Mit Berichten aus der Medienbranche Dresdens und des Umlands

Dresdner Pressepost

5. Jahrgang

SEPTEMBER 2009

IIII VIDEOWETTBEWERB

„Einsteigen bitte“

Szenenbilder aus dem Dresdner ÖPNV-Kurzfilm

Dresdner ÖPNV-Kurzfilm belegte dritten Platz bei bundesweitem Videowettbewerb

Die Wahl-Dresdnerinnen Leonia Wade und Taryn Knerr wurden mit dem dritten Preis beim bundesweiten Videowettbewerb „Einsteigen bitte – Wahlwerbespots für Busse und Bahnen“ geehrt. Ihr kreativer Kurzfilm zeigt, dass die Fahrgäste des Öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) stressfreier unterwegs sind. „Mit Bussen und Bahnen fährt man einfach entspannter als mit dem Auto. Man steht nicht im Stau und sucht auch nicht nach Parkplätzen“, sagt Leonia Wade. Als Preis erhielten Frau Wade und Frau Knerr eine hochwertige Handycam von Sony.

Der Videowettbewerb wurde vom Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV) und der Jugendzeitung Yaez bundesweit ausgeschrieben. Die zehn besten Spots gingen als „ÖPNV-Rolle“ an die Direktkandidaten zur Bundestagswahl. Damit werden die Politiker aufgefordert, sich aktiv zum ÖPNV zu bekennen. Für Dresden und die umliegenden Regionen ist es wichtig, dass auch die Verkehrsunternehmen im Superwahljahr auf der Agenda der Politiker weit oben stehen, damit Fahrgäste auch in Zukunft zuverlässig zu ihrem Ziel kommen und der Autoverkehr entlastet wird.

FAHRGÄSTE BRINGEN VORTEILE VON BUSSEN UND BAHNEN AUF DEN PUNKT

Das Besondere am Videowettbewerb: Im Superwahljahr haben die Verkehrsunternehmen und der VDV den Spieß einfach umgedreht. Nicht die Politiker werben für sich, sondern die Wähler werben mit ihren Spots um die Stimme der Politiker für Busse und Bahnen. In allen eingesandten Wahlwerbespots zeigen die Fahrgäste, wie vielfältig der Nutzen der öffentlichen Verkehrsmittel sein kann: von günstigen Mobilitätskosten über Klimaschutz bis hin zum bequemen und schnellen Reisen. Der Spot von Leonia Wade und Taryn Knerr greift diese Aspekte auf. In ihrem Film „Happy Tram Man“ ist die Hauptfigur ein glücklicher Straßenbahnfahrgast. Er steigt vor seiner Haustür in die Tram ein und kommt entspannt bei der Arbeit an. Während er in aller Ruhe mit der Arbeit beginnt, stecken seine gestressten Kollegen im Stau oder bei der Parkplatzsuche fest. Der Sieger-Spot „Tram-Erleben“ von Oliver Rossol zeigt eine andere Perspektive: Seine Liebesgeschichte veranschaulicht, wie Fahrgäste in den Straßenbahnen in Frankfurt am Main zueinander finden. Auch die Zweitplatzierten, Timo Albrecht und Lennart Kreienhop, haben schlagfertige Argumente für Busse und Bahnen: Ihr Film „Unsere Tickets sind günstiger“ über die AKN-Eisenbahn in Kaltenkirchen verdeutlicht, dass ÖPNV-Nutzer Geld sparen und schneller unterwegs sind als Autofahrer.

