

Dresdner Pressepost

5. Jahrgang

JANUAR 2009

Das Dresdner Grünkohlparlament tagte



Dr. Michael Hupe übergibt das Zepter des Grünkohlkönigs an den Intendanten der Musikfestspiele, Jan Vogler.

300 Persönlichkeiten debattierten im Hilton beim Wintergemüse / Musikfestspielintendant ist neuer Grünkohlkönig

„Es lebe der König!“ hieß es wieder im Hilton. Beim 19. Grünkohllessen, das auf die Tradition eines Hamburg-Dresden-Wirtschaftsgipfels von 1990 zurückgeht, trafen sich 300 Persönlichkeiten der Stadt, unter anderem auch die Oberbürgermeisterin, um ein köstliches Menü aus dem vitaminreichen Wintergemüse zu genießen, aber auch in lockerem Gespräch das eine oder andere Problem zu bereden. Helma Orosz meinte, in diesen zwei Stunden soviel Termine abgearbeitet zu haben, wie sonst in der ganzen Woche.

Seit 2006 wird bei diesem Treffen auch ein „Grünkohlkönig“ gekürt, der vorher von einer Jury aus dem Presseclub Dresden und dem Hilton ausgesucht wurde. Dieser

wird verpflichtet, während seiner Regentschaft ein Jahr lang viel Gutes für die Stadt zu tun. Der scheidende König, Dr. Michael Hupe, Geschäftsführer des Airport Dresden Convention Bureau e.V. nicht nur dafür gesorgt, dass Dresden eine gefragte Stadt für Tagungen und Kongresse ist, sondern baute direkt an der Start- und Landebahn als Umweltindikator auch Grünkohl an. In Labortests wurde dem Gemüse beste Qualität bestätigt, und er konnte im Hilton serviert werden.

Neuer Grünkohlkönig ist der Cello-Virtuose und neue Intendant der Dresdner Musikfestspiele, Jan Vogler. Dieser hat bereits vor einigen Tagen in New York 80 Top-Journalisten 30 Minuten lang die Schönheit Dresdens vorgeschwärmt und will die Musikfestspiele in die internationale Spitzenliga der Festivals bringen. (HR)

Editorial

Liebe Leser,

ein Phaeton aus der Gläsernen Manufaktur wurde diesen Monat an Dresdens Oberbürgermeisterin Helma Orosz übergeben. Mal wieder überschlugen sich Kommentare und öffentliche Anfragen. Bei Roßberg damals war es völlig normal, ihn mit einem Phaeton herumzufahren. Daher sollte es auch bei Frau Orosz Normalität bleiben.

Das Dresdner Stadtoberhaupt darf sich zum Wohle und zum Marketing für die Stadt gerne in diesem in Dresden gebauten Wagen zeigen. Und da sich der Leasingpreis im Vergleich zu bayerischen Wagen ebenfalls sehen lassen kann, freut sich auch das Stadtsäckel.

Und mit diesem auch Ihr
Peter Dyroff
Chefredakteur + Objektleiter



Hilton-Chef Andreas Searty legt der Oberbürgermeisterin das Lätzchen zum Grünkohllessen um.

Stadtmarketing mit Europeaniveau

Helma Orosz spricht im Marketing-Club Dresden

„Der Standort Dresden muss eine eigene Qualität bekommen“, betonte Oberbürgermeisterin Helma Orosz jüngst bei einem Vortrag zum Thema „Stadtmarketing Dresden“ vor dem Marketing-Club Dresden und „Europa ist für Dresden das Niveau, welches für uns angemessen ist.“ Damit legte Dresdens forschende First Lady die Maßlatte des Erfolges mit Sicherheit ein paar Löcher höher als die gegenwärtige Realität sie zeigt. Um dieses europäische Qualitätsziel zu erreichen, gebe es aber kein Patentrezept. „Arbeit ist genügend da“, sagte Orosz, „wir müssen Puzzle für Puzzle zusammenfügen, um unsre Wirtschaft voranzubringen.“ Dafür müssten intern und extern Rahmenbedingungen geschaffen werden, aber auch als Partner untereinander, ermunterte Orosz die anwesenden etwa 150 Marketing-Experten aus Dresden und Umgebung im Forum Altmarkt.

