

ENTWICKELN HEISST VERBINDEN

Vollack Gruppe

Mit einem Team von 300 Mitarbeitern, davon 150 Architekten und Ingenieuren, ist unser Kunde Vollack Spezialist für die methodische Planung, den Bau sowie für die Revitalisierung nachhaltiger, energieeffizienter Gebäude im Bereich Büro, Industrie, Gesundheit. ...

Weiter im Innenteil.

Interstar GmbH

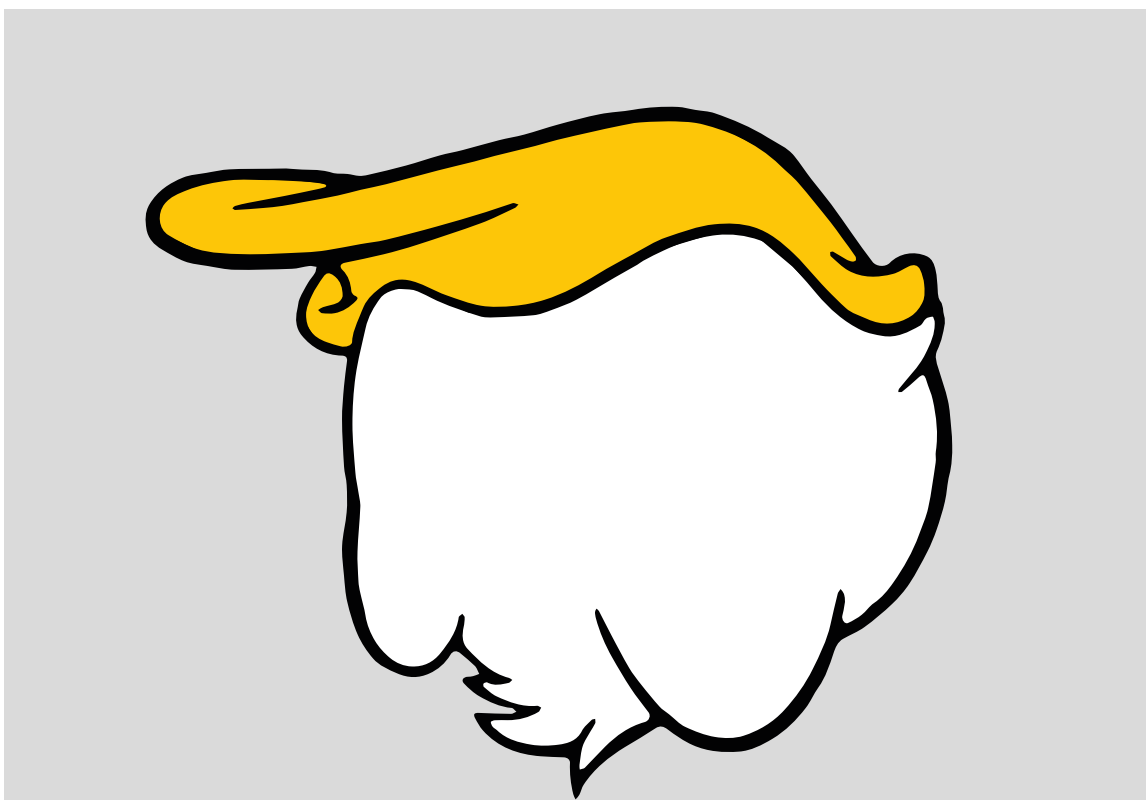
Arbeitskleider machen Leute – nach diesem Motto bietet das deutschlandweit agierende Handelsunternehmen Berufsbekleidung für alle Branchen an. nju:com begleitet das Unternehmen bei der Neupositionierung und dem damit verbundenen Redesign. ...

Weiter im Innenteil.

Anpff ins Leben e.V.

Mittlerweile blickt Anpff ins Leben e.V. auf eine 15-jährige Erfolgsgeschichte zurück. Der Verein ist einzigartig: Einzigartig das Konzept und einzigartig die Lebenswege, die er begleitet und unterstützt. Seit 15 Jahren ist „Anpff ins Leben“ in der Metropolregion aktiv. ...

Weiter im Innenteil.



Liebe Geschäftsfreunde,

die Welt steht Kopf – besondere Charaktere prägen unsere Nachrichten, unsere Zeitungen und beeinflussen gegebenenfalls auch wichtige Entscheidungen. Die oben abgebildete Karikatur ist so herrlich zweideutig, dass sich ein genaueres Hinsehen lohnt. Nicht nur hier merkt man, dass Urin von Uran auch nur ein Buchstabe trennt. Haben Sie es erkannt?