JURY IST VON DEN WAHLWERBESPOTS ÜBERZEUGT

Alle Videos fordern die Politiker auf, sich für eine gesicherte Finanzierung des ÖPNV einzusetzen. Die Jury aus Filmemachern, Politikern und VDV-Vertretern ist von den Spots der Fahrgäste überzeugt. „Busse und Bahnen spielen eine wichtige Rolle in unserem Alltag: Sie transportieren die Menschen nicht nur von A nach B, sondern bringen sie zusammen. Das zeigen die kreativen Wettbewerbsbeiträge“, sagt Dorothee Bär, stellvertretende CSU-Generalsekretärin und Jurymitglied. Auch Björn Böhning, SPD-Direktkandidat aus Berlin, lobt die Spots: „Sie verdeutlichen, dass wir eine verkehrspolitische Wende brauchen – Busse und Bahnen spielen eine entscheidende Rolle für eine umweltverträgliche und sozial gerechte Verkehrspolitik.“ Es sind die Fahrgäste selbst, die den Politikern die zentrale Rolle des ÖPNV in ihrem Alltag besonders authentisch vermitteln können, waren sich unter anderem die Jurymitglieder Günter Elste, Präsident des VDV, Regisseur Dominik Kuhn und Schauspieler Axel Pape einig.

Die Gewinner-Spots sind auf der Website **www.deutschland-bleibt-mobil.de/videowettbewerb** und auf der DVB-Internetseite **www.dvb.de** zu sehen. Der Videowettbewerb ist Teil der Kampagne „Damit Deutschland mobil bleibt“, in deren Rahmen die DVB und der VDV bundesweit die Leistungsfähigkeit und Bedeutung von Bussen und Bahnen für Deutschland verdeutlichen.

Editorial

Liebe Leser,

die Wahltage sind nun vorbei und wir werden hierzulande aufgrund dessen einen gelb-schwarzen Herbst haben.

Jetzt ist wieder handeln angesagt und nicht nur Phrasen dreschen. Und hoffentlich auch Zeit für Erntedank!

Herzlichst,
Ihr Peter Dyroff
Chefredakteur

Sachsen genießen mit Joachim Kunz und seinen Produkten

Ein Olympiasieger setzt auf Suppe

Joachim Kunz beim 7. Dresdner Gewandhaus-Dialog

Gast am 23. September im Dresdner Radisson-Blu Gewandhaus-Hotel war der Olympiasieger im Gewichtheben von 1988 und Unternehmer Joachim Kunz.

Kunz war bereits seit seiner Kindheit auf eine Sportlerkarriere ausgerichtet. Von der 1. Klasse an Turner, wechselte er später zum Gewichtheben und nahm 1980 in Moskau erstmals an den Olympischen Spielen teil und erreichte den zweiten Platz. Nachdem der Boykott der Olympiade in Los Angeles durch die Staaten des Ostblocks 1984 den Traum von der Goldmedaille vorerst zerplatzen lies, reichte dann vier Jahre später der zweite Platz zum Sieg, da der Erstplazierte einen Tag nach dem Wettbewerb wegen Dopings disqualifiziert worden war. Doping, ist sich Kunz sicher, wird im Leistungssport auch weiterhin ein Thema sein: „Überall wo Höchstleistung honoriert wird, werden immer auch alle Möglichkeiten ausgereizt." Dennoch spricht er sich für eine strenge Ahndung dieser Praktiken aus. Nicht zuletzt wegen der damit verbundenen gesundheitlichen Folgen.

Einen Bruch für seinen Lebensweg war für Kunz mit der friedlichen Revolution 1989 verbunden. Hatte er zuvor auf eine Trainerkarriere hingearbeitet, war nun ein beruflicher Neuanfang angezeigt. Gemeinsam mit einem befreundeten Sportler aus den alten Bundesländern baute er einen Lebensmittel-Großhandel in Ostdeutschland auf. Damit war der Weg in die Lebensmittelbranche eingeschlagen. Nach der Trennung von seinem früheren Geschäftspartner baute Kunz 1998 die MICO GmbH auf, die unter den Marken „Magnus Baumann" und – seit 2001 – „Suppina" Trockensuppen und Fertiggerichte produziert und vertreibt. Dabei hat er einigen Erfolg. Mit 22 Mitarbeitern erzielt der in Oederan ansässige Mittelständler einen Jahresumsatz von 4,3 Mio. Euro und ist bei einigen der wichtigsten Handelsketten im Sortiment. Im Lebensmittelgeschäft, das von hartem Preiswettbewerb und Innovationsdruck geprägt ist, hilft Joachim Kunz noch heute seine Erfahrung aus dem Leistungssport. Denn im Sport, wie im Beruf gelte, dass derjenige, der etwas erreichen wolle, sich auch drehen müsse, so das Fazit des Olympiasiegers. (CL)

