



1

Google nestle blog Search Advanced Search Preferences

Web Results 1 - 10 of about 1,270,000 for **nestle blog**. (0.15 seconds)

**Nestlé - Candy Blog**  
 Nestlé Turtles - image if you haven't already guessed, it's Turtle Tuesday on Candy Blog. (Maybe it's the candy equivalent of Faschtnacht Day/Shrove ...  
[www.typefive.com/candyblog/category/nestle/ - 105k - Cached - Similar pages](#)

**Blog Business Summit: Nestlé Addresses Criticism**  
 Blog Business Summit Archives: Nestlé Addresses Criticism, 17 Jul 06 by Teresa Valdez Klein. Nestlé executive George Veza recently responded to blogger ...  
[blogbusinesssummit.com/2006/07/nestl\\_addresses.htm - 24k - Cached - Similar pages](#)

**Brand Autopsy: Ideas are Free ... just ask Nestlé**  
 Pat Chambers, Nestlé marketing manager, called many of those customers and commented, "... Andreas ... thanks for hanging out at the Brand Autopsy blog. ...  
[brandautopsy.typepad.com/brandautopsy/2004/09/ideas\\_are\\_free\\_.html - 30k - Cached - Similar pages](#)

**Nestlé Suisse Real News** - [ Translate this page ]  
 Des employés de la multinationale s'exprime sur les coulisses de Nestlé Suisse depuis l'arrivée de Neily Wenger.  
[nestlesuisse.reelnews.blogspot.com/ - 121k - Cached - Similar pages](#)

**Basic Thinking Blog » Nestlé: Anonyme Mitarbeiterblogs** - [ Translate this page ]  
 Basic Thinking Blog: mein Haas, mein Himmel, mein Blog ... Europa anscheinend das frazösischsprachige Blog Nestlé Suisse Real News zu einem der "nervigsten" ...  
[www.basicthinking.de/blog/2006/07/09/nestle-anonyme-mitarbeiterblogs/ - 40k - Cached - Similar pages](#)

**pointblog.com : Un blog contestataire chez Nestlé Suisse** - [ Translate this page ]  
 Un blog contestataire chez Nestlé Suisse. Publié le 28 juin 2006 à 07:03 Dans business Par Gilles Klein. Depuis le 16 juin, un blogueur anonyme ...  
[www.pointblog.com/past/2006/06/28/un\\_blog\\_contestataire\\_chez\\_nestle\\_suisse.htm - 17k - Cached - Similar pages](#)

**The Blog | David Kirkpatrick: Nestlé CEO Pooh-Poohs Global Warming ...**  
 Nestlé CEO Peter Brabeck-Letmathe claimed in Davos Friday that global ... It's perfectly understandable why the Nestlé CEO would Pooh-Pooh global warming ...  
[www.huffingtonpost.com/davidkirkpatrick/nestle-ceo-pooh-poohs-glo\\_b\\_39807.html - 42k - Cached - Similar pages](#)

**MAKE: Blog: Nestlé Quik container! Pod power supply**  
 Nestlé Quik container iPod power supply. Img 1458-lpower ... Welcome to the Make Blog. You'll find all the most up to date happenings in the Maker and ...  
[www.makezine.com/blog/archive/2006/03/nestle\\_quik\\_container\\_ipod\\_pow.html - 52k - Cached - Similar pages](#)

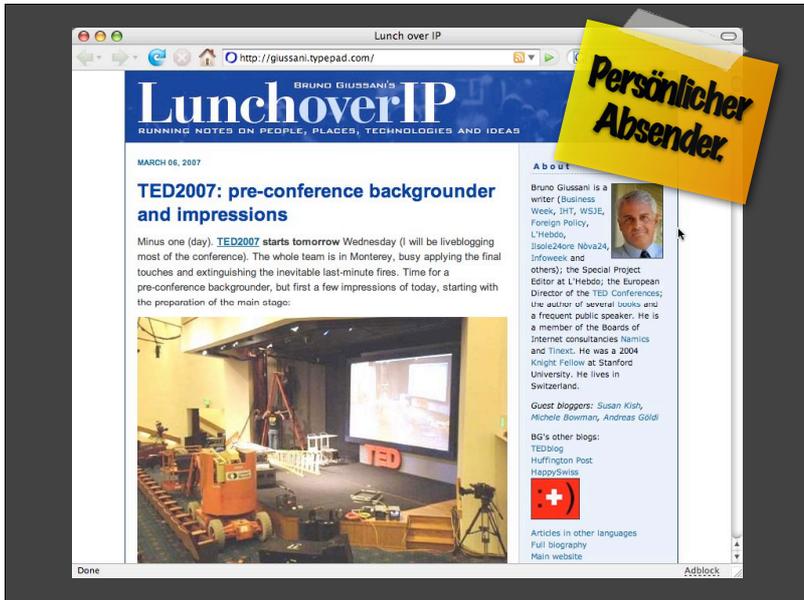
**Boycott Nestlé - protect infants**  
 This blog is about the day-to-day work of Baby Milk Action on the boycott and ... leading

