



arago Consulting GmbH



Themen u. a.:

- ✓ Gender Gap – Das Problem zwischen Gleichberechtigung und Lesbarkeit
- ✓ E-Learning Ecke (Gastartikel von Zach Davis): Tolle Weiterbildung, niedrige Umsetzungsquote – Was Sie dagegen tun können.
- ✓ Unser Buchtip: Digitalisieren mit Hirn. Wie Führungskräfte ihre Mitarbeiter für den Wandel gewinnen
- ✓ arago on Tour: Digital Future in Frankfurt
- ✓ Kulturtip: München im Musikrausch, Rubens, Klassikstadt



Liebe Kundinnen und Kunden,

unser April-Newsletter hat es mal wieder in sich. Bereits im ersten Beitrag wird es brisant. In ihm wird das »Gender Gap«, das Problem zwischen Gleichberechtigung und Lesbarkeit diskutiert. Verschiedene Möglichkeiten der Ansprache wurden für Sie im entsprechenden Leitartikel erörtert. Vielleicht entscheiden Sie sich anhand unserer Ausführungen künftig für eine einheitliche Ansprache bei Ihren Kundinnen und Kunden.

Die Schreibweisen und Lesbarkeiten können dabei auf jede Menge anderer Bereiche übertragen werden, zum Beispiel auch auf die in Deutschland vielzählig auftretenden Mundarten. So bin ich mit der »kölschen« Mundart aufgewachsen. Es gibt sogar ein Rheinisches Grundgesetz. Artikel 2: »Et kütt wie et kütt« könnte den Eindruck erwecken, dass der Kölner sich in sein Schicksal ergibt, aber im Kontext mit Artikel 3 »Et hätt noch emmer jot jejange« relativiert sich selbiges in eine optimistische Grundhaltung. Man beachte aber hierbei nicht nur die Schreibweise, sondern auch die Grammatik in Artikel 3, die für Nicht-

kölner herausfordernd sein könnte. Die Frage, zu der es wahrscheinlich so viele Antworten gibt wie Fragesteller, ist die: Wo ist die Grenze, ab der es keinen Sinn mehr macht, maßgeschneiderte Ansprachen zu machen. Wie gesagt, das sollte jeder (Mensch) für sich selbst entscheiden.

Die weiteren Beiträge sind nicht minder spannend. So schreibt unser Partner Zach Davis im ersten Teil seines Gastbeitrags über seine Erfahrungen in der Weiterbildungslandschaft und den durch die Digitalisierung auftretenden Möglichkeiten. Unsere aktuelle Buchvorstellung erläutert, wie Führungskräfte ihre Mitarbeiter für den digitalen Wandel gewinnen und unser Leiter für Innovation und IT, Thomas Goldenbaum, berichtet von seinem Besuch auf der Kongressmesse »Digital Future«. Ich wünsche Ihnen viele Freude dabei, sich mit den angesprochenen Themen vertraut zu machen.

Ihr Hans-Joachim Wisser

Für den Aufsichtsrat der Gesellschaft

GENDER GAP – DAS PROBLEM ZWISCHEN GLEICHBERECHTIGUNG UND LESBARKEIT

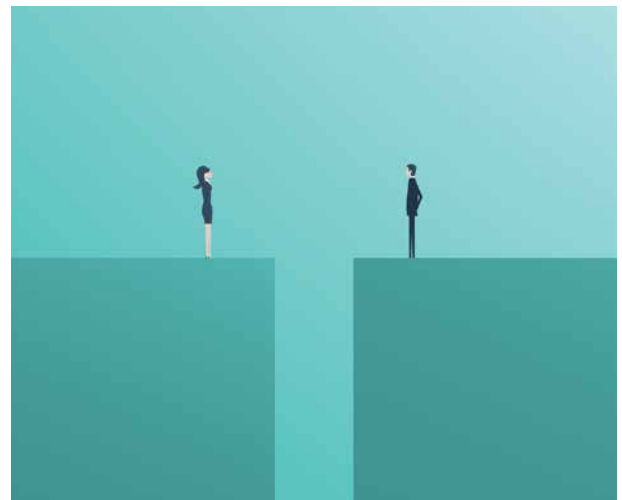


VANESSA BIELESCH
REDAKTIONSLEITUNG

Mitte März rückte eine Frau in den Mittelpunkt der Öffentlichkeit, deren Revisionsantrag vom Bundesgerichtshof abgelehnt wurde. Die 80jährige Marlies Krämer hatte ihre Sparkasse verklagt, weil sie in Formularen als »Kundin« und »Sparerin« angesprochen werden möchte und nicht als »Kunde« oder »Sparer«.

Anfang März war diese Thematik auch ein Gesprächspunkt in unserer Redaktionskonferenz. Dabei ging es weniger um die Frage, ob eine explizite feminine Ansprache unserer Kundin-

nen überhaupt stattfinden soll, sondern vielmehr darum, wie diese vorzunehmen ist. Während wir uns sehr schnell einig waren, gibt es dennoch zahlreiche Diskussionen um die korrekte Ansprache. Ebenso viele Möglichkeiten existieren bei der schriftlichen Ansprache der Geschlechter.



