsbereich auch „Dresden hilft“ angesiedelt, das gemeinsame Aktionsbündnis der Landeshauptstadt Dresden und der Dresdner Hilfsorganisation arche noVa e. V., das aus der Tsunami-Katastrophe entstand. Humanitäre Hilfe und Entwicklungsprojekte in Sri Lanka, Südisien und auf den Malediven waren der Anfang. Allein in Sri Lanka sanierten und bauten die arche noVa-Teams über 3.000 Brunnen und sorgten damit für die lebenswichtige Wiederherstellung der Trinkwasserversorgung in den überfluteten Regionen – alles mit Spenden und Spezialisten aus Dresden. Inzwischen engagierte und engagiert sich „Dresden hilft“ in den Erdbebengebieten von Pakistan und ganz aktuell in Griechenland, wo die Brandkatastrophe 2007 ganze Landstriche verwüstete. (RF)

rund um das Kulturrathaus in der Königstraße. Mit dem Volksbund Deutsche Kriegsgräberfürsorge organisiert Ehnert als Projektkoordinator jährlich Fahrten zur Betreuung von Grabstätten. Daneben betreut er Projekte wie EU-MED-EAST zur Schaffung eines Netzwerkes im Gesundheitsbereich oder EURES zur Belebung des regionalen Arbeitsmarktes. Brazzaville wünscht sich Unterstützung durch know-how-transfer auf den Gebieten Müllentsorgung und Bestattungswesen und schickt zur Information eine Fachgruppe nach Dresden. Kulturwochen mit Brazzaville werden initiiert. Schüler des Gymnasiums Romain Roland chatten seit einiger Zeit mit kongole-sischen Jugendlichen via Internet. (RF)

Pressesprecher kurz vor der Wahl

Pressesprecher müssen eigentlich immer schnell mit einer Antwort sein, wenn die Journalisten ihre Fragen stellen. So hat die Dresdner Pressepost allen Sprechern der fünf erstaufgestellten OB-Kandidaten am Donnerstag, 29. Mai, um 10.20 Uhr nach vorheriger telefonischer Prüfung der E-Mail-Adressen eine Mail mit der Bitte um Beantwortung der Fragen.

Es war Zeit bis 23 Uhr. Die Sprecher von Eva Jähnigen und Peter Lames sahen sich scheinbar außerstande, auf die Mails zu antworten; jedenfalls taten sie es nicht!

Aber die drei anderen dürfen nun nachfolgend berichten.



Andreas Baumann

Pressesprecher der OB-Kandidatin Helma Orosz und der CDU Dresden



Christian Schulze

Pressesprecher des OB-Kandidaten Dirk Hilbert (FDP)



Thomas Westphal

Pressesprecher DIE LINKE. Dresden, Wahlkampfleiter DIE LINKE. Dresden

Kurze Angaben zur Person

1946 in Dresden geboren, 1961 in die BRD gezogen, nach Studium VWL und Publizistik u.a. 20 Jahre Geschäftsführer in einem intern. Technologie-Konzern (12 000 Mitarbeiter), seit 2006 wieder in Dresden und selbst. Berater.

24, Student der Politik und Kommunikation an der TU Dresden

35, Angestellter

Frage 1: Wie sind Sie zu dieser Pressearbeit gekommen?

Aufgrund des Studiums der Publizistik und anschließender Erfahrungen in der Industrie sowie der CDU Dresden wurde ich von Helma Orosz gefragt, ob ich die Aufgabe übernehmen möchte.

Ich bin selbst seit 2005 in der FDP aktiv und Dirk Hilbert hat mich gefragt, ob ich diese spannende Aufgabe übernehmen möchte.

Als Mitglied des Dresdner Stadtvorstandes meiner Partei habe ich mich um Öffentlichkeitsarbeit gekümmert und wurde später zum Pressesprecher gewählt.

Frage 2: Wie oft sehen Sie Ihren Kandidaten bzw. telefonieren mit ihm/ihr?

Nahezu täglicher Kontakt u.a. bei Veranstaltungen oder über Mail/SMS.

Mehrmals täglich sprechen wir Termine, Anfragen und Statements durch – mal persönlich, telefonisch aber auch mal per E-Mail und SMS.

