



Executive Briefing: Weblogs

Efficiency Club | IEX 2005

Jürg Stuker, CEO namics ag

Bern, Frankfurt, Hamburg, St.Gallen, Zug, Zürich

Was ist ein Weblog?

- » Ursprünglich eine Online-Tagebuch

- » Eigenschaften
 - Chronologisch geordnete Artikel (sog. Posts)
 - Direkte, individuelle Sprache des Autors
 - Häufige Aktualisierung, kurze Publikationswege
 - Öffentliche Kommentarfunktion für Leser
 - Inhalt ist über RSS (XML) gut maschinenlesbar
 - Sehr intensive Verlinkung

- » Aktueller Trend
 - Nutzung in der Unternehmenskommunikation
 - Absender aber immer Personen

- » Was ist ein Weblog nicht?
 - Offizielle, verklausulierte Sprache
 - Kommunikation einer Organisation

Bedeutung von Weblogs

- » Weblogs verändern die Firmenkommunikation und eröffnen neue Chancen
- » Hauptgründe
 - Direkte, persönliche, teilweise subjektive Ansprache
 - Kommentarfunktion
 - Gut in Suchmaschinen vertreten: Sehr schnell auffindbar
 - Maschinell lesbar (RSS)
- » Weblogs haben eine mächtige Verbreitung
 - 9 Mio. bekannte Weblogs (auch wenn 99.99% schlecht sind, gibt es vierzig neue gute pro Tag...)
 - Über 800 Mitarbeiter von Microsoft führen ein privates Weblog
- » Schadenspotential bei Nichtbeachtung oder „Überreaktion“
 - Beispiel: <http://starbucksgossip.typepad.com/>
 - Beispiel Mark Jen: <http://99zeros.blogspot.com/2005/02/official-story-straight-from-source.html> (>1000 Posts)
 - http://www.boingboing.net/2005/01/09/companies_that_have_.html



May 12, 2005

The Game Plan...An Edited Version

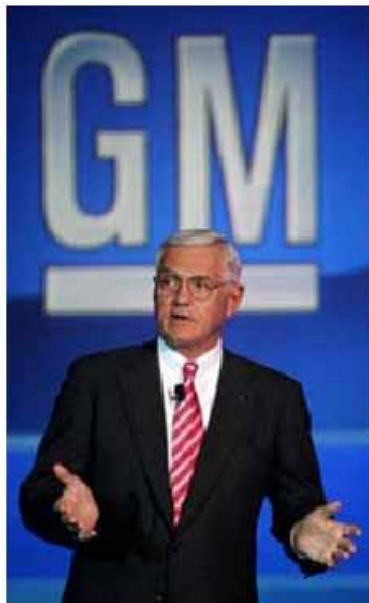
By Bob Lutz
GM Vice Chairman

Things have been pretty busy, as you can imagine, but I wanted to take a few minutes to post something because it's been awhile, and I'd like to address a couple of things that we read time and again in your comments.

The first is your comments themselves...yes, we read them, every one of them. It's not feasible to address them all, of course, but we try to gather up and get to as many as possible, as quickly as possible. And yes, I know that some bloggers do so more quickly than others...we're all doing what we can.

The second and more important issue I've seen asked repeatedly is, "What is GM's strategy for fixing its issues?"

[Continue reading "The Game Plan...An Edited Version"](#)



Bob Lutz at Auto Shanghai 2005

Posted at 12:04 PM | [Comments \(15\)](#) | [TrackBack \(1\)](#)

Search

Search this site:

Search

Categories

- Design
- Auto Shows
- Cars & Trucks
- Business
- Podcasts

Daily Posts

MAY 2005						
Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Archives

- [May 2005](#)
- [April 2005](#)
- [March 2005](#)
- [February 2005](#)
- [January 2005](#)

Recent Entries

- [The Game Plan...An Edited Version](#)
- [Women and Wheels](#)
- [Data Shows Traction on Key Vehicles](#)
- [Chevrolet Corvette Z06](#)



Googler insights into product and technology news and our culture.