Die in Deutschland beginnende feministische Sprachkritik kann auf die 1970er Jahre während der sogenannten zweiten Frauenbewegung zurückdatiert werden. Die Sprache prägte die Ungleichheit zwischen Frauen und Männern mit. Deshalb müsse die Sprache reformiert werden, um eben eine Benachteiligung zu verhindern. Innerhalb dieser Bewegung trat vermehrt die Schrägstrich-Schreibweise auf (Leser/-innen), um das sogenannte Splitting der Geschlechter – d.h. eine explizite Ansprache der beiden Geschlechter (Leserinnen und Leser) oder eine Klammerschreibweise (Leser(innen)) – zu verkürzen. Der Schweizer Autor Christoph Busch nutzte Anfang der 1980er Jahre als erster das sogenannte Binnen-I (LeserInnen) und gilt seither als Erfinder dieser Schreibweise.

In den 1990er Jahren erstarkte die queerfeministische Bewegung, die auch an der Sprachkultur Kritik übte und unter anderem das Binnen-I kritisierte. In der Queertheorie wird vor allem die vorgegebene und als natürlich angenommene Geschlechterkategorie »Mann« und »Frau« kritisiert. Die Schreibweise des Binnen-I berücksichtigt nur die Geschlechtskonzeptionen des Mannes und der Frau und lasse keinen Raum für die Personen, die sich diesen Kategorien nicht zugehörig fühlen.

Um dieses Problem zu lösen, sollten schließlich Personenbezeichnungen mit einem Unterstrich geschrieben werden, dem sogenannten Gender-Gap (Leser_innen). Auf den ersten Blick unterscheidet sich die Schreibweise nur minimal vom Binnen-I. Die mit dem Unterstrich symbolisierte Lücke soll jedoch für alles andere stehen, das nicht von der gegenderten Lebensweise erfasst werden kann. Alternativ wird auch ein Punkt anstelle des Unterstrichs verwendet (Leser.innen). In der queeren Szene wird jedoch heutzutage überwiegend auf das sogenannte Gender-Sternchen zurückgegriffen (Leser*innen). Hierbei wird die Funktion des Sternchens aus der Computertechnik übernommen. Das Sternchen symbolisiert hierbei eine beliebige Zeichenkette.

Die Formen wären ohne Probleme in Texte mit breiter Unterstützung anzuwenden, wenn es da nicht die Pronomen und Artikel gäbe, die entsprechend angepasst werden müssen:

Splitting:	eine Leserin und ein Leser
Schrägstrich:	eine/-r Leserin/ Leser
Klammer:	ein(e) Leser(in)
Binnen-I:	einE LeserIn
Gender Gap:	ein_e Leser_in
Gendersternchen:	ein*e Leser*in

Da sich die geschlechterspezifische Sprache nicht nur in Namen, sondern eben auch in Pronomen und Artikeln wiederfinden lässt, ist eine durchgehende Gleichstellung zwar machbar, wirkt sich jedoch negativ auf den Textfluss aus, so die viel formulierte Kritik. Deshalb setzen vor allem Institute wie Universitäten oft auf sogenannte Vermeidungsstrategien und wählen eine neutrale Anrede, wo es möglich ist: z.B. Studierende, Lehrende etc. Doch nicht immer schafft diese Form Abhilfe.

Eine weitere alternative Variante wäre die Nutzung des Sterns, der alle geschlechtlichen Markierungen ersetzt. So würde der Satz »Lieber Leser, der du das gerade liest« zu »Lieb* Les*, * du das gerade liest« umgewandelt werden.

Tatsächlich gibt es auch Bestrebungen neutrale Pronomen zu etablieren. So wurde 2007 auf einer Transgender-Tagung in Berlin das neutrale Pronomen »nin« und der neutrale Artikel »din« erstellt.

er	sie	<i>nin</i>
ihn	sie	<i>nin</i>
ihm	ihr	<i>nim</i>
sein	ihr	<i>nims</i>
seine	ihre	<i>nimse</i>
seines	ihres	<i>nimses</i>
der	die	<i>din</i>
den	die	<i>dine</i>
dem	der	<i>dim</i>
dessen	deren	<i>dinen</i>
ein	eine	<i>in</i>
einen	ein	<i>ine</i>
einem	einer	<i>inem</i>
eines	einer	<i>iner</i>
sich	sich	<i>sich</i>

Quelle: Baumgartinger, Persson Perry (2008): Lieb[schteam] Les[schteam], [schteam] du das gerade liest. Von Emanzipation und Pathologisierung, Ermächtigung und Sprachveränderung, Liminalis.