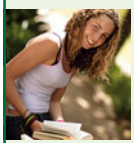
Joachim Kunz präsentiert seine Goldmedaille neben den alten und neuen Tempo-Linsen

www.magnus-baumann.de

Jugend braucht eine Zukunft

im Freistaat Sachsen

CDU-Fraktion will junge Menschen im Land halten



Positionen:

Jugendabwanderung stoppen

Viele Jugendliche wollen in Sachsen ihre Ausbildung beginnen und anschließend hier arbeiten. Um diese jungen, motivierten und gut ausgebildeten Fachkräfte in Sachsen zu halten, setzen wir uns nicht nur für ausreichend Arbeits- und Ausbildungsplätze für Jugendliche, sondern auch für ein vielseitiges und interessantes Kultur- und Freizeitangebot ein. Wenn wir ein angenehmes und interessantes Lebensumfeld für junge Menschen schaffen, werden wir auch im Wettbewerb um kluge und geschickte Köpfe erfolgreich sein.

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

Jugendarbeit stärken

Die Jugendarbeit in Sachsen verfügt über zahlreiche Beratungsstellen und macht jungen Menschen ein vielfältiges Freizeitangebot. Wir haben uns in den letzten Jahren dafür eingesetzt, dass dieses Angebot erhalten und weiter ausgebaut werden kann. So hat die CDU-Fraktion für dieses und nächstes Jahr eine Erhöhung der Jugendpauschale durchgesetzt.

Kinder- und Jugendschutz ausbauen

Mobbing, Diskriminierung und Ausgrenzung sind leider in vielen Schulen in Sachsen bereits Realität. Das darf nicht sein. Die CDU-Fraktion setzt sich dafür ein, dass die Gewaltprävention an Schulen verstärkt wird. Jugendliche sollen Gefahren frühzeitiger erkennen und sie sollen darin gestärkt werden mit diesen umzugehen und auf diese zu reagieren.

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

IIII JUBILÄUM

20 Jahre Wolle

Er hat zwar mit der „Wolle Werbung" und der im letzten Jahr übernommenen „Prasse Werbung" zwei Werbefirmen, auf die er zählen kann. Aber die beste Werbung für sich ist er immer noch selbst.

Aus Anlass seines 20jährigen Firmenjubiläums lädt Wolle auch alle Partner aus dem Medienbereich ein, mit ihm gemeinsam am kommenden Mittwoch, dem 7. Oktober, ab 20 Uhr auf dem Dresdner Schlossplatz zu feiern. Geld wird man aufgrund von zugesagten Sponsorleistungen vermutlich nicht einstecken müssen…

Höhepunkt wird ein 17 Minuten und 50 Sekunden andauerndes Feuerwerk sein, welches Tom Röder in Szene setzt.

IIII VERANSTALTUNGSHINWEIS

13. Medienforum Mittweida

Das Programm steht: Highlights werden unter anderem das Panel „Killerspiele und Heavy Metal - das Rezept für den Amoklauf" und die Diskussion „Pressefreiheit vs. Wirtschaftserfolg" sein.