Sie selbst werde gern als Moderatorin zwischen Wissenschaft und Wirtschaft agieren, um erfolgreich Projekte umzusetzen. „Wir laufen noch nicht auf Hochtouren, aber wir laufen an.“ Um in Konkurrenz mit Köln, Düsseldorf oder Hamburg treten zu können, dürften wir nicht nur schlechtweg unseren Job machen, sondern durch deutlichen Qualitätszuwachs uns in die Vorreiterrolle deutscher Städte mit einbringen. Immerhin, konzedierte Orosz, sei es in den vergangenen 18 Jahren gelungen, Dresden im oberen Drittel im



Bundesvergleich der Großstädte zu platzieren und stellte selbstzufrieden fest: „Wir haben es in den vergangenen Jahren gut gerichtet.“ Dennoch müsse man sich die Frage stellen: Mit welchem Selbstbewusstsein haben wir bisher Marketing für Dresden gemacht auf Landes-, Bundes- und Europa-Ebene? Die Frage nach der Höhe für das Dresden Marketing sinnvoll eingesetzter finanzieller Mittel ließ Orosz diesmal außen vor, wäre aber für alle interessant gewesen.

„Die touristischen Vermarktung ist ein Baustein im Dresdner Wirtschaftsleben, aber eben

nur ein Baustein“, erklärte Orosz und sprach gleich von „Gesamt-Performance“ der Stadt. Die Gäste hätten nun aber gern etwas Genaueres zum Thema der neu geschaffenen, besser aus der DWT eingedampften Dresden Marketing und Tourismus GmbH (DMT) gehört, denn Neugier ist ein Initial für Marketing. Da blieb die Oberbürgermeisterin bedauerlicherweise im unbefriedigenden Allgemeinen. Zum abschließenden Gespräch beim Wein im Foyer machte sich Helma Orosz dann allerdings fleißig Notizen und beantwortete viele Fragen. (RF)

Gründerinnenpreis

Staatsministerin Clauß vergibt Gründerinnenpreis an Claudia Riedel-Göpfert, „Schaulust Optik“

Sachsens Gleichstellungsministerin Christine Clauß hat anlässlich der Messe KarriereStart den jährlich ausgelobten Gründerinnenpreis vergeben. Der Preis ging in diesem Jahr an Claudia Riedel-Göpfert, die die Jury mit ihrer innovativen Gründung der „Schaulust Optik GmbH“ überzeugte.

Staatsministerin Clauß prämierte damit eine kreative Geschäftsidee, die eine Jury aus Experten der Industrie- und Handelskammern, Handwerkskammern, Marketingspezialisten, Mittelständischen Unternehmen, Banken und erfahrenen Existenzgründerinnen ermittelt hat.

„Ich freue mich, dass auch im Jahr 2009 im Rahmen der Messe KarriereStart der „Gründerinnenpreis“ an eine kompetente Sächsin verliehen wird, die den keinesfalls einfachen und risikobehafteten Weg in die Selbstständigkeit gewagt hat“, so Clauß in ihrer Laudatio.

„Dabei steht die Preisträgerin beispielhaft für viele selbständige Frauen, die mit Ideen, Eigeninitiative und sehr viel persönlichem Engagement verdeutlichen, dass ge-

rade Frauen das Potenzial für eine erfolgreiche Unternehmensgründung und -führung haben. Und dies, obwohl sie oft in ihrer Verantwortung für Beruf wie Familie doppelt und dreifach gefordert sind. Frauen werden zukünftig in vielen Berufen mehr denn je gefragt sein. Denn neben ihrer fachlichen Qualifikation sind sie hoch motiviert und verfügen über ausgeprägte soziale Kompetenzen. Dies befähigt sie in besonderem Maße, auch unternehmerisch erfolgreich zu sein.

Darüber hinaus zeigen wir mit dem Preis: Sachsen hat erfolgreiche Unternehmerinnen, die unsere wirtschaftliche Zukunft aktiv mit gestalten und für viele Nachwuchskräfte Vorbildfunktionen haben. Mit dem Preis möchte ich das Zeichen setzen und Frauen ermuntern, das Wagnis „Unternehmensgründung“ einzugehen. Es lohnt sich. Das zeigen viele erfolgreiche Beispiele“, so Clauß abschließend.