Wie stark solche neutralen Pronomen und Artikel einen Satz umformen, zeigt folgendes Beispiel:

»Der Leser teilte uns seine Zufriedenheit mit.«
»Din Les* teilte uns nimse Zufriedenheit mit.«

So gut wir die Bestrebungen einer kompletten Gleichberechtigung in jeglicher Kategorie, Sparte etc. gutheißen: aus Sicht der arago Consulting, die auch Lektoratsdienste anbietet, können wir von neutralen Pronomen und geschlechtliche Ersetzungen durch einen Stern abraten. Die Lesbarkeit der Texte leidet darunter im hohen Maße und benötigt eine Erlernung des Lesens dieser Schreibweise. Dennoch sollte stets die Zielgruppe des Textes im Auge behalten werden. Gege-

benenfalls schindet eine solche Schreibweise bei der richtigen Zielgruppe durchaus Eindruck. Damit Sie sich nur um die inhaltlichen Aspekte Gedanken machen müssen, übernehmen wir gerne für Sie die Überarbeitung Ihrer Texte in eine gendergerechte Sprache. Dabei berücksichtigen wir selbstverständlich stets die Schreibweise, die Sie favorisieren.

Und auf welche Schreibweise haben wir uns im Newsletter festgelegt? Wir waren uns alle sehr schnell einig, dass wir, wenn wir Sie, unsere Kundinnen und Kunden, ansprechen, das Splitting verwenden möchten: also eine ausgeschriebene und explizite Nennung beider Geschlechter.

UNSERE E-LEARNING-ECKE

NEWS / ANREGUNGEN / BEISPIELE

TOLLE WEITERBILDUNG, NIEDRIGE UMSETZUNGS- QUOTE - WAS SIE DAGEGEN TUN KÖNNEN.

Digitalisierung? E-Learning? Blended Learning? Nachhaltigkeit? Umsetzungserfolg? Aktuell ist die Weiterbildungslandschaft in großer Bewegung. Die Anforderungen sind an vielen Stellen gestiegen, beispielsweise in Form einer paradoxen Entwicklung: Einerseits werden die Forderungen hinsichtlich der Nachhaltigkeit von Bildungsmaßnahmen lauter, andererseits sind die Rahmenbedingungen oft restriktiver – zeitlich und finanziell.



Weiterbildung ist Teamarbeit. Zach Davis, mit seinem Unternehmen Peoplebuilding ein geschätzter Partner der arago Consulting, berichtet in diesem Artikel, wovon der Umsetzungserfolg bei Digitalisierungsprojekten in der Aus- und Weiterbildung abhängt. Auf Teil zwei seines Artikels dürfen Sie sich in unserem Mai-Newsletter freuen.

Der Bedarf an die Kompetenzentwicklung ist aufgrund zunehmend schneller Veränderungen (Stichworte: New Work, Digitalisierung), mit denen Mitarbeiter und Führungskräfte zurechtkommen müssen, eher gestiegen als gesunken. Diese Veränderungen – auch in der Weiterbildungswelt selbst in Form zunehmender digitaler Lernformate – bringen Gefahren und Chancen mit sich. Anders formuliert: Da es immer mehr Optionen gibt, kann man mehr »falsch«, aber auch mehr »richtig« machen.

Personalentwickler, Führungskräfte, Trainer und andere Bildungsanbieter fragen sich beispielsweise:

- Warum ist der Umsetzungserfolg oft so niedrig und was kann man dagegen tun?
- Wann macht E-Learning oder Blended-Learning Sinn?
- Welche Fallstricke gilt es zu vermeiden?
- Wie sieht die optimale Verzahnung von Offline und Online aus?
- Was ist didaktisch entscheidend für den Erfolg?
- Wie lassen sich neue Lernformate erfolgreich entwickeln und einführen?

- Wie erfolgt eine wirksame, aber auch realistisch machbare Betreuung der Teilnehmer, bspw. im Nachgang?
- Wie lässt sich der Umsetzungserfolg bestehender Maßnahmen erhöhen?
- Wie erarbeite ich mit dem (internen oder externen) Kunden die bestmögliche Maßnahme zur Zielrealisierung?
- Wie verbessern wir die Assoziation zu E-Learning oder Weiterbildung im Allgemeinen?
- Wie etablieren wir einen Spirit der permanenten Verbesserung?

Nun ist dieser Beitrag ein Artikel und kein Buch – insofern können wir nicht alle Aspekte im Detail behandeln. Allerdings erhalten Sie in diesem Beitrag sehr offene Schilderungen zu mehreren Jahren intensiver Erfahrung zu den genannten Themen, mit zahlreichen Erfolgen nach einigen nur mäßig erfolgreichen Versuchen.

Sie machen sich regelmäßig Gedanken über das Thema Weiterbildung – das ist Ihr Job oder ein Teil Ihres Jobs: Klar, Weiterbildung ist wichtig – fachlich wie im Bereich der Soft Skills. Es wird auch viel Geld und Zeit in die Maßnahmen investiert. Die meisten davon werden auch sicherlich gut bewertet. Doch wie viel davon wird dauerhaft umgesetzt? Leider oft nicht viel.