Q&A: the world tour

5/12/2005 08:27:00 AM

Posted by Jonathan Betz, Q&A Tech Lead

When we launched Google Q&A, [we told you](#) it was just the beginning. Today marks the start of the Google Q&A world tour -- we're kicking off with **the UK** ([who's the prime minister](#) again?), **Ireland** ([what's the population of Dublin?](#)), **Canada** ([how many people live there?](#)), **Australia** ([what's the capital?](#)), and **New Zealand** ([how big is it](#), anyway?). So now I can't say it's still just the beginning, but it's still very early. We're putting together a lot of new information like this to help you get the quickest possible answers to all your questions, so keep checking back for more.

(updated with a new link)

[Permalink](#)

Mini goes Euro

5/11/2005 07:09:00 PM

Posted by Rajen Sheth, Google Mini Product Manager

Turns out that businesses in London, Madrid and Dusseldorf have the same headaches as those in Chicago or Vancouver: they can't find that sales presentation on the company intranet. Or customers fill up the support line with calls for info that's actually on the website. [Google Mini](#) to the rescue. So now it's [for sale in the UK and throughout the EU](#).

[Permalink](#)

Search the Google Blog

[Site Feed](#)

We Love Feedback

Got a question or comment?

[Send us some email](#).

Google Blog is powered by Blogger.

[Start your own weblog](#).



More Google

[Web Search](#)

[Labs](#)

[Downloads](#)

[News](#)

[Image Search](#)

[Zeitgeist](#)

[Code](#)

[Mobile](#)

[More...](#)

What We're Reading

[Aaron Swartz's Google Weblog](#)

[Ask Jeeves Blog](#)

[Google Guide](#)

[Jeremy Zawodny's Blog](#)

[John Battelle's Searchblog](#)

[MSN Search Weblog](#)

[Nathan Weinberg's Inside Google](#)

[Pat Lauder's Blog](#)

<http://vespablogs.com/>

Wall Street Journal: „Corporate Marketers Try Out Blogs”

(<http://www.emailthis.clickability.com/et/emailThis?clickMap=viewThis&etMailToID=1107997814>)



VespaBlogs.com FAQ

What is VespaBlogs.com?

[Piaggio USA's](#) VespaBlogs.com is the future home of two new weblogs that will be written by Vespa owners and will launch in the second quarter of this year. Piaggio USA is the Italian manufacturer of [Vespa](#) and other top scooter brands, and is Europe's leader in the two-wheel sector. It re-entered the U.S. market in 2000 and now has dealerships in 85 markets, 15 of which opened in the last year.

Why is Vespa launching blogs?

Piaggio USA feels blogs are an ideal way to connect with Vespa brand loyalists and encourage them to become online evangelists. It is an extension of the scooter clubs that have existed offline for years. One reason is that U.S. scooter buyers are heavy online users. According to internal Piaggio USA research, a full 65% of prospective motor scooter buyers visited the Vespa USA Web site, while 56% visited other sites when conducting research prior to purchase. Piaggio USA hopes that by hosting a transparent peer-to-peer discussion, it will enable more individuals to embrace scootering for a wide array of daily lifestyle needs. In addition, it will enable Piaggio USA to actively listen to consumer feedback in real-time.

What blogs will Vespa launch?

VespaBlogs.com will house two distinct weblogs written by online customer evangelists. It may possibly be expanded in the future.

One blog will celebrate the urban mobile lifestyle. It will include articles, tips, tricks and links on the latest tools that help individuals get around any city more quickly, easily and enjoyably. The blog will feature posts about Vespa scooters, with the aim of appealing to a broader audience - those who crave mobile gadgets. Content might include: how to get real-time traffic alerts on your cell phone; how to learn Spanish while commuting; how to prevent your gadgets from getting wet; Web sites that help you get around by subway more easily; gadgets for staying cool while commuting in the summertime; etc.

The other blog will focus on the journey we call life. It will help readers learn how to get from point A in their lives to point B, both literally and more "existentially." Content might include: tips, tricks and links on weight loss; saving money; getting errands done faster; how to triumph over stress; or how and where to travel with your pet; etc. Like the other blog, this Vespa blog will also occasionally put the Vespa scooter in the context of larger lifestyle topics.