Im Wahlkampf sieben Tage die Woche, 12 Stunden am Tag. Wir arbeiten in einem gemeinsamen Büro und nehmen fast alle Termine gemeinsam wahr.

Frage 3: Dürfen Sie Ihre Texte selbständig verfassen und herausgeben oder müssen Sie alles abzeichnen lassen?

Es kommt auf den Sachverhalt und die Anfrage an. Mehrheitlich werden die Texte von Helma Orosz freigegeben.

Grundsätzlich versuche ich jedes Statement abzustimmen. Da der Tenor häufig klar ist, muss nicht jedes Wort durchgesprochen werden.

Alles wofür mein Kandidat in der Öffentlichkeit eintreten muss wird in Absprache mit ihm veröffentlicht.

Frage 4: Wie geht es für Sie persönlich nach der Wahl weiter – vorausgesetzt Ihr Kandidat gewinnt die Wahl nicht?

Da ich selbständig bin, habe ich mir eine Auszeit für Helma Orosz genommen. In meinem Alter (61) zielt man nicht mehr auf eine Karriere, sondern hilft ehrenamtlich.

Nach dem Wahlkampf steht meine Abschlussprüfung an. Ich kehre also im Herbst definitiv für ein halbes Jahr an die Uni zurück.

Ich sehe den derzeitigen Kandidaten dann wahrscheinlich seltener und werde seine Arbeit als Oberbürgermeister mit großem Interesse verfolgen.

Namen & Nachrichten



Grundsteinlegung Fritz-Förster-Platz 2/Bergstraße 60 am 25. April 2008

Das 1902 errichtete Jugendstilgebäude soll bis 2009 zum „Technologiehaus am Campus“ ausgebaut werden, das dann auf fünf Etagen insgesamt 3.200 Quadratmeter Bürofläche umfasst. Am 10. September werden die Saxonia Systems AG sowie die Tochterunternehmen Par.X Marketing GmbH und Deutsche Einkaufsfinanzierer GmbH hier ihren neuen Firmensitz beziehen.

Das original MD-Signal: Mückenplage adé!

Radio Dresden vertreibt seit sieben Jahren Mücken

Pünktlich zum Start der ersten heißen Tage bietet Radio Dresden auch in diesem Jahr seinen Hörern wieder einen besonderen Service an. Der Sender strahlt seit dem 23. Mai wieder rund um die Uhr ein Signal aus, das Mücken vertreibt. Somit können die Dresdner die lauen Sommernächte ohne das Summen der Blutsauger genießen.

Bereits seit sieben Jahren schützt der Radiosender seine Hörer während der Sommermonate auf diese Weise vor den lästigen Insekten. Das original MD-Signal (Mosquito-Distance) kann von Menschen nicht wahrgenommen werden. Der Ton wird ähnlich der ARI-Kennung des Verkehrsfunks parallel zum Audiosignal ausgestrahlt.

„Für Menschen und Tiere ist der Ton ungefährlich“, sagt Technik-Leiter Jürgen Seime. „Um sich wirksam vor den Mücken zu schützen, sollte das Radio auf Zimmerlautstärke eingestellt sein.“ Optimal ist Stereoempfang.

„Um die Mücken aus Garten und von Terrasse zu vertreiben, sollte das Radio bereits vor dem Betreten angestellt werden. Auch beim Schlafengehen und Aufstehen ist es sinnvoll, das Radio auf Empfang zu stellen. Einen hundertprozentigen Schutz können wir allerdings nicht garantieren“, sagte er weiter.

Das original MD-Signal gegen Mücken wurde vom amerikanischen Wissenschaftler Prof. HC John P. Hausmann an der Universität Massachusetts entwickelt. Der 70-Jährige hatte eine vierhundertseitige Studie über das Verhalten der Insekten geschrieben.