Mit dieser Feststellung zeige ich – Zach Davis – explizit nicht auf Andere. Gleichzeitig berichte ich gerne sehr offen, durchaus auch kritisch sowie konstruktiv Lösungen aufzeigend. Ich habe seit 2003 ca. 1.000 Vorträge und Seminare alleine zu Zeitintelligenz (Fremdsteuerung, Informationsflut etc. bewältigen) gehalten. Wir haben als Trainingsinstitut vor einigen Jahren untersucht, wie viel nach 6 Monaten noch umgesetzt wird (bei einer Durchschnittsbewertung von 1,3 auf einer Schulnotenskala). Eine solche Messung trauen sich viele nicht. Das Ergebnis: beim Impulsvortrag im Schnitt ca. 1 Punkt, beim 1-Tages-Seminar im Schnitt ca. 3 Punkte. Und nach einem 2-Tages-Seminar ... ca. 2 Punkte.

Das hat mich zum Nachdenken gebracht. Woran liegt diese oft so erschreckend niedrige Umsetzungsquote? Dies hat viele Gründe. Der Hauptgrund ist jedoch, dass es schlichtweg zu viel auf einmal ist. Oder bildlich dargestellt:



Wie soll man bloß 10, 20 oder 50 Punkte auf einmal umsetzen? Der Alltag ist anspruchsvoll genug, geprägt von hohen Anforderungen und unerwarteten Ereignissen. Und dann noch mehrere Dinge im eigenen Verhalten gleichzeitig verbessern? Das ist nahezu ein Ding der Unmöglichkeit.

Beim Suchen nach Lösungen fiel mir ein: Ich hatte den größten eigenen Erfolg vor vielen Jahren mit einem umfangreichen Weiterbildungsprogramm, das aus rund 20 CDs bestand. Dieses habe ich einmal durchgehört und hatte zunächst dasselbe Umsetzungsproblem. Dann habe ich es nochmal angehört und bei jedem Punkt, den ich umsetzen wollte, pausiert. Nach der Umsetzung ging es weiter. Das hat gut funktioniert, war aber nicht gerade komfortabel und erforderte Selbstdisziplin.

Die Lösung des Umsetzungsproblems musste also in einem Lernformat bestehen, das aus kleinen Einheiten bestand (und zudem leicht umsetzbar ist und sich über einen längeren Zeitraum erstreckt, damit sich Gewohnheiten etablieren können).

[Wie dieses Lernformat konkret aussieht und welche weiteren Faktoren den Umsetzungserfolg beeinflussen? Das erläutere ich Ihnen im kommenden Mai-Newsletter.](#)

UNSER BUCHTIPP: DIGITALISIEREN MIT HIRN. WIE FÜHRUNGSKRÄFTE IHRE MITARBEITER FÜR DEN WANDEL GEWINNEN



VON DANIEL STÖCKEL
GESCHÄFTSFÜHRUNG

Das Thema Digitalisierung hat in den vergangenen zwei Jahren wesentlich an Fahrt aufgenommen. Dokumentiert werden solche Aussagen gerne mit einer Auswertung zur Entwicklung der Suchbegriffanfragen bei Google (siehe Grafik).

Die Digitalisierung, Vernetzung und Automatisierung wird uns künftig begleiten, ob wir wollen oder nicht. Im Privaten mögen wir Entscheidungsspielräume haben, was und wie viel wir »davon« in unser Leben lassen, im beruflichen Alltag wird uns diese Entscheidung abgenommen: von unseren Kundinnen und Kunden sowie unseren Wettbewerberinnen und Wettbewerbern.

Betrifft es zu Beginn die Musik- und Filmindustrie, anschließend die Verlage und den Handel, sehen sich nun auch Industriezweige wie der Bankensektor (Stichwort FinTech) und der Maschinenbau (Stichwort 3D-Druck) mit der Digitalisierungswelle konfrontiert.

In Zeiten, in denen sich die Zubereitung eines Kaffees per Sprachbefehl über Amazons Alexa steuern lässt, Privatpersonen über Plattformen von FinTech, Peer-to-Peer-Kredite vergeben und eSport-Veranstaltungen ganze Stadien füllen sind bewährte, traditionelle Geschäftsmodelle zu hinterfragen.

