



arago learning solutions

NEWSLETTER

Ausgabe 01/25

THEMEN U. A.:

- **DAS JAHR DER ARAGO CONSULTING – RÜCKBLICK UND AUSBLICK:**
UNSER GESCHÄFTSFÜHRER DANIEL STÖCKEL IM GESPRÄCH
- **NEUES MITGLIED IM BEIRAT:**
GERHARD KIESSLING BRINGT EXPERTISE IN TECHNOLOGIE & VERTRIEB
- **E-LEARNING:**
DAS BELIEBTESTES E-LEARNING-FORMAT 2024: VIDEOS!
- **PRÄSENS-UNTERRICHT:**
PRÄSENTIEREN WIE DIE PROFIS! DIE KUNST DES PERFEKTEN VORTRAGS
- **KULTURTIPP:**
WINTERZEIT = MUSEUMSZEIT (TEIL 2)

www.arago-learning.de

VORWORT

Geneigte Leserinnen, geneigte Leser,

der Januar ist da, Januarius, dem Janus, dem Gott der Anfänge und Übergänge gewidmet. Germanisch ist es prosaischer. Da heißt der Monat Wintermond oder Schneemonat, bzw. Hartung und Eismond.

Willkommen im Jahr 2025! Schnell werden Sie recherchiert haben, dass dieses das letzte Jahr des ersten Viertels dieses noch als neu betrachteten Jahrhunderts ist. Tempus fugit, die Zeit vergeht! Das kann man wohl sagen! Es gibt in diesem Jahr würdige Gedenktage und Jubiläen. Wohl bekannt ist, dass sich in unserem Hause Druckmaschinen befinden. So gedenken wir insbesondere Johannes Gutenberg, der vor 625 Jahren geboren sein soll und den Weg für alle moderne Druckerei geebnet hat. Wir begehen auch den 275. Todestag des großen Tondichters Johann Sebastian Bach. Jüngere, die es etwas moderner mögen, denken an Bob Marley, der am 6. Februar des Jahres seinen 80. Geburtstag feiern würde: No woman, no cry...

Der wichtigste Gedenktag aus unserer Sicht ist jedoch, dass die im Jahre 2000 gegründete arago Consulting GmbH dem Jugendalter entwachsen ist und auf 25 Jahre zurückblicken kann. Sie werden von uns hören!

Die Welt ist im Umbruch. Da sage ich Ihnen nichts Neues. Wirtschaft und Politik bekommen schlechte Noten. Börsianer waren mit dem abgelaufenen Jahr zufrieden, blicken jedoch aufgrund mannigfacher Unsicherheiten mit einer gewissen Skepsis in die Zukunft. Politisch wissen wir in diesem Lande auch nicht so recht, wohin unser Schiff treibt. Wahlen stehen ins Haus, doch auch diese Situation ist nicht neu, wie ein Blick in die Vergangenheit zeigt. Vor genau 100 Jahren trat der damalige Reichskanzler Wilhelm Marx unter Druck zurück, und Hans Luther wurde der neue Kanzler. Friedrich Ebert war gestorben, so brauchte man auch einen neuen Reichspräsidenten. Das wurde dann Paul von Hindenburg.

Sie sehen, Turbulenzen sind nicht neu, sind vielleicht der Normalfall. Gehen wir noch einmal

100 Jahre zurück, landen wir im Jahre 1825 bei der Halligflut. 800 Tote waren zu verzeichnen. Die Nordseeküste veränderte sich fundamental. Große Teile Sylts wurden ins Meer gespült und das nördliche Jütland war danach getrennt vom Festland. Ach so, nach Amerika blicken wir derzeit auch mit großer Spannung. Das hätten wir vor 200 Jahren ebenfalls getan. John Quincy Adams wurde zum Präsidenten gewählt und machte sich an die Neuordnung von Schutzzöllen. Kommt Ihnen das bekannt vor?

Genug in der Vergangenheit geschwelgt. Wir wenden uns dem Jetzt und Hier zu, auch nicht dem Markt für Olivenöl, wo eine steigende Nachfrage und reduziertes Angebot für weiterhin steigende Preise sorgen werden. Die arago Consulting GmbH bleibt bei Aus- und Weiterbildung. In unserer Klausur am 13. Dezember haben wir die Eckpfeiler der Planung 2025 gemeinsam mit unserem Beