

## Ideen beim Sprechen entwickeln

**Vortrag** Wie lassen sich eingefahrene Denkmuster ausmustern? Mit kreativer Kommunikation, meint Bernhard Wolff.

**Ulm.** „Mureh mlu mu dnu mlu mu dnu mlu ni“, eröffnete Bernhard Wolff seinen Vortrag. Der bekennende Rückwärtssprecher, der für seinen Vortrag „Lust auf Ideen“ den Ulmer Zungenbrecher umgedreht hatte, plädierte eloquent für innovatives Denken und eine kreativere Kommunikation. „Es geht darum, ein bisschen einfallsreicher zu sein; es müssen nicht gleich die großen Ideen dabei rumkommen“, sagte der Berliner Experte für Kreativität und Live-Kommunikation.

So begann die dritte Auflage des Weiterbildungsformats der SÜDWEST PRESSE, „Vorsprung durch Wissen“, am neuen Veranstaltungsort, im Stadthaus, mit der Frage, wie sich eingefahrene Denkmuster ausmustern lassen und einem Blöckchen, auf dem die Zuhörer ihre Ideen notieren sollten. Etwa diese: Wie kann ein unentschiedenes Fußballspiel noch entschieden werden, außer durch Elfmeterschießen? Nachdem Wolff durch die Reihen gegangen war und Antworten wie „Schnick-Schnack-Schnuck“ und „Torwartkampf“ entdeckt hatte, forderte er, Annahmen zu hinterfragen, Ideen-Brainstorming zu betreiben und die Perspektive zu wechseln. Letzteres sei ein zukunftsgerichtetes innovatives Denken, denn, das sei wie mit dem Rückwärtssprechen: Wie eine Firma, die sich überlegen solle, wo sie in der Zukunft stehen will, müsse man auch das Ende des Satzes kennen, um ihn aussprechen zu können.

Neben kreativen Denken und kreativer Kommunikation, sprach er sich für ein Innovationsklima in Unternehmen aus. „Wenn Sie eine Idee hören, scheuen Sie sich nicht, Sie weiterzuspinnen“, sagte der Buchautor, der für den Titel seines 2016 erschienenen Buches so viele Ideen hatte, dass er es einfach „Titel bitte selbst ausdenken“ nannte. Wie er seinen Vortrag im Stadthaus beging, schloss er ihn auch: mit Rückwärtssprechen. Er brachte den Zuhörern das Alphabet rückwärts bei. *lms*

# Das Internet anders erleben

**Digitales** Zwei Agenturen sehen sich als Pioniere bei der Entwicklung intuitiv erfahrbarer Webseiten. Der Name für das System stammt aus einem Hollywood-Film. *Von Frank König*

**F**ast alle Internet-Webseiten folgen demselben Muster: Um die digitalen Inhalte zu erschließen, gibt es auf der Aufschlagseite meist oben ein Menü mit den wichtigsten Unterpunkten. Im größten deutschen Online-Portal Bild.de sind es Begriffe wie News, Politik, Geld, Unterhaltung, Sport, Reise, Auto. Beim Internet-Auftritt der Stadt Ulm ist das Menü ausnahmsweise seitlich angebracht, mit Themen wie Politik und Verwaltung, Leben in Ulm, Wirtschaft und Tourismus. Wenn es nach den Vorstellungen der Ulmer Internet-Kooperation Prozess-Piraten-Labs geht, haben solch klassisch aufgebaute Websites ausgedient. Sie werden aus Sicht der Agenturchefs Tobias Heimpel und Thomas Scheer von intuitiv und emotional erschlossenen Erlebniswelten abgelöst. Der Fachbegriff: Digital Experience Platform (DXP).

### Unkonventionelle Suchbegriffe

Die Labs, ein Joint Venture von Heimpels Agenturgruppe und Internet-Spezialist Rrooaarr im Fischerviertel (siehe Infokasten), haben eine solche Plattform entwickelt und nach der Raumfahrt-Mission im Film „Der Marsianer“ Ares 4 genannt. Das System ist seit Januar am Markt und richtet sich nach Heimpels Worten in erster Linie an mittelständische Firmen, die Webseiten mit überschaubarem Aufwand erstellen wollen. Eine Test-Webseite ist der Event-Auftritt swundu.de der Stadtwerke. Daran kann man gut sehen, wie Ares 4 funktioniert: Als Anreißer oder Teaser dienen Bilder, die standardmäßig auf kachel-ähnlichen Klickflächen angebracht sind, über die man in die Website eintauchen kann.