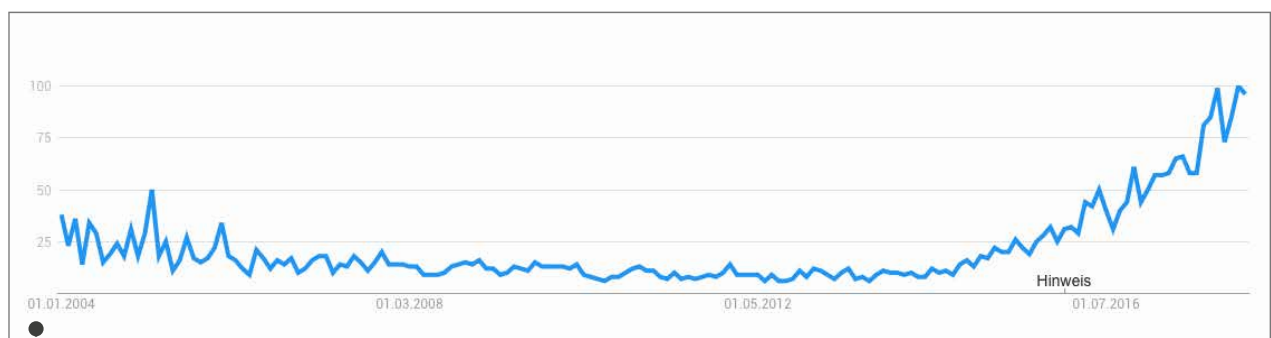


Das Buch von Sebastian Purps-Pardigol und Henrik Kehren zeigt, wie dieser neuen Herausforderung begegnet werden kann. Der Fokus des Buches liegt hierbei darauf, wie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einer Organisation für den digitalen Wandel gewonnen werden können.

Das Wissen darüber gewinnt das Buch nicht aus der Theorie. Die Strategien werden anhand von zwölf deutschen Mittelständlern erläutert, die ihre eigene digitale Transformation bewusst vorantreiben, z.B. der Heizungshersteller Viessmann, die Buchhändler Hugendubel und Thalia oder auch das Oldenburger Fotoentwicklungsunternehmen CEWE. Unterfüttert wird das Vorgehen dieser Unternehmen mit Erkenntnissen aus der Neurowissenschaft, der Psychologie und der Verhaltensökonomie.

Weshalb die Beschäftigung mit dem Menschen aus unserer Sicht zentral für die digitale Transformation ist, zeigt übrigens eine Studie der Unternehmensberatung McKinsey & Company: 70 Prozent aller Change-Projekte scheitern, weil sich die Mitarbeiter des Unternehmens im inneren Widerstand gegen den Wandel befinden.

Ein Patentrezept auf dem Weg in die Digitalisierung kann auch das Buch nicht vorweisen. Es verdeutlicht aber auf eindrucksvolle Weise, wie wichtig das Thema »Kommunikation« zwischen Führungskräften und Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist, um die digitale Transformation erfolgreich zu gestalten.



Interesse im zeitlichen Ablauf am Schlagwort Digitalisierung auf Basis der Google-Suchanfrage



Schnappschuss des Monats

Unser Schnappschuss des Monats gewährt uns einen Einblick in den Meetingraum der arago Consulting, in dem am 23. März – unter den bewährt kritischen Blicken des Vorsitzenden Dr. Bernhard Walther – die Aufsichtsratssitzung der arago Consulting stattfand.

Der Geschäftsführer der arago Consulting, Daniel Stöckel, berichtete über den Start ins Jahr 2018, die erfreulich hohe Anzahl an Neukunden, die im 1. Quartal begrüßt wer-

den konnten und wagte einen Ausblick auf die kommenden Monate.

In den Blickpunkt rücken hierbei insbesondere die Themen Druckautomatisierung und Blended Learning. Mit wie viel Weitblick geplant wurde, wird spätestens im Rahmen der kommenden Aufsichtsratssitzung überprüft.

Bild, von links nach rechts: Daniel Stöckel, Dr. Bernhard Walther, Hans-Joachim Wissner, Reinhard Hagen. Blickgeschützt per Telefonkonferenz zugeschaltet: Martin Friedrich

ARAGO ON TOUR: DIGITAL FUTURE IN FRANKFURT



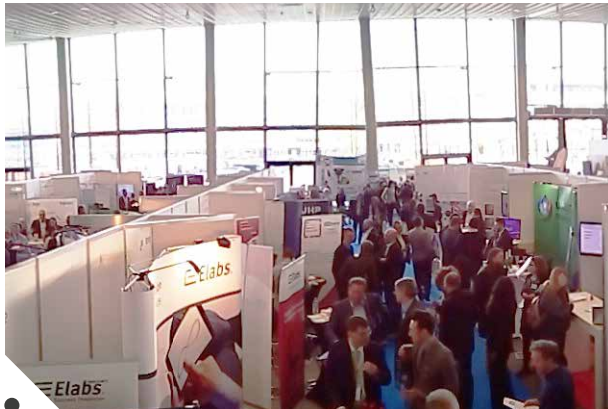
VON THOMAS GOLDENBAUM
LEITER IT & INNOVATION

Gerne berichten wir in unserem Newsletter über Weiterbildungsmöglichkeiten und neue Trends, die wir unseren Kundinnen und Kunden empfehlen. Inputs liefern vor allem Messen und Kongresse. So auch die Kongressmesse »Digital Future«, die am 1. März in Frankfurt stattfand und die ich besucht habe.

