

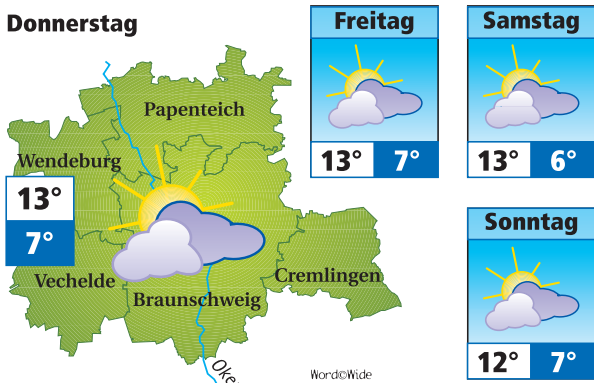
ÄRZTE- UND APOTHEKENDIENST

<b>Retungsleitstelle</b> 192 22 Im Notfall 112 Notarzt, Rettungsdienst, Krankentransport	<b>Kinderärzte</b> Kinderärztl. Notfallsprechstun- de 8 bis 13 Uhr und 15 bis 20 Uhr (nach tel. Voranmeldung) <b>Samstag</b> 31.10.2009 Dr. Warneboldt 33 31 11 <b>Sonntag</b> 1.11.2009 Dr. Caesar 2 87 27 44
<b>Ärzte-Notdienst</b> 4 40 33 An der Petrikirche 1, Montag, Dienstag, Donnerstag 19 bis 24 Uhr, Mittwoch 13 bis 24 Uhr, Freitag 17 Uhr durch- gehend bis Montag 7 Uhr, Feiertage 7 bis 7 Uhr des Folgetages.	<b>Heilpraktiker</b> 31.10./1.11.2009 10 bis 20 Uhr Andreas Burgdorf 3 02 98 06 (nach tel. Voranmeldung)
<b>Ärztlicher und zahnärztlicher Notdienst für Soldaten</b> 0 511/67 83 35 12	<b>Tierärzte</b> 31.10./1.11.2009 (ab Sonnabendmittag) Dr. Schlenker 3 02 91 94 (tel. Vereinbarung erbeten)
<b>Augenärztlicher Notfalldienst</b> 7 00 99 33 (nach tel. Voranmeldung)	<b>Apotheken</b> Der Apothekendienst beginnt und endet jeweils um 9 Uhr. <b>Samstag, 31.10.2009</b> Hagenmarkt-Apotheke Hagenmarkt 20 Telefon 4 001 14 Elbe-Apotheke Elbestr. 25 Telefon 8 472 84 Anker-Apotheke Celler Heerstr. 354 Telefon 5 122 34 <b>Sonntag, 1.11.2009</b> Hof-Apotheke Schuhstr. 4 Telefon 4 42 54 Merlin Apotheke Kastanienallee 61 Telefon 7 54 34 Nibelungen-Apotheke Nibelungenplatz 9 Telefon 3 231 51
<b>Zahnärzte</b> 31.10./1.11.2009 (10 bis 12 Uhr) ZA Kleczka 3 463 70 Dr. Duda 1 233 97 70	
<b>Chirurgen</b> 31.10./1.11.2009 (10 bis 18 Uhr) Dr. Kirstein 2 50 32 50 Celler Str. 32	
<b>Gynäkologen</b> 31.10./1.11.2009 (10 bis 19 Uhr) FA f.Gyn. Szyszymar 3 4 13 12 (nach tel. Voranmeldung)	
<b>HNO-Ärzte</b> 31.10./1.11.2009 (10 bis 19 Uhr) Dr. Lingner 1 259 93	

DAS WETTER

**Wärmende Wäsche für kalte Tage**  
Die klassische Wärmewäsche von Medima ist leicht und trägt nicht auf. Durch den feinen Angoraflausch bildet sich ein natürliches Luftpolster, das auf der Haut wärmend und schützend wirkt.

**MÜLLENHEIM** Steinweg 8  
Bäckerklimt 6  
www.muellenheim.de Telefon: 0531 59 09 20



HEUTE	REISEWETTER
<b>Wetterlage:</b> Ein Hoch bemüht sich um unser Wetter. <b>Heute:</b> Wie im Herbst typisch gibt es aber zum Teil dichte, hochnebelartige Wolken, die auch zäher sein könnten. <b>Vorschau:</b> Es ändert sich wenig am ruhigen Herbstwetter. Außerhalb von Hochnebelfeldern ist es zeitweise auch sonnig.	Athen bewölkt 19 Barcelona wolkig 24 Bordeaux wolkig 23 Bozen sonnig 18 Florenz wolkig 21 Istanbul Regenschauer 16 Kairo sonnig 28 Las Palmas wolkig 26 Lissabon bewölkt 26 London bewölkt 19 Madrid wolkig 25 Nizza wolkig 22 Palma wolkig 23 Paris bewölkt 19 Rom wolkig 21 Rügen Regenschauer 11 Split wolkig 20 Sylt bewölkt 13 Tunis wolkig 24 Venedig wolkig 17 Wien Regenschauer 13 Zürich wolkig 14

**Starke Werbung braucht ein starkes Medium!**

Unsere knallharten Fakten:

- ✓ 78% Nettoreichweite
- ✓ schneller Reichweitenaufbau
- ✓ intensive Leser-Nutzung
- ✓ günstiger 1000-Leser-Preis
- ✓ Leserprofil analog zur Bevölkerung

Quelle: nB Leseranalyse 2007

CANNES ROLLE 2009



Experten, wenn es ums Einrichten und Verschönern geht: nB-Mediaberaterin Gudrun Mälzer (v.l.) traf sich in netter Runde mit Gunner und Christiane Klenke (Heimdecor Wolf), Jürgen und Regina Menzel sowie Christian Wenzel und Ute Henke. Fotos (6): Thomas Ammerpohl



Wolfgang Herbst (Fit in Music) sorgte für die taktvolle Barmusik im Hintergrund.