Who will write the Vespa blogs?

Vespa plans to recruit four bloggers (two per blog) to regularly contribute content to the new sites. Ideally these authors will be existing US-based evangelistic Vespa owners who already blog and a passion for what they write about.

How does someone apply to become a Vespa blogger?

CooperKatz & Company, Vespa's new agency of record for PR and online marketing, is managing this program. Those who are interested in applying to become a Vespa blogger should contact Steve Rubel at srubel@cooperkatz.com. He heads the agency's Micro Persuasion practice, which helps companies develop blog-based customer evangelism programs. CooperKatz will start interviewing candidates in early May.



Scobleizer

Friday, May 13, 2005

[AJAX: for men only?](#)

Disclaimer. I had absolutely nothing to do with the recent AJAX Summit. OK, now you can read the link:

Shelly Powers: [AJAX the Manly Technology](#).

1:32:08 AM # [comment](#)

[BusinessWeek on what happens when business gets involved in hot social issues](#)

BusinessWeek: [Culture Wars Hit Corporate America](#). *Increasingly, business must weigh in on hot social issues -- and suffer interest groups' slings and arrows.*

12:55:20 AM # [comment](#)

[My linking behavior analyzed](#)

[Efferm looks at my linking behavior](#). I'm not linking to enough women, he concludes. Agreed! I'm off to [Misbehaving.net](#) to find some women to link to. One thing, though, I link to a lot more women on my link blog.

12:42:16 AM # [comment](#)

[It's visibility week](#)

[Pete Caputa](#) and [Efferm Johnson](#) are holding a "[visibility week](#)."

Yeah, the thing is, I have given up trying to link to everyone. That's impossible

My BlogMap!

Bloggers nearby:
215

Powered by [feedmap.net](#)

May 2005

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

[Apr](#) [Jun](#)

[Blogroll](#)
(On Bloglines)

[Blogroll](#)



NEWS

- Home
- Schweiz
- Ausland
- Zürich
- Wirtschaft
- Sport
- Vermischtes

ZEITUNG



- e-Tages-Anzeiger
- Archiv
- Carte Blanche
- Abonnement
- Inserieren
- Das Magazin

MARKTPLATZ

- Stellen
- Immobilien
- Fahrzeuge
- Bildung
- Partnersuche
- Erotik
- Swissguide
- ricardo.ch

DIENSTE

- SMS
- Newsletter
- Desktopnews

ÜBER UNS

- Impressum
- Online Werbung
- Tamedia-Sites

Donnerstag, 12. Mai 2005

DIE BLOGS VON TAGES-ANZEIGER ONLINE



Metropolitans

Kleine Weltgeschichten aus Washington, Moskau, Rom.

03.05.05 -- Von Oliver Meiler

Copy & paste, all? italiana

Hier noch die Koordinaten des derzeitigen Stars der italienischen Bloggerszene, der mit einer fast schon berührend... » [weiter](#)

14.03.05 -- Von Oliver Meiler

Oh Shit, am Checkpoint

Hier nun ein paar Zahlen, gesammelt vom italienischen Nachrichtenmagazin ?Diario?, als Nachtrag zur unseligen... » [weiter](#)



Klappe!

Das Weblog von und für Film-Aficionados.

10.05.05 -- Von Ralf Kaminski

Ein würdiges Finale

Millionen von Fans haben Jahre darauf gewartet ? einige mit gespannter, andere mit besorgter Vorfreude: Würde der... » [weiter](#)

06.05.05 -- Von Christian Andiel

Ein Lob den Kindern

Keine Angst, ich bin nicht auf dem Weg zum Gutmenschen. Und ich gehöre immer noch nicht zu denjenigen, die lauthals Kinder an... » [weiter](#)



Digital Sushi

Handys, MP3-Player, PDAs und andere Gadgets im Test.