Die Digital Future findet jedes Jahr auf dem Frankfurter Messegelände statt und widmet sich dem Thema Digitalisierung. 163 Unternehmer und auch öffentliche Institutionen präsentierten sich als Aussteller und stellten unter anderem Lösungen zu Vertriebs-



Der Eingang zur Digital Future:
Congress Center Frankfurt am Main



Ein kleiner Überblick über die Kongressmesse mit ihren 163 Ausstellern.



Jens Vanicek, Geschäftsführer der ALL4NET GmbH, spricht zum Thema »Von DSGVO bis Excel: Digitalisieren Sie Ihre Prozesse in Rekordzeit«.

optimierung, Wissensmanagement, Cloud-Telefonie, Kundenbindung, Server-Technologie und App-Entwicklung vor.

Zusätzlich zu den Ausstellungen finden Vorträge und Workshops in den vier dafür zur Verfügung stehenden Vorlesungsräumen statt, auch wenn diese Präsentationen zeitweise einem so hohen Besucherandrang ausgesetzt waren, dass die Schaulustigen in den Gängen Platz finden mussten.

Thematisch handelten viele der Vorträge von der digitalen Rechtssicherheit im Hinblick auf die neue Europäische Datenschutz-Grundverordnung DSGVO und der Umsetzung der Digitalisierung in mittelständischen Unternehmen. So sprach z.B. der Chief Digital Officer der Samson AG, Peter Knapp, über die Gestaltung der digitalen Transformation in mittelständischen Unternehmen und stellte heraus, dass die Digitalisierung alle Felder eines Unternehmens

betrifft, sowohl die Produkte, die Organisation, die Prozesse als auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ebenso legte er die Trends der Digitalisierung in der Industrie dar: individualisierte und personalisierte Produkte, flexible, modulare sowie ressourcen- und kosteneffiziente Produktion und hohe Produktverfügbarkeit. Kernpunkt der Digitalisierung seien jedoch vor allem die Daten, egal ob interne Daten, externe Daten oder strukturierte oder unstrukturierte Daten. Wichtig hierbei ist, nicht ungeplant »Big Data« einzusetzen, sondern »smarte Informationen« zu erhalten, die einen Kundennutzen und einen Mehrwert bieten. Die erhobenen Daten müssen für die Entwicklung nutzbar sein.

Wir konnten einen interessanten, detaillierten und vor allem aktuellen Einblick in die Themen Datenschutz, Digitalisierung von Arbeitsprozessen und E-Learning erhalten. Die Digital Future wird daher auch im kommenden Jahr eine Pflichtveranstaltung für uns sein.





ZUKUNFT DES VERTRIEBS – BRAUCHEN WIR NOCH MENSCHEN!?

18. April 2018 – 18:00 Uhr, Essen

Die Digitalisierung unterstützt zahlreiche berufliche Bereiche. Auch im Bereich Marketing und Vertrieb können die digitalen Technologien dazu eingesetzt werden, um gewinnbringender zu agieren und Wachstum zu erzielen. Doch die Digitalisierung bringt stets eine Automatisierung mit sich und somit eine Ersetzung menschlicher Tätigkeit durch eine computergesteuerte Tätigkeit.

Die FOM Hochschule in Essen lädt verschiedene Referenten ein, die in ihren Vorträgen auf die Zukunft des Marketings und Vertriebs blicken. Nach den Vorträgen besteht Raum für Diskussionen.

Weitere Informationen und die Anmeldung zur Teilnahme finden Sie unter:

<http://wissens-wert.net/2018/04/02/zukunft-des-vertriebs-brauchen-wir-noch-menschen-2>

KULTURTIPP: MÜNCHEN IM MUSIKRAUSCH, RUBENS, KLASSIKSTADT



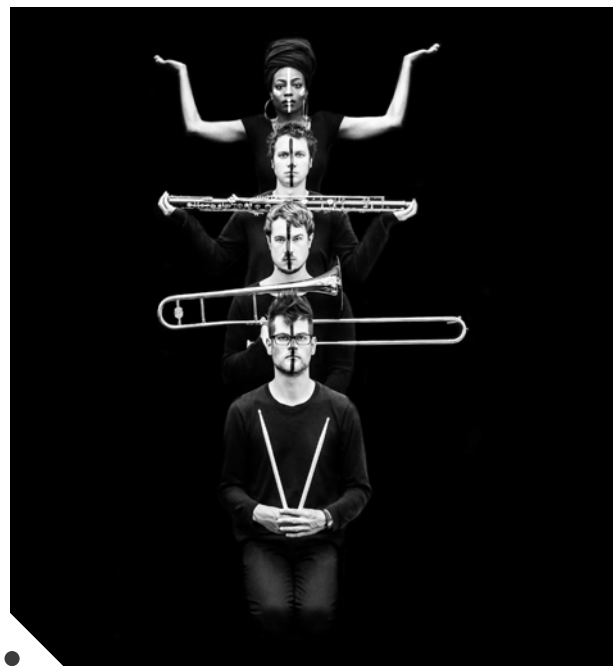
VON SONJA ALEXANDER
REDAKTEURIN

Der Winter hat sich verabschiedet, die Tage werden wieder länger und der Frühling belebt die Natur – also nix wie raus und das Leben mit all seinen Facetten genießen. München bietet im April die Gelegenheit, sich des Nachts dem Rausch der Musik hinzugeben.