Sechs Monate nach unserer Sonderausgabe der nju:spaper kehren wir wieder zur „Normalität“ zurück und nutzen dieses Medium Sie mitzunehmen auf unserer Reise durch unser berufliches Wirken. Wir berichten über abgeschlossene und sich im Fluss befindliche Projekte, wollen Impulse geben und uns natürlich bei Ihnen empfehlen. Das Thema Marketing ist so vielfältig, vielleicht trifft es unsere Kernkompetenz auch

nur zu gefühlten 80 %; mehrfach wurden wir in der letzten Zeit als Unternehmensberater gesehen und gefordert, weil einfach eine moderne Unternehmensentwicklung den 360°-Blickwinkel braucht, den wir meinen mit unserem Team abbilden zu können. Unsere Stärke ist die konzeptionelle Beratung, im Team mit dem Unternehmen und dem Unternehmer.

Hand in Hand Metropolregion Rhein-Neckar e.V.



Künstler und Gastgeber der Lebenshilfe Bergstraße auf der Treppe des CinemaxX

Wieder viele tolle Events konnten wir in diesem Jahr mit unserem Verein Hand in Hand realisieren. Ob unsere Auftaktveranstaltung im CineMaxx, die gelungene Ostermalaktion mit Präsentation in der Kinderabteilung des Modehaus Engelhorn, das Heimspiel des SV Sandhausen oder zuletzt unser Format CinemART mit Künstlern der Lebenshilfe Bergstraße. Für dieses Jahr stehen noch weitere interessante Projekte auf der Agenda. Es wird ein Kochbuch geben. Wir wollen mit über

100 Seniorinnen, egal aus welchem gesellschaftlichen Umfeld, handgeschriebene Rezepte sammeln und somit auch die guten alten Omagerichte bewahren. Das Kochbuch wird es rechtzeitig zu Weihnachten geben, ein ideales Geschenk. Sponsoren für die Druckkosten sind sehr willkommen. Generell: Wer sich bei Hand in Hand einbringen möchte, wir freuen uns über jede Art der Unterstützung. Mehr unter: www.hih-mrn.de

MLP Sponsoren-event im OSP

APRIL 2017, HEIDELBERG

Matthias Lautenschläger, geschäftsführender Gesellschafter des ambitionierten Zweitligisten MLP Academics hat eine Vision: er will an die glorreichen Zeiten des USC Heidelberg anknüpfen, den Heidelberger Traditionsclub wieder erstklassig machen. In die Karten spielt dem Basketballverrückten, zudem Aufsichtsratsmitglied der MLP Finanzdienstleistungen AG, der geplante Neubau einer neuen Sportarena in Heidelberg mit einer Kapazität 3.500 und 4.500 Zuschauer. Für eine Lizenz in der ersten Basketballbundesliga wäre dies eine Voraussetzung, also packt Lautenschläger die Gelegenheit beim Schopf und bläst zum Angriff: ...

Weiter im Innenteil.

Weingut Comes

Das Juwel von der Mosel. Seit vier Generationen bringt das Weingut Comes guten, soliden und sauberen Moselwein auf den Markt. nju:com zeichnet sich verantwortlich für den kompletten Relaunch der Etiketten, der Neugruppierung der Linien und die daraus resultierenden Kommunikationsmittel. ...

Weiter im Innenteil.

Björn Steiger Stiftung

APRIL 2017, HEIDELBERG

Man kennt sie im Allgemeinen von der Autobahn. Die Notrufsäulen sind mit die bekannteste Aktion der Björn Steiger Stiftung. Mit viel politischem Rückenwind will die Stiftung nun deutsche Städte „herzsicher“ machen. Die Stadt Heidelberg mit ihren ca. 180.000 Einwohnern verträgt nach einem Erfahrungsschlüssel ca. 180 Defibrillatoren an bestimmten Stellen in der Stadt. ...

Weiter im Innenteil.

Fortsetzung Vollack Gruppe

... Die BR Marketing und Kommunikation unterstützt Vollack in unterschiedlichen Marketing-Bereichen und dies bereits seit einigen Jahren. Von A wie Anzeigen über K wie Kunden-Broschüre, bis Z wie (Bau-)Zaunbanner erstellen wir gemeinsam mit den Marketier's der Firma Vollack ein umfangreiches Portfolio. Neue und künstlerische Projekte fordern immer wieder unsere kreativen Köpfe. Voller Perspektiven ist die Unternehmenskultur der Vollack-Welt und immer einen Schritt voraus.