11.05.05 -- Von Roger Zedi

Connect vs. iTunes

Seit gestern können wir Einwohner der Alpenrepublik nun also bei Apple?s iTunes Musik für den Computer und den... » [weiter](#)

09.05.05 -- Von Thomas Rüst

Wegwerf-E-Mail-Adresse

Wie oft haben Sie sich irgendwo mit phantasievollen Angaben registriert, um dann zu realisieren, dass bei der E-Mail-Adresse... » [weiter](#)

WAS IST EIN BLOG?

Ein Weblog (auch Blog) ist eine Webseite, die periodisch neue Einträge enthält. Weblogs sind vergleichbar mit Newslettern oder Kolumnen, jedoch persönlicher – sie selektieren und kommentieren oft einseitig und werden deswegen auch mit Pamphleten des 18. und 19. Jahrhunderts verglichen. *Quelle: Wikipedia*

Fragen, Hinweise, Kritik?



Hier finden Sie die Kontaktadressen.

[search.ch](#)
Über search.ch

Auf dieser neuen Seite informiert das search.ch-Team Sie über grosse und kleine News bei search.ch.

Schauen Sie regelmässig vorbei und nutzen Sie die Gelegenheit uns, Feedback zu geben und mit anderen Benutzern zu diskutieren.

8. 4. 2005

[map.search.ch mit mehr Informationen](#)

Abgelegt unter: [map.search.ch](#) — mueller @ 17:09

Seit heute werden auf [map.search.ch](#) Symbole für öffentlichen Verkehr, öffentliche Gebäude und Shopping eingezeichnet. Auf jeder Zoomstufe können Kombinationen dieser Kategorien angezeigt werden; zudem können sie ein- und ausgeschaltet werden. Versuchen Sie doch einmal auf der Schweiz etwas einzuschalten - man sieht z.B. schön den Verlauf der Bahn der Skilifte!

Wenn man die Maus über eines dieser Symbole bewegt, erscheinen weit zum angewählten Objekt:

- Bei Parkhäusern wird - wo verfügbar - die aktuelle Zahl der freien Plätze auf der Homepage des Parkhauses angezeigt
- Bei Tram- und Bushaltestellen werden die Linien angezeigt, welche diese bedienen, sowie ein Link auf den SBB-Routenplaner zu dieser Haltestelle
- Bei Restaurants, Hotels, Kinos und Theatern werden wenn möglich Telefonnummer eingeblendet. Ein Link zur Suchmaschine findet verwandte Webseiten, z.B. die Homepage aber auch Bewertungen und andere Berichte über die Firma.

Wir werden auch weiter versuchen, mehr und bessere Datenquellen für den Einbau in die Karte zu erschliessen und freuen uns auf Kommentare oder Verbesserungsvorschläge; Fehlermeldungen bitte an map@search.ch.

197 Kommentare | [Kommentar schreiben](#)

1. genial , diese Neuerung. Wir sind nämlich am Planen einer Turnfahrt und hatten vorher Mühe, die Bergstation zu eruieren. Ganz herzlichen Daönk Maria

Comment von Maria Fässler — 8. 4. 2005 @ [17:47](#)

2. Super Idee - sehr hilfreich!

Comment von Horvath Katharina — 8. 4. 2005 @ [18:32](#)

3. ich habe gesehen dass am limmatquai zwei kinos fehlen das erste ist das Arthaus Movie und das zweite weil ich nicht mehr ist aber in der nähe vom limmatquai 118 ich finde den dienst super, cool wäre noch wenn auch kostenlose w-lanhotspots in der karte verzeichnet wären.. ich würde mich anbieten die einzutragen :-)

[Redaktion:] Das Arthouse Movie findet sich [hier](#) auf der Karte. W-Lan-Hotspots sind sicher unter den Kandidaten zum Einzeichnen, wir brauchen zuerst aber eine gute gesamtschweizerische Datenquelle.

