

inside marketing



top-themen

Künstliche Intelligenz –
was bringt uns die KI?

Alternative Energie-
systeme in der Region

Jubiläum: 90 Jahre
KNORR Rechtsanwälte AG

WAHRER WEICHTUM.

Weniger Kalk durch Enthärtungsanlagen



WERDE
WASSER-
WISSER®!

Jan Delay x Grünbeck

grünbeck



Von Prof. Kotler, Greenwashing und Enkelfähigkeit



Liebe Zielgruppe,

ich habe aus gegebenem Anlass meinen sehr medienaffinen Kollegen, den KI-Experten Prof. Dr. Chat Dschie-Pitie gebeten, einen Artikel zu den Stichwörtern „Kotler, Greenwashing und Enkelfähigkeit“ zu verfassen. Hier sein Ergebnis – das ich gerne 1:1 weitergebe und mit dem ich absolut einverstanden bin:

Der wohl berühmteste Marketingprofessor der Welt – Philip Kotler - hat sie bekannt gemacht, aber „erfunden“ hat sie eigentlich Jerome McCarthy bereits im Jahr 1960: Die sogenannten 4Ps. Millionen Marketingstudenten weltweit und alle Marketinginteressierten haben den Marketingmix, bestehend aus Product, Price, Place und Promotion gelernt und verinnerlicht. In manchen spezifischen Konstellationen wurden dann daraus 7P oder 8P - geschenkt. Doch wenn – wie es aktuell hoffentlich für alle offenkundig erkennbar ist – dringend technologische Innovationen benötigt werden, wenn sehr große Probleme zu lösen sind (wie es der Klimawandel und die Energieversorgung unstrittig sind), kommt es nicht auf die Werbung, den Preis oder den Vertrieb an, sondern in allererster Linie auf die Produktpolitik!

Ingenieure, Technikbegeisterte, neugierige Tüftler und Erfinder sind gefragt. Und aus diesem Grunde stellen wir – ganz im Sinne von Kotlers legendärem Aufsatz über das „Deepening and Broadening the Concept of Marketing“ – etliche, hochinteressante, technische Neuigkeiten für alternative Energiesysteme aus unserer Region vor, deren Hauptfokus zunächst nicht unbedingt auf der Vermarktung liegt, die aber großartige innovative Lösungsansätze sind. Marketingexperten sollten dann dafür sorgen, dass das zu entwickelnde Angebot auch tatsächlich ein Kundenbedürfnis befriedigt, einen messbaren Kundennutzen stiftet, dass es bekannt gemacht und akzeptiert wird, dass es sich gegen die Konkurrenz

durchsetzt und dem eigenen Unternehmen Wettbewerbsvorteile und (angemessene) Preise und Gewinne beschert. Aber alles im Sinne einer Mehrung des Wohlstands für die Allgemeinheit. Und alles vor dem Hintergrund, dass wir ehrliches Marketing benötigen, kein unnötiges und unsägliches „Greenwashing“.

Und ja, so ehrlich sollte man sein: Ein permanentes weiteres quantitatives Wachstum wird es nicht geben – und ist auch nicht sinnvoll. Wohlstandsmessung nur anhand der Steigerung des aktuellen BIP ist nicht mehr zeitgemäß und meines Erachtens auch falsch. Prof. Maja Göpel und viele andere Ökonomen zeigen dies sehr klar auf. Qualitatives Wachstum, Kreislaufwirtschaft, ein verändertes Konsumverhalten ist notwendig. Aber der Mensch ist träge, Besitzstandswahrung ist eine enorme (Verhinderungs-)Kraft. Und dieses aufzubrechen – zum Wohle und Wohlstand aller Menschen, für uns selbst, vor allem unserer Kinder und Enkel. Daran sollten wir Marketingexperten arbeiten. Und zwar deutlich mehr, als wir es bisher tun. Nachhaltigkeit darf nicht zum „Langweiler“-Wort werden, „Enkelfähigkeit“ sollte kein Buzzword werden, sondern eine zentrale Maxime unseres Handelns. Wir Marketingexperten müssen uns selbst viel mehr in die Verantwortung nehmen.

Nach meinem Kollegen von der Open AI-University ergreife ich nun wieder selbst und in eigener Sache das Wort, zunächst mit einer wichtigen Vorankündigung: Der neunte Ulmer Marketing Preis ist gestartet! Wir verleihen wieder den „HAUPTPREIS“ für eine herausragende Marketing-Gesamtleistung sowie den „SPECIAL AWARD“ für eine herausragende Marketing-Einzelleistung, wie z. B. eine außergewöhnliche und erfolgreiche Kampagne oder ein Event. Teilnehmen können alle Unternehmen (jeglicher Größe und Branche), Organisationen und Vereine, Selbständige aus unserem MC Ulm/Neu-Ulm-Gebiet, das einen Radius von ca. 50 km um Ulm herum umfasst. Ich und mit mir die gesamte Jury sind hoch gespannt auf tolle Bewerbungen.

Und am Ende diese Editorials noch ein persönlicher Hinweis: Nach über 24 (!) Jahren tatkräftigem und erfolgreichem Mitwirken im Marketing Club Ulm/Neu-Ulm hat die Leiterin unserer Geschäftsstelle, Claudia Lasar, zum 30.04.2023 ihr Amt übergeben. Die Zusammenarbeit mit ihr war immer offen und reibungslos und über die langen Jahre hat sich ein schönes, freundschaftliches Vertrauensverhältnis aufgebaut. Liebe Claudia, wir danken Dir für Dein Engagement und wünschen Dir alles Gute!

In diesem Sinne, blieben Sie vertrauenswürdig.

Ihr
Prof. Dr. Bernd Radtke
Präsident Marketing Club Ulm/Neu-Ulm e.V.



Die Kaffeemarke aus der Region

Exklusiv geröstet und abgefüllt – aus nachhaltigem Anbau

DER FRÜCHTIGE



• Fein abgestimmte Hochland Arabica Kaffeebohnenmischung aus Äthiopien, Indien und Brasilien. Ein Café Creme mit mildem Charakter und fruchtig würziger Note

DER MILDE



• Fein abgestimmte Hochland Arabica Kaffeebohnenmischung aus Kolumbien, Indien und Brasilien mit würziger Note ansprechend mildem Charakter

DER WÜRZIGE



• Fein abgestimmte Hochland Arabica Kaffeebohnenmischung aus Costa Rica, Indien und Brasilien ergeben einen Café Creme mit würzig rassissem Aroma

– unser Klassiker –

DER KLASSIKER



• Feinste Arabicas aus Guatemala, Indien und Brasilien mit einem Robusta aus Vietnam ergeben ein abgerundetes, einzigartiges Geschmackserlebnis

DER KRÄFTIGE



• Feinste Hochland Arabicas aus Südamerika und Indien mit einem kräftigen Robusta aus Asien ergeben ein kräftiges, einzigartiges Geschmackserlebnis für intensiven Kaffeegenuss

DAS SAHNEHÜBCHEN



... und unser Milchtopping für vollendeten Cappuccinogenuss.

Sie kennen Donau Coffee noch nicht?
Probier-Pakete für Kaffee-Genießer
– je 3x 250g – finden Sie unter
www.donaucoffee.de

Vertrieb durch:

ACT MANNES Purer Kaffeegenuss

Automaten Coffee Technik

ACT MANNES FON 07393 9542070
ABT-KONRAD-KNER-STR. 19 FAX 07393 9542071
89597 MUNDERKINGEN COFFEE@MANNES.DE

WWW.ACTMANNES.DE

Editorial

03_ Prof. Dr. Bernd Radtke

Marketing Aktuell

05_ Knorr AG: 90 Jahre Jubiläum

06_ DU Pharma: Start-Up in Krisenzeiten
Foleys: Anspruchsvolle Kommunikation

07_ MC Ulm: Wechsel im Club-Sekretariat

Marketing Titel

08_ Alternative Energiesysteme

Gespräch mit dem Leiter des Ulmer ZSW - Prof. Hölzle

10_ Regionale Energie Agentur: Unabhängige Energieberatung

11_ Photovoltaik als Teil der Lösung

12_ Energie-Effizienz in der Wirtschaft

13_ Innovative Kleinwindturbine

14_ Effizienz durch Biomasse

Ulmer Marketing Preis

15_ Die Bewerbungsphase hat begonnen

Digitalk

16_ Was bringt uns „Künstliche Intelligenz“?

Kolumne

18_ Gute Werbung - Schlechte Werbung

Marketing Recht

20_ Aktuelle Entwicklungen im Marketing-Recht

Club Live

22_ Veranstaltungen und Events

Impressum

Auflage: 12.000

Verlag/Herausgeber
(V.i.S.d.P.):

Neue Pressegesellschaft mbH & Co. KG, Ulm /
Marketing-Club Ulm/Neu Ulm e.V.

Geschäftsstelle:

Ursula Eckert, Dr.-Rau-Straße 2a, 89340 Leipheim,
Mobil 0151 53 177 193, ursula.eckert@mc-ulm.de

Redaktion:

Günter Merkle, Tel. 0731-9266 444, merkle@protel-film.de

Gestaltung:

Schwann Design GmbH, Tel. 0731-509 79 80, info@schwann.eu

Herstellung/Druck:

P&M Consult UG, Tel. 0731-950 23 40-0, pundmconsult@gmail.com

Autoren der Ausgabe:

Günter Merkle, Helmut Lange, Thomas Scheer, Oliver Fischer

Bildernachweis:

Günter Merkle, Helmut Lange, Protel Film, MC Ulm,
Schwann Design, iStock.com/NicoElNino,
stock.adobe.com/Naiyana,

Ausgabe 2-2023 erscheint im Dez. 2023

90 Jahre KNORR Rechtsanwälte – ein beständiger Begleiter des Mittelstands feiert Jubiläum

Eine lange Firmengeschichte zeugt von Stabilität und Qualität über viele Jahrzehnte. Die KNORR Rechtsanwälte AG feierte daher in der Oldtimerfabrik Neu-Ulm mit Kunden, Netzwerkpartnern und Freunden und zeigte die Herausforderungen der modernen Arbeit für die Kanzlei und den von ihr betreuten Mittelstand.



Dr. Günter Knorr, Aufsichtsratsvorsitzender der KNORR Rechtsanwälte AG.

Oftmals hat die Geschichte schon gezeigt, dass ein Ausruhen auf „alten Lorbeeren“ gefährlich werden kann. Daher blickt die KNORR Rechtsanwälte AG zwar nicht ohne gewissen Stolz auf „90 Jahre KNORR Rechtsanwälte“ zurück; trotzdem weiß Dr. Günter Knorr, Aufsichtsratsvorsitzender der Kanzlei, dass die tägliche Arbeit dem höchsten und modernsten Anspruch Genüge tun muss.