**Google-Suche "nestle blog" bringt sehr zahlreiche Treffer: Von Candy-Fans über anonymer Mitarbeiter-Blog bis zu Baby-nahrungsboykott.**

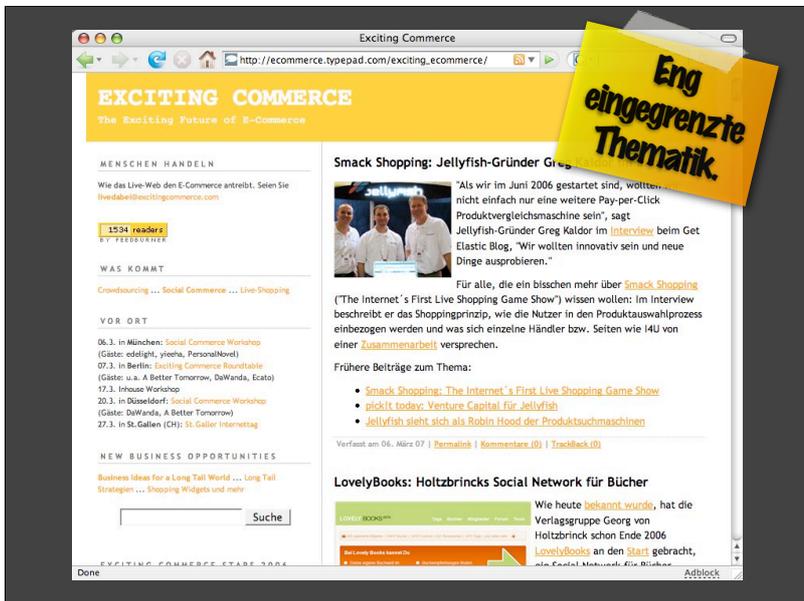
2

**Ganz ehrlich.  
 Weblogs sind nur  
 das, was Websites  
 immer hätten  
 sein sollen!**

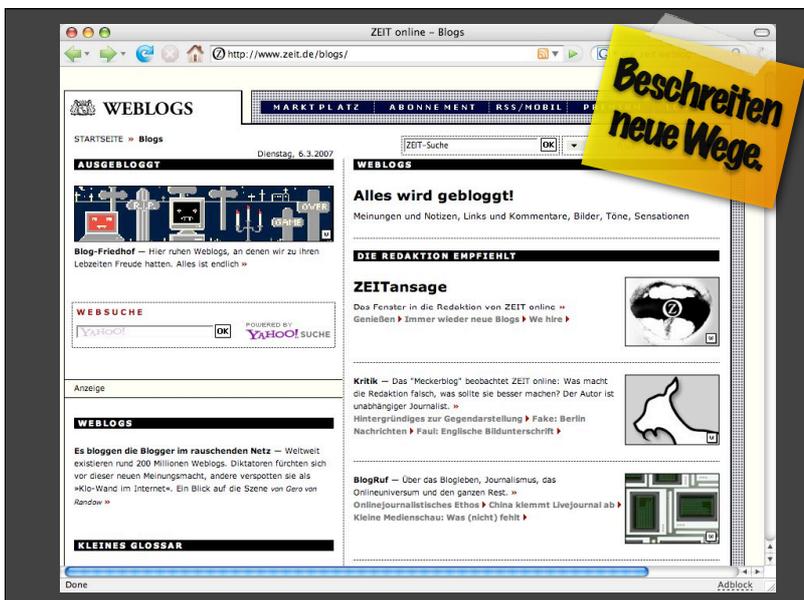
3



4



5



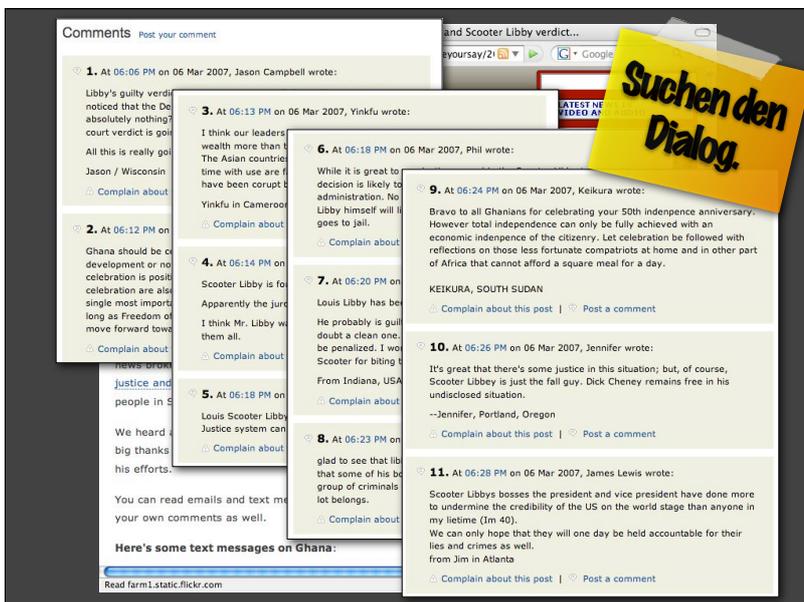
6



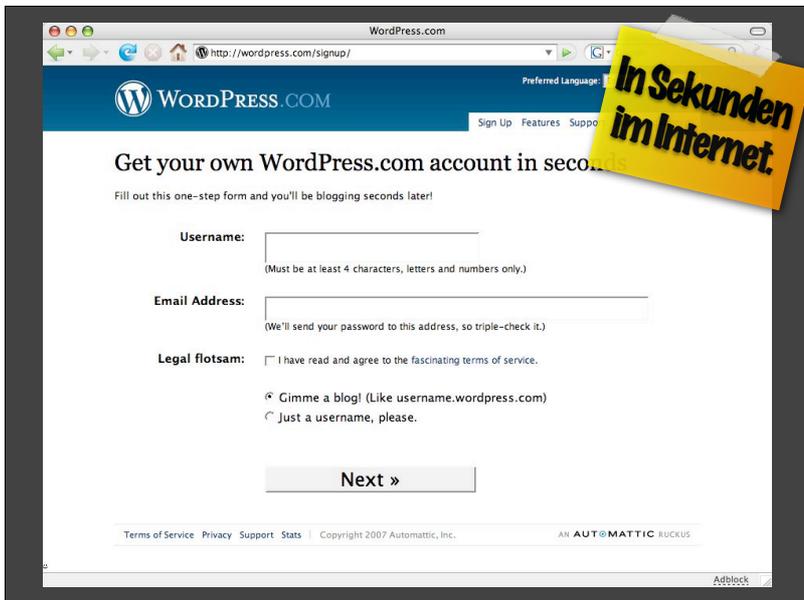
7



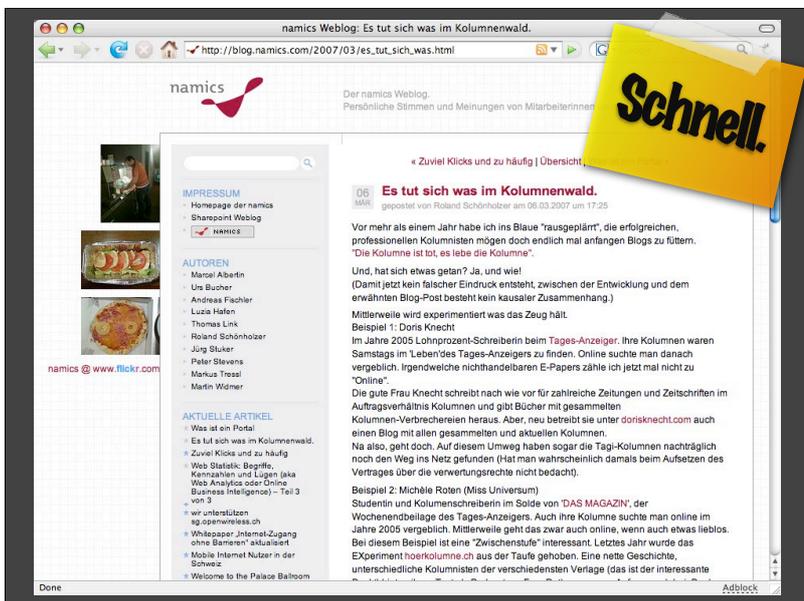
8



9



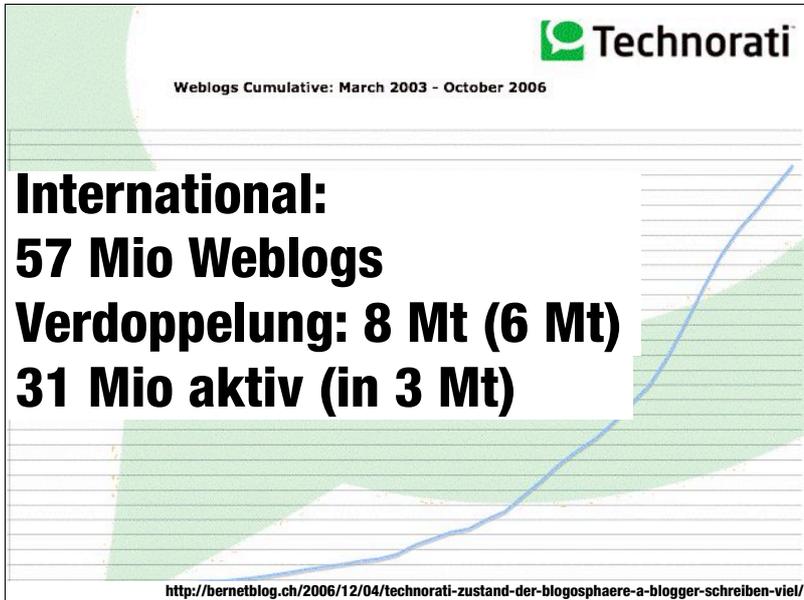
10



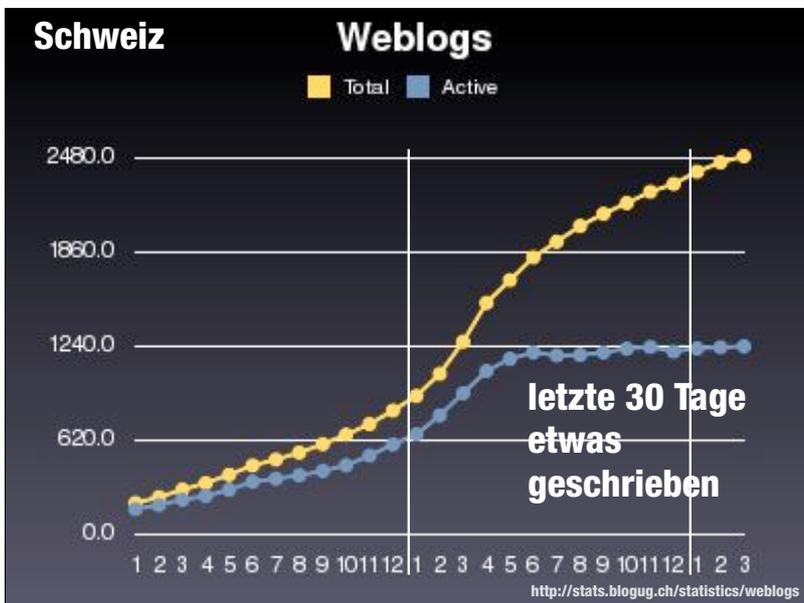
11



12



13



14



15