Das herkömmliche Menü fehlt zunächst völlig, lässt sich aber bei Swundu zusätzlich öffnen. Daran erkennt man die Kategorien, um die es geht. Veranstaltungen werden unkonventionell nach Begriffen wie Tag und Nacht, Drinnen und Draußen, Laut und Leise sortiert und auch gefunden.

Heimpel erläutert, welche Gedanken sich die Entwickler gemacht haben: Wenn ein Autokäufer bei Mercedes ein großes Familienauto kaufen will, müsse er



Thomas Scheer demonstriert die neue Internet-Software der Prozess-Piraten-Labs am Beispiel Swundu: Es gibt kein Menü, man soll eher verspielt in die Welt bunter Kacheln eintauchen. *Foto: Volkmar Könneke*

wissen, um welchen Fahrzeugtyp es geht. Er könne sich nicht direkt vom Suchbegriff „Familie“ leiten lassen. Das soll die neue Plattform ändern. Zweites Beispiel: Vielleicht will der Besucher auf einer Reise-Website nicht nur einfach gut organisiert nach Datum und Ort ein Hotel buchen, sondern sich inspirieren lassen, mit einem Suchwort wie „Wasserfall“.

Hinter der Startversion steckt ein Jahr harte Arbeit, macht Scheer deutlich. Es geht darum, für jede Kachel oder Informationseinheit so genannte Metadaten zu hinterlegen: also die Schlüsselbegriffe für die Suche. Hier komme dem Marketing eine

neue Bedeutung zu, da es sich Gedanken um die Attribute jedes Artikels machen müsse – und über Verknüpfungen. So könne ein Mode-Anbieter festlegen, dass jemand, der nach einem roten Pullover sucht, grundsätzlich noch einen Artikel in Grün angeboten bekommt, weil die Farben passen.

### Wandelbare Plattform

Die Websites sollen ohnehin dynamisch sein und aktuelle Infos wie Standort-Daten einbinden. So könne jemand, der vor dem Münsensein steht, eine andere Version der Ulm-Tourismus-Seite erhalten als ein Besucher, der gerade das Brotmuseum betritt. Die Ulm/Neu-

Ulm Touristik setzt ebenfalls auf die neue Software, die außerdem Wetterdaten berücksichtigen will. Daher vermarkten die Labs das System mit dem Slogan: „Schatz, stell die Gummistiefel ins Schaulfenster, es regnet gleich.“

Der Gedanke dahinter: Während der stationäre Handel eine solche flexible Strategie fahren und auch rasch mal umdekoriere kann, bleiben klassische Webseiten über lange Zeiträume starr in ihren Menü-Strukturen. „Der Kunde vor dem digitalen Schaulfenster sieht heute bei zwar größerer Auswahl alles – und doch nichts“, heißt es in einer Mitteilung. Das neue System setze Verkaufsstrategien schneller um.

Die großen Player der Internet-Branche arbeiten längst an solch wandelbaren Plattformen, berichten Heimpel und Scheer. Der Vorteil des Ulmer Systems sei das simple Handling. Scheer: „Das kann jeder selber machen.“ Es gibt auch Hybrid-Versionen und Lösungen, in denen alte und neue Internet-Welt parallel existieren. Dazu kommen – heutzutage unverzichtbar – mobile Apps.

## Digitaler Schwerpunkt

**Prozess-Piraten** Die Agenturgruppe von Tobias Heimpel ist in der Prozess-Piraten-Holding zusammengefasst: mit der Projekt-Agentur, die zuletzt ihr 25-jähriges Bestehen feierte, und

Press 'n' Relations. 35 Mitarbeiter. Mitinhaberin Claudia Braunsteffer berichtet von einem „wirklich sehr guten Jahr“ 2016. Es würden immer mehr digitale Leistungen verlangt.

**Rrooaarr** Mit Sitz Hämpergasse versteht sich Rrooaarr als Digitalagentur für Webseiten und Apps. Gründung 1995, 15 Mitarbeiter. Die Chefs: Eduard Rainbold und Thomas Scheer.