LANGE NACHT DER MUSIK

Musik verbindet Menschen, Nationen und Kulturen. Sie entspannt oder inspiriert seinen Zuhörer. Es gibt unzählige Musikgenre, und es kommen immer neue Musikrichtungen hinzu. München ist die erste Stadt, die im Jahr 2018 zum nächtlichen Musikevent einlädt. Am 28. April 2018 können Musikbegeisterte erneut von 20 bis 3 Uhr an über 100 Veranstaltungsorten mehr als 400 kleine und große Darbietungen erleben. Die Life-Konzerte finden nicht nur in den etablierten Spielstätten statt, sondern auch in Restaurants, Clubs und Kirchen. Es treten renommierte Musikerinnen und Musiker auf, aber auch

Newcomern bietet dieses Musikspektakel eine Bühne. Zu hören sind die verschiedensten Musikformen. Von Jazz, Latin, Funk bis Klassik, von Rock, Pop und Blues gibt es Rhythmen auf die Ohren. Haben Sie schon einmal den Klang der Taiko Trommeln gehört? Im Münchner Künstlerhaus am Lenbachplatz tritt die Gruppe »Drumturgia & Friends« auf. Japanische Taiko Trommeln begleiten das Ensemble zu Jazz, Latin und



Ebenfalls dabei: Three Fall and Melane – eine der innovativsten Bands des deutschen Jazz



Klassikthemen. Eine spannende, neue Kombination! Wie jedes Jahr fahren Shuttlebusse zu den einzelnen Spielorten. So lassen sich in dieser Nacht eine Vielzahl musikalischer Erlebnisse erfahren.

Das ausführliche Programm finden Sie unter <https://www.muenchner.de/musiknacht/>

RUBENS - KRAFT DER VERWANDLUNG

Dem Kunstinteressierten bieten Frankfurter Museen eine Vielzahl von Ausstellungen. Eine sicherlich außergewöhnliche Schau präsentiert das Städel-Museum. Noch bis zum 21. Mai 2018 sind Werke des genialen Barockmalers Peter Paul Rubens (1577 - 1640) zu bewundern. Schon zu Lebzeiten war der flämische Maler in Europa eine geschätzte Malergröße. Er unterhielt in Antwerpen eine Künstlerwerkstatt. In seiner Manufaktur beschäftigte er nicht nur Studenten, sondern vor allem Spezialisten der unterschiedlichsten Kunstgattungen. Das erklärt die über 3000 produzierten Werke, die dort in Teamarbeit entstehen. Zudem gehörte der Malerfürst der Oberschicht an, und in diesen Kreisen war es verpönt, selbst den Pinsel in die Hand zu nehmen. Der Großmeister zeichnete lediglich die Vorlagen, gab Farben vor, strukturierte das Gemälde und seine angestellten Kunstmaler fertigten die Bilder nach seinen Vorgaben an. Rubens korrigierte die Kunstwerke und legte letzte Hand an. Nur wenige Gemälde, wie sein Selbstportrait, malte er persönlich. Unzählige selbstgefertigte Skizzen entstanden während seiner Aufenthalte in Italien und Spa-

nien. Rubens studierte Skulpturen der Antike ganz genau, orientierte sich an Malergrößen der Renaissance wie Tizian, Veronese und Caravaggio, einem Meister des Stilllebens. Sie kopierte er mit akribischer Genauigkeit. Seine Ambition: »æmulatio« – der künstlerische Wettstreit. Rubens wollte etwas Eigenes, Besseres schaffen als seine auserkorenen Vorbilder! Die Ausstellung im Städel zeigt eindrucksvoll, was Rubens aus einer historischen Vorlage erarbeitet hat. So ist in der Schau der Gipsabdruck einer römischen Skulptur zu sehen. Er zeigt den von Cupido gezähmten Kentaur. Dieses alte Motiv verwandelte



Selbstportrait von Peter Paul Rubens (1577 - 1640) um 1638



Der von Cupido gezähmte Zentaur, 1. bis 2. Jahrhundert nach Christus

Rubens zu christlicher Kunst. Der menschliche Körper des Kentaur wird zum Gottessohn, Jesus Christus, mit einem stolzen, prachtvollen Oberkörper. »Ecce homo«, »siehe ein Mensch« lautet der Titel des Kunstwerks, eine Leihgabe der Eremitage in St. Petersburg. Vergleichen Sie vor Ort die Gipsskulptur mit dem Gemälde, eine wahrlich verblüffende Kopierarbeit!