Der Preis ist eine Plastik in Form einer Pustebblume. Zudem umfasst er eine Teilnahme an einer durch die Preisträgerin auszuwählende Messe in Form eines Mesestandes in Höhe von 2.500 Euro. Dieser wird von der ORTEC GmbH gesponsert. Der Gründerinnenpreis wird seit 2008 durch das sächsische Sozialministerium vergeben.

Superbikes auf Sachsenrad 2009



Presserundgang mit ORTEC-Sprecherin Ines Kurze

Vom Superminibike mit Superminiverbrauch über Elektro-Roller mit Steckdosenenergie über eleganten Roadster, stämmigem Geländekrad bis zum heißesten Super-Mega-„Ofen“ mit 960 PS für etwa 125.000 Euro in- und ausländischer Produzenten zeigte die Sachsenrad 2009 Neuerscheinungen und bewährte Maschinen. Ines Kurze, Sprecherin der ORTEC Messe und Kongress GmbH führte beim Presserundgang durch die Messehallen. Als Höhepunkt für Einsteiger kann die lose Vereinigung von 60-70 Teams für Selbstbastler Sachsenbike mit 50ccm Krädchen gelten, www/moppedrennen.de, mit Doppel „pp“! Als Höhenflug für Umsteiger präsentierte sich der Rad-Kunst-Verein „Dirt & Dust e.V.“ mit artistischen Kapriolen über Dreifachsprungschancen. (RF)

Dresdner Sarrasani-Lounge

Rückkehr an den Start

Vor 23 Monaten startete die Dresdner Sarrasani-Lounge im Vorzelt des Hauses Sarrasani am Tag nach der letzten Vorstellung. Zur Weihnachts-Lounge am 30. Dezember konnten wieder zahlreiche Teilnehmer begrüßt werden.

„5 Jahre Körperkunst und Kochkultur“ inspirierten und begeisterten die Lounge-Gäste. Leider konnten diesmal nicht alle Interessenten einen Platz finden. Aber: Neues Jahr, neues Glück. Und – frühzeitiges Anmelden lohnt sich eben immer wieder.



Sarrasani-Eventchefin **Michaela Gornickel** sortiert noch einmal die Namensschilder



André Sarrasani und **Peter Dyroff** dankten sich gegenseitig für die nun schon 23 Monate währende Namenspatenschaft.



Gespräch vor der Show



Sigrid Schönfelder (freie Journalistin), **Sabine Bachert-Mertz von Quirnheim** (DJV) und **Dieter Hoefer** (Vorsitzender Presseclub Dresden)



Dagmar Möbius (freie Journalistin), **Doreen Knorr-Kasalka** (Synonym-Verlag) und **Steffen Ball** (Sarrasani-Presseprecher)

Sarrasani und Partner engagieren sich in Wiesbaden für Dresden-Tourismus

Auf der Eventmesse „World of Events“ am 21. und 22. Januar 2009 verwandelten sich die Hallen 2A der Wiesbadener Rhein-Main-Hallen in die Sarrasani-Arena. Zusammen mit seinen Dresdner Partnern präsentierte das Event- und Circus-Unternehmen sein Leistungsangebot. Mit der Teilnahme an der großen Fach- und Publikumsmesse wollte Unternehmens-Chef André Sarrasani nicht nur Lust auf Varieté, sondern besonders auch auf Dresden machen.

Erstmals war Sarrasani auch bei der „World of Events Night“ im Kurhaus Wiesbaden als Top-Act vertreten.

„Mit unseren Partnern engagieren wir uns hier in Wiesbaden für Dresden und seine Umgebung“, sagt André Sarrasani. „Wir tragen damit einen Teil dazu bei, Dresden als Tourismusdestination weiter zu stärken.“ So waren auf dem Messestand u. a. Vertreter der Staatsoperette Dresden und des Dorint Hotels Dresden anzutreffen.



Kai Schmidt (committo-concept) und **Ramona Nagel** (Freie Presse)



Medienereignis SemperOpernball

Rund 100 Journalisten berichteten vom Ball der Bälle

Ein derartiges Medieninteresse hatte ein Ball in Dresden noch nie gehabt. Zum 4. SemperOpernball am 16. Januar hatten sich rund 100 Journalisten akkreditieren lassen, auch aus dem Ausland, von großen überregionalen Zeitungen und Magazinen. Der Anlass waren weniger die angekündigten Stars und Sternchen aus Kunst und Kultur oder Persönlichkeiten aus der Wirtschaft, sondern der russische Ministerpräsident Wladimir Putin, der den Dankesorden des veranstaltenden Semperopernball e.V. bekommen sollte.