## TAGESTIPP

„Mais, Hanf und Tracht“ – unter dem Motto sind von heute an Museumsexponate an drei ungewöhnlichen Orten in Ulm zu sehen. Heute im Supermarkt „Alnatura“, Neue Straße. Die Kunden bekommen unter anderem ein Büchlein mit Maisrezepten aus 12 Ländern. Mit der Aktion sollen vor allem Migranten angesprochen werden, die kaum den Weg ins Museum finden. Deswegen kommt das Museum in die Stadt – hatte sich eine Gruppe von 16 Menschen überlegt, die sich mit dem Projekt „Migration verbindet?!“ am Donauschwäbischen Zentralmuseum befasst hat. Im Februar geht es mit der Aktion weiter, dann in der Stadtbibliothek und im Hemperium.

## Medienauftritt Schüler vom Eselsberg im TV

**Ulm/München.** Bereits im Oktober sind die vierten Klassen der Hans-Multscher-Schule in die Filmstudios nach München gefahren, um ihre Kandidaten Lina, Elia und Maximilian bei „1, 2 oder 3“ anzufeuern. Ausgestrahlt wird die Sendung heute im ZDF (8.10 Uhr) und morgen bei Kika (17.35 Uhr). Ob die Ulmer gegen die Teams aus Österreich und Dänemark gewonnen haben? Um das zu erfahren, muss man die Sendung sehen, bei der Schüler Geld für die Klassenkasse gewinnen können.



„1, 2 oder 3“ – für die Sendung haben die Viertklässler der Hans-Multscher-Schule ihre Kandidaten angefeuert. *Foto: Barbara Werner*

## Wasserwacht Schwimmen in der Donau

**Ulm/Neu-Ulm.** Am Sonntag, 22. Januar, treffen sich Wagemutige zum Winterschwimmen der Wasserwacht Neu-Ulm. Eingepackt in Neoprenanzüge werden sie gegen 10.15 Uhr bei der Iller-Kanal Mündung in die Donau springen. Die ersten Schwimmer werden gegen 10.30 Uhr beim Edwin-Scharff-Haus zur Suppenpause erwartet. Danach geht es weiter bis zur Villa Schäfer an der Kantstraße. Dort werden gegen 11.15 Uhr die ersten Schwimmer aus dem Wasser steigen.

## Marketing Gutscheine mit ÖPNV-Ticket

**Ulm.** Das City-Marketing stattet auch 2017 jeden City-Gutschein mit einer Gratis-Tageskarte für das DING-Nahverkehrsnetz aus. So könne man trotz der vielen Baustellen mit Bus und Bahn bequem zum Shoppen nach Ulm gelangen. Dazu Citymanager Henning Krone: „Ziel ist die Kaufkraft in Ulm zu halten und den ÖPNV zu stärken.“ Auf den Gutscheinen ist ein Code eingedruckt den man auf [www.ding.eu/praemien](http://www.ding.eu/praemien) gegen eine Tageskarte im Wert von fünf Euro einlösen kann.

**GROSSER UMBAUVERKAUF BEI abt IN ULM!**

Bis zu **50%** auf Einzelstücke und Restposten!

**UNSERE SUPER PREISKNALLER FÜR SIE:**

**WMF**

WMF Messer-Set „Grand Class“ 3-tlg. UVP 219,85 **99,-**

**Rösle**

Roesle Knoblauchpresse<sup>1</sup> UVP 49,95 **29,99**

**alfi**

alfi Isolierkanne „Amici“ 1 l UVP 69,95 **29,95**

**Rosenthal**

Rosenthal „Maria weiß“<sup>1</sup> Suppenteller ø 23 cm UVP 24,50 **20,-**

**Silit**

Silit Pfanne „Salto“ ø 28 cm UVP 64,95 **44,99**

**Küchenprofi**

Küchenprofi Waage „Nostalgie“<sup>1</sup> bis 2 kg UVP 29,95 **19,99**

**Thomas**

Thomas „Trend weiß“<sup>1</sup> Frühstücksteller ø 20 cm UVP 10,- **6,95**

<sup>1</sup>Nur solange der Vorrat reicht!

**WIR BAUEN FÜR SIE UM UND MACHEN abt NOCH SCHÖNER!**