**Tom Brühwiler**  
**www.bloggingtom.ch**  
**Informatiker**  
**No. 7 CH / 298 Links intl.**  
**50'000 Unique Visitors/Mt**  
**Swiss News / Blogging / Technologie**



16



Tut uns leid, aber wir äussern uns nicht zu Anfragen von privaten Web Sites.

« [Eure Stimmen sind gefragt](#) [Blogspot: Internal Server Error](#) »

**Migros: No comment**  
 tastaturisiert am Donnerstag, 14. September 2006 um 15:59:49 Uhr

Der Grossverteiler [Migros](#) verkaufte offenbar zwischen Januar und August 2006 Fälschungen des Eau de Toilette Davidoff Cool Water und [schrieb darüber](#) auch klein und versteckt im Migros Magazin. Für mich Grund genug, einmal bei der Migros nachzufragen und folgende Fragen zu stellen:

1. Wie konnte es geschehen, dass die Migros Fälschungen verkauft

**Pressestelle verweigert Antwort  
 Kundendienst antwortet nicht**

17

Grundsätzlich richtig, dass wir diesen Artikel ausgetestet haben. was nicht stimmt, ist, dass dieser Artikel in den Top 10 drin war.

Dabei handelt es sich um den Artikel 2ltr. UHT-Milch nicht Past-Milch. Leider war bei der Pastmilch die Nachfrage, wohl aufgrund der wesentlich kürzeren Haltbarkeit und der für Pastmilch zu grossen Verpackung immer viel tiefer, wesentlich tiefer als wir selbst erhofft hatten. Wir bieten den Kunden mit der 1ltr. Brik (nicht im M-Budget-Kleid) eine ebenfalls attraktive Alternative an.