Diese Preisverleihung hatte zwar bei etlichen Kritikern einen faden Beigeschmack hinterlassen, auf dessen Ursache wir nicht weiter eingehen wollen. Es wurde genug darüber geschrieben und gesprochen.

Auch den etwa 1.500 Organisatoren, Service Mitarbeitern und Technikern wurde gedankt, nur die stressige Arbeit der Journalisten kam zu kurz bei der Würdigung. Zumal sie laut Anweisung der Organisatoren auch nur in einer festlichen Garderobe Zugang hatten, im langen Abendkleid die Damen und im Frack oder Smoking die Herren. Wir widmen ihnen in der Pressepost einen Dankesplatz mit vier Fotos:

Als „Miss Medien“ wählten wir Kathrin Koch, Gesellschaftsreporterin der „Dresdner Morgenpost“. Mit ihrem Outfit könnte sie bei jedem Model-Wettbewerb konkurrieren.

Kathrin Saft von der „Sächsischen Zeitung“ sahen wir mit ihrem Fotografen im Superstress. Sie

musste die schönsten Ballkleider vorstellen, und das alles noch für die Sonderausgabe, die nach Mitternacht unter den Ballgästen verteilt wurde. Der MDR sendete 90 Minuten live, hatte seine Superkameras aber auch beim Tanz der Gäste

aufgestellt, um für weitere Sendungen Bilder zu bringen. Einen Kampf um den besten Fotoplatz gab es schließlich, wenn die Stars posierten, hier Jennifer Hof, das 1,81 Meter große Germanys next Topmodel von 2008. (HR)



2009 wird Schlüsseljahr im Journalismus

17. Forum Lokaljournalismus zum Thema „Zeitung macht Zukunft“

Das 17. Forum Lokaljournalismus zum Thema „Zeitung macht Zukunft“ wurde am 21. Januar durch Bundeskanzlerin Angela Merkel in Schwerin eröffnet. Sie sagte unter anderem zu den 150 Redakteuren deutscher österreichischer und schweizerischer Lokalzeitungen: „Die lokalen und regionalen Tageszeitungen sind elementar für die demokratische Meinungsbildung in Deutschland. Von ihnen erwarten die Menschen Orientierung, ihrer Berichterstattung vertrauen sie. Das geht nur mit einem klaren Bekenntnis zu Qualität in der Berichterstattung.“ 2009 würde zu einem Schlüsseljahr im Journalismus werden: Die Wirtschaftskrise stelle die Medienhäuser vor gro-

ße Herausforderungen. Gleichzeitig revolutionieren crossmediale Angebote die Arbeit der Redaktionen. Im Superwahljahr 2009 würde die politische Berichterstattung eine besonders wichtige Aufgabe haben. Es gelte, den Bürgerinnen und Bürgern mit unabhängiger Recherche und kompetenter Analyse die Möglichkeit zu geben, sich eine eigene Meinung zu bilden.

Deshalb wurden an den drei Forumstagen auch erfolgreiche Geschäftsmodelle präsentiert sowie über Anforderungen und Aufgaben für die Journalisten der Zukunft diskutiert – unter dem Motto: Print x Online = Qualität².

Das Forum Lokaljournalismus ist das größte Netzwerktreffen für Redakteure lokaler und regionaler Tageszeitungen. Weitere Informationen unter: www.drehscheibe.org (HR)



„Die Kirche“ – Reinhard Delau

Der Dresdner Schriftsteller und Journalist Reinhard Delau las aus seinem neuen Roman „Die Kirche“ in der Stadtbibliothek Südvorstadt. Delau beschreibt darin den Bau der Frauenkirche zur Barockzeit im Spannungsfeld zwischen Reformation und Gegenreformation und gibt darüber hinaus interessante Einblicke in das Leben von George Bähr, dem Erbauer der Frauenkirche und seiner Zeitgenossen. Der Autor hat über 15 Jahre den Wiederaufbau der Frauenkirche journalistisch begleitet und gilt als Kenner der Materie. (RF)

Edition Sächsische Zeitung, ISBN 978-3-938325-51-3.