Gut gebrüllt, Werbe-Löwen!

Marketing-Club und neue Braunschweiger präsentierten zum fünften Mal die Cannes Rolle

Von Marion Korth

**Braunschweig. Ein kleines Jubiläum: Zum fünften Mal in Folge präsentierten der Marketing-Club Braunschweig sowie die neue Braunschweiger am Montag im Cinemaxx die 100 besten Werbefilme der Welt. Die Zahl der Gäste war niemals größer.**



Nach der Cannes Rolle lief das kommunikative Kontrastprogramm im Cinemaxx (v.l.): Bernd Schroers (Werbeagentur Schroers) und Susanne Renter-Schroers (Einrichtungshaus Renter), Heinz-Günter Siebert (Biophar), nB-Geschäftsführer Dieter Bührmann sowie Oscar Schroers.

„Die Veranstaltung hat sich etabliert“, sagte Clas Schilling, Vorstand des Marketing-Clubs, als er gemeinsam mit nB-Geschäftsführer Dieter Bührmann die Gäste begrüßte. Fast 600 verkaufte und verschenkte Karten – so viele waren es noch nie. In Cannes, wo die Werbespots aus aller Welt gesichtet und gekürt werden, waren wegen der Krise weniger Besucher als sonst verzeichnet worden. Für Braunschweig ließ das den Umkehrschluss zu. Schilling: „Dann ist die Krise in Braunschweig nicht so schwer.“

Im Anschluss gab es Werbung am laufenden Band, alle jene Spots, die in Cannes mit bronzenen, silbernen und goldenen Löwen prämiert worden waren. Auffallend stark vertreten diesmal die Lebensmittel- und Getränkeindustrie. Die Bierwerbung von Heineken hätte in Braunschweig wohl den Publi-

kumspreis gewonnen. Das Szenario: Eine Wohnungseinweihungsparty, lauter junges Volk. Die Gastgeberin führt die Freundinnen durch die Räume. Helle Schreie des Entzückens, als die Gruppe im Ankleidezimmer mit Riesenschuhregal angelangt ist. Doch die Begeisterung ist steigerungsfähig. Lautes Männergehölle vom anderen Ende der Wohnung. Der Gastgeber hat auch eine Tür geöffnet – die zum begehrten Kühlschrank, bis zur Decke gefüllt mit – na, Sie wissen schon. Leichtfüßiger und augenzwinkernder als in den Jahren zuvor

waren die Spots diesmal. Warum es sich lohnt, schon jetzt Kraft zu tanken und ordentlich viel Milch zu trinken war klar, nachdem alte Pärchen zu sehen waren, die beim Tanztee müde übers Parkett schoben. Dazu die Erklärung, dass Menschen stets nach der Musik ihrer Jugend tanzen. In der nächsten Sequenz ein jugendlicher HipHop-Freestyler in wildem Gezucke und dazu der trockene Kommentar: Sie wissen, was das heißt...

Und selbst die schockierenden Dokumentarbilder der Menschenrechtsorganisation Amnesty international zeigten den Zu-

schauern einen Ausweg. „You are powerful“ hieß die schlichte Botschaft, und Menschen wie Du und ich stellten sich prügelnden Polizisten und schießwütigen Militärs in den Weg, um die Opfer zu befreien.

Selten, dass einmal die Werbung die Hauptrolle spielt. 100 Spots später dann die verdiente Werbepause und Zeit, bei Barmusik, leckeren Häppchen von Göthes Partyservice ins Gespräch zu kommen. Für Getränke hatte das freundliche Bolero-Team gesorgt. In unserer Fotogalerie (www.nb-online.de) finden sich weitere Bilder des Abends.



Sarah Peters und Wolfgang Siepker (beide Siepker Immobilien) im Gespräch mit nB-Mediaberater Martin Zimmer (Mitte).



Gute (Werbe-)Partner: nB-Mediaberater Frank Wolter (l.) begrüßte Jenifer und Toralf Ankermann (E-Center).



Kulturrunde (v.r.): Musiker Peter Brenner, Katharina Schormann, Matthias Lanzer (Monofon), nB-Anzeigenverkaufsleiter Jens Richwien und Nils Rodermund (VW Financial Services).

DIE CANNES LIONS

Das „Cannes Lions International Advertising Festival“ in Cannes an der Côte d'Azur ist eine der weltweit bekanntesten Veranstaltungen der Werbebranche. Dieses Jahr wurden 22 652 Spots aus 86 Ländern eingereicht, 2131 Arbeiten kamen aus Deutschland. 51 der deutschen Beiträge wurden von der Jury in verschiedenen Kategorien, die nicht alle auf der Cannes Rolle zu sehen sind, prämiert. Der Stellenwert der in Cannes verliehenen „Löwen“ in Gold, Silber und Bronze entspricht dem des Oscars in der Filmbranche. Die ausgezeichneten Agenturen zählen zur Werbe-Elite. m