Für den studentisch organisierten Fachkongress konnten zudem viele namhafte Referenten gewonnen werden. So zum Beispiel Jörg Howe (Leiter Konzernkommunikation Daimler AG), Manfred Protze (Sprecher des Deutschen Presserates 2008/2009) und Udo Reiter (Intendant des Mitteldeutschen Rundfunk).

www.medienforum-mittweida.de

Mittweida, Mo 9. bis Do 12. November

Dresdner Sarrasani-Lounge

… da guggs' de verwundert

SARRASANI-LOUNGE im 1900

Betina Berger (maxity Deutschland) und **Juliane Kupfer** (Dresden Tourismus GmbH)

Markus Druschke (Knüpfer-Verlag) mit **Patrick Hofmann** (Info-Bag)

Oberstraßenbahner des Dresden 1900, **Ricco Geithner** bei seiner Ansprache

Andreas Kroemer (Camera 13) mit der scheidenden Sarrasani-Eventchefin **Michaela Gornickel**

Freitaler unter sich – **Ulrich Nelles** (Freitaler Reporter) und **Petra Roch** (Sächsischer Bote Freital)

Und wie die Zeit vergeht… – ein Jahr nach der Eröffnung am Neumarkt zog man dort nun Bilanz; 206.437 Fahrgäste, 5 Promis an der Kurbel, 146 Linien- & 31 Sonderfahrten, eine Nominierung für den Tourismuspreis… und jetzt die Sarrasani-Lounge vor Ort.

Chef Ricco Geithner entführte alle in die Geschichte des Hauses von der ersten Idee bis zur Umsetzung und freute sich, sein Reich zeigen zu dürfen. 121 Gäste Lounge-Gäste ließen es sich nicht entgehen, bei der Feier dabei zu sein. Ein großes Buffet mit den verschiedensten Spezialitäten des Hauses machte Appetit auf ein Wiedersehen und schaffte Raum für intensive Gespräche.

Bei der nunmehr 31. Veranstaltung kann man sagen, die Vernetzung im Dresdner Medienbereich ist gelungen.

Neues aus dem Presseclub Dresden

Nichtraucher-Kaufpalast in Dresden

Geschäftsführerin Antje Arnold zeigt Presseclub Centrum Galerie

„Wir sind ein Nichtraucher-Center", beantwortet Antje Arnold, Geschäftsführerin der neuen Centrum Galerie, bei einer exklusiven Baustellen-Führung für den Presseclub Dresden, die Frage nach einer Raucher-Lounge.

Das große und kleine Haus mit Alu-Waben- und Strichcode-Fassaden an der frequentierten freien Prager- und als Mall überdachten Trompeterstraße erhalten durch umweltbewusstes Bauen das besondere Qualitätssiegel „Excellent" einer unabhängigen britischen Kommission. Darauf ist Antje Arnold stellvertretend für den niederländischen Investor Multi ein bisschen stolz, weil dieses Zertifikat mit einer Fülle von architektonischen Auflagen und Ansprüchen an die Materialauswahl erarbeitet wurde.

Der Presseclub in der Centrum Galerie mit Geschäftsführerin Antje Arnold (Mitte)

Im Ganzen gibt sich die Centrum Galerie modebewusst und weltoffen. Schon der Eingang von der Prager, vorbei am Informationsstand, eröffnet überwältigend über die drei Etagen himmelansteigenden Rolltreppe das von Architekt Paul Kulka mit einer Laser-Fassade im Barock-Design geschmückte rundum begehbare, aus Sicherheitsgründen videoüberwachte Riesen-Foyer, an dessen Flanken sich Modegeschäfte, Drogeriemärkte, High-Tech-Etagen, Bistros, Cafés, Lebensmittelgeschäfte, Schuhläden, Zoogeschäft, eine Veranstaltungs- und Präsentationsfläche sowie andere Einrichtungen für insgesamt tausend Beschäftigte gruppieren, gekrönt von einer 600 Quadratmeter großen Kindertagesstätte in der vierten Etage mit der enormen Außenfläche von 1.400 Quadratmetern. Aus Gründen der Hochwasser-Sicherheit wurde die übliche Tiefgarage über eine Auffahrt-Spindel zur Hochgarage mit tausend Parkplätzen im fünften Stockwerk ersetzt. Knapp 120 Mieter haben auf der insgesamt 52.000 Quadratmeter Einzelhandelsfläche (ohne Lager) je nach Größe schon Verträge über fünf oder zehn Jahre mit Option für weitere, bei Preisen weit unter hundert Euro pro Quadratmeter, wie Antje Arnold versicherte. Die Philosophie des holländischen Investors von europaweit über hundert ähnlichen Zentren sei nicht das schnelle Geld, sondern eine kundenfreundliche Langzeit-Investition über mindestens dreißig Jahre. Wegen langer Wege werden für Behinderte kostenlos Rollstühle zu Verfügung gestellt. Für Nostalgiker eröffnet die legendäre „Gockelbar" wieder unter altem Logo. (RF)