Comment von [etienne](#) — 8. 4. 2005 @ [19:29](#)

4. Guten Tag!
seit ca 2 Jahren gibt es in Birgisch keine Poststelle mehr. Wir werden von Mund aus bedient. Bitte Änderungen betr. Postsymbol vornehmen.
Besten Dank und Gruss!

kategorien:

allgemein
tel.search.ch
events
map.search.ch
mobile.search.ch

archiv:

mai 2005
april 2005
märz 2005
dezember 2004
oktober 2004
september 2004
august 2004
juli 2004
juni 2004

meta:

rss 2.0
kommentare [rss](#) 2.0

http://about.search.ch/

Beobachtungen zur Medienkonvergenz

Überlegungen, Neuigkeiten, Nettes und Kritisches zur Konvergenz der digitalen Medien

2005-05-11

Legale Musik-Downloads jetzt auch in der Schweiz – mit ein paar Verbesserungspotentialen

Von agoeldi @ 19:33

[Entertainment]

Seit dieser Woche gibt es in der Schweiz endlich auch den iTunes-Musicstore von Apple. Zeit war's ja. Vermutlich hat der Produktmanager wieder mal die Europakarte rausgenommen und festgestellt, dass da in der Mitte des Kontinents noch so ein kleiner komischer Markt ist, den man eigentlich auch noch abdecken könnte. Schön, denn damit steht jetzt 1 Million Songs zum legalen Download zur Verfügung.

Zeitgleich ist auch Sony mit dem Connect-Shop gestartet, der leider nur kompatibel mit den Sony-eigenen Abspielgeräten ist, aber immerhin auch 600'000 Songs bietet. Und schon etwas länger gibt es ja die beiden Migros-Konzerntöchter Ex Libris und M-Electronics, die sich lustigerweise immer noch fleissig konkurrenzieren. Ja, der Online-Markt ist halt unübersichtlich.

Alles prima also? Nun, machen wir ein einfaches Experiment. Nichts Hinterhältiges, sondern eine ganz banale Aufgabenstellung für einen Musikshop im Markt Schweiz: Wir hätten gern die Nr. 1 der Schweizer Hitparade runtergeladen.

Im Moment ist das gerade Castingshow-Hupfdohle Salome mit ihrem Bergler-Rocksong "Gumpu". Suchen bei iTunes: Fehlanzeige. Sony Connect: Nix. M-Electronics: Nada. Ex-Libris: Leider auch nicht, aber dieser Shop empfiehlt uns dafür als Alternative die Arie "Ah! Du wolltest mich nicht Deinen Mund küssen lassen, Jochanaan" aus der Oper "Salome" von Richard Strauss. Auch sehr schön. Aber die Nr. 1 der Hitparade bleibt uns leider zum legalen Download verwehrt.

Gut, der künstlerische Verlust hält sich in Grenzen. Aber ernüchternd sind die Resultate doch. Weitere Experimente zeigen: Von den Top 10 der aktuellen Schweizer Hitparade gibt es bei iTunes gerade mal 4 Titel, die anderen Shops sind alle gleich schlecht oder noch dünner ausgestattet.

Man kann gespannt sein, wie lange es noch dauert, bis die Musikindustrie endlich akzeptiert, dass die Konsumenten heute Musik einfach gerne runterladen und hören möchten, ohne sich mit einem halben Dutzend Store- und Download-Formaten herumschlagen zu müssen. Und zwar! Plattenladen bekommt, nicht eine undurchsichtig

Kommentare(2) Trackbacks(0) Pingbacks(0) Perra

2005-05-05

Toll: Endlich auch VoIP mit Werbun

Von agoeldi @ 12:23

Der Voice-over-IP-Hype gewinnt weiterhin an Fahrt. Die von etablierten Telefonkonzernen zu, dass VoIP Festnetzbereich verursachen wird.

Das Medium hat immer noch viele Formen, und auf den Markt: Die Firma VisonMedia hat jetzt das erste VoIP-Phone vorgestellt, ein neues Multimedia-IP-Phone mit Videokonferenz-Features, Streaming Video und

NEUESTER MOBLOG



2005-02-05 14:33:22

INFO

Über mich

LETZTE BEITRÄGE

Legale Musik-Downloads...
Toll: Endlich auch VoI...
Warren Buffet mag kein...
Online-Werbekönig Goog...
Internet und Medienind...