Ablösung M-Budget 2 ltr. Hochpast Drinkmilch durch 1 ltr.  
 Brik hochpast Vollmilch:  
 Die bisherigen eher bescheidenen Verkäufe haben gezeigt, dass für viele Kunden die 2 ltr. Packung für Pastmilch zu gross ist und eine Mehrheit der Konsumenten eine 1 ltr.

**Netzblog liest Geschichte, zeigt ausführliche Antwort der Pressestelle, die er erhalten hat.**

Als Alternative zu der bisherigen M-Budget 2 ltr. Hochpast Drinkmilch Verpackung von einem grösseren Convenience-Grad als bei einer 2 ltr. Packung.  
 Die Verpackungskosten fallen bei der 1 ltr. Verpackung etwas mehr ins

18

Relevanz: [www.blogug.ch](http://www.blogug.ch)

blogug

list ping **top100** planet stats map

Home  
Last 30 days winners  
Last 30 days losers  
New entries  
Gone entries

Search:

### Swiss Top 100 Blogs according to Technorati

More info about this in my blog and an update  
Figures: The figures are taken from Technorati.com, the blog list from list.blogug.ch and blog.ch. "Blogs" and "Links" are directly taken from Technorati, the "diff" column is the difference to 30 days ago. Daily updated (at 7am CE(S)).

rang	url	blogs			links		.ch rank	
		t rank	total	diff	total	diff	today	diff
1	NetzBlog	578327	6	2	85	3	683	144

swiss blogs data from [list.blogug.ch](http://list.blogug.ch) and [blog.ch](http://blog.ch). Linkcount and rank data from Technorati.  
 Created and maintained by [Christian Stocker](#). Design by [sis](#).

19

Relevanz: [www.blogug.ch](http://www.blogug.ch)

blogug

list ping **top100** planet stats map

Home  
Last 30 days winners  
Last 30 days losers  
New entries  
Gone entries

Search:

### Swiss Top 100 Blogs according to Technorati

More info about this in my blog and an update  
Figures: The figures are taken from Technorati.com, the blog list from list.blogug.ch and blog.ch. "Blogs" and "Links" are directly taken from Technorati, the "diff" column is the difference to 30 days ago. Daily updated (at 7am CE(S)).

rang	url	blogs			links		.ch rank	
		t rank	total	diff	total	diff	today	diff
1	BloggingTom	8318	322	-28	1520	241	4	0

swiss blogs data from [list.blogug.ch](http://list.blogug.ch) and [blog.ch](http://blog.ch). Linkcount and rank data from Technorati.  
 Created and maintained by [Christian Stocker](#). Design by [sis](#).

**Fazit: Anfragen beantworten, einheitliche Policy, gezielte Medienarbeit**

20

Umweltmanagement Swisscom  
 Gestion de l'environnement de Swisscom



**Albert Kuhn**  
[swisscomnature.blueblog.ch](http://swisscomnature.blueblog.ch)  
 Umweltverantwortlicher  
 Chemiker Dr. phil.-nat.  
 No. 73 CH / 64 Links intl.  
 Umweltblog  
 Start September 06



21



**Schnelle Kommunikation**  
**Keine langen Wege**  
**Besseres Monitoring**  
**Nischen-Reichweite**  
**Positive Vernetzung**



22

## Siemens Deutschland

Willkommen auf dem Länderportal  
von Siemens in Deutschland.



**Klaus Kleinfeld**  
**Intranet Blog**  
**CEO**  
**«bis über 15'000 Visits»**  
**Siemens Blog-100 Initiative**



23

**SPIEGEL ONLINE** 26. September  
2006

**Mitarbeiter**  
**sendet**  
**Blog-**  
**Kommentare**  
**an**  
**Spiegel**

**30 PROZENT MEHR FÜR VORSTÄNDE**

### **Siemens-Mitarbeiter revoltieren im Intranet**

Von *Anne Seith*

**Unfähigkeit und Maßlosigkeit  
werfen Siemens-Beschäftigte ihren  
Chefs vor, deren Bezüge um 30  
Prozent steigen sollen.  
Vorstandsvorsitzender Kleinfeld  
bekommt das zu spüren - in seinem  
internen Blog platzieren  
Mitarbeiter ätzende Kommentare.**

24

**Genüssliche Flash-Animation mit den bissigsten Kommentaren, Berichterstattung in allen Wirtschaftsmedien.**

“Hallo Herr Kleinfeld,  
(...) ich frage mich schon lange, wohin  
Leute wie Sie unsere Gesellschaft treiben.  
Immer nur mehr, mehr, mehr...”