Arabische und russische Gäste gefragt

Maritim-Direktor Jörg Bacher lädt Presseclub ein

„Wir investieren jetzt deutlich mehr in die Werbung", erklärt Maritim-Direktor Jörg Bacher etwa 20 Mitgliedern des Presseclub Dresden bei einem Informationsabend mit Hotelrundgang. Seit Anfang Juni ist der gebürtige Klagenfurter neuer Direktor im Kongresshotel Maritim „Hans Erlwein", verfügt aber schon über profunde Kenntnis des Dresdner Tourismus. Auch das Maritim spüre die Finanzkrise im Geschäftstourismus. Arabische und russische Gäste müssen verstärkt umworben werden. Diese touristischen Märkte seien in den vergangenen Jahren von Dresden vernachlässigt worden, man habe mehr auf Besucher aus den USA und Japan gesetzt. Bacher lobte die Zusammenarbeit mit Dr. Bettina Bunge, der neuen Geschäftsführerin der Dresden Marketing GmbH, deren Arbeit man unterstützen müsse. Für angepeilte große Kongresse fehlten dem Kongress-Zentrum allerdings notwendige Ausstellungsflächen. Hotelkapazitäten von etwa 2.000 Betten seien für Dresden noch geplant oder schon im Bau. Das mache den Tourismusmarkt noch brisanter. Bacher sieht einen immensen Nachteil in der Infrastruktur, so im Fehlen eines guten IC-Anschlusses. Der benachbarte Elberadweg ziehe Gäste ins Maritim, etwa tausend Übernachtungen pro Jahr. Das ist bei rund 330 Zimmern für 200 Mitarbeiter ein Zubrot. Knapp zwei Tage bleiben private Gäste im Durchschnitt, eiliger haben es Geschäftsreisende.

Jörg Bacher im Gespräch mit **Bettina Klemm**

Das Haus bildet 46 Lehrlinge aus, die aber aufgrund von Berufsschule, beschränkter Arbeitszeit und Urlaub nur etwa ein Drittel des Jahres zur Verfügung stehen. Immerhin brachte ein Jungkoch des Maritim kürzlich aus Vancouver den Weltmeistertitel nach Berlin. Privat ist der 40jährige Jörg Bacher gemeinsam mit seiner Frau in guter Hoffnung und pendelt noch zwischen seinem vorigen Arbeitsort Würzburg und Dresden hin und her. Dresden könne noch mehr aus sich machen, schließt Bacher, denn es sei weltweit einmalig, dass ein Kongress-Zentrum im Herzen der Stadt liege. Sprachs und fuhr spätabends noch nach Hannover zu einem wichtigen Akquisegespräch. (RF)

Presseclub-Termine

5. Oktober, 20 Uhr

20 Jahre friedliche Revolution in Dresden
Gespräche mit Historiker Holger Starke und Vertretern der „Gruppe der 20".

19. Oktober, 20 Uhr

Bloggen und Twittern – was ist das eigentlich? Wie funktioniert das?