BILDUNGSLAND SACHSEN

Sieger Bildungsmonitor 2008 Sieger PISA-Studie 2006

**CDU-FRAKTION WILL GERECHTE
BILDUNGSCHANCEN FÜR ALLE!**

Positionen:

Individuelle Förderung stärken

Chancengerechtigkeit bedeutet, alle Jungen und Mädchen individuell zu fördern und zu fordern. Das muss für leistungsschwächere Schüler ebenso gelten wie für begabte. Jeder Schüler muss den für ihn bestmöglichen Schulabschluss erringen. Die Zahl der Schulabbrecher wollen wir weiter senken.

Informationen zum Thema Schulen in Sachsen erhalten Sie auf Anfrage an die Geschäftsstelle der:

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

Berufsorientierung stärken

Wir setzen uns für eine systematische Berufs- und Studienorientierung ein. Die Schulen und Wirtschaftsunternehmen sollten ihre Kooperation vertiefen. Nicht nur Schüler, sondern auch Lehrer sollten Betriebspraktika leisten.

Frühkindliche Bildung stärken

Unsere Kinder müssen besser auf die Schule vorbereitet werden. Wir wollen den Anteil vorschulischer Bildungsangebote erhöhen. Dazu sollen Kindergarten und Grundschule eng zusammenarbeiten.

Zentrale Abschlussprüfungen für Deutschland

Wir wollen Vergleichbarkeit der schulischen Abschlüsse in Deutschland. Deshalb bekennen wir uns für ein „deutsches Abitur“. Abstriche beim Anspruch an unsere gymnasiale Bildung darf es dabei nicht geben. Gleiches gilt für die Prüfungen zum Haupt- und Realschulabschluss.



CDU

FRAKTION DES
SÄCHSISCHEN LANDTAGES

Dresden braucht Marketingspruch

DMT-Boss Peter Bossert im Presseclub

„Die Marke Dresden soll entwickelt werden. Dazu braucht Dresden einen Marketingspruch“, forderte Peter Bossert, Interimschef der eben aus der Taufe gehobenen Dresden Marketing und Tourismus-Gesellschaft (DMT) bei einem Gespräch mit Journalist Heinz Ruhnau im Presseclub Dresden. Beides scheint gleich schwer, ist jedenfalls bisher nicht so richtig geglückt. Seit der überraschenden, ja galoppierenden Auflösung der Dresden Werbung und Tourismus GmbH (DWT) durch OBin Helma Orosz wegen ständigem Defizit, müsse sich Dresden dringend neu auf dem Tourismusmarkt positionieren, wenn es mit andern vergleichbaren Großstädten wie Köln, Hamburg, München, Stuttgart mithalten will. Der Erfolg der neuen Marktorientierung, sagte Bossert, hänge von den Mitteln ab, die der Stadtrat zur Anschubfinanzierung bewillige. Ohne Moos nichts los,



und im Tourismus schon gar nicht. Danach könne man ein Konzept erarbeiten, das möglicherweise Visionen für die Stadt an der Elbe befördere. Für das Konzept aber müsse unbedingt eine Agentur von außen engagiert werden mit einem ungestellten Dresden-Blick. Das habe, so klang aus Bosserts Argumentation heraus, der Stadtrat wohl noch nicht in aller Konsequenz verinnerlicht. Kardinalfrage: Welches Dresden-

Bild haben die Gäste? Dazu müsse man diese befragen. Internationale Gäste nehmen zu, nationale Gäste bleiben zusehends aus. Es wurde versäumt, den polnischen und russischen Tourismusmarkt zu bewerben. Dann muss sich Dresden hoffentlich sehr bald darüber im Klaren sein, wo es Prioritäten setzen will: Kunst und Kultur, Wissenschaft und Forschung oder Stadt im Grünen mit Freizeiteffekt. Alle Facetten zu

bewerben sei ineffizient. Erfolgversprechender seien Synergie-Effekte, etwa Wissenschaft und Forschung intensiv zu bewerben mit Kunst und Kultur im Schlepptau.

„Der Kongresstourismus ist in Dresden total unterentwickelt“, kritisierte Bossert.