KATEGORIEN

Alle
Allgemeines
Entertainment
IT
Mobile
Telekommunikation

« Mai 2005 »

Information

Andreas Göldi
Zürich
Schweiz

Website
<http://www.agoeldi.com>

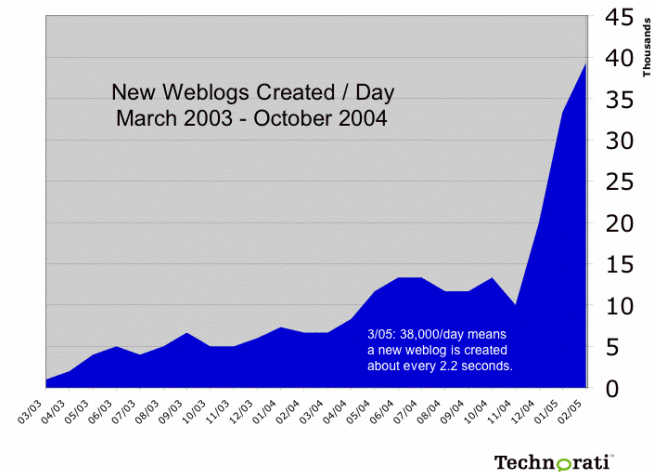
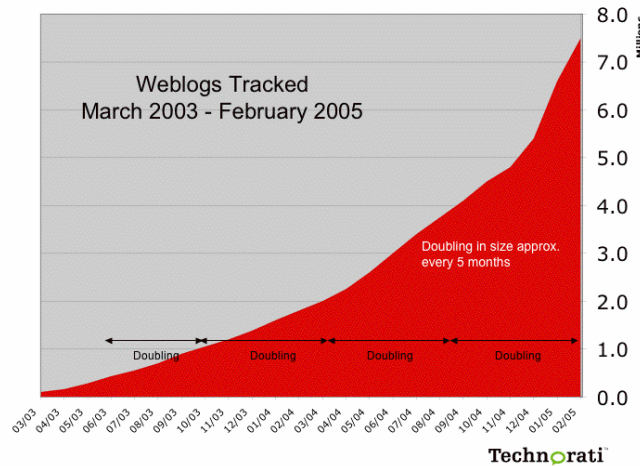
Bio

hallo?

MSN ID
agoeldi@hotmail.com

- » Autor ist eine „unbekannte“ Person (mit privater E-Mail-Adresse). In Wahrheit ist er ein Teilhaber von namics
- » Am 1.2.2005 aufgeschaltet: Keine Werbung, keine Kommunikation, keine Verlinkung
- » Am 15.2. der erste Benutzer-Kommentar
- » Mitte April: Anfrage einer Fachpublikation (Print) für ein Interview über „PR-Blogs bzw. Blogs als Marketingmittel“
- » Zugriffszahlen
 - Februar 1660 Visits
 - März 3120 Visits
 - April 4120 Visits
- » Zahlreiche persönliche Kontakte...

Weshalb ein Weblog?



- » Eine neuartige, erfolgreiche und interaktive Kommunikationsform existiert
- » Die Art der Kommunikation erzeugt Vertrauen und erlaubt Meinungsbildung
- » Verbreitung ist sehr schnell und sehr einfach
- » Die Nichtbeherrschung des Mediums kann Schaden anrichten
- » Die Entwicklung steht in Europa am Anfang

Weitere Informationen

- » Business Week, 2. Mai 2005:
“Blogs Will Change Your Business”
 - http://www.businessweek.com/magazine/content/05_18/b3931001_mz001.htm

- » Conference: „Blogging, Journalism & Credibility“, Januar 2005:
 - <http://cyber.law.harvard.edu/webcred/>

- » Harvard Business Review Case Study
 - A Blogger in Their Midst. Halley Suit. September 2003

- » TheNewPR Wiki
 - <http://www.thenewpr.com/>

- » The Corporate Weblog Manifesto
 - <http://radio.weblogs.com/0001011/2003/02/26.html>