Sächsische Zeitung

Die Sächsische Zeitung hat ihren Internetauftritt optisch überarbeitet: SZ-Online.de hat ein neues Logo und eine neue Schriftart bekommen. Die sichtbaren Veränderungen sind aber nur oberflächlich, am Aufbau und der grundsätzlichen Struktur hat sich nichts verändert. (SM)

www.sz-online.de



Die Sächsische Landesanstalt für

Rundfunk hat die sechste, von ihr in Auftrag gegebene Funkanalyse zum Lokalfernsehen vorgestellt. Die lokalen Fernsehstationen verfügen demnach in Sachsen über eine technische Reichweite von 65 % (1,8 Mio. Personen); tatsächlich schalten aber nur 12 % derjenigen, die es empfangen können, fast täglich ein. Die durchschnittliche Seh-Dauer in Sachsen sind 32 Minuten. Über das durchschnittliche Alter der Zuschauer ist auf den einschlägigen Internetseiten allerdings nichts zu finden.

(Quelle: slm-online.de, digitalfernsehen.de)

SDV – Die Medien AG auf den Mailingtagen

SDV – Die Medien AG präsentiert hochindividualisierte Druckprodukte und intelligente Lösungen für Digital- und Offsetdruck auf den 9. Mailingtagen in Nürnberg (18.–19. Juni). Darüber hinaus stellt das Unternehmen die Premium-Bildpersonalisierungssoftware DirecType® sowie die neue kostenlose Endkundenversion Photowriter® als Mitaussteller vor. Im Forum III: „Kundenzeitschriften“ zeigt die SDV AG unter dem Motto „Erfolgsstrategie: Innovative, intelligente Individualisierung“, welche Möglichkeiten der Digitaldruck für hochemotionale Kundenansprache mit Magazinen bietet.



Auch auf der Sonderschau „Kreation“ präsentiert SDV – Die Medien AG hochwertiges, innovatives und emotionales One-to-One-Marketing.

Ein HiPP-Mailing mit bildpersonalisiertem Türanhänger bringt Babys und ihren Müttern den neuen Lieblingsbrei näher. eBay spricht seine Premiumkunden hochindividualisiert mit einem eigenen Magazin an, das den Empfänger nicht nur mit auf ihn zugeschnittenen Themen informiert, sondern ihm gleichzeitig einen Quartalsbericht über die Aktivitäten seiner Käufer liefert. Ein Selfmailer von Lufthansa besticht durch die besondere Haptik – das Papier ist dem Leder einer Handtasche nachempfunden. Je nach Kundenstatus erhielten die Adressaten ein individuelles Prämienmeilen- und Handyangebot.

Namen & Nachrichten



André und die Morgenmädels Kristin und Veronika

15 Jahre Radio Dresden

Gleich zwei Jubiläen konnte Radio Dresden im Mai feiern.

Der Radiosender wurde 15, und seit sechs Jahren weckt Moderator André Hardt gemeinsam mit den Morgenmädels die Radiohörer.

Ein Radio-Dresden-Urgestein ist DJ Happy Vibes (Andreas Hofmann). Er war der Mann der ersten Stunde, als Radio Dresden am 9. Mai 1993 an den Start ging. Gemeinsam mit Moderator Matthias Zilch fuhr er die Premieren-Sendung. „Als erster Titel lief ‚Walk of Life‘ von den Dire Straits“, sagt DJ Happy Vibes. Das Knöpfchen für den Sendestart drückte der damalige Dresdner Oberbürgermeister Dr. Herbert Wagner.

Seitdem hören die Menschen im Dresdner Umland den Sender täglich auf der Dresdner Frequenz UKW 103,5 MHz. Alle Staus, Blitzer und das Wetter werden für sie direkt vor der Haustür ermittelt. Zudem erfahren sie ständig das Aktuellste aus Dresden, dem Umland und der Welt.

Montags bis Freitags wecken „André und die Morgenmädels“ die Hörer zwischen 5 und 9 Uhr. Seit sechs Jahren sorgt Moderator André Hardt mit seinen bezaubernden Kolleginnen Kristin und Veronika dafür, dass die Hörer gut gelaunt und informiert in den Tag starten.

„Wir danken den treuen Hörern für die vielen Jahre, in denen sie uns eingeschaltet haben. Auch in Zukunft wollen wir dafür sorgen, dass sich die Hörer mit uns zu Hause fühlen“, sagt Pressesprecher Rocco Reichel.