2. November, 20 Uhr

Gespräch mit einem Minister der neuen Regierung (angefragt)

16. November, 19 Uhr

Mitgliederversammlung (ohne Gäste)

30. November, 20 Uhr

Deutscher Presserat
Neuigkeiten zu Werbung und redaktioneller Arbeit von Presseratsmitglied Katrin Saft.

Die Veranstaltungen sind für Gäste gegen einen Unkostenbeitrag von 5 Euro offen und finden jeweils in den Clubräumen des Presseclub im Café An der Frauenkirche statt. (RF)

Dresdner Medien

20 Jahre urbanes Leben in Dresden

Das Magazin PRINZ feiert seinen 20. Geburtstag mit einer Jubiläumsausgabe

Als ein besonderes Heft für Sammler wird die Oktoberausgabe des Magazins PRINZ angekündigt. Das bundesdeutsche Stadtmagazin beleuchtet seit 20 Jahren das urbane Leben, immer verbunden mit regionalem Bezug. Inzwischen gehören 13 Regionalausgaben zur PRINZ-Familie. Das erste Magazin PRINZ Dresden erschien 2002.

Der 20. Geburtstag von PRINZ ist auch für die Dresdner Redaktion ein Anlass, 20 Jahre Stadtentwicklung zu reflektieren. Sie hat in den Archiven gestöbert und präsentiert im Jubiläumsheft kritisch und unterhaltsam die größten Momente der vergangenen 20 Jahre in Dresden. In einer mehrseitigen Reportage spürt PRINZ den Fragen nach: Wie hat sich Dresden nach dem Mauerfall verändert, wer und was hat die Stadt geprägt? Außerdem stellt sie 20 Menschen vor, die Dresden nach ihrem Eindruck in den letzten zwei Dekaden maßgeblich verändert haben. Parallel gibt eine große Jackpot-Verlosung, und insgesamt 20 Veranstaltungen und Aktionen laden die Leser ein, das Jubiläum mitzufeiern.

Im überregionalen Teil finden die Leser einen Schnelldurchlauf durch 20 Jahre: Stars und Popkultur, Mode, Drogen, Film und Musik. Das Bochumer Stadtmagazin PRINZ wurde 1989 vom Jahreszeiten Verlag mehrheitlich übernommen und rasch zu einer bundesweiten Zeitschriftenmarke ausgebaut.

Noch im selben Jahr erschient PRINZ als erstes bundesweites Stadtmagazin in Düsseldorf, Hamburg, München, Frankfurt, Köln und im Ruhrgebiet. Die Mischung aus regionalen Informationen und überregionalen Reportagen kommt an: Die Startausgabe ist an den Kiosken schnell ausverkauft. Ein Jahr später expandiert PRINZ nach Hannover, Bremen, Stuttgart und Berlin. 2002 erscheint PRINZ mit einer weiteren Ausgabe in Dresden; Leipzig und Nürnberg folgen 2003. Damit deckt PRINZ mit seinen 13 Regionalausgaben alle wichtigen Großstädte und Metropolregionen in Deutschland ab. Neben dem monatlichen Magazin gehören zur PRINZ-Markenfamilie auch das Internetportal unter PRINZ.de, der mobile Event- und Locationguide unter **mobil.prinz.de**, die Sonderhefte PRINZ TOP GUIDE sowie die PRINZ Eventreihe. (SM)

Neuerscheinungen

Wohin im Herbst nach Feierabend ?

danini (after work style magazin) gibt Tipps

City, style, feeling, hot, people, charity sind Themen im soeben erschienenen danini – after work style magazin für den schon begonnenen Herbst. Mit plakativen Anglizismen soll hier die Dresdner Medienlandschaft aufgewertet werden. Das 96 Seiten starke danini-Heft im Pocketformat gibt für 3,70 Euro „trendy" Tipps zur Kult-Tour-Land-Schaft mit schönen Bildern. Dennoch ist das Leipziger Torhaus kein „Palais" und die „Méthode Champenoise" kommt aus der Champagne, auch wenn „champagnoise" etwas umständlich aussieht. Ansonsten von Grit Böttner und Daniela Schmitz flott aufgemacht und appetitanregend geschrieben. (RF)