- » namics Weblog
 - <http://blog.namics.com>

Aktuelles Beispiel



heise online - IBM ermutigt Mitarbeiter zum Bloggen - Mozilla Firefox

File Edit View Go Bookmarks Tools Help

http://www.heise.de/newsticker/meldung/59570

Disable CSS Forms Images Information Miscellaneous Outline Resize Tools View Source Options

namics Weblog [sequenz.ch/blog] Validation Results heise online - IBM ermutigt Mitarbel...

heise online · c1 · IX · Technology Review · Telepolis · mobil · Security · c1-TV · Jobs · IT-Markt · Kiosk

heise online news 16.05.2005 15:58

Suche ...

7-Tage-News
News-Archiv
News unterwegs
Newsletter
News einbinden

Telefontarife
Internettarife
Internetstörungen

Leserforum
Chat-Events
English Pages
Software

Abo & Heft
Veranstaltungen
Kontakt
Mediadaten

ONLINE-MARKT
Werbung

Preisvergleich
Recherchieren und
vergleichen in über
100.000 Produkten

eMedia.de
Fachbücher,

Done

IBM ermutigt Mitarbeiter zum Bloggen

IBM hat so genannte [Blogging Policy and Guidelines](#) herausgegeben, in denen das Unternehmen Mitarbeiter ermutigt, ein Weblog (Blog) zu führen. James Snell, Mitglied von IBMs Software Standards Strategy Group, [beschreibt](#), wie diese Richtlinie unter Mitwirkung von prominenten IBM-Bloggern, darunter Techniker wie [Grady Booch](#), [Robert Sutor](#) oder [Sam Ruby](#) und Manager wie [Catherine Helzerman](#) und [Ed Brill](#), innerhalb von zehn Tagen gemeinsam ausgearbeitet wurde.

Bemerkenswert ist vor allem, dass IBM die Mitarbeiter dazu auffordert, klipp und klar unter eigenem Namen zu bloggen und sich nicht hinter Pseudonymen zu verstecken. Sie sollen dabei offen legen, dass sie für IBM arbeiten, aber zugleich klarstellen, dass sie ihre eigenen Einschätzungen kund tun, und nicht im Namen von IBM sprechen.

Ein Vorreiter in Sachen Mitarbeiter-Blogs ist IBM damit aber nicht: Vor knapp drei Jahren hatte Ray Ozzie etwa für die Mitarbeiter von Groove Networks [ähnliche Richtlinien](#) ausarbeiten lassen. Auch Microsoft und Sun ermutigen Mitarbeiter zum Bloggen. Microsoft stellt den Mitarbeitern dazu Plattformen auf [MSDN](#) und [TechNet](#) zur Verfügung. Sun aggregiert auf [blogs.sun.com](#).

IBM hat eine interne Blog-Plattform mit mehr als tausend Blogs. Auf [developerWorks](#) versammeln sich dagegen bisher aktuell erst gut 20 Blogs. ([Volker Weber](#)) / (ig/c/t)

Version zum Drucken | Per E-Mail versenden

Kommentare lesen (103 Beiträge)

Anbieter in Ihrer Region finden Sie im heise IT-Markt

Beispiele:

- Altenau: [Agaso Consulting GmbH](#)
- München: [IGS EDV-Systeme](#)
- München: [netEstate GmbH](#)

News suchen

Top-Meldungen

Aktuelle Meldungen

Playstation 3 kommt im Frühjahr 2006

Kleines Zeitfenster für Verkauf der Western-Wireless-Töchter

Kein Auskunftsrecht für Plattenlabel auf Herausgabe von Provider-Kundendaten

Neue Kriterien für EU-Umweltsiegel auf Computer

IBM ermutigt Mitarbeiter zum Bloggen

Einigung auf gemeinsamen DVD-Nachfolger verzögert sich

Erste Farbtaucher-Multifunktionsgeräte

AdBlock



Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit
(Download unter <http://blog.namics.com>)

juerg.stuker@namics.com

Bern, Frankfurt, Hamburg, St.Gallen, Zug, Zürich