Kritikwürdig fanden die versammelten Journalisten auch die Art und Weise, wie der Stadtrat mit dem aus dem Hut gezauberten Interimsgeschäftsführer umgeht: Erst wird der im Ruhestand befindliche langjährige Drewag-Chef Hals über Kopf kurz vor einem Opernbesuch (Troubadour) zur „Rettung“ engagiert, dann wird seine Wirkungszeit von sechs auf drei Monate beschnitten (was kann man aber in drei Monaten schon konzipieren?), dann wird er bei Vorgesprächen im Stadtrat nicht um seine Meinung gefragt und wird während der Ernennungssitzung dreimal wieder aus dem Plenarsaal geschickt: Man sei noch nicht so weit. – Vielleicht findet sich ja jemand, der dem Stadtrat erst mal Manieren beibringt. (RF)

Reha bei allen Krisen dabei



Linkes Bild: Bavaria-Chef **Rudolf Presel** mit Clubmitglied **Frank Dietz**, rechtes Bild: **Rudolf Presel** mit **Dieter Hoefer** (rechts)

Presseclub besucht Bavaria-Klinik Kreischa

„Wir lassen uns vom Krisengerede nicht verrückt machen, sind aber bei allen Krisen dabei“, verkündete Rudolf Presel, Geschäftsführer der Bavaria-Klinik, schon im Bus auf der Besuchsfahrt des Presseclub Dresden nach Kreischa. Dieser Satz trifft auf die Rehaklinik in mehrfacher Hinsicht zu. Erstens ist die Klinik am Hang mit ihren tausend Betten und 1.400 Mitarbeitern an sich ein Ort originärer Bewältigung psychischer Lebens- und physischer Gesundheitskrisen. Zweitens hängt der riesige Klinik-Komplex wie wir alle am derzeit zweifelhaften Tropf wirtschaftlichen

Wohlergehens. Drittens hat die Bavaria-Klinik in diesem Jahr eine Krise der ganz besonderen Art bewältigt: Sie wurde von einem Virus überfallen. Das klingt medizinisch eher unspektakulär, ist in der Auswirkung aber höchst brisant, denn der hüllenlose nur etwa 35 nm (Nano-Millimeter) große aber aggressive Norovirus aus der Familie der Caliciviridae betätigt sich beim Menschen als enormer Verdauungsbeschleuniger mit epidemischer Wirkung, erläuterte Chefarzt Frank Oehmichen beim Rundgang. Wegen der fehlenden Hülle wirken bei Noro keine herkömmlichen Desinfektionsmittel. Um eine unkontrollierbare Verbreitung zu verhindern, musste binnen kürzester Zeit vom Kliniktrakt ein hermetisch isolierter Quarantäne-Komplex abgetrennt werden. Dazu wurden

auf dem zehn Hektar großen Gelände nicht nur die Versorgungswege geteilt, sondern auch Türen abgesperrt und Wachmänner in Schutzanzügen aufgestellt. Ausnahmezustand. „Ein solcher Fall war bisher in Krankenhäusern beispiellos“, erklärte der leitende Oberarzt Gert Grellmann, sodass Kreischa zum unfreiwilligen Pilotprojekt avancierte. Dank eiserner Konsequenz gelang es den etwa 600 Schwestern, 200 Therapeuten und 120 Ärzten ein medizinisches Chaos unter den Patienten zu verhindern. Einen vergleichbaren Notfall hatte 2002 die Flut bewirkt, als wegen befürchtetem und akutem Stromausfall kurzfristig 30 Frühgeburten und 150 Patienten ins Klinikum der TU Dresden und nach außerhalb evakuiert werden mussten. (RF)

Namen & Nachrichten

5,6 Millionen Euro für den Kampf gegen Leukämie



Großes Medieninteresse an der 14. José-Carreras-Gala in Leipzig

Schon fast traditionell ist der Termin in der Mitte des Dezembers eines jeden Jahres. Dann nämlich lädt Startenor José Carreras zu einer glanzvollen Spenden-Gala zugunsten der Deutschen José-Carreras-Leukämie-Stiftung e. V. nach Leipzig. Ihm folgen zahlreiche bekannte Künstler und Prominente, von Udo Jürgens bis Herbert Grönemeyer, von Cliff Richard bis Elton John, von den Ensembles des „König der Löwen“ bis „Wicked – Die Hexen von Oz“. Dementsprechend groß ist auch immer wieder das Interesse der Medien, die das Band zwischen den Stars und dem Anliegen der Gala, die live zur besten Sendezeit im Fernsehen übertragen wird, knüpfen. Besonders die zahlreichen akkreditierten Fotografen aus allen Ecken des Landes sind hier auf der „Jagd“ nach dem Bild, dem ultimativen Schnappschuss. Es hat sich herum gesprochen: Die José-Carreras-Gala ist immer wieder Garant für großen Promi-Auflauf im Dienste der Sache.