Dresden '89

Veranstaltungen zum Tag der Deutschen Einheit

Brandneu auf dem Markt ist die reich bebilderte Broschüre der Landeshauptstadt „Veranstaltungskalender Dresden '89 – Aufbruch zur Demokratie" mit einem Grußwort von OBin Helma Orosz und einem Aufsatz zur historischen Situation von Daniel Trepsdorf. Auf 62 Seiten werden alle Veranstaltungsorte für Gastspiele, Ausstellungen, Konzerte, Lesungen, Kunstprojekte, Meinungsforen und Termine genannt. Kurze Beschreibungen skizzieren die Projekte und geben weitere Veranstaltungsinfos. Ein Lageplan der Innenstadt mit Glossar kennzeichnet, was wo stattfindet. Zu beziehen ist die Broschüre beim Presseamt der Landeshauptstadt und in allen Ortsämtern. (RF)

Behinderten-Stadtführer erschienen

Behinderte können ab sofort einen neuen Stadtführer im praktischen Taschenformat nutzen. Soeben erschienen ist der etwas kompliziert betitelte „Stadtführer für Menschen mit einer Mobilitätsbehinderung" der Landeshauptstadt Dresden. Das 435 Seiten starke Kompendium (Auflage 5.000 Stück) nennt alle für Behinderte wichtigen Vereine, Ministerien, Behörden, Ämter, Schulen, Bildungseinrichtungen, Kinos, Kirchen, Kunsttempel, Museen, Veranstaltungsorte und so weiter. Dazu Adressen, Kontakte, Öffnungszeiten und technische Einrichtungen wie Parkmöglichkeit, Entfernung, Rampe (Neigung), Fahrstuhl, Drehtür, Toiletten etc. Zu Bahnhöfen und zum Flughafen gibt es Pläne mit Zeichenerklärungen. Ein Innenstadtplan mit eingezeichneten Rollwegen erleichtert den Verkehr. Zu beziehen ist der Stadtführer im Rathaus, allen Ortsämtern und bei der Behindertenbeauftragten. (RF)

Namen & Nachrichten

Kein Fake:

mdrreiter twittert jetzt

Ab sofort ist MDR-Intendant Udo Reiter jetzt selbst bei Twitter. Sein erster tweet: Auch alte Männer mit Kugelschreiber können twittern… bleiben Sie dran ...

Nachdem seit Mitte August mehrere Fakes bei Twitter aktiv waren, ist jetzt Schluss: Der MDR-Intendant macht es jetzt selbst. Warum einem Fake folgen, wenn man das Original haben kann. Und das Original ist unter **twitter.com/mdrreiter** zu finden.

„Vielleicht ist es doch besser, wenn ich die Sache selbst in die Hand nehme, nachdem mich jetzt schon mehrere Twitter gedoubelt haben. Jeder der mir folgen will, weiß jetzt, wo er den echten Reiter findet.", so MDR-Intendant Udo Reiter.

Der Intendant befindet sich innerhalb des MDR in guter Gesellschaft: Auch Jump und Sputnik twittern.

10jähriges Jubiläum feierte **Dresdens Flyer-Verteiler Nr. 1, Primeline**, und lud dazu sein ganzes Mitarbeiterteam und die gesamte Kundschaft zu einer Feier in den Biergarten vom Espitas Dresden-Gruna ein.

Einmalige Chance für junge Videofilmer!