Schon seit 2011 mit elektronischen Akten, Remote-Arbeitsplätzen und Video-Conferencing-Systemen ausgerüstet, konnte selbst die Corona-Zeit die Kanzleiarbeit nicht sonderlich stören. „Wie wichtig diese frühzeitige Umstellung war, zeigte sich nicht zuletzt bei den besonderen Anforderungen der jüngsten Zeit. Denn unser Team konnte unseren Kunden unverändert schnell zur Seite stehen“, erklärt Vorstand Armin Weidt. „Da wir die eigene Vorgabe an uns selbst haben, unseren Kunden immer eine zügige und fundierte Antwort auf ihre Fragen geben zu können, hat sich unser Anspruch an die Qualität und Modernität unserer Arbeit bezahlt gemacht.“ Dies bestätigte auch einer der Kunden von KNORR, Michael Wolter,

Gesellschafter-Geschäftsführer der Safelog GmbH, einem Hersteller von Kommissionierungsanlagen und mobilen Transportrobotern und Zulieferer unter anderem der Automobil-Industrie. „Ohne die wertvolle Unterstützung von Dr. Knorr und seinem Team hätten wir es nie bis hier geschafft“, so Wolter. „Mit einem solch starken Partner an der Seite konnten wir durch eine ungeheuer schwere Zeit gehen und stehen jetzt als Zulieferer mit einem zweistelligen Millionen-Umsatz gut im Markt.“

Ähnlich äußerte sich auch der Hauptredner des Abends, Ernst Freiherr von Freyberg-Eisenberg zu Allmendingen. In jungen Jahren selbst ein Mitglied der Kanzlei KNORR und durch die „harte Schule des Herrn Dr. Knorr“ gegangen, machte er sich später auf, um in der internationalen Wirtschaft in verschiedenen Funktionen (u.a. als Präsident der Vatikanbank) aktiv zu sein.

„Herr Dr. Knorr hat mir als jungem Juristen einige Dinge auf den Weg mitgegeben, die ich auch heute noch beherzige und erfolgreich umsetzen kann“, so Freyberg. Auch zeigte er den Gästen, dass manche Fakten früher wie heute gelten: Die Entscheidungsfreude im Mittelstand und die Fähigkeit, einfach mal Dinge zu machen – das zeichnet deutsche Unternehmen in ihren Märkten aus. Dennoch beanstandete er immer kompliziertere Regularien. Umso wichtiger der Beistand einer im Wirtschaftsrecht aktiven Kanzlei. Denn spätestens bei dem so wichtigen Schritt ins internationale Geschäft erlebt man durchaus Überraschungen, wenn man sich nicht gut vorbereitet. Die Gäste waren sich einig: „So gut aufgestellt freuen wir uns schon auf die 100 Jahre KNORR!“

Zur Historie der KNORR Rechtsanwälte AG

Die international arbeitende Wirtschaftskanzlei geht zurück auf das Anwaltsbüro, das Rechtsan-

walt Wilhelm Knorr (geb. 8.3.1907) nach seiner Zulassung beim Landgericht Ulm am 11.08.1932 betrieb. Eine Schreibmaschine, die in dieser Zeit benutzt wurde, ist heute noch am heutigen Standort zu besichtigen.



Armin Weidt, Vorstand der KNORR Rechtsanwälte AG, begrüßt die gut 100 Teilnehmer.

Nach dem Krieg begründete Wilhelm Knorr den Ulmer Anwaltsverein neu und führte ihn bis zu seinem Tode 1972. 1964 trat Eberhard Knorr, der älteste Sohn des Gründers, in die Kanzlei ein. Knapp 10 Jahre später stieß Dr. Günter Knorr, heute Vorsitzender des Aufsichtsrats, dazu. Bis heute liegen die wesentlichen Arbeitsgebiete der Kanzlei in der wirtschaftsrechtlichen Beratung. Kunden sind fast ausschließlich mittelständische Unternehmen, national und international.

Mit einem Kreis von spezialisierten Anwälten betreut die Kanzlei ihre Kunden in all ihren rechtlichen Fragen. Aber nicht nur die; denn vielfach werden die Wirtschaftsrechtler der Kanzlei auch zu „unjuristischen“ Fragestellungen hinzugezogen. Ziel der Arbeit ist dabei seit vielen Jahren die Entwicklung wirtschaftlich sinnvoller Konzepte und Lösungsmodelle auf einer sicheren rechtlichen Basis. Eine Tradition, die von den Kunden der Kanzlei sehr geschätzt wird.



Das Auditorium mit Kunden, Partnern und Freunden der Kanzlei.

www.knorr.ag

Kompetente Pharma-Beratung aus Ulm

Was macht ein in Erlangen promovierter Biologe mit rund 25 Jahren Berufserfahrung, u. a. bei LAB/Nuvisan, bei Merck oder Recordati? Er lässt es geruhsam angehen oder: Er macht sich mit der „DU Pharma GmbH“ selbständig, unter dem passenden Motto: „Mit der Gesundheit auf DU und DU“.

Dr. Dankwart Rauscher gründete mitten in der Pandemie ein Pharma-Unternehmen, das sowohl für Beratung als auch für neue Produkte steht. Das Apothekenpflichtige Präparat „Calcium DU-Pharma 200 mg“ bietet seit kurzem organisches Calcium-Citrat mit optimaler Bioverfügbarkeit - für Menschen mit erhöhtem Calcium-Bedarf (Schwangerschaft, Osteoporose u. a.). Ein derartiges Präparat hatte kein deutscher Hersteller mehr im Programm, die Marktlücke war offensichtlich. Andererseits gilt der deutsche Pharma-Markt als „stark reguliert“, Hasardeure sind hier fehl am Platz. Die Großhandelserlaubnis war für DU-Pharma in etwas mehr als zwei Jahren erreicht, das „Start up“ mit background war also ziemlich rasant gestartet. QM-System, Guidelines zur Arzneimittelsicherheit sowie Audits alle zwei Jahre geben dem Unternehmen und seinen Partnern die erforderliche

Sicherheit, 24-Stunden Service-Hotline für das Calcium-Präparat eingeschlossen. Die Anforderungen sind also anspruchsvoll! Dabei geht es dem Pharma-Profi vor allem um Beratung, wovon die Pharma-Branche auf vielen Feldern großen Bedarf hat. Denn nur die ganz Großen können eine Produkteinführung ohne fremde Hilfe, also im eigenen Hause stemmen: Business Development, Portfolio



Start-Up mit Erfahrung...

Foto: MC Ulm

Management, Marktanalyse, Preisgestaltung, Wirtschaftlichkeits-Analyse, Lohn-Herstellung, Packaging ... Für fast alle Bereiche werden Spezialisten benötigt. Dankwart Rauscher hat die Branchen-Kenntnis und vor allem das Netzwerk für diese komplexen Services. Er vergleicht die Pharma-Branche mit der KFZ-Industrie: Der Motor vom Daimler, die Einspritzung von Bosch, die Bremse von Knorr ...eine derartige Arbeitsteilung gilt im Pharma-Bereich weltweit. Die allerwenigsten Wirkstoffe kommen heute noch aus Deutschland. Anders als beim genannten Calcium-Präparat, wo sowohl der Wirkstoff als auch die fertige Arznei aus Deutschland kommen. Aber woher der Wirkstoff letztlich kommt, das darf bei uns auf keiner Packung stehen. Wie war das mit der Abhängigkeit bei Schlüsseltechnologien und Liefer-Monopolen? Es dürfte viel zu tun geben für die junge „DU-Pharma“ aus Ulm. Seit der Gründung im Jahr 1999 ist Dr. Rauscher Mitglied im Pharma-Lizenzclub Deutschland (PLCD), wo ein umfangreiches fachliches Netzwerk gepflegt wird.

PS: Und denken SIE an Ihren Knochenbau, möglichst vor (!) der Osteoporose ...

www.du-pharma.de

Kommunikation für besondere Fälle – Foleys aus Ulm

Sprechen wir über anspruchsvolle Kommunikation: Die Corona-Krise traf die Regionen in unserem Lande sehr ungleichmäßig. Die einen Branchen waren stark betroffen, während andernorts viele Industriefirmen durcharbeiteten.

Axel Roggmann, von der Ulmer Agentur „Foleys Communicatio“ referiert an diversen Hochschulen u. a. auch über Krisenfälle, die oft mit Wucht über Betriebe und Organisationen hereinbrechen. Guter Rat ist da oft teuer: „...im Vorteil ist,

wer ein Interventions-Team in der Nichtkrise aufbaut, Prozesse festlegt, ein Image aufbaut und ein Frühwarnsystem installiert“, meint der Kommunikations-Experte. Aber angesichts der heutigen Medienvielfalt ist es nahezu unmöglich, alle Kommunikationskanäle selbst zu bespielen. Hier heißt es schnell und richtig handeln und das lernte der gebürtige Ulmer Roggmann nicht zuletzt in seiner Funktion als „externer Pressesprecher Deutschland“ für das Franchise-Unternehmen „Subway“. Aber auch der Mittelstand gehört zum Kundenkreis der Kommunikations-Agentur, Stichwort Recruiting: Das Foleys-Team, interdisziplinär breit aufgestellt, entwarf einen zweistufigen online Bewerbungs-Prozess. Mit passgenauem Werbedruck wird punktuell Aufmerksamkeit erzeugt. Meldet sich ein Interessent, tritt ein schneller und unkomplizierter Bewerbungs-Vorgang in Kraft, ohne großen „Papierkram“. Der Erfolg war verblüffend, der Kunde begeistert. Eine ganz andere Nummer sind Firmen-Übernahmen, diese entwickeln nicht selten eine unerwünschte Dynamik, in der die Ängste

der Betroffenen überhand nehmen. Doch wer präsentiert der Öffentlichkeit die Vorteile für beide Seiten, wer moderiert den Prozess, wer coacht die Vorstände und wer bringt die Kommunikation auf den Punkt? Solche besonderen Fälle brauchen Erfahrung und diese ist bei Foleys reichlich vorhanden. PR & Digitale Kommunikation, Employer Branding, Interne Kommunikation, Strategie- und Change Kommunikation. Foleys sieht sich als Begleiter mit integriertem Ansatz. So gelingen Veränderungs- und Innovationsprozesse - strategisch und operativ.

Foleys bewegt sich seit über 20 Jahren erfolgreich auf diesem Parkett (u. a. für TEVA, ZEISS, Subway, Pearls&Dents, und PERI...) und hat sich als Partner für anspruchsvolle Aufgaben bewährt. PS ... und wer unbedingt an der Software seines Diesels „rumbasteln“ will, der sollte im Zweifelsfall auf seine Berater hören, rechtzeitig Resilienz aufbauen und dann pro-aktiv und vor allem zügig handeln!

www.foleys.de



Axel Roggmann - gefragter Kommunikationsexperte

Wechsel im Clubsekretariat

Nach 24 Jahren geht unsere Geschäftsstellenleiterin Claudia Lasar in den wohlverdienten Ruhestand.