25

**Blogger sind:**

**Engagiert**

**Zahlreich**

**Vernetzt**

**Multiplikatoren**

**Anstrengend**



26

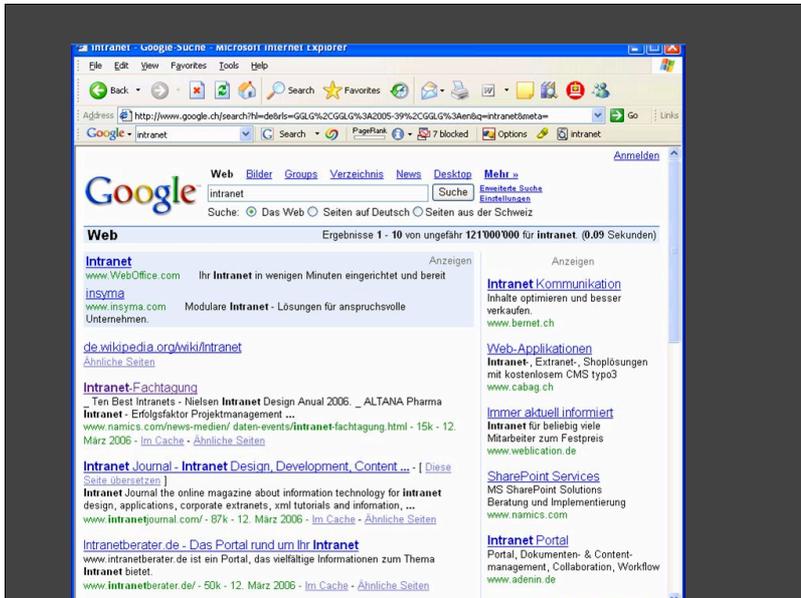
**Was bringt  
bloggen?**

**Sichtbarkeit**

**Reputation**

**Pull vs. Push**

27



28

**Wo sind Ihre Zielgruppen?**

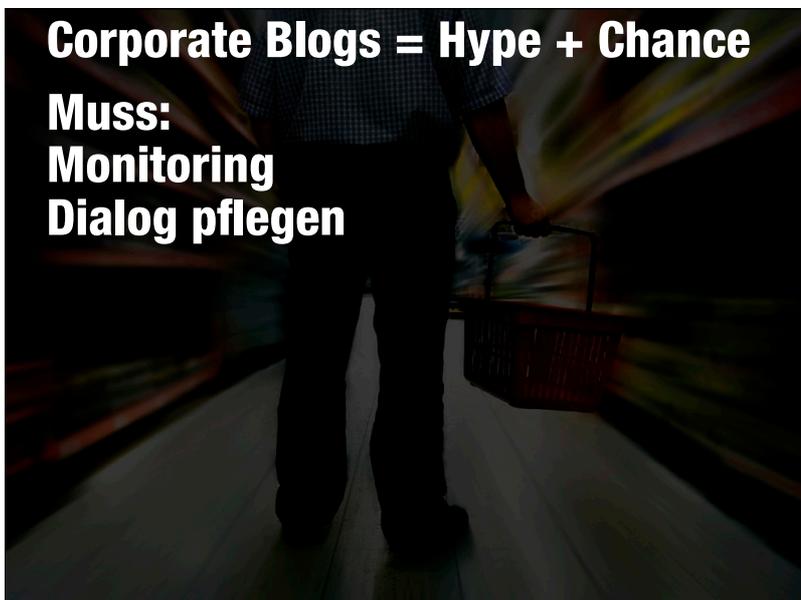


**Märkte sind Konversationen -  
welche Dialoge entscheiden?**

29

**Corporate Blogs = Hype + Chance**

**Muss:  
Monitoring  
Dialog pflegen**



30

# Swisscom lanciert als erster Schweizer Konzern einen Blog

Firmen können mit Internet-tagebüchern ihre Bekanntheit erhöhen. Das neue Medium birgt aber auch Gefahren.

## Von Romeo Regenass

Weblogs, kurz Blogs genannt, sind von der Idee her allen zugängliche Informationskanäle von Privaten, die das weltweite Netz als Plattform nutzen (siehe Kasten). Seit einiger Zeit entdecken aber auch immer mehr Firmen die Möglichkeiten des Mediums. Tipps zur Führung von Internet-tagebüchern finden sie auf einem neuen Portal der Hochschule für Wirtschaft Luzern. «Grössere Firmen meiden Blogs», sagt Nicolas Blanchard, der das Portal zusammen mit seinem Studienkollegen Adrian Iten geschaffen hat. Der Student der Wirtschaftskommunikation weiss auch, weshalb dem so ist: «Die PR-Abteilungen und Kommunikationsverantwortlichen haben Angst, die Kontrolle über den Informati-

Selbstverständlich übt die Swisscom im eigenen Blog keine Zensur aus, aber auf Fehlinformationen werde man reagieren.