MY MUSIC Dresden 2009 fordert zum Videowettbewerb auf

Anlässlich der Musikmesse MY MUSIC Dresden vom 30. Oktober bis 1. November 2009 können junge Videofilmer ihr Talent vor großem Publikum beweisen. Einfach ein Video zum Thema „MY MUSIC Dresden" drehen und an den Veranstalter TMS Messen-Kongresse-Ausstellungen GmbH senden. Der Gewinner des originellsten Videos wird im Vorfeld durch eine fachmännische Jury ermittelt. Sein Video wird am langen Messewochenende und auf der Homepage des Veranstalters TMS Messen-Kongresse-Ausstellungen GmbH präsentiert. Zudem winken dem besten Teilnehmer ein Preis in Höhe von 250 Euro. Der Zeitplatzierte erhält 150 Euro und der Dritte 100 Euro.

Teilnahmebedingungen
Videolänge: maximal 30 Sekunden
Videoformat: Flash o. ä.
Datenmengen: maximal 5 MB
Adresse für Videoversand: **presse@tmsmessen.de**
Einsendeschluss: 9. Oktober

Calle M. Müller, Dietrich Kammerer und Nando Körner (Foto) eröffneten diesen Monat auf der Hofmühlenstraße 41 in Dresden ihr neues **ONE-Photostudio**, welches man auch mieten kann.

MITTELPUNKT
Das Dresdner Magazin für alle im besten Alter
Jetzt die digitale Ausgabe für Ihren PC kostenlos abonnieren! **www.mittel-punkt.net**

Namen & Nachrichten

Im vollbesetzten großen Sitzungssaal im Dresdner Ständehaus präsentierten Ministerpräsident Stanislaw Tillich und der FDP-Vorsitzende Holger Zastrow der versammelten Medienszene den eifrigst ausgehandelten Koalitionsvertrag.

Geschäftsführerwechsel bei Pow-Wow-Machern

Stephan Trutschler tritt Nachfolge von Cathleen Moosche an

Nach 6 Jahren, im Frühjahr dieses Jahres, ist Cathleen Moosche auf eigenen Wunsch als Geschäftsführerin der „d.p.l. destination marketing GmbH" ausgeschieden, um in einer ähnlichen Position weiter für den Tourismus in Dresden zu werben. Als Nachfolger wurde Stephan Trutschler (Foto), der als langjähriger Pressesprecher des Pow Wow sowie seit Anfang 2008 auch als Vorsitzender des Fördervereins tätig ist, mit der Übernahme der Geschäftsführung betraut. Ihm zur Seite steht mit Jenny Rabe eine „kampferprobte Mitstreiterin", die bereits den letzten Pow Wow mit organisierte und jetzt als Projektmanagerin für den Pow Wow 2010 maßgeblich mit verantwortlich zeichnet.
Stephan Trutschler ist auch Mitinhaber des Dresdner Pressebüros „Medienkontor". (KW)

aus taf | Marten Ernst e.K. wird die TW.O GmbH

Mehr als 10 Jahre taf ist eine lange Zeit. Für Marten Ernst genau die richtige Zeit, neue Wege zu erströmen und zieht daher mit seiner alten Mannschaft und mit seinem langjährigen Kooperationspartner, Freund und Nachbarn Olaf Becker (TENZA) und dessen Team zusammen und startet mit ihm in eine neue Zeit mit der TW.O.
www.tw-o.de

IMPRESSUM

HERAUSGEBER Die Kaderschmiede GbR Orgus/Heinrich/Holzmüller, Pillnitzer Straße 28, 01069 Dresden
OBJEKT- UND REDAKTIONSLEITUNG Peter Dyroff (V.i.S.d.P.), Fon: (0351) 44032860, Fax: (0351) 2727245, E-Mail: peter.dyroff@dresdner-pressepost.de
MITWIRKENDE DIESER AUSGABE Roland Fröhlich (RF), Christoph Löffler (CL), Sabine Mutschke (SM) und Konstantin Wolf (KW), PR-Agenturen, Presseinformationen und -freigaben
FOTOS Roland Fröhlich, Anja Schmidt, Konstantin Wolf, 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 sinnwahrend 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.