1999 sprang Sie ins kalte Wasser und begann ohne große Einarbeitung unter dem Vorstands-Duo Wolfgang Röhr/Werner Dohnt u. a. mit Schreiben, falten, kuvertieren, frankieren – von rund 120 Veranstaltungs-Einladungen, die seinerzeit noch postalisch versandt wurden. Es war ein mühsamer Weg bis zur reibungslosen PC-Technik von heute.

„How many updates must a woman suffer down?“ Unser Redakteur Günter Merkle sprach bei einer Tasse Kaffee, über das, was ihr besonders in Erinnerung geblieben ist. MvO-Marketing vor Ort war ihr Favorit: Wie die Marke Jägermeister seinerzeit aus dem Marken-Museum geholt wurde – direkt in die Discos. Harley Davidson – pure Emotion. Settele und Lanwehr – lukullische Highlights. Hymer, WMF, Kässbohrer – weitere Champions der Region. Sie hatte ihre Freude mit den vielen Referenten von weither und Begegnungen mit den Mitgliedern, die sie nicht missen möchte. Sie erinnert sich an den allzufrüh verstorbenen Programmchef Stefan Ströhle, über viele Jahre Ruhepol im Vorstand. Und kaum zu glauben, auch sie erfuhr beim UMP erst am Abend der

Preisverleihung selbst, wer gewonnen hatte. „Offensichtlich glaubte der Vorstand, ich könnte das nicht für mich behalten...?“ Dabei konnte sich der Club zu 150% auf sie verlassen. Freundlich und zuvorkommend begrüßte sie die Gäste sowohl am Telefon als auch bei den Clubveranstaltungen, hatte das Mitglieder- und Veranstaltungs-Management voll im Griff und die Gastgeschenke rechtzeitig in der Hand. Es war ihr jetzt wichtig, ihre Nachfolgerin selbst einzuarbeiten. So kann sie in diesem Frühling mit ihrem Ehemann Walter die lange geplante große Italienreise antreten. Wir danken „unserer“ Claudia Lasar für ihre tollen, treuen Dienste und wünschen ihr für die Zukunft alles Gute! Der Vorstand wird sie bei der Mitgliederversammlung im Juli offiziell verabschieden.

Ursula Eckert wird das Sekretariat übernehmen: Geboren und aufgewachsen in Leipheim, absolvierte sie nach dem Abitur eine Ausbildung zur Hotelkauffrau, wurde Empfangschefin im InterCityHotel Ulm und arbeitete über 25 Jahre im Office-Management einer renommierten Ulmer Agentur. Willkommen im Club: Wir freuen uns auf eine erfolgreiche und harmonische Zusammenarbeit!

www.mc-ulm.de



Ursula Eckert (li.) übernimmt die MC-Geschäftsstelle von Claudia Lasar.



Fotos: Günter Merkle






DACIA



Jetzt unsere sofort verfügbaren Fahrzeuge entdecken!



www.auto-wuchenaer.de



Wuchenaer

Das grüne Autohaus für Ulm und Neu-Ulm

AUTO WUCHENAUER GMBH

Otto-Renner-Str. 3
89231 Neu-Ulm
Tel. 07 31 / 97 01 40



Alternative Energiesysteme

Unser Titelthema behandelt sehr kompakt einige Teilaspekte, wohl wissend, dass derzeit viel im Fluss ist und sich fast täglich neue Aspekte ergeben. Die Energiewende wird komplex werden und ohne digitale Sensoren und Steuersysteme kaum zu bewältigen sein.

Prof. Dr. Markus Hölzle ist seit 2020 Mitglied des ZSW-Vorstands und Leiter des Geschäftsbereichs Elektrochemische Energietechnologien in Ulm. Der Schwerpunkt in Ulm liegt in der Batterie-Entwicklung sowie in der Brennstoffzellen-Forschung. Beide Themen sind derzeit von besonderem Interesse. Zu den bekannten regenerativen Energien „Wind“ und „Photovoltaik“ meint der Wissenschaftler lapidar: Diese Systeme sind mittlerweile hochentwickelt, die Devise lautet „machen“. Wenn Baden-Württemberg bis 2040 CO₂ frei werden will, dann benötigen wir die 7-fache Menge an Strom, grünem Strom versteht sich. Die größte Herausforderung wird jedoch die Energie-Speicherung sein. Hier sind Batterien gefragt, aber mehr noch dürfte grüner Wasserstoff zum Einsatz kommen.

Wir erwischen den derzeit gefragten Wissenschaftler auf dem Weg nach Stuttgart, wo er mit der Landesregierung über den Stand der Technik sowie Handlungs-Optionen spricht.

Inside Marketing: Herr Prof. Hölzle, bei Batterien sprechen viele von Lithium und dessen Verfügbarkeit, währenddessen haben die Chinesen

eine Natrium-Batterie vorgestellt. Was tut sich hier?

Prof. Hölzle: In der Tat gibt es einen neuen Batterietyp, der ohne Lithium, Kobalt, Nickel oder Kupferfolie auskommt, der zudem deutlich preiswerter ist und der vor allem auf bisherigen Anlagen produziert werden kann. Der Wermutstropfen, diese Zellen haben aktuell ca 30% weniger Leistung. Aktuell bauen die Autobauer, teilw. in europäischer Kooperation, mehrere Batterie-Fabriken, die uns unabhängiger machen werden. Cellforce von Porsche, um die Ecke in Reutlingen soll Ende 2024 in Betrieb gehen. VW baut in Salzgitter, Daimler zusammen mit den Franzosen in Kaiserslautern. In Ungarn, Polen und auch in Skandinavien entstehen Battery-Factories, hier tut sich gerade sehr viel. Mit solchen Batterien können gerade kleine Fahrzeuge preiswerter werden, außerdem wird der Markt für stationäre Systeme an Bedeutung gewinnen. Stichwort Speicher für hauseigene Photovoltaik-Anlagen.

Inside Marketing: Und wie sieht das bei den Lkw und anderen Nutzfahrzeugen aus?

Prof. Hölzle: Hier gibt es aktuell einen offenen Wettbewerb, sozusagen einen Kampf

der Kulturen: Batterie, Brennstoffzelle und e-fuels. Und theoretisch lässt sich sogar Wasserstoff in modifizierte, herkömmliche Motoren einspritzen. Daran arbeitet Deutz in Köln, das würde natürlich gut zum Ulmer Motorenwerk von Deutz passen. Aber wir sollten technologisch offen bleiben und nicht ideologisch: Rettungsfahrzeuge, Feuerwehr, Autokrane, THW oder Bundeswehr-Fahrzeuge haben einfach ganz andere Anforderungen. In jedem Fall verfügt Baden-Württemberg über eine leistungsfähige Industrie, die auch Brennstoffzellen fertigen kann. Diese Wertschöpfung halte ich für wichtig.

Inside Marketing: Wieviele Flächen werden benötigt für Windkraft und Photovoltaik?

Prof. Hölzle: Bei der Windkraft haben einige Länder erheblichen Nachholbedarf, Bayern und Ba-Wü gehören dazu. Hier gibt es Handlungsbedarf beim Bürokratie-Abbau. Photovoltaik passt noch auf viele freie Dächer, insgesamt benötigen wir rund 5.000 Km² Fläche. Allein auf 9.000 Km² wird Mais für Energie aus Biomasse angebaut und an Flächen für den Verkehr haben wir in Deutschland 15.000 Km² Links und rechts der



Grundlagenforschung im Ulmer Helmholtz-Institut.

Video-Still: Protel Film

Autobahnen sind gute Standorte für die Stromgewinnung aus Photovoltaik. Mit gutem Willen sollte das machbar sein.

Inside Marketing: Die siebenfache Solar- und Windenergie bis 2040, was machen wir mit dem vielen Grünen Strom und wie können wir ihn speichern?

Prof. Hölzle: Den Strom brauchen wir für die Elektrolyse, um Grünen Wasserstoff herzustellen. Das ist unser Puffer, für die Tages- und die Jahreszeiten. Nachts gibt's keinen Solarstrom und bei Flaute drehen sich keine Räder. Trotzdem wollen

anderer Ansatz schlägt vor, den Wasserstoff z. B. off-shore zu produzieren und über ein Leitungsnetz in der Nordsee auf die Länder zu verteilen. Die Kosten für das Leitungsnetz lägen einmalig bei rund 30 Mrd. Euro. Wenn man bedenkt, dass wir den Grünen Strom derzeit mit 30 Mrd. Euro subventionieren – und das jährlich. Die Kosten für ein maritimes Leitungsnetz wären da wohl kein Thema.

Inside Marketing: Was ist zu tun, welche drei Ratschläge können Sie uns geben?

Prof. Hölzle: Erstens: Alle Genehmigungsverfahren beschleunigen! Wir müssen die regenerativen Energien Sonne und Wind ausbauen. Erzeugungskosten von 5-6 Cent für die Kilowattstunde sind konkurrenzlos. Zweitens: Die Speicher-Lösung muss entwickelt werden. Die richtige Technologie, Infrastruktur, Mengen etc. Dieses Thema ist zügig zu klären. Regional, national und international.



Prof. Markus Hölzle, Leiter des ZSW.

Video-Still: Protel Film

wir z. B. nachts unsere Autos laden. Andererseits macht es keinen Sinn, Strom weiter als 200 km zu transportieren und in Batterien können wir nur kleine Mengen speichern. Wasserstoff hingegen kann durch Leitungen fließen. Eine regionale Strategie macht Sinn, auch im Hinblick auf eine gewisse Autarkie. Um Wasserstoff in Ba-Wü herzustellen, wären 6-7 große Anlagen ausreichend und die benötigte Wassermenge wäre deutlich kleiner als die des Blautopfs! Ein

Drittens: Die Wertschöpfung muss in Deutschland bleiben. Wir brauchen eigene Module, Batterien, Brennstoffzellen, Elektrotechnik, Steuerung. Wir haben die Maschinen, die Fertigungs-Anlagen und wir haben die Köpfe.

Fazit: Wenn wir nichts tun, dann werden wir nichts bekommen ... - also: Machen....!

Inside Marketing: Herr Prof. Hölzle, wir danken für Ihre Zeit und die klaren Worte.

WER'S ERNST MEINT, DER STEHT AUF PAPIER

So wie ein Vertrag noch immer per Hand unterschrieben wird, werden die wirklich wichtigen Dinge ausgedruckt. Ob Brief, Broschüre oder Buch: Wir stehen auf Papier. Und realisieren Ihr faszinierendes Printprodukt.