Weitere Informationen für Ihren Museumsbesuch finden Sie unter www.staedelmuseum.de

SAISONERÖFFNUNG IN DER KLASSIKSTADT MIT OLDTIMER-VERSTEIGERUNG

Alle Jahre im April kommen sie wieder aus ihren Winterlagern. Wenn der Lack auf Hochglanz poliert ist, der Chrom blitzblank glänzt, und der Motor genüsslich schnurrt, fühlen sich Oldtimer Enthusiasten so richtig wohl und sind voll in ihrem Element. Jetzt kann die Saison beginnen! »On the Road again...« ist die Devise. Start frei heißt es dann auch in der Frankfurter Klassikstadt. Im historischen Backsteinbau der einstigen Mayfarth Landmaschinenfabrik in Fechenheim haben sich 2010 Werkstätten, Händler und Dienstleister der Automobilbranche angesiedelt. Lamborghini, Aston Martin und Co. sind seitdem in der sogenannten »Klassikstadt«

vertreten. Auf 2 Etagen finden sich topgepflegte Oldtimer, Youngtimer und super Sportwagen zahlreicher Automarken. Sie wollen einen Wagen für ein besonderes Event mieten? An einem sonnigen Wochenende in einem hippen Cabrio eine Spritztour unternehmen? In der Klassikstadt werden Sie sicherlich fündig! Eine besondere Veranstaltung für Oldtimer Liebhaber bietet die Saisonöffnung am 8. April 2018. Um 14 Uhr findet auf dem Gelände eine Oldtimer-Versteigerung statt. 35 Fahrzeuge kommen unter den Hammer! Bereits am 6. und 7. April kann man die mobilen Raritäten von 10:00 Uhr bis 13:30 Uhr besichtigen. In der No-Reserve-Auktion am Sonntag müssen sie dann ohne Mindestpreis veräußert werden. Eine wahrhaft sehr gute Gelegenheit, sich günstig einen langgehegten mobilen Oldie-Traum zu erfüllen. Aber auch ohne Kaufabsichten macht es Spaß, dem geschäftigen Treiben beizuwohnen und zu fachsimpeln. Die Besucher können sich auf dem Gelände zudem auf ein unterhaltsames Programm freuen. Schon die Einfahrt der historischen Schätze ist ein Erlebnis und wird professionell moderiert. Für leckere Speisen und Getränke sorgt die »Werkskantine«. Hoffen wir auf einen sonnigen Sonntag zur Saisonöffnung.

Näheres zur Klassikstadt finden Sie unter www.klassikstadt.de



Der Charme der Vergangenheit lässt sich im wahrsten Sinne des Wortes greifen: bei der Oldtimer-Versteigerung in der Klassikstadt

AKTUELLE GEWINNSPIELFRAGE

Nachdem wir das Buch »Digitalisieren mit Hirn. Wie Führungskräfte ihre Mitarbeiter für den Wandel gewinnen« gelesen, studiert und analysiert haben, möchten wir auch Ihnen diese Möglichkeit bieten.

Beantworten Sie folgende Frage und gewinnen Sie mit etwas Glück das Buch:

Unsere aktuelle Gewinnspielfrage lautet: Wie heißt unser selbst entwickeltes elektronisches Auftragssystem, das die Prozesse unserer Kunden im Bereich der Druckabwicklung maßgeblich erleichtert und für bis zu 70% Zeitersparnis im Bereich der Auftragsabwicklung sorgt?

Wir wünschen Ihnen viel Glück. Senden Sie Ihre Antwort per E-Mail an:
kgross@arago-consulting.de



GEWINNSPIELAUFLÖSUNG:

Im vergangenen Newsletter wollten wir von Ihnen wissen, weshalb die vier Minarette des Taj Mahal schief gebaut wurden.

Die Antwort lautet:

Hierfür gibt es zwei Gründe. Wären die Türme exakt senkrecht gebaut worden, sähen sie für den Betrachter schief aus. Durch die Neigung wirken sie gerade. Zudem würden im Falle eines Erdbebens die Türme nach außen stürzen und das Taj Mahal nicht zerstören.



Wir gratulieren dem Gewinner und wünschen viel Vergnügen beim Genuss des Weines aus dem arago-Weinkeller.

BILDNACHWEISE

UNSER BUCHTIPP:

- http://www.campus.de/uploads/tx_saltbookproduct/cover_3d_300dpi/9783593508429.3D.jpg
- <https://trends.google.de/trends/explore?date=all&q=digitalisierung>

DIGITAL FUTURE CONGRESS:

- Digital FUTUREcongress

Kulturtipp:

- © Mirko Polo
- © bpk / RMN - Grand Palais
- © KHM-Museumsverband

Gewinnspiel:

- <https://www.zdf.de/dokumentation/terra-x/geheimnisvolle-architektur-des-taj-mahal-100.html>



Redaktionsleitung

Vanessa Bielesch
Tel. +49 (0) 69/957 39 09-0
E-Mail: info@arago-consulting.de

V. i. S. d. P.

arago Consulting GmbH
Frankfurt am Main
info@arago-consulting.de
www.arago-consulting.de