Auch 2008 war es wieder einmal soweit. Zur 14. Gala liefen die Stars und Sternchen in Leipzig ein, darunter Peter Maffay, Josh Groban, Helene Fischer, André Rieu, Sarah

Connor, Chris de Burgh, die Söhne Mannheims und Rosenstolz. Natürlich verzichteten alle auftretenden Künstler auf ihre Gage. Auch die Spendentelefone waren besetzt mit Prominenten, unter ihnen Sylke Otto, Wolfgang Tiefensee, Jaeki Schwarz, Stefanie Stumph und Mareile Höppner.

An diesem Abend haben die ARD-Zuschauer in nur drei Stunden Spenden in Höhe von 5.603.712 Millionen Euro zugesagt. Damit sind seit 1995 insgesamt rund 80 Millionen Euro zugunsten der Deutschen José-Carreras-Leukämie-Stiftung e.V. gesammelt worden. Die Gala zählt somit zu den erfolgreichsten Benefizsendungen im deutschen Fernsehen.

Das Ziel der Stiftung ist es, die Heilungschancen für Menschen, die an Leukämie erkrankt sind, zu erhöhen, die Therapien erträglicher zu machen und die Lebensqualität der Erkrankten zu verbessern. Seit er selbst den Krebs besiegt hat, engagiert sich Jose Carreras für dieses Anliegen. Mit den Spendengeldern konnten bisher mehr als 600 Projekte finanziert werden. Moderator Axel Bulthaupt: „Die Carreras-Gala ist weit mehr als eine Fernsehshow. Sie ist ein Zeichen für Mitmenschlichkeit, sie macht betroffenen Patienten Mut. Sie gibt Hoffnung auf ein Leben in Gesundheit, wie wir alle es uns wünschen.“ (AW)



DVB-Vorstand Reiner Zieschank

schaltete anlässlich des DVB-Neujahrsempfangs am 5. Januar die neue Homepage der Verkehrsbetriebe frei.



Robert Malorny und Marko Beger stellten auf ihrer Relaunch-Party im Parkhotel das neue Konzept und das verbesserte Layout des PRINZ Dresden vor.



Stephan Trutschler vom MEDIENKONTOR W&T und gleichzeitig Pressesprecher der DPFA-Akademiegruppe schaut etwas neidisch auf den Teller von Ministerpräsident Stanislaw Tillich anlässlich eines Empfangs des BVMW-Landesverbandes in der Chemnitzer Villa Severin Immenkamp.

Namen & Nachrichten

**Jetzt neu: Wolles Take-Away-Box**

Ein-Mann-Show: Wollé Förster zeigt den zur Voreröffnung anwesenden Pressevertretern seine Version der richtigen Currywurst – und alle sind in seinem neuen Laden auf der Leipziger Straße (neben dem Klax) andächtig bei der Sache. Für den Normalbürger hat er inzwischen täglich von 10 Uhr bis 5 Uhr früh geöffnet.



Juliane Bauermeister, Volontärin bei Radio Dresden, interviewt im Pressezentrum der Grünen Woche die Sächsische Blütenkönigin Elisabeth Blüml



Zur Pressekonferenz des Sächsischen Ministerpräsidenten Stanislaw Tillich und des Sächsischen Landwirtschaftsministers Frank Kupfer anlässlich des Sachsentags der Grünen Woche reiste eine vom Pressclub Dresden organisierte Journalistengruppe extra nach Berlin an.

Neuer Mann für die Kommunikation bei der DVB AG

Die Dresdner Verkehrsbetriebe AG starteten mit verstärkter Kommunikationspower in das Jahr 2009. Als Gruppenleiter Kommunikation Center Verkehrsmanagement und Marketing agiert jetzt das neue Gesicht Daniel Grafe. Der in Elsterwerda Geborene hat an der Berufsakademie dreieinhalb Jahre Betriebswirtschaft studiert und seine ersten beruflichen Spuren im Projektmanagement der Leipziger Verkehrsbetriebe verdient. (HR)

Neuer Marketingmanager der MESSE DRESDEN

Die Messe hat 2008 einen Verlust von 1,2 Millionen Euro gemacht, immerhin 400.000 Euro weniger als im Vorjahr. Um mehr Veranstaltungen ins Haus zu holen und damit die Bilanz zu verbessern, hat die Messe jetzt das neue Gesicht Daniel Sechert ins Boot geholt. Der gebürtige Sachse



Daniel Sechert ist neuer Marketingmanager der MESSE DRESDEN

lenkt künftig das Marketing und die Öffentlichkeitsarbeit der MESSE DRESDEN. Er bringt Erfahrungen in diesem Geschäft mit, war immerhin schon Leiter Messen und Ausstellungen in Frankfurt/Oder.

In den nächsten Wochen gibt es für ihn Hochbetrieb, denn der erste Spatenstich für das neue Tagungszentrum soll Mitte Februar sein. Die Stadt investiert in das Kongressgebäude rund fünf Millionen Euro.

2010 soll dann der Röschenhof saniert werden, so dass darin auch Tagungen stattfinden können. Im Neubau sollen bereits im Herbst erste Veranstaltungen stattfinden. Was die Messen und Ausstellungen 2009 betrifft, ist wieder jede Menge geplant. Bereits jetzt stehen 65 Veranstaltungen fest. Publikumsmagneten verspricht sich der Marketingchef unter anderem die „Ostermesse“, der „Reisemarkt“ und „Aktiv und Vital“. (HR)

Michaela Schaffrath ist neue Promireporterin für HITRADIO RTL!

Schauspielerinnen Michaela Schaffrath ist ab sofort als Promireporterin für HITRADIO RTL unterwegs. Gemeinsam mit ihrer Kollegin Mirjam Köfer hält sie Ausschau nach Stars und Sternchen und präsentiert beim Radiosender samstags zwischen 6 und 12 Uhr das Neueste aus der

Welt der Reichen und Schönen. Als Promi unter den Promis kennt Michaela Schaffrath viele Musiker und Schauspieler persönlich und ist mit ihnen per „Du“.

„Wir freuen uns, dass wir Michaela Schaffrath für unser Programm gewinnen konnten“, sagt Programmdirektor Uwe Schneider. „Sie ist eine bekannte und beliebte Moderatorin und Schauspielerin. Mit ihrer Tätigkeit als Promireporterin wird sie unser Programm bereichern.“

Namen & Nachrichten



Dieter Hoefer, Vorsitzender Presseclub Dresden und Flughafenchef Dr. Michael Hupe überreichen Hilton-Küchenchef Eckhard Kleinert und Hilton-Chef Andreas Searty den ersten frisch geernteten Flughafen-Grünkohl



Erhard Weimann, Berlin- und Brüssel-Staatssekretär, ließ es sich nicht nehmen, für die Teilnehmer der Berlinfahrt der Landespressekonferenz Sachsen im Keller der Sächsischen Landesvertretung das Bier selbst zu zapfen.

Axel Köhn (MDR1) interviewt Sachsens Ministerpräsidenten Stanislaw Tillich beim diesjährigen Neujahrsempfang in der Staatskanzlei. Die fröhlichen Gesichter zeigen, dass man noch etwas zu essen abbekommen hat. Die Internetseite der für das Catering zuständigen Leipziger Firma Götz ist übrigens seit Wochen nicht mehr erreichbar.



Dresdens ARGE-Chef Dirk Bachmann und Dresden Fernseh-Verkaufsleiterin Katja Ackermann ließen sich von der fröhlichen Atmosphäre im Nostalgie-Event anlässlich des DREWAG-Neujahrsempfangs anstecken.

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.dyroff@dresdner-pressepost.de
ANSCHRIFT Pillnitzer Straße 28, 01069 Dresden
MITWIRKENDE DIESER AUSGABE Roland Fröhlich (RF), Heinz Ruhnau (HR) und Andreas Weihs (AW), PR-Agenturen, Pressefreigaben
FOTOS Roland Fröhlich, Heinz Ruhnau, Andreas Weihs, dyri1, Pressefreigaben
ANZEIGEN Fon: (0351) 2729955, Fax: (0351) 2727245, E-Mail: peter.dyroff@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 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 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.