Weniger Berührungängste als die Mehrzahl der Konzerne zeigen kleinere Unternehmen, und das vornehmlich in der Informatik-, PR- oder Werbebranche. Die 38 öffentlich zugänglichen Unternehmens-Blogs, die es laut der Analyse von Blanchard und Iten Ende April 2006 in der Schweiz gab, gehören grossmehrheitlich zu dieser Kategorie. Und die Blogs ermöglichen ihnen, den eigenen Bekanntheitsgrad entscheidend zu erhöhen.

«Das Kollektiv aller Blogs, die Blogosphäre, ist mit Links eng miteinander verknüpft», sagt Blanchard. Und diese Links, die entscheiden darüber, wie weit oben ein Firmenname auf den Trefferlisten von Suchmaschinen wie Google steht. «Je mehr ein- und ausgehende Links eine Seite aufweist, desto wichtiger bewertet sie Google». Daniel Jörg, Unternehmensberater bei Blütli & Company in Zürich und Betreuer des firmeneigenen Blogs, bestätigt diesen Mechanismus. «Für viele ist dies ein wichtiger Anreiz, um einen eigen-

sie dies super und erreichen eine Menge Leute», sagt Unternehmensberater Jörg. Wer einen Blog unterhält, muss ihn nicht nur füttern, sondern ständig beobachten.

«Das Gute daran ist, dass Firmen lernen, zuzuhören und den Puls der öffentlichen Meinung zu spüren», ist Jörg überzeugt. Für Blanchard und Iten vereinfachen Blogs das Krisenmanagement von Firmen: «Was Aktualität und Präzision der Krisenkommunikation betrifft, eröffnen Blogs eine neue Qualität». Bei Bedarf könne die Öffentlichkeit im Minutentakt informiert werden. Jörg stimmt dem zu, mit einer Einschränkung: «Der Blog muss vorher bekannt sein, sonst muss er nämlich mit viel Aufwand bekannt gemacht werden.»

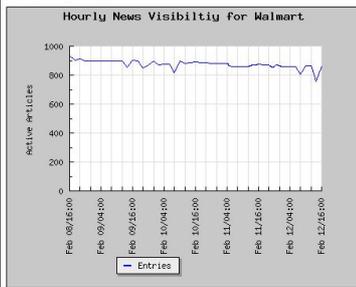
Weitere Informationen unter:

**Tages Anzeiger**  
**29. August**  
**2006**

31

## Online Monitoring

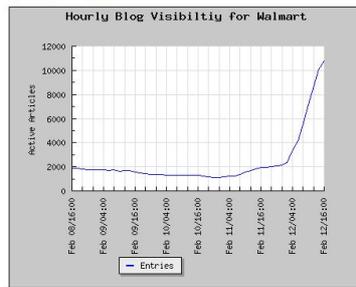
Walmart in the News



Top News Articles about Walmart as of 2007-02-12 16:00:00

1. WALMART SHOOTING
2. Shooting at Ammon Walmart
3. Walmart in bed with Microsoft? Walmart says NO to Firefox, Mac, Apple
4. Local clubs to perform at Bobcat's halftime show
5. SOA Web Services - Learning the Language

Walmart in the Blogs



Top Blog Entries about Walmart as of 2007-02-12 16:00:00

1. WalMart Boycotting Everything Non-Microsoft
2. Wal-Mart Video Service Requires IE
3. Huge turnout at anti-WalMart rally Saturday
4. WalMart media downloads site is NOT valid HTML
5. Roswell WalMart