LEROUX-DRUCKEREI.DE

KLEBER POST

Hotel · Restaurant · Wellness

Tagen & Genießen

Kontaktieren Sie uns gerne für Ihr passgenaues Angebot!

Poststraße 1 | D-88348 Bad Saulgau
Tel. +49 (0) 75 81-5010 | www.kleberpost.de
hotel@kleberpost.de

Unabhängige Energieberatung



Seit 2008 gibt es in Ulm und um Ulm herum eine unabhängige und neutrale Beratungsstelle rund um das Thema Energieeffizienz und Energie-Einsparung: Die „Regionale Energieagentur gGmbH“.

Wohnungsbesitzer und Eigentümer von Wohn- und Nichtwohngebäuden, wie auch Unternehmen, die ihre Produktionsprozesse umweltfreundlicher gestalten wollen erhalten hier kostenlos eine Erstberatung. Diese Leistungen gibt es auch bei Neubau-Planungen. Getragen wird die gemeinnützige GmbH von der Donau-Doppelstadt und den beiden Landkreisen.

Der Aufschrei war groß, als im vergangenen Jahr diverse KfW-Förderungen von heute auf morgen eingestellt wurden. Handwerkliche Fehler im Gesetz sowie die Budget-Überschreitung waren wohl die Ursachen. Heute gibt es das Problem, überhaupt einen unabhängigen Energieberater zu finden, der die KfW-Zulassung besitzt, doch es gibt noch andere Fördermöglichkeiten. Bei

unserem Gespräch mit Roland Mäckle, dem Geschäftsführer der Regionalen Energieagentur Ulm wurden wir auf das Programm zur Förderung von Einzelmaßnahmen durch die BAFA hingewiesen. Wenn es um Wärmeschutz und Heizung geht, kann ein Zuschuss (15-40%) gewährt werden und zwar für eine Fördersumme von max. 60.000 EUR je Wohneinheit pro Jahr. So sind beim Heizungstausch mit einer Wärmepumpe bis zu 40% Zuschuss möglich – und das ohne Energieberater. Photovoltaik wird hier jedoch nicht gefördert. Ansonsten bietet nur die Stadt Ulm Zuschüsse für bestimmte energetische Maßnahmen – immerhin!

In aller Munde ist das Thema „Wärmepumpe“, oft im Doppelpack mit der Photovoltaik. Bei strengem Frost kommt diese Technik jedoch an ihre Grenzen und ein optionaler Kaminofen könnte hier für richtig behagliche Wärme sorgen. Wärmepumpen, die „Oberflächennahe-Geothermie“ oder Grundwasser nutzen sind deutlich leistungsfähiger, kosten aber zwischen 40.000 und 60.000 Euro. Diese Option ist nicht nur kapitalintensiv, sondern benötigt auch eine Genehmigung des Wasserwirtschaftsamtes.

Thema Holz, Hackschnitzel, Pellets: Der Wald wird in Deutschland seit 300 Jahren nachhaltig bewirtschaftet, er wird also keinesfalls „abgeholzt“, wie böse Zungen behaupten. Für Roland Mäckle sind Pellets nach wie vor eine Alternative: „Die Feinstaub-Emissionen einer modernen Pelletanlage liegen bei unter 2,5 mg, der Grenzwert, der einen Durchschnitt aus verschiedensten Systemen abbildet, liegt bei 20 mg. Eine Pellet-Heizung ist in Punkto Verbrauch aktuell um rund 1/3 preiswerter als eine Ölheizung und somit eine echte Alternative“, so der Geschäftsführer der Energie-Agentur, die bescheiden und etwas unscheinbar im Ulmer Hafensbad residiert.

Auch bei der Windkraft gibt es Fortschritte: So werden im windreicheren Norden der Republik die ersten rund 20 Jahre alten Anlagen durch Windräder neuester Technologie ersetzt: Ein

Beispiel: Vier alte Windräder sollen durch eine neue, 160 Meter (Nabenhöhe) hohe Anlage ersetzt werden. Sie ersetzt nicht nur die vier alten, sie liefert zusätzlich die vierfache Menge an Strom. Am Bau solcher Anlagen können sich auch Gemeinden und Kommunen beteiligen. Gewerbesteuer und Gewinn-Beteiligung bleiben im Ort. Und wenn der Kindergarten plötzlich nichts mehr kostet, dann ändern Bürger:innen auch gerne ihre Meinung zur „Windkraft vor der Haustüre“. Die Dezentralisierung ist eine gute Möglichkeit, die Energiewende zusammen mit den Bürgern zu stemmen, weiß der Spezialist für Energie-Beratung. Abschließend fragen wir ihn nach seinen Prioritäten für die Energiewende:



Das Team um GF Roland Mäckle berät Eigentümer und Unternehmen. Foto: Energieagentur

„Das A und O ist eine fundierte Beratung! Das Projekt, ob Neubau oder Sanierungsobjekt auf den energetischen Prüfstand stellen und sehen, was möglich ist. Sodann mit dem gewählten Transformationsprozess beginnen und – bei Bedarf - in Stufen auf erneuerbare, nachhaltige Energien umstellen. Daß die Zeit drängt, ist inzwischen allen klar, aber wir sind bereit und freuen uns über Anfragen!“

Kontakt: Regionale Energieagentur Ulm gGmbH, Hafensbad 25, Tel. 0731-790 330 80



Strom ernten, dank Photovoltaik



Wer heute ein Passiv oder Niedrigenergiehaus (KfW-Standard 40) baut und dieses mit 15.000 kWh Photovoltaik-Anlage incl. 10 kWh Speicher ausstattet, kann im Jahr mehr Energie produzieren als er verbraucht – von einigen wenigen kalten und dunklen Wintertagen abgesehen.

Mit Strom können betrieben werden: Lüftung, Warmwasser, Wärmepumpe, Heizung (Infrarot-Strahler), sonstige Verbraucher und ein E-Fahrzeug - soviel zum Stand der Technik. Doch der Gebäudebestand der Republik spricht eine andere Sprache, so dass energetisch sanieren die große Hauptaufgabe bleibt. Andererseits finden sich z. B. nicht einmal auf 10% der geeigneten deutschen Dächer die blau-schwarz schimmernden Siliziumscheiben, die gut und gerne 20 Jahre und länger Strom produzieren und zwar nicht zu wenig! Kommt eine Akku-Batterie hinzu, so lässt sich damit ein erheblicher Teil des Energiebedarfes flexibel und dezentral decken. Das entlastet das Stromnetz, von dem wir nicht sicher wissen, ob und wie es den Anforderungen der Energiewende gerecht werden wird?

Bei ESS Kempfle in Leipheim, einem der großen Ausrüster für Photovoltaik in der Region räumt man ein, dass ein Photovoltaik-System Stand heute um ca 20% teurer ist als noch vor 2-3 Jahren, aber: „...die Preise für bestimmte Komponenten sind gerade wieder am Fallen, dafür ziehen jetzt die Löhne an, so dass wir in diesem Jahr mit 5% höheren Kosten rechnen müssen.“ Trotzdem rechnet sich die Photovoltaik mit oder ohne Speicher, abhängig vom Budget, das zur Verfügung steht. Viele Energieverbraucher im Haushalt lassen sich tagsüber mit Sonnenstrom betreiben und auch das Laden eines E-Autos spart erhebliche Kosten. Durchschnittlich fahren die Deutschen zwischen 30 und 40 km zur täglichen Arbeit, wenn sie nicht mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder mit Muskelkraft unterwegs sind. Da reicht das Laden des Pkw einmal pro Woche, notfalls sogar via Steckdose. Für 200 km Reichweite kostet der selbstprodu-



Wolfgang Kempfle nutzt die innovativen Techniken modernster PV-Systeme. Foto: Günter Merkle

zierte Strom rund drei Euro. Dafür gibt es derzeit gerade mal zwei Liter Kraftstoff. Für die Fahrt zur Arbeit braucht es also keinen Verbrenner mehr und selbst die Fahrt in den Urlaub wird durch Schnell-Ladesäulen an den Autobahnen eher stressfrei, vom obligatorischen Stau einmal abgesehen. In rund einer Stunde kann der Stromtank wieder gefüllt sein. Pro Kilowattstunde installierte Solarleistung ist derzeit mit Kosten von 1200 bis 1500 Euro zu rechnen, der passende Speicher kommt hinzu. Er kann etwas kleiner sein, schlägt aber mit bis zu 10.000 Euro zu Buche, je nach Kapazität. Die Garantie für Lithium-Speicher beträgt 10 Jahre, weitere 10 Jahre Gewährleistung gibt es mit Selbstbeteiligung. Natürlich kommt eine Photovoltaik-Anlage mit Speicher der Energiewende entgegen, da die Energie dezentral gepuffert wird.

Nicht nur Städte, auch Gemeinden sollen „CO₂ neutral“ werden. Damit wird die Energie-Erzeugung immer regionaler. Eine Chance für die Bürger, sich beispielsweise an Windkraft-Anlagen in der Umgebung zu beteiligen oder auf Gemeinde-Immobilien Photovoltaik-Anlagen zu installieren. Seit 15 Jahren beschäftigt sich der Unternehmer Kempfle mit Photovoltaik und sieht große Chancen für die Energiewende: „... die Bürger können sich vor Ort mit großen oder kleinen Summen beteiligen. Wenn Grundstücke, Dächer, Anlagen und Kapital zusammenkommen profitieren alle. Durch eine breite Bürgerbeteiligung wird diese Entwicklung weiter Fahrt aufnehmen.“

Wobei wir endgültig beim Marketing wären. Sonne, Wind und Erdwärme stehen praktisch kostenlos zur Verfügung. Sie intelligent nutzbar zu machen erfordert kluge Konzepte und moderne Technik. Eine ungeheure Chance für die Menschheit! Autarkie hat einen neuen Stellenwert bekommen, sie wird jetzt individuell möglich.

Bleibt die Frage, wer diese ganze innovative Technik in großen Stückzahlen montieren soll? Hier geht der Solar-Unternehmer Kempfle ungewöhnliche Wege. „Im letzten Jahr haben wir 50 neue Mitarbeiter eingestellt. Wir bieten unseren Monteuren ab 6.15 Uhr morgens in der Firma ein kostenloses Frühstück samt Vesper.“ So gerüstet lässt sich der Arbeitsalltag gut gestärkt angehen. Und mittags winkt in der Firma ein Salat-Buffer. Fazit: Sonnige Zeiten! Schauen wir mal auf unsere Dächer, ob da nicht mehr geht?

**Zum Glück wohne ich da,
wo es Gold Ochsen gibt.**

Ein Gold Ochsen Original bleibt das Original.

www.goldochsen.de

BIER
BEWUSST
GENIESSEN.