VSD Sportplatz – eSport

3. Mai 2017, HEIDELBERG

In der Sportbranche ist eSport in aller Munde. Es ist eindeutig, der schlafende Riese ist aus seinem Schatten getreten. Wir haben uns bereits seit einiger Zeit dem Thema angenommen und so ist der 10. VSD-Sportplatz-Talk mit der kokettierenden Frage „eSport - mehr als nur Hype?“ unter der Federführung unseres nju:sport Geschäftsführers Stephan Peters im Blue Tower der SRH Heidelberg veranstaltet worden. Ziel war es Vertretern aus der Sport, Wirtschaft und Wissenschaft ein tiefer-

gehendes Verständnis für diese besondere Entwicklung der Sportbranche und den damit einhergehenden Möglichkeiten zu vermitteln. Dafür wurde ein attraktives Line-Up an einschlägigen Experten gewonnen, die aus ihren Blickwinkeln eSport beleuchteten: Daniel Luther (ESB), Marcus Meyer (Sport1 Media GmbH), Niklas Timmermann (Alternate aTTaX), Prof. Dr. Markus Breuer (SRH), Hans Jagnow (metagame) und Nicola Walter (nju.com). Ganz im Zeichen der Digitalisierung des Sports ist die



Die Podiumsrunde im SRH Tower

Veranstaltung via Facebook Live gestreamt worden (abrufbar unter facebook.com/VSDSportoekonomie/). Wir bedanken uns für die tolle Veranstaltung beim

VSD e.V., Sportregion Rhein-Neckar und der SRH Heidelberg. Fragen zu Engagement im eSport? Sprechen Sie uns gerne an.

Fortsetzung Anpfiff ins Leben e.V.



... Mit dem „Anpfiff“-Mobil wird der 15. Geburtstag gefeiert und bringt die Arbeit noch näher. Auf Schul- und Sportveranstaltungen sowie Firmenevents wird AIL über die vielfältigen Möglichkeiten informieren, die Sportlerinnen und Sportlern, Menschen mit Amputationen, Eltern und Partnern geboten werden. Hierfür erstellten wir ein Fundraisingkonzept, um möglichst viele Unterstützer zu gewinnen. Die Aufgabe war ein spannendes Gesamtkonzept zu entwickeln, das

nicht nur die Attraktivität von Anpfiff und dem Mobil, sondern auch das Miteinander – Vereine, Sportler, Trainer, Ehrenamtliche, Förderer, Eltern – aufgreift. Gemeinsam mit den Druckereien Pamowe und Schaa wurden viele Präsentationsmöglichkeiten umgesetzt. Auf der neugestalteten Landingpage zum „Anpfiff“-Mobil kann man den Tourenplan einsehen und sich natürlich auch alles mal in „live“ ansehen. Mehr unter: www.anpfiff-ins-leben.de

Genussnetzwerker

Die „genussnetzwerker“ sind ein Zusammenschluss von genussaffinen Unternehmen/Unternehmern, die entweder durch ihr bestehendes Angebot, knowhow oder Netzwerk Genuss anbieten. Gebündelt versprechen wir uns davon eine breitere Akzeptanz und Bekanntheit. Ein erstes gemeinsames Event war die BORA-Aktion bei unserem Genussnetzwerker Hans-Peter Höschel vom Gourmetküchenstudio LaCuisine in



GENUSSNETZWERKER
genussnetzwerker.de

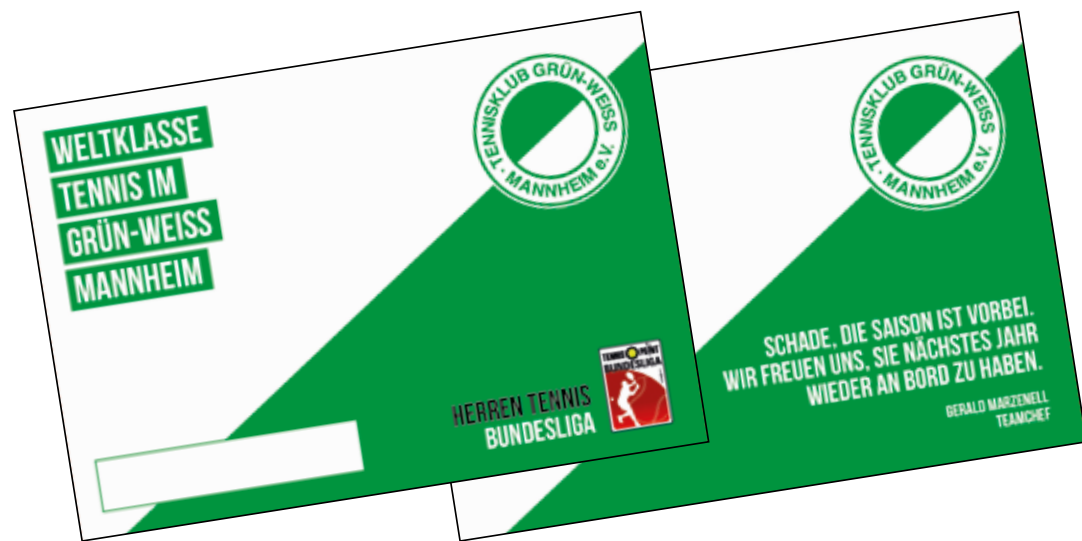
Sinsheim. Gemeinsam mit Kunden, Freunden und Geschäftsfreunden erlebten wir kulinarisches à la minute in 30 Meter Höhe. Weitere Events sind ausführlich beschrieben auf der Webseite www.genussnetzwerker.de

Grün-Weiss Mannheim

Die diesjährige Tennis Bundesliga steht unter einem besonderen Stern. Einerseits hat Teamchef Gerald Marzenell eine Gruppe beieinander, die sicherlich ein gewichtiges Wörtchen um den Titel mitreden kann, andererseits beendet ein be-

sonderer Spieler seine Tenniskarriere und stellt sich erneut in den Dienst vom Grün-Weiss. Wir wünschen Tommy, dem Grün-Weiss und uns eine spannende Saison. Hierfür haben wir uns von nju:sport etwas Besonderes einfallen lassen:

Alle Sponsoren erhalten ihr VIP-Ticket-Package in eigens von uns konzipierten Umschlägen. Danke Gerald, dass wir für die Bundesliga wieder bei den Plakaten, Flyern, Eintrittskarten und der Sponsorenunterstützung mitmachen durften.



Autohaus Seewald – Deine Autowerkstatt

„Qualität aus Tradition“ Das ist die Devise des KFZ-Meisterbetriebs Seewald in Sinsheim. Egal welche Marke Sie fahren, das Team vom Autohaus Seewald steht Ihnen als zuverlässiger Partner mit Rat und Tat zur Seite. Wir waren u.a. für das Logo-Redesign zuständig. Hierfür wurde das Auto bewusst etwas zurück genommen, um der Schrift mehr Aufmerksamkeit zu schenken. Zusätzlich ent-



warfen wir eine Anzeigenkampagne, die jeden Monat in den Medien erscheinen soll. Diese zeichnet sich durch eine Stringenz in Ihren Bildern aus mit hohem Wiedererkennungsfaktor. Freuen Sie sich auf pfiffige Bild- und Wortkombinationen. Hier ein paar Entwurfs-Beispiele!

Fortsetzung MLP Sponsorenevent

... Aufstieg in die easyCredit Basketball Bundesliga was geboten wurde. Der innerhalb eines Zeitraums von drei Jahren. Zusammen mit seinem Marketing-Team (Stephan Peters und Nicola Walter von nju:sport) entwickelte Matthias Lautenschläger die Idee einer Gala

staunten dann nicht schlecht, was geboten wurde. Der „Curtain rise“ erntete spontanen tosenden Beifall und gab den Blick frei in die festlich geschmückte Galalandschaft. Die GVO friends for events, langjähriger Partner der Academics zauberte ein leckeres

Weltmeister und Präsident des FC Bayern München, Deutscher Meister nicht nur im Fußball, sondern auch im Basketball. Moderiert von Sascha Bandermann spielten sich Dr. Stefan Holz, Geschäftsführer der easyCredit BBL, Henning



Uli Hoeneß

„on the court“, also genau dort, wo bereits Spitzenbasketball zelebriert wird, auf dem Parkett des Olympiastützpunktes Heidelberg im Neuenheimer Feld. Nicola Walter, Geschäftsführer der Sportmarketingagentur nju:sport holte hierfür die Mannheimer Eventagentur Genius ins Boot, die konzeptionell und in der Umsetzung das Event begleitete. Über 250 geladene Gäste



Matthias Lautenschläger

Dreigang-Menü aufs Parkett, die Weinauswahl stellte Sponsor Volker Flierher vom Bordelais Weinhandel zusammen. In seiner Eröffnungsrede machte Matthias Lautenschläger auch gleich klar, wohin die Reise geht. Mit Stargast Uli Hoeneß war ihm der große Coup gelungen! Wer sonst kann über Visionen und deren Umsetzung besser referieren als der 74er-

Stiegenroth, Senior Vice President Sportmarketing Deutsche Telekom und Uli Hoeneß geschickt die Bälle zu und warben für die Sportart Basketball wie auch für den Standort Heidelberg und die Metropolregion Rhein Neckar. OB Prof. Würzner verkündete Neuigkeiten zum Hallenbau und ließ von Teilen der Mannschaft Bilder der geplanten Arena hochhalten.

Ironman Christian Trunk



Christian Trunk und Stephan Peters

Der Chief Suffer Officer ist einer der besten europäischen Triathleten seiner Altersgruppe (18-24 Jahre) und der wohl talentierteste Kombiniierer unter ihnen. Wir von nju:sport unterstützen Christian seit Ende 2016 in allen Fragen rund um seine Kommunikation, seiner Vermarktung und natürlich bei seinem großen Ziel: die Ironman 70.3 WM am 10.09.2017 in Chattanooga, Tennessee als bester in der Altersgruppe abzuschließen. Viel Glück Christian! Mehr unter: www.christiantrunk.de

GELITA Trail Marathon

Der GELITA Trail Marathon Heidelberg startet am 8. Oktober 2017 zum 5. Mal.

Heidelberg bietet die Kulisse für einen der härtesten und zugleich schönsten Marathon-Läufe in Deutschland. Auf der 42 Kilometer langen Strecke, die zumeist über unebene Waldwege und Trails führt, müssen die Teilnehmer 1.500 Höhenmeter überwinden und drei Gipfel erklimmen. Die ultimative Herausforderung: Nach 35 Kilometer führt die Strecke über die Himmelsleiter, eine aus 850 Stufen bestehende Sandstein-Treppe, die hinauf zum Königstuhl führt. Eine große Sponsoren-Zelt nju:sport konzipierte im Auftrag des Namensponsors



Dr. Christian Herbert (Geschäftsführer M3), Stephan Peters und Birgit Ries

GELITA und in enger Abstimmung des Veranstalters m3 mannheim marathon marketing GmbH das Konzept um die Veranstaltung herum mit der klaren Vorgabe, die Veranstaltung in der Region bekannter und für Sponsoren attraktiver zu gestalten. Eine große Sponsoren-Zelt Landschaft mit Livebilder vom Trail direkt am Start/

Fortsetzung Interstar GmbH – Arbeitskleider machen Leute

... 12 branchenspezifische Produktbroschüren werden den Außendienst unterstützen und die Marke „Interstar“ zum ersten Ansprechpartner für Berufskleidung machen.



Managementmeetings 2017 der HeidelbergCement AG

11. JUNI 2017, HEIDELBERG

Dass Sport verbindet, motiviert und Freude macht, ist ein offenes Geheimnis. So nutzte die pro event live-communication GmbH die Nachbarschaftssynergie mit uns von nju:sport für ein sportliches Incentiv.

Zum Auftakt des Managementmeetings 2017 der HeidelbergCement AG konzipierten wir das Basketball-Incentiv für 20 Manager aus aller Welt. Mit von der



Head Coach Frenki Ignjatovic

Partie waren - na klar - die Basketballer der MLP Academics. Head Coach Frenki Ignjatovic und sein Team leiteten die Herrenrunde professionell an und bereiteten alle Teilnehmer für das finale 3x3 Turnier vor. Am Ende eines tollen sportlichen Nachmittags stand fest, was der griechischen Dichter Hesiod einst kundtat: „Vor dem Erfolg haben die Götter den Schweiß gesetzt!“.

Volksbank Kraichgau Stiftung

Die traditionelle und regional extrem gut verbreitete Volksbank Kraichgau hat seit 5 Jahren eine eigene Stiftung. Zahlreiche beachtenswerte Projekte wurden durch diese Förderstiftung bereits ermöglicht. Unser Aufgabe war es, durch eine durchzuführende Positionierung und den daraus resultierenden Handlungsempfehlungen die Bekanntheit der Stiftung voranzutreiben. Die Stiftung will sich auch öffnen für Zustifter, Förderer und Spender. Ein entsprechendes Konzept mit über 15 Handlungsempfehlungen wurde dem Vorstand der Bank, der Stiftung und dem Marketingverantwortlichen präsentiert. Wer Interesse hat, sich a) über die Projekte zu informieren und b) sich in irgendeiner Art und Weise zu engagieren: www.stiftung.vbkraichgau.de



Fortsetzung: Björn Steiger Stiftung

... Unter Schirmherrschaft unseres OB Prof. Würzner wurde nju:com von der Björn Steiger Stiftung mandatiert, das Projekt zu begleiten, sprich mit bestehenden Verbindungen und Netzwerken das Projekt „Heidelberg herzsicher“ zu machen, voranzutreiben. Erste positive Gespräche sind bereits geführt, jeder, der sich hier angesprochen fühlt, kann sich jederzeit an uns wenden, damit wir ein Beratungsgespräch über die Möglichkeiten vereinbaren können. Gesucht werden Unternehmen, die einen Defi an einer geeigneten Stelle sponsern und sich darauf mit einem Firmenlogo präsentieren können.



Ein Vertrag hierfür läuft über 3 Jahre und der Aufwand bewegt sich zwischen 750 und 3.000 Euro.

Mehr unter:
www.steiger-stiftung.de

Bordelais Weinhandel



Volker Flieher und Dieter Janson

Wenn man unserem Kunden glaubt, kommt der von uns wöchentlich gestaltete Newsletter „Wein der Woche“ sehr gut bei seinen Kunden an, vielmehr noch, es trägt signifikant zur Umsatzsteigerung bei. Dabei versuchen wir die Empfänger einerseits nicht zu überfrachten, andererseits durchaus wesentliche Hintergrundinformation zu dem Wein oder der Spirituose zu vermitteln.

Bordelais steht für den Slogan „Wein nehmen wir persönlich“, davor macht das Ziegelhausener Unternehmen mit dem wunderschönen Ladengeschäft in der historischen Mack'schen Mühle auch im digitalen Bereich keinen Halt.

Wer den freitäglichen Newsletter erhalten möchte, kann sich mit einer kleinen Email an info@bordelais-weinhandel.de wenden.

Fortsetzung Weingut Comes

... Herausgekommen ist ein markanter Neuauftritt, der den traditionellen Aufbau neuinterpretiert.

Mehr unter:
www.weingut-comes.de



Auto König – Gesehen werden!



Birgit Ries sowie Nicola Walter übernehmen die Vermarktung von Großflächenplakate an einer der meist befahrenen Zufahrtsstraße in Mannheim.

Als Autobahnzubringer zum Viernheimer Kreuz (A6, A67 und A5) und Zufahrtsstraße in die „Shopping Metropole“ Mannheimer Innenstadt, dem „Rhein-Neckar Zentrum“ in Viernheim oder

zu den vielzähligen Unternehmen und Freizeiteinrichtungen im direkten Umfeld ist die B38 eine der meist befahrenen Bundesstraßen in der Metropolregion Rhein-Neckar mit mehr als 90.000 Fahrzeugen pro Tag. Durch die ca. 50 Meter entfernte Straße in die „Shopping Metropole“ Mannheimer Innenstadt, dem „Rhein-Neckar Zentrum“ in Viernheim oder

Von daher sind diese großflächigen Werberäume sehr wertvoll für alle Unternehmen, die auf sich aufmerksam machen möchten.

Bis zu 13 Großflächen werden ab sofort direkt zu buchen sein. Mediadaten und Kontaktdaten erhalten Sie unter br@ries-marketing.de oder nw@njucom.de.

Sportfan



Nach nunmehr drei Printausgaben des SPORTFAN-Magazins, integriert ins Top Magazin, ziehen wir positive Bilanz. Die Akzeptanz und das Interesse bei den Vereinen ist sehr groß und die redaktionelle Arbeit macht allen Beteiligten großen Spass. Wir sind bereit für den nächsten Schritt und planen gemeinsam mit der Sportregion Rhein-Neckar eine eigenständige Ausgabe, inkludiert um den Jugendsport. Hierfür sind wir noch aktiv auf Sponsorensuche, bieten im Gegenzug ganzseitige Anzeigen mit einem redaktionellen Teil, der

das Unternehmen und seinen Bezug zum Sport darstellen lässt. Diese große und besondere Ausgabe planen wir für Mitte September. Die App, die es nun bereits in der Version 2.1 in den Stores gibt, funktioniert einwandfrei und wird mit derzeit über 2.000 Nutzer ausbaufähig genutzt. Unseren SPORTFAN Reportern wollen wir an dieser Stelle ein besonderes Dankeschön übermitteln. Dies gilt vor allem an unseren Praktikanten Luca Bias, der sich bürointern um die SPORTFAN-Abläufe kümmert.

Müller Lebensraum Garten



Und so wird der Bauzaun in Kürze aussehen.