Moderatorin **Kati Huhn** hat den Radiosender Hitradio RTL verlassen. Laut Pressesprecher Rocco Reichel will sie sich beruflich neu orientieren. (SM)

Rocco Reichel ist seit Mai Nachrichtenchef bei HITRADIO RTL SACHSEN. Der 40-Jährige wird auch weiterhin als Leiter der Unternehmenskommunikation arbeiten. Reichel war bereits als Chefredakteur von ANTENNE SACHSEN tätig. (SM)

Nicole Kirchner, 26, hat zum 1. Mai die Chefredaktion von Melodie & Rhythmus übernommen. Sie folgt auf Christian Hentschel, der künftig wieder mehr schreiben will. Melodie & Rhythmus erscheint im Heimat-Verlag in Berlin und beschäftigt sich besonders mit der ostdeutschen Musik-Szene. Kirchner hatte zuletzt die Redaktionsleitung von DD-Inside inne, zuvor war sie Redaktionsleiterin Prinz Dresden.

(Quelle: pr-inside.de)



demdR.com online

Nachfrage eintragen und zurücklehnen: Einfachheit ist Trumpf bei demandR.com, der weltweit ersten, rein nutzergetriebenen Nachfrageplattform, die am 15. März zum Weltverbrauchertag startete.

Bei demandR.com können alle Leute, die gerade auf der Suche nach Produkten, Dienstleistungen oder Kombinationen aus beidem (z.B. Handy plus Vertrag) sind, ihr Nachfragesuch in allen denkbaren Kategorien einstellen und entspannt abwarten. Für die jeweilige Kategorie qualifizierte Händler und Dienstleister unterbreiten anschließend Angebote, die exakt auf die Wünsche der Nachfrager zugeschnitten sind.

demandR.com liefert damit als persönlicher Nachfragescout Orientierung im unübersichtlichen Angebotswirrwarr im Internet. Wer ungefähr weiß, was er will, der findet bei demandR.com ohne viel Aufwand, völlig kostenlos und ohne Pflicht zur Angebotsannahme passende Produkte und Dienstleistungen.

Die neue Nachfrageplattform richtet sich auf der Nachfrager-Seite an Endverbraucher, die z.B. eine neue Mikrowelle, ein gebrauchtes Auto mit einer passenden Versicherung, eine Flugreise mit Unterbringung oder viele andere Dinge suchen. Neben dem neuartigen C-to-B-Konzept, also vom Konsumenten zum Anbieter, greift bei demandR.com auch das B-to-B-Konzept, denn auch Unternehmen können die einzigartige Nachfrageplattform natürlich für ihre Kundengewinnung nutzen. demandR-Erfinder ist der Diplom-Kaufmann Ulf Kossol, der die Kossol Media GmbH mit Sitz in Dresden in den letzten Monaten aufgebaut hat. Die Idee hatte Kossol im April 2007, als er selbst auf der Suche nach einem Zweitwagen war und dabei das Angebot von Gebrauchtwagenhändlern im Internet vermisste. Im Gründerteam unterstützt Ulf Kossol Mit-Geschäftsführer Daniel von Wedel, als Geld- und Ratgeber im Hintergrund fungiert dessen Bruder Alexander von Wedel. Außerdem hat Ulf Kossol zur Realisierung von demandR.com ein Netz aus externen Dienstleistern gesponnen.

www.demandr.com

IMPRESSUM

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

MITWIRKENDE DIESER AUSGABE Roland Fröhlich (RF), Michael Hiller (MH), Dagmar Möbius (DM), Sabine Mutschke (SM) und Annegret Stefan (AS), PR-Agenturen

FOTOS Roland Fröhlich, Sabine Mutschke, dyri1, SDV, 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 Eigenvertrieb

Namentlich gekennzeichnete Artikel geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Alle Veranstaltungsdaten ohne Gewähr. Es wird keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Zeichnungen und Fotos übernommen. Die Redaktion behält sich vor, zugesandte Beiträge sinnwahrnehmend 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 als monatliche Digitalzeitung, kostenfrei.

Im Rahmen der digitalen Ausgabe werden auch Links zu Internetinhalten anderer Anbieter bereitgestellt. Auf den Inhalt dieser Seiten haben wir keinen Einfluss; für den Inhalt ist ausschließlich der Betreiber der anderen Website verantwortlich. Trotz der Überprüfung der Inhalte im gesetzlich gebotenen Rahmen müssen wir daher jede Verantwortung für den Inhalt dieser Links bzw. der verlinkten Seite ablehnen.