Ulms flüssiges Gold. Seit 1597. [f @ @brauereigoldochsen](#)

Energie-Effizienz in der Wirtschaft



Nicht nur das private Wohnen steht vor energetischen Herausforderungen, wie uns Robert Habeck vor kurzem wissen ließ, sondern auch Wirtschaft und Industrie können und sollen eine wichtige Rolle spielen. Energie, die nicht verbraucht wird, erzeugt keine Emissionen.

Und ja, es ist möglich, 10-15% Primärenergie einzusparen. Das hat die Republik soeben bewiesen. Ob da wohl noch mehr geht? Mit rund 300 Mitarbeitern sorgt die Gaiser-Unternehmens-Gruppe aus Ulm für Optimierungen in der Gebäudetechnik für Kunden im

süddeutschen Raum. Und das ist weit mehr als nur Heizungs- und Kältetechnik oder Luft- und Klimatechnik. Nicht wenige Industrie-Unternehmen haben schließlich den Energiebedarf eines mittleren Dorfes, besonders wenn Metalle erhitzt werden.

Peter Braun, Prokurist bei Gaiser gibt uns ein Beispiel: „Wir betrachten eine Firma ganzheitlich. Dazu gehören neben der klassischen Gebäudeheizung auch die Produktionstechnik und der Maschinenpark. Es macht doch wirtschaftlich Sinn, zuerst die vorhandene Abwärme aus Produktionsprozessen im Unternehmen zu nutzen, anstatt zusätzliche Wärmeenergie mit teurer fossiler Energie zu erzeugen. Der erste Schritt hierzu ist eine detaillierte Bestandsaufnahme des IST-Zustandes von Wärme-, Kälte- und Lüftungstechnik. Mit GaiserPlan wurde in Aulendorf ein Planungsbüro eröffnet, welches Energiekonzepte für Industrie- und Gewerbekunden erstellt und die Kunden über die Planungs- und Ausführungsphase bis hin zum Betrieb betreut. Dazu bedarf es vielfältiger Ingenieurdienstleistungen, die im Hause vorgehalten werden. Planung und Bau, alles aus einer Hand“.



Peter Braun, Prokurist bei Gaiser. Foto: MC Ulm

Gesamtsystems beitragen. Das Thema Energie ist komplex und eine gewisse System-Offenheit macht durchaus Sinn.

Nach den Prioritäten für das Erreichen von Energie-Effizienz in der Industrie befragt, antwortet Peter Braun: „Priorität sollte die ganzheitliche Planung haben, nur so können Energiepotentiale aufgedeckt werden. Bis Wasserstoff als Energieträger auf breiter Front zur Verfügung steht, sollte idealerweise ein Energiemix gewählt werden. Wer zudem die Möglichkeit hat sich an ein Fernwärmenetz anzuschließen, sollte dies auch





**DIGITAL-AGENTUR
IN ULM**

Wir sind dein Partner für Internationale Webseiten, UX Design, Digitale Strategie & Beratung sowie Kundenportale.



Im Bereich Contracting ist Gaiser als Gesellschafter der SÜDWÄRME AG seit vielen Jahren aktiv. Bei einem Referenzprojekt im Wohnungsbau wurde z. B. eine KfW-40-Plus Wohnanlage realisiert. Photovoltaikmodule auf dem Dach liefern Solarstrom, welcher über ein Mieterstrommodell sowohl in den Wohnungen als auch über E-Ladesäulen für PKW verbraucht wird. Ein Batteriespeicher steht als Puffer zur Verfügung, falls der auf dem Dach erzeugte Strom nicht unmittelbar verbraucht wird. Zusätzlich erzeugen zwei effiziente Blockheizkraftwerke Heizwärme und Strom. Mittels Fernüberwachung und kontinuierlicher Optimierungsmaßnahmen wird eine hohe Energie-Effizienz der Anlage über deren gesamte Lebensdauer sichergestellt. Künftig werden Sensoren aus allen Bereichen umfassend Daten sammeln und so zur Regelung des



Wärmepumpe für die Industrie. Foto: Gaiser

tun. Wärmepumpen in den verschiedensten Ausführungen in Verbindung mit Photovoltaik werden verstärkt zum Einsatz kommen – aber auch Biomasse in Form von Holzhackschnitzeln oder Pellets haben Ihre Vorteile“. Die höchste Effizienz bietet aber immer noch die Energie-Einsparung und da geht noch viel, nicht nur in der Industrie!

Strom aus einer Kleinwindanlage



Wind weht so gut wie immer. Er ist kostenlos und reichlich vorhanden - Energie, die relativ einfach nutzbar ist.

Das Team der Stormbringer Energy GmbH hat eine innovative Kleinwindturbine aus Metall zur Stromerzeugung auf den Markt gebracht. Sie zeichnet sich durch einen hocheffizienten vertikalen Rotor aus. Seine Flügelform, die Winkelstellung und die Anordnung der Flügel sind für maximale Effizienz konzipiert. So ist die Windturbine

in der Lage auf einer Standfläche von nur einem Quadratmeter vergleichsweise viel Strom zu erzeugen. Die Windturbine kann bei guten Windverhältnissen bis zu 8000 kWh pro Jahr produzieren, was dem Verbrauch eines zwei bis vier Personenhaushaltes entspricht. Zusätzlich kann die Kleinwindanlage mit einem Photovoltaik- sowie einem Stromspeichersystem kombiniert werden und sorgt so für eine unabhängige Stromversorgung. Die Laufzeit soll bei weit mehr als 20 Jahren liegen und anschließend ist sie fast vollständig

wiederverwertbar. Durch ihre kompakte Bauweise und die Vertikalrotation ist die Windturbine für Vögel und Fledermäuse gut erkennbar und damit besonders tierfreundlich. Bei der Entwicklung wurde außerdem auf eine besondere Laufruhe geachtet. Wind und Photovoltaik sind der Schlüssel zur Energiewende und Voraussetzung für die Produktion von Grünem Wasserstoff. Kleinwindanlagen können eine gute Ergänzung sein, um Gebäude autark zu machen oder Strom in unerschlossene Gebiete zu bringen.

Morgen kann kommen.

Wir machen den Weg frei.

Bewirb dich jetzt um eine Ausbildung oder eine offene Stelle bei deiner Nachbarschaftsbank.

vrnu.de/karriere

VR-Bank Neu-Ulm 

DIE Nachbarschafts BANK

Wir nennen uns Bank.

Mona nennt uns ihre Zukunftsschmiede.

Fernwärme Ulm, Effizienz seit 70 Jahren



Wenn wir über aktuelle Energiesysteme sprechen, fällt zwangsläufig das Stichwort Kraft-Wärme-Kopplung, die bekanntermaßen über 90% Effizienz bietet. Ein dazu passendes Fernwärmenetz besitzt die Stadt Ulm schon seit den 50er Jahren, es wurde früher mit den fossilen Brennstoffen Kohle, Gas und Öl befeuert.

Alle großen Verbraucher der Stadt, diverse Wohngebiete wie auch die Wissenschaftsstadt sind an die Fernwärme angeschlossen. Das Leitungsnetz von etwa 200 km Länge bietet etwa 3.200 Hausanschlüsse. Seit dem Bau des Biomasse-Heizkraftwerkes in der Weststadt wird über ein Drittel der Wärme in Ulm regenerativ erzeugt. Auch aus dem Müll der Region wird in der Müllverbrennung im Donautal Strom und Wärme gewonnen, und das bei einer optimalen mehrstufigen Rauchgasreinigung. Für eine Stadt von der Größe Ulms dürfte das in der Republik einzigartig sein! Die Hackschnitzel der Biomasse kommen aus der Holzverarbeitung und den nachhaltig bewirtschafteten Wäldern der Umgebung. Ein weiteres Drittel Wärme wird in

Ulm aus Gas gewonnen, vielleicht kann hier die Geothermie eine Alternative sein. Klaus Eder, Geschäftsführer der FUG und der Stadtwerke Ulm äußerte sich vor kurzem zu diesen Planungen. In jedem Fall gibt es bei der FUG eine deutliche Reduktion des CO₂ Ausstoßes, seit 1990 immerhin um 80%! Was die FUG im Großen bietet, das vermögen Blockheizkraftwerke und Nah-Wärmenetze auf der Basis von Biogas-Anlagen in ländlichen Gegenden zu leisten. FUG-Geschäftsführer Michael Berger sieht die Fernwärme im Bereich des städtischen Geschoss-Wohnungsbaues deutlich im Vorteil: „Die Kunden benötigen keine eigene Heizungsanlage und müssen auch keine Brennstoffe einkaufen und bevorraten. Mittel- und langfristig rechnet sich die Fernwärme in jedem Fall, ihre Effizienz ist unerreich.“ Derzeit läuft die Umstel-

lung des Netzes von Heißdampf auf Heißwasser. Dadurch können auch künftige Technologien eingesetzt werden. Wasserstoff, PtH - Power to



Energie-Kompetenz im Doppelpack: Die Geschäftsführer Klaus Eder (li.) und Michael Berger. Fotos: Günter Merkle

Heat oder Geothermie. Um Spitzenlasten von fossilen Brennstoffen unabhängig zu machen, ist in der Ulmer Weststadt ein großer Warmwasserspeicher geplant. Ein kleineres Exemplar steht bereits im Industriegebiet Donautal.

BKK Linde

Die gute Wahl



Folgen Sie
uns auf
LinkedIn





Ulmer Marketing Preis 2023

- Die Bewerbungsphase ist im Mai gestartet -

Der Ulmer Marketing Preis wird seit 2007 im zweijährigen Rhythmus in 3 Kategorien ausgeschrieben und verliehen.

Teilnehmen können alle Unternehmen (jeglicher Größe, Branche und Alters), Organisationen und Vereine, Freie Berufe und Selbstständige aus der IHK-Region Ulm (Stadt Ulm, Alb-Donau-Kreis, Landkreis Biberach) sowie der Stadt Neu-Ulm, den Landkreisen Neu-Ulm und Günzburg.

Für die Bewerber stehen zwei Kategorien offen: Der „Hauptpreis“ für eine herausragende Marketing-Gesamtleistung.

Der „Special Award“ für eine herausragende Marketing-Einzelleistung, wie z. B. eine Kampagne. Ferner zeichnet die siebenköpfige Jury die „Marketing Persönlichkeit“ aus.

Die Preisverleihung findet am 9. November 2023 in der Sparkasse Ulm statt. Die Bewerbungsfrist endet am 8. September 2023.

Weiterführende Informationen erhalten Sie unter:

www.ulmermarketingpreis.de
www.mc-ulm.de

Bisherige Preisträger:		
Hauptpreis	Special Awards	Marketing Persönlichkeit
Britax Römer	GLORIA	Thomas Eifert
Wieland	ulm. komm rein	Ulrike Freund
Beurer	„birdly“	Carlheinz Gern
Magirus	Basketball Ulm	Ebbo Riedmüller
Basketball Ulm	Uhlmann Packsysteme	Dr. H. Werner Utz
SWU	Uzin Utz	Manfred Hörger
Fluoron	Zahnarztpraxis Gronewald	Ernst Prost
Uzin Utz	./.	./.

ULMER BURGWEIHNACHT

einzigartige Weihnachtsfeiern

Sind Sie auf der Suche nach einer wirklich magischen Weihnachtsfeier für Ihr Unternehmen?

Dann sind unsere Weihnachtsfeiern in der Ulmer Willhelmsburg genau das Richtige für Sie!

Genießen Sie einen einzigartigen Abend voller festlicher Stimmung in atemberaubender Umgebung, mit köstlichem Essen, Live-Unterhaltung und viel weihnachtlicher Atmosphäre mit 40 - 400 Gästen.

Ganz gleich, ob Sie Ihr Team für gute Arbeit belohnen oder den Abschluss eines erfolgreichen Jahres feiern möchten, unsere Burgweihnacht ist die perfekte Wahl für einen wirklich unvergesslichen Abend.

Kontaktieren Sie uns für Ihr individuelles Angebot.

www.burgbar12.de

Digitalk

In dieser Kolumne beschäftigt sich Thomas Scheer mit Themen, Trends und Möglichkeiten der digitalen Welt. In dieser Ausgabe von inside marketing: Künstliche Intelligenz

Um ehrlich zu sein war ich versucht diesen Text nicht mehr selbst zu schreiben, sondern eine KI (Künstliche Intelligenz) die Arbeit machen zu lassen. Eine kurze Anweisung in Textform nach dem Motto „Schreibe einen Text zum Thema Künstliche Intelligenz und ergänze was damit heute bereits möglich ist mit maximal 500 Worten“. Klick auf den Text generieren Button und dann bei einem guten Glas Wein zuschauen, wie mir die ganze Arbeit abgenommen wird. Was vor einem Jahr noch nach Science-Fiction klang ist heute bereits täglich im Einsatz.

Der bekannte Softwareriese aus Redmond beispielsweise plant die Integration von KI in seine bestehende Produktpalette. Powerpoint kann dann damit beauftragt werden auf Basis eines Word-Dokuments selbständig eine Präsentation zu erstellen. Teams wird in die Lage versetzt werden die Vor- und Nachteile einer Gruppendiskussion abzuwägen und Outlook wird Antworten auf eMails mit nur wenigen



Thomas Scheer kennt sich aus in der digitalen Welt.

Foto: rrooaarr

Anweisungen selbständig verfassen können. Weitere Beispiele von zum Teil sehr beeindruckenden KI-Tools finden sich in der Info-Box.

Doch zurück zum Erstellen von Texten und dem inzwischen in der Öffentlichkeit bekannten ChatGPT-3.5. Dieses antwortet beispielsweise auf jede Frage, kann Programmier-

code und Erklärtexte schreiben, Logikrätsel lösen, einen Raptext im Stil von Eminem erstellen und problemlos berühmte Schriftsteller imitieren.

Es basiert dabei auf dem Sprachmodell GPT-3 von OpenAI. Dieses Sprachmodell setzt auf die sogenannte Deep-Learning-Technologie, wird



ERNEUERBARE ENERGIEN. MIT ÜBER 60% HABEN WIR DIE NASE VORN.

Ökologische Energie für Ulm ist unsere Mission. Und ein Ziel, für das wir uns mit 200 Mitarbeitern voller Kompetenz und Leidenschaft engagieren. Denn wir lieben was wir tun. Und arbeiten jeden Tag daran, Ulm ein wenig besser und nachhaltiger zu machen.

FUG. Energie, ganz schön sauber!

Fernwärme Ulm GmbH | Magirusstraße 21 | 89077 Ulm | www.fernwaerme-ulm.de

durch Algorithmen trainiert und mit großen Textmengen aus dem Internet gefüttert. Aktuell fehlen dem ChatBot noch Feinheiten sowie Fähigkeiten zur kritischen Bewertung oder zur ethischen Entscheidungsfindung. Fähigkeiten, die beispielsweise für kritischen Journalismus unerlässlich sind. Außerdem endet die vorhandene Wissensbasis aktuell im Jahr 2021, wodurch beispielsweise Erkenntnisse zum aktuellen Zeitgeschehen nicht möglich sind.

Trotz der imposanten Möglichkeiten bleibt der Kern nüchtern betrachtet „nur“ ein trainiertes Sprachmodell. Weist das bereitgestellte Material Wissenslücken auf oder verstärkt Vorurteile, übernimmt ein ungefiltertes Modell der KI diese Vorlagen. Hinzu kommt die fast schon menschliche Schwäche: Bevor eine Wissenslücke zugegeben wird, gibt die KI lieber eine falsche Antwort. Gefährlicherweise klingen diese Antworten sehr plausibel und gehen dann oft knapp an der Wahrheit vorbei. Wie schnell die Entwicklung auf diesem Gebiet voranschreitet zeigt der gerade veröffentlich-

te Nachfolger GPT-4. Arbeitete GPT-3 mit „nur“ 175 Milliarden Parametern, stehen GPT-4 bereits 100 Billionen Parameter zur Verfügung. Bei aller Euphorie und natürlich auch Befürchtungen sollte man jedoch nicht vergessen, dass das System zwar ein großer Schritt für Sprachmodelle aber keine KI-Revolution ist, denn es bleibt ein (wenn auch sehr starker) Algorithmus, aber eben keine Intelligenz.

Zur Person:

Thomas Scheer berät mit seiner Digitalagentur rrooaarr interactive solutions GmbH seit über 27 Jahren Unternehmen bei der Digitalisierung Ihrer Produkte, Kommunikation und Geschäftsmodelle.



Auswahl KI-Tools:

- openai.com - ChatGPT
- labs.openai.com - Bilder aus Sprachanweisungen generieren (Dall-E)
- pebblely.com - Produktfotos generieren
- [Copy.ai](https://copy.ai) - Texte erstellen
- murf.ai - Text in menschliche Sprache übersetzen
- midjourney.com - Kunstwerke generieren
- [Tome.app](https://tome.app) - Powerpoint Präsentationen erstellen
- fliki.ai und synthesia.io - Videos inkl. Audio aus Text erstellen
- runwayml.com - Videos editieren
- zmo.ai und wonder-ai.com - Avatare generieren
- soundraw.io - Musik erstellen



T 07305 | 96 14 - 60 · www.erbacher-planungsbuero.de

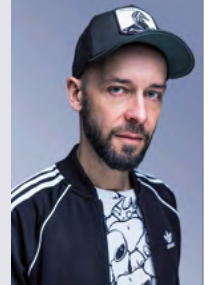
Gute Werbung.

Schlechte Werbung.

Was ist gute Werbung? Darüber kann man trefflich streiten. In dieser Ausgabe von inside marketing knöpft sich Oliver Fischer zwei Kampagnen aus Funk, Print oder Web vor.

Zur Person

Oliver Fischer, Chef der Attacke Werbeagentur GmbH in Ulm, knöpft sich aktuelle Werbung vor. Ein erfrischend subjektives „Dampf-ablassen“ des Werbers, der seit 25 Jahren in der Branche arbeitet und mit seinem Team schon internationale Preise holte.



FLOP

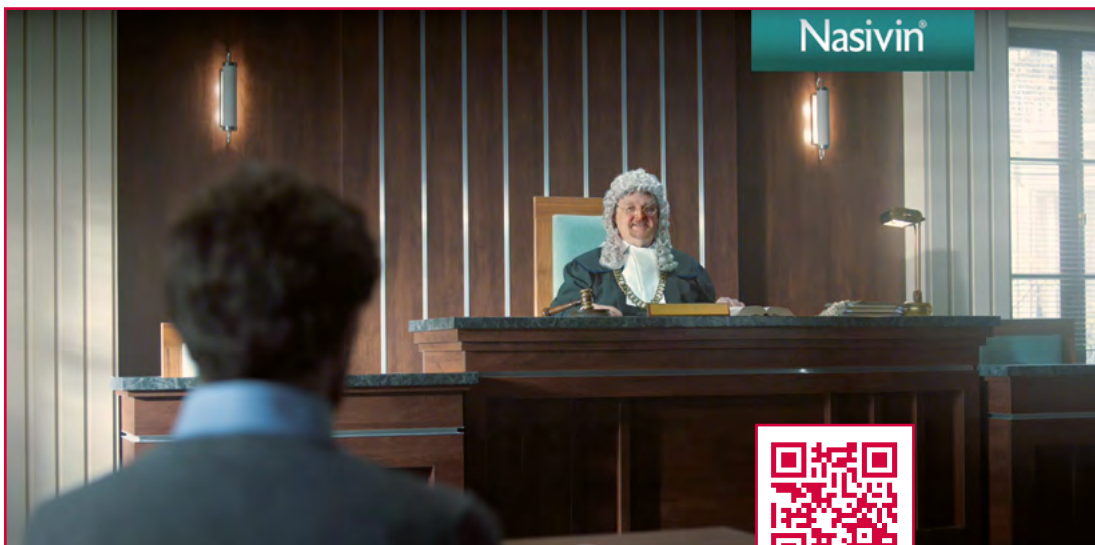
Auf manches reagiere ich allergisch. Birkenpollen zum Beispiel. Dann läuft die Nase und die Augen tränen. Ähnlich geht es mir bei aktuellen TV Spot für Nasivin. Und ich glaube nicht, dass es eine Erkältung ist, gegen die selbiges Spray helfen könnte. Stellen Sie sich folgende bizarre Szenerie in einem Gerichtssaal vor (gegen die jegliche Scripted-Reality mit Richterin Barbara Salesch wie eine

einen Spot für Carglass handelt, ist schon mal präventiv das Nasivin-Logo eingeblendet. Warum ich mich am Ende des Spots frage, ob es sich beim Angeklagten um den zuständigen Marketingleiter bzw. Creative Director handelt, erfahren Sie jetzt. Wie auch immer. Der Herr sitzt auf der Anklagebank, vor ihm ein Berg Taschentücher und er schnäuzt gerade herzhaft. Schnitt auf den Richter: „Hiermit

ich habe Nasivin! Für eine schnellere Befreiung der Nase.“ Dabei knallt Sie die Flasche im Close-up auf den Tisch. Eine Nebenwirkung des Sprays scheint zu sein, dass die Lippenbewegungen nicht mehr zum Text passen, während die Szene abläuft. Vielleicht ist es auch nur die Internationalisierung des Spots und die resultierende Synchronisation. Weiß nicht, meine Augen tränen. Umschnitt auf

den Verurteilten, der sich das Spray in die Nase sprüht. Diese ist derart rot überzeichnet, dass ich eher den Notarzt rufen als ein Nasenspray anwenden würde. Oder war das übermäßiger Einsatz bewusstseinsweiternder Substanzen? Die Grafik sagt mir, dass der Zauber der Schniefnase in 25 Sekunden gebannt sein wird (zufällig fast die Länge des Spots). Die rettende Spraydosis lässt den Angeklagten am Ende wieder aufatmen und in der Kälte aufs Fahrrad steigen. Das Fahrrad sehe ich zwar nicht – aber ich vermute,

dass er den Helm nicht gegen herabfallende Viren trägt. Wie auch immer. Ein Spot, bei dem man sich fremdschämt. Leider hat Richter Werbeblock den Spot nicht zu 10 Jahren Sippenhaft in der Kukident Haftanstalt in Seiten-



©Nasivin, Youtube

authentische Dokumentation aus einem Krisengebiet wirkt): Ein schniefender Mann sitzt auf der Anklagebank. Im Hintergrund seine bedröppelt dreinschauende Familie. Damit keiner auf die Idee kommt, dass es sich um

verurteile ich Sie zu einer Woche verstopfter Nase!“ Schnitt auf die nasivin-farbig gekleidete Anwältin mit Nasenspray in der Hand, die mit selbstbewusster, vor Pathos bebender Stimme hollywoodreif entgegnet: „Richter Nase,

Waschmittelwerbung ist per se ja immer fragwürdig für mich. Seit 70 Jahren wäscht das Waschmittel immer noch weißer. Mein Gott, muss ich in meiner Kindheit in den Achtzigern graues Zeug angehabt haben... Wie dem auch sei: Waschmittel kann man mit der richtigen Agentur auch wirklich gut und sympathisch machen. Den Agenturkollegen von Heimat aus Berlin ist das für Perwoll hervorragend gelungen. Idee ist, den Original-

Perwoll-Spot aus den 80ern wieder in einem Remake aufleben zu lassen. Mit der Musik, passenden Models in entsprechenden Outfits und der Szenerie des Originals auf der Rolltreppe. Zwei Damen – optisch frisch aus den Achtzigern – begegnen sich gegenläufig auf der Rolltreppe. Die Dame in violetter Jumpsuit fasst der anderen entgegenkommenden Powerdauerwelle in den Flauschpulli: „Wow, wie weich, ist der neu!?“ Sie wechselt eigens die Richtung, um im Gespräch zu bleiben. Die andere entgegnet – Achtung, Bruch mit der Erwartungshaltung – staubtrocken: „Ja.“ Musik setzt aus. Vollkommene Irritation. „Echt?!“ Die Rückfrage? „Nein, natürlich mit Perwoll gewaschen“, und sie reicht der Jumpsuitlady die Flasche Perwoll für den



©Perwoll, Youtube

Packshot rüber. Nicht nur eine. Sondern insgesamt drei. Mit vollen Armen fragt Frau Jumpsuit Frau Fusselpulli: „Wieso hast Du denn die ganzen Flaschen dabei?“ Antwort: „Weil das hier Werbung ist.“ Das sitzt – wahnhaft charmant und ehrlich. Den Spot als solchen zu enttarnen, ist in der Werbelandschaft neu. Am Ende folgt das aktuell klischeehaft multiverse Augenzwinkern, in dem eine Gruppe aus Menschen jeglicher Hautfarbe, Herkunft, jeglichen Geschlechts und Aussehens die Flaschen ins Bild

halten und während des eigentlich zu erwartenden Stills noch geflüstert wird – bemüht das Fake-Grinsen zu behalten: „...ist das eigentlich nur für Wolle – wegen Per ... Woll?“ – „Nein, das ist für alles.“ Das sabotiert bewusst das perfekte Bild üblich geleckter Waschmittelwerbung. Ein Paradebeispiel, was passiert, wenn Marken mit Augenzwinkern kommunizieren und sich selbst mal nicht so ernst nehmen. Dafür aber wesentlich nahbarer und sympathischer werden. Ich bin begeistert und unterhalten.

Anzeige



PROVISIONSFREI

VERMIETUNG DURCH DEN EIGENTÜMER

„Universelle Ulm“ Mehr Platz für Ihre Ideen im Science Park III

Im Ulmer Norden gelegenen Science Park III entsteht aktuell eine neue Ideenschmiede für die Wissenschaftsstadt. Das weit sichtbare Aushängeschild – die „Universelle Ulm“ erstreckt sich über eine Fläche von rund 35.000 m² und besteht aus einem zweigeschossigen Sockelbau, über dem jeweils drei achtgeschossige Türme thronen. Insgesamt 660 Kfz-Stellplätze, sowie kurze Wege zu Bus- und Straßenbahnstationen des ideal ausgebauten ÖPNV-Netzes, sorgen für eine ideale Verkehrsanbindung. Die Fertigstellung des Projekts ist für Ende 2024 geplant.

„Universelle Ulm“ als Teil der Wissenschaftsstadt

Der Stadtteil Eselsberg entwickelt sich durch den dritten Science Park großflächig weiter. Der Science Park III fördert die einzigartige Kooperation zwischen der Universität Ulm, (Fach-) Hochschulen, Forschungszentren und An-Instituten.

Die Dichte von Forschung und Wirtschaft am Standort ermöglicht einen Austausch von Ideen und Know-how, sodass ein direkter Technologietransfer, als auch eine Vernetzung mit renommierten Unternehmen vor Ort gewährleistet ist.

Moderne Büroräume für eine neue Work-Kultur

Attraktive und stilvolle Architektur verbindet anspruchsvolle Funktionalität modernster Arbeitsplätze. Die Anforderungen an Arbeitsplätze sind für Unternehmen unterschiedlich, aus diesem Grund sind auch die Büroräume der „Universelle Ulm“ universal gestaltbar. Alle Räumlichkeiten sind flexibel teil- und nutzbar. Eine Vermietung ist ab einer Grundfläche von 420 m² pro Einheit möglich. Die Büroflächen mit einer lichten Höhe von drei Metern sind in den oberen acht Etagen der Türme untergebracht und von Glaselementen geprägt. Ein angenehmes Raumklima erhalten die Arbeitsplätze

durch eine zentrale Lüftungsanlage als Teilklimaanlage, die umweltschonend durch Fernwärme beziehungsweise Fernkälte betrieben wird.

Der „place to be“ für Labore, Lager- und Ausstellungsflächen

In den beiden Sockelgeschossen sind überhohe Räume für Labore und Produktion mit barrierefreier Nutzungsmöglichkeit eingeplant. Diese zeichnen sich durch eine hohe Bodenbelastbarkeit aus und machen das Aufstellen von Labor- und Testeinrichtungen möglich. Ein Werkhof zur Anlieferung komplementiert die kundenspezifische Ausrichtung.



Kontakt

Merckle Service GmbH
Nicolaus-Otto-Str. 25
89079 Ulm

Telefon: 0731/152555-22
info@universelle-ulm.de
www.universelle-ulm.de



Dr. Birgit Müller aus der Kanzlei SONNTAG.

Aktuelles Wettbewerbsrecht

Im Jahr 2021 kam eine Umfrage zum Ergebnis, dass 92% der Verbraucher einen großen Wert auf hohe Umweltstandards legen. Demnach räumen sie diesem Kriterium sogar mehr Bedeutung für ihre Kaufentscheidung ein als den Lebensmittelpreisen. Es verwundert daher nicht, dass immer mehr Unternehmen ihre Produkte als „klimaneutral“ bewerben. Hier ist jedoch Vorsicht geboten.

Marketingfalle „Klimaneutralität“

Als so genanntes „Greenwashing“ gilt der Versuch, durch Marketing ein „grünes Image“ zu erlangen, ohne tatsächlich entsprechende Maßnahmen im operativen Geschäft zu veranlassen. Dies kann für den Verbraucher irreführend und damit für das Unternehmen wettbewerbswidrig sein, wenn das im angesprochenen Verkehrskreis erweckte Verständnis nicht mit den tatsächlichen Verhältnissen übereinstimmt.

Nach aktueller Rechtsprechung bestehen für Unternehmen Aufklärungspflichten, sobald der Begriff „klimaneutral“ zu Werbezwecken eingesetzt wird:

Nach Ansicht der Landgerichte Kiel und Konstanz schließt der durchschnittliche Verbraucher von dem Zusatz „klimaneutral“ auch auf eine klimaneutrale Produktion. Entsprechend sei der Verbraucher über das „Ob und Wie“ der Maßnahmen zur Erreichung der behaupteten Klimaneutralität aufzuklären. Nach Ansicht dieser Gerichte gelten demnach grundsätzlich hohe Anforderungen an eine klimaneutralitätsbezogene Werbung.

Einen ähnlich Verbraucherschützenden Ansatz verfolgt das Landgericht Oldenburg. Sofern

ein Produkt nicht klimaneutral hergestellt wird, sondern die beworbene Klimaneutralität (nur) durch Kompensation erreicht werde, müsse dem Gericht zufolge darauf direkt in der Werbung bzw. auf der Verpackung transparent hingewiesen werden.

Dieser Auffassung schloss sich zuletzt auch das Oberlandesgericht Frankfurt am Main an. Der Begriff „klimaneutral“ sei grundsätzlich erläuterspflichtig. Insbesondere wenn gewisse Emissionen von der CO₂-Bilanzierung ausgenommen wurden, muss das werbende Unternehmen darüber aufklären.

Das Oberlandesgericht Schleswig hält es jedoch nicht für erforderlich, dass die Informationen direkt auf der Verpackung abgedruckt sind. Der Verbraucher erwarte nach Ansicht des Gerichts nicht, durch Hinweise auf dem Produkt aufgeklärt zu werden, mit welchen Mitteln die ausgeglichene Emissionsbilanz erreicht werden. Vielmehr sei es ausreichend, dass auf dem Produkt beispielsweise durch einen QR-Code auf eine Webseite verwiesen wird, welche dann die entsprechenden Informationen zur Klimaneutralität zur Verfügung stellt.

Darüber hinaus unterscheidet das Landgericht Kleve hinsichtlich der angesprochenen Zielgruppen. Im konkreten Fall ging es um Werbung mit „Klimaneutralität“, die sich primär an den

Handel richtete. Die Produktion erfolgte in diesem Fall nicht emissionsfrei, der Hersteller unterstützte stattdessen aber zur Kompensation verschiedene Klimaschutzprojekte. Das Landgericht stufte die Werbung in diesem Fall nicht als irreführend ein, da dem hier adressierten Fachpublikum bewusst sei, dass Klimaneutralität durch Kompensation erreicht werden könne und weitere Hinweise daher nicht nötig seien.

Die Rechtsprechung zur Werbung mit Begriffen wie „klimaneutral“ ist also nicht einheitlich, insbesondere fehlt es noch an einer höchstrichterlichen Rechtsprechung. Bei den Instanzgerichten besteht in diesem Zusammenhang zudem Uneinigkeit darüber, ob die BGH-Rechtsprechung zu umweltbezogenen Werbeaussagen wie „umweltfreundlich“ auf die Werbung mit dem Begriff „klimaneutral“ übertragen werden kann. Klar ist aber bereits jetzt, dass gerade auch aufgrund der emotionalen Werbekraft von Nachhaltigkeitsthemen Aufklärungspflichten der Unternehmen ernst zu nehmen sind. Um eine Abmahnung möglichst zu vermeiden, ist demnach zu empfehlen, dass Unternehmen die Anforderungen der eher strengeren Gerichte umsetzen, indem sie die Art und Weise der Maßnahmen, mit welchen die Klimaneutralität erreicht worden ist, dem Verbraucher so transparent wie möglich zur Verfügung stellen.



www.sonntag-partner.de



Ihre Ansprechpartnerin: Dr. Birgit Müller
RAin, FAinFGewRS, Augsburg

Sie finden SONNTAG auch in
Ulm | Schillerstraße 1/1

Mail: birgit.mueller@sonntag-partner.de
www.sonntag-partner.de



Stark an Ihrer Seite.
Auch im Markenrecht.

- > Wirtschaftsprüfung.
- > Steuerberatung.
- > Rechtsberatung.
- > Family Office.
- > IT Audit.
- > IT Consulting.
- > digitale Steuerberatung.

Wer macht was?

Finden Sie den passenden Partner – aus den Kernkompetenzen ausgewählter Marketing-Club-Mitglieder

3D Visualisierung



Die 3D Agentur aus Ulm

3D Produkt Visualisierungen,
3D Animationen, VFX, Web 3D, VR, AR,
Design, Konzeption

Eugen Fetsch, Tel. 0731-1439 5322
www.camomiles.de

Pressearbeit

Press'n'Relations GmbH

B2B-Medienarbeit für erklärungsbedürftige Produkte & Dienstleistungen –
Ulm, München, Berlin, Wien & Zürich.

Uwe Pagel, Tel. 0731-962 87 29
www.press-n-relations.de

Filmproduktion



Protel Film & Medien GmbH

Beratung / Konzeption / Produktionsleitung
HD-Produktion /Schnitt / Postproduktion
3D-Animation / Streaming / Filmarchiv

Günter Merkle, Tel. 0731-926 64 44
www.protel-film.de



PressFile Europe GmbH

Simplify your PR-Life: webbasiertes
Kontakt-, Verteiler- und Clipping-
management für PR-Profis.

Uwe Pagel, Tel. 0731-962 87 29
www.press-n-relations.de

Geschenke für Mitarbeiter & Kunden



Gutes von hier GmbH

Individuelle Mitarbeiter- und Kunden-
geschenke. Regional und nachhaltig.
Mit Rundum-Sorglos-Service.

Katrin Sieber, Tel. 0731-141 113 32
firmen.gutesvonhier.de

Tagungen



Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH

Planung, Organisation von Tagungen/
Kongressen, Vermittlung von Locations
und Hotelzimmern

Susanne Baumann, info@tagen.ulm.de
www.tagen.ulm.de

Lagerlogistik

Kardex Deutschland GmbH

Kardex Remstar zählt weltweit zu den füh-
renden Herstellern von automatisierten
Lager- und Bereitstellungssystemen.

Bernd Rögner, Tel. 08283-999 0
www.kardex.com/de

Veranstaltungsräume



Schwendivents

Stilvolle Veranstaltungsräume für bis
zu 200 Personen. Inklusive Catering
und großem Außenbereich.

Désirée von Süßkind, Tel. 07353-98 13 13
www.schwendivents.de

MOSER | EVENT plus

Eventagentur und Veranstaltungstechnik

Ihr exklusiver Eventpartner

Tel. 0731 927 38 50
www.moser-event-plus.de

SOUND SPECIAL-EFFECTS BAND LASERSHOW BÜHNEN ILLUMINATIONEN MULTIMEDIA

Aus dem Marketing-Club...

In der Nach-Corona-Zeit wechselte der Club seine Location: Neues Domizil für Vorträge wurde das Bantleon-Forum in der Ulmer Blaubeurer-Straße – mit Erfolg. Die Besucherzahl ist gestiegen, was auch dem attraktiven Programm geschuldet sein dürfte. Zwei Veranstaltungen stachen dabei besonders hervor:

Süße Droge Marketing ...

Ein (normaler) Mittwoch im Januar 2023, um 14:00 Uhr! Über 40 Mitglieder und Gäste machen sich auf den Weg nach Illertissen. Absagen der Angemeldeten an diesem trüben Tag: 0! Das gibt es nur selten! Auf dem Programm stand eine Marketing-vor-Ort Veranstaltung in der Pralinen-Manufaktur Lanwehr, seit 1954 in Illertissen ansässig und seit 1995 deutlich gewachsen. Andreas Lanwehr, der Chef und „sein“ Vertriebsleiter Max Saur führten ausführlich durch die Produktion, in der nur feinste Zutaten verarbeitet werden. Trüffel, Nougat oder Obstbrand-Pralinen – rund 180 Spezialitäten gehen von hier in renommierte Süßwaren-Fachgeschäfte der Republik. Bei 4-6 Monaten Haltbarkeit sind Frische und kurze Logistik-Wege essentiell! Das wäre im LEH so nicht möglich, meint der Firmenchef und klar, das Preisniveau ist dort ein anderes. An jeder Stelle der Firma ist die Leidenschaft für Pralinen zu spüren, zu schmecken, zu erleben: Im leckeren



Andreas Lanwehr präsentiert die „Oster-Kollektion“.

Foto: Helmut Lange

Selbstversuch durften die Besucher das ausgiebig erfahren. Ein Geschmackserlebnis, das es jetzt auch im Zentrum Ulms zu erleben gibt. Seit kurzem betreibt Lanwehr in der Ulmer Herrenkellergasse eine Confiserie. Unser Vorschlag für den gastronomischen Tagesablauf in der Her-

renkellergasse: Die Morgenbrezel vom Zuckerbäcker, Maultaschen im Herrenkeller, Salat und Espresso im Gustaff, am Nachmittag Pralinen von Lanwehr und abends dann zum Spanier ... wenn, ja wenn wir uns nicht zwischendurch ums Marketing kümmern müssten.

Storytelling mit Petra Sammer

Womöglich schon vor der Sprache nutzten die Menschen Geschichten für ihre Kommunikation. Davon zeugen die prähistorischen Höhlen-



Storytelling mit Frauen-Power!

Foto: Günter Merkle

Malereien von Lascaux. Ganz soweit ging die Referentin mit langjähriger Agentur-Erfahrung nicht zurück, gleichwohl verwies sie in einem fundierten und spannenden Vortrag auf die Emotionen, die in jeder guten Geschichte stecken. Davon kann das Marketing reichlich profitieren, denn Fakten und Features sind nicht alles. In Geschichten finden

wir Helden, Konflikte und meist ein positives Ende, wenn nicht sogar ein Lehrstück oder eine Moral. Das funktioniert, ob Radiospot, Kinofilm, Anzeige oder PR-Artikel. Am Ende gewinnen Held und Heldin und so manches Produkt oder manche Dienstleistung?! Die Kunst ist die Verschränkung mit der Marketing-Botschaft, dezent, ohne Holzhammer versteht sich.

Petra Sammer sensibilisierte das Publikum und hinterließ einen starken Eindruck, gerade durch ihre emotionale Präsentation. So wurde ihr Vortrag, samt der vielen tollen Beispiele selbst zu einer Geschichte mit hohem Wirkfaktor. Riesen Applaus der rund 50 Mitglieder und Gäste.

Die nächsten Veranstaltungen finden Sie immer aktuell über diesen QR Code

Das „Get-together“ bei den Vortrags-Veranstaltungen ist um 18.30 Uhr, verbunden mit einem kleinen Imbiss. Gäste sind willkommen, Studenten haben freien Eintritt, der Gastbeitrag beträgt 20 Euro.

Anmeldungen an die Club-Geschäftsstelle:

Ursula Eckert, Mobil 0151 53 177 193, ursula.eckert@mc-ulm.de. Bitte beachten Sie auch die kurzfristigen Programm-Hinweise auf der Club-Website unter: www.mc-ulm.de



THE ART OF
FLOOR SYSTEMS

BODEN IST UNSERE KUNST

STARKE MARKEN FÜR EIN STARKES HANDWERK.



UZLN



WOLFF



PALLMANN



arturo



codex



Pajarito

2030

Mit gebündeltem Know-how zu effizienten Energiekonzepten von morgen

Seit 1928 versorgen wir unsere Kunden von der Alb bis an den Bodensee zuverlässig mit zukunftsweisender Technik rund um **Wärme, Kälte, Energie, Lüftung und Klima**.

Als Unternehmensgruppe mit über 300 Mitarbeitern sind wir Fullservice-Anbieter im Bereich der Technischen Gebäudeausrüstung und bieten unseren Kunden alles aus einer Hand - von der Konzeption und der Planung über den Bau und die Instandhaltung bis hin zum eigenverantwortlichen Betrieb gebäudetechnischer Anlagen jeder Größe.

Julius Gaiser GmbH & Co. KG
Zentrale Ulm
Blaubeurer Str. 86
89077 Ulm

Niederlassung Heidenheim
Steinheimer Str. 57
89518 Heidenheim

www.gaiser-online.de

Mir geht's gut.

Arbeits-
plätze, die
guttun:
beurer.com



30 Tage
Jahresurlaub



Flexible
Gleitzeitregelung



Regelmäßige
Schulungen



Moderne
Arbeitsplätze



Work - Life
Balance



Attraktive
Vergütung



betriebliche
Altersvorsorge



JobRad



Gesundheits-
programme



Mobiles
Arbeiten



Coffice



Firmen-
veranstaltungen

Eine Arbeitsumgebung zum Wohlfühlen - wir stellen den Mensch in den Vordergrund.

Regional verwurzelt, international zu Hause - Mit innovativen Produkten und Apps begeistert Beurer von Ulm aus Kunden auf der ganzen Welt.

Der Grundsatz „Gesundheit und Wohlbefinden“ spiegelt sich nicht nur in unserem erstklassigen Produktsortiment für einen aktiven, gesunden und schönen Alltag wider, sondern reicht bis in unsere Firmen-DNA.

Unser Verständnis von Teamwork ist es, die eigenen Fähigkeiten bestmöglich einzubringen, ein gutes Miteinander zu pflegen, Ziele gemeinsam zu erreichen und die Kompetenzen jedes Einzelnen fachlich wie persönlich weiterzuentwickeln. Damit sich jeder wohlfühlt. Auf den Punkt gebracht: „Bei Beurer geht's mir gut.“

www.beurer.com



Gesunde Produkte.
Gesunde Arbeitsumgebung.