Die gelungene Saisoneroöffnung mit dem traditionellen LebensraumErwachen, die bunten Päonientage und das romantische Moonlight-Shopping liegen bereits hinter uns - wie immer begeisterte Christian Müller Gesamt Team mit tollen neuen Ideen rund um besondere

Bäume, Pflanzen und Ambiente. Nun kommt im Späthjahr ein weiteres Highlight hinzu: die Eröffnung eines modernen Bistros samt der Möglichkeit, dies für besondere Feierlichkeiten exklusiv zu buchen. Freuen wir uns auf das Besondere mit der speziellen Müller'schen Handschrift.

nju:sport at work

+++ SPOBIS +++

Am 30.-31.01.2017 waren wir zu Gast auf Europas größten Sportbusiness Kongress in Düsseldorf. Zentrale Frage: Wie entwickeln sich Sport und Markt?

Es waren zwei mehr als spannende und inspirierende Tage mit fantastischem Raum zum Austauschen, Lachen und Lernen!



Stephan Peters und Michael Becker
(Marketingleiter SV Sandhausen)



+++ ISPO +++

Vom 5.-8.2.2017 waren wir mit dem VSD – Berufsverband der deutschen Sportmanager auf der größten Sportartikelmesse der Welt aktiv. Ein sehr gelungener Gastvortrag von Stephan Peters in der ISPO Academy Conference Arena zum Thema „VSD-Gehaltsstudie – Was verdient ein Sportmanager“.

+++ SV Sandhausen & SRH +++

Jede Reise beginnt bekanntlich mit dem ersten Schritt. So die des Alumnivereins Pole Position e.V. (SRH Sportmanagement) am 15.05.2017 im neuen Business-Tower des SV Sandhausen. Mit einem Kurzvortrag gab nju:sport Geschäftsführer Stephan Peters neben Vertretern der SAP und des SV Sandhausen Einblick in die „Welt des Sportbusiness“.

SPORTFAN

METROPOLREGION RHEIN-NECKAR

Hol' Dir die App



IN DEN APP STORES "SPORTFAN MRN" ODER ÜBER WWW.SPORTFAN-MRN.DE
ÜBER 100 TEAMS | 50 LIGEN | 30 SPORTARTEN

Smarte Entwicklung bei GELITA

Interview mit Michael Teppner (Global VP Marketing & Communication).

Was macht die Marke GELITA aus?

Zu unserem Grundverständnis gehört es, weltweit ein Gesamtpaket von Qualität, Zuverlässigkeit, Services und Innovationen zu liefern. Dafür steht die Marke GELITA. Wir sind außerdem in der guten Position, dass unsere Firmen- und Markennamen weitgehend identisch sind. Wir sind der Spezialist und leben von kollagenen und für kollagene Proteine. Das zeigen wir deutlich und voller Stolz. Wichtig ist jedoch, dass unser tägliches Handeln in allen Bereichen die oben genannten Werte widerspiegelt. Dann werden wir als eine starke und vertrauensvolle Marke wahrgenommen. Auf all unseren Produkten steht „GELITA“, weil wir so dieses Versprechen abgeben können. Hier kommen wieder Emotionen ins Spiel.

Wer auf allen internen und externen Ebenen alles unternimmt, das die reale Wahrnehmung dem eigenen Verständnis entspricht, macht alles richtig mit seiner Marke. Es geht also um das Ergebnis unseres Handels das viel stärker markenprägend ist und nur teilweise um das der Werbung.

Es gibt kontinuierlich neue Trends. Was unternimmt GELITA, um Veränderungen frühzeitig abschätzen zu können?

Wir beschäftigen uns ausgiebig mit neuen Entwicklungen, Trends und po-



tenziellen neuen Märkten oder Anwendungsfeldern. Wir analysieren, ob diese Auswirkungen auf unsere Produkte oder die unserer Kunden haben könnten, aber natürlich auch, ob sich neue Chancen ergeben. So können wir partizipieren und unsere Kunden unterstützen. Denken Sie zum Beispiel an den Megatrend „gesundes Altern“. Wir forschen intensiv, um mehr über die Beweggründe der Endverbraucher zu wissen, machen Umfragen zu Beauty und Wellness sowie viele Fokusgruppen-Interviews. Wir haben in mehreren Ländern Endkunden verschiedener Altersstufen in Fokusgruppen zum Thema „Body Toning/Forming“ und Sarkopenie mit sehr interessanten Resultaten befragt. Die gewonnenen Erkenntnisse geben wir als Servicepaket weiter. Unsere Kunden schätzen es sehr, dass wir auch auf der Marketing-Ebene ein kompetenter Ansprechpartner sind. Wesentliche Bestandteile sind auch die klinischen Studien. Zum einen, um zweifelsfrei den gesundheitlichen Nutzen unserer Produkte zu be-

legen, da nicht alle Peptide gleich wirken. Zum anderen aber auch, damit unsere Kunden gegebenenfalls fundierte Argumentationen z. B. gegenüber Behörden haben.