(c) namics 2007

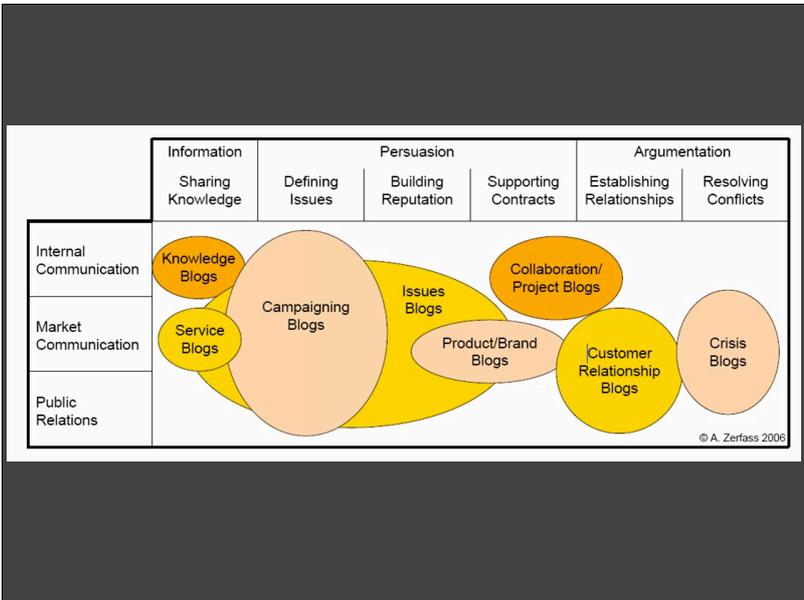
32

## Corporate Blogs = Hype + Chance

Muss:  
 Monitoring  
 Dialog pflegen

Situativ:  
 Corporate-, Produkte-, Themenblog  
 intern oder extern

33



34

**Corporate Blogs = Hype + Chance**

**Muss:**  
Monitoring  
Dialog pflegen

**Situativ:**  
Corporate-, Produkte-, Themenblog  
intern oder extern

**Achtung:**  
Aufwand, Authentizität, Integration

35



«Corporate Brand: Mercedes Witzke Vol. 18 | Start | Corporate Blogging - Hype oder Chance? Vortrag in Zürich am Mittwoch.»

Konzepttechnik: Teil 2

Diese Woche haben wir in unserem **Antenna-Newsletter** die Serie zur Konzepttechnik fortgesetzt.

Nach Teil 1 über Briefing und Kommunikationsziele geht es in aktuellen Teil 2 um Analyse, Zielgruppen, Strategien und Positionierung. Wir wünschen allen gute Lektüre und erfolgreiche, umsetzbare Konzepte!

Agenda: Referate, Workshops, Newsletter, Ziel

Wichtig in der Weiterbildung

Konzepttechnik: Teil 2  
Über Analyse, Zielgruppen, Strategien und Positionierung

Medienarbeit in Netz

«Alles Out, was geschieht, setzt das nächste in Bewegung.»  
Johann Wolfgang von Goethe

Konzepttechnik - auf dem Weg zu besseren Resultaten, Teil 2  
Februar 2007

Nach Teil 1 über Briefing und Ziele hier die zweite Folge unseres Konzept-Newsletters. Er gibt Einblicke über

- die Analyse
- die Zielgruppen
- die Strategie
- die Positionierung

**bernetblog.ch: 2006  
10'000 Unique/Monat  
Dialog**

**bernet.ch: 1995  
2'000 Unique/Monat  
Referenz**

**Newsletter: 2002  
1'000 Abonnenten  
Kompetenz**

36

## Corporate Blogging: Hype oder Chance für Marketing und Reputation?



7. März  
2007



Jürg Stuker, juerg.stuker@namics.com, 071 228 67 01  
namics: 190 Internethandwerker seit 11 Jahren mit erstklassigem Wissen und Können zu Internet. Wir erdenken, bauen, betreiben, bewerben und verbessern geschäftskritische Online-Anwendungen zusammen mit unseren Kunden.  
<http://blog.namics.com> : Persönlich Stimmen um und aus dem Netz  
<http://www.namics.com/wissen> : Whitepapers, Vorträge und mehr



Marcel Bernet, marcel.bernet@bernet.ch, 044 266 90 80  
Bernet PR steht für wirksame, kreative und herzliche Kommunikation. Mit Fokus auf strategischer Beratung, Medienarbeit, Publikationen, PR im Netz.  
[bernetblog.ch](http://bernetblog.ch) rund um Weblogs, Online PR, Kommunikation  
[onlinepr.ch](http://onlinepr.ch) als Website zum Buch «Medienarbeit im Netz»

37

38

## Weitere Veranstaltungen

> Donnerstag, 22. März, 15:30 - 16:30 in Zürich:  
**eCollaboration im Projektgeschäft** mit Dr. Bernd Schopp, namics  
<http://www.learningcenter.unisg.ch/sosw>

> Dienstag, 27. März, 13:30 - 14:45 in St. Gallen:  
**Online Werbung** mit Roland Schönholzer, namics  
<http://www.internettag.ch/>

> Freitag, 11. Mai, 09:15 - 17:00 in Luzern:  
**Corporate Blogging - Chancen, Erfahrungen, Trends**  
mit Jürg Stuker, Marcel Bernet und Albert Kuhn / Swisscom  
[http://bernet.ch/index.php?id=maz\\_seminar](http://bernet.ch/index.php?id=maz_seminar)



> Dienstag, 26. Juni, ganzer Tag in Thalwil / Zürich:  
**Praxistag Online-Kommunikation für Marketing und Reputation**  
Praxis-Beispiele aus Online-Werbung, Online-PR, Web 2.0  
Programm im Aufbau, siehe <http://bernetblog.ch>



39