Inwiefern profitieren Ihre Kunden von diesen Marketingaktivitäten?

Wir gehen immer häufiger mit relevanten Themen an Endverbraucher. Das sind zum Beispiel all die leckeren Gerichte, die man mit Gelatine kreieren kann, oder die Gesundheitsaspekte unserer Kollagenpeptide. Dies trägt zu unserem Image bei, hilft aber auch unseren Kunden bei der Vermarktung ihrer Produkte. GELITA arbeitet in einigen Fällen auch kundenindividuell. Gerade bei den Kollagenpeptiden wird häufig ein Ingredient-Branding zur Differenzierung vom Wettbewerb angefragt. In diesen Fällen unterstützen wir unter Umständen mit Ingredient-PR in regionalen Märkten.

GELITA
Improving Quality of Life

Marketing ist Chefsache

Wir haben mit wissenschaftlicher Hilfe eines anerkannten Marketingdozenten der DHBW einen kurzen Fragebogen entwickelt, der Ihnen als Entscheider das Gefühl geben soll, dass aus Marketingsicht Ihr Unternehmen richtig aufgestellt ist.

Unsere langjährige Erfahrung zeigt, dass es oft nur an Kleinigkeiten liegt, die Zielgruppe punktgenau zu erreichen.

Die Fragen bzw. die Antworten geben mindestens zu 80% Sicherheit, dass man sich zu den relevanten Themen Gedanken gemacht hat und ggf. eine Feinjustierung bzw. Neuaufstellung notwendig ist - oder aber man geht mit einem Lächeln aus diesem Schnelltest, ähnlich wie nach einem Zahnarztbesuch, der mit dem Satz endete: „Alles paletti, wir sehen uns nächstes Jahr wieder zum Check“.

Mit diesem Schnelltest gehen Sie übrigens keinerlei Verpflichtung ein, wir verstehen dies als Service und Gelegenheit, konstruktiv mit Ihnen im Gespräch zu bleiben.

Ok ok, die letzten drei Fragen haben wir „unwissenschaftlich“ dazu gemogelt!

Entweder Sie scannen den QR-Code mit dem Handy oder Sie nutzen folgenden Link für das Smartphone, Tablet oder Computer:

<http://bit.ly/2sJat72>



TERMINKALENDER

08.09.2017: SEASON OPENING MLP Academics

10.09.2017: IRONMAN 70.30 WM Chattanooga/USA

21.09.2017: GIN'N'MUSIC

07.+08.10.2017:
MÜLLER LEBENSRAUM GARTEN Melamundo

08.10.2017: GELITA Trail Marathon

14.10.2017 : BORDELAIS Hoffest

Büro intern

Unsere Bürogemeinschaft lebt von dem Miteinander, dem gegenseitigen Unterstützen und der Chemie. Wir leben das leidenschaftlich und integrieren hierfür auch unsere Familien und Freunde. Neben wöchentlichem

gemeinsamen Sport und anschließendem Kochen engagieren wir uns als Team, sei es bei Sportturnieren, Veranstaltungen oder im Tierschutz. Danke an dieser Stelle an alle „hundertzehner2.OG“. Wir wollen in unserem Arbeitsumfeld glücklich sein.

Für jeden bedeutet Glück etwas anderes. Jedoch gibt es ein paar Faktoren, die erwiesenermaßen unser Glück beeinflussen. Beispielsweise weiß man, dass man glücklicher ist, wenn man einen glücklichen Freund dabei hat.

Denn Freude ist ansteckend:

$$\text{Happiness}(t) = w_0 + w_1 \sum_{j=1}^t \gamma^{t-j} \text{CR}_j + w_2 \sum_{j=1}^t \gamma^{t-j} \text{EV}_j + w_3 \sum_{j=1}^t \gamma^{t-j} \text{RPE}_j + w_4 \sum_{j=1}^t \gamma^{t-j} \max(\text{R}_j - \text{O}_j, 0) + w_5 \sum_{j=1}^t \gamma^{t-j} \max(\text{O}_j - \text{R}_j, 0)$$

Bildquelle: <http://ze.tt/forscher-basteln-an-einer-formel-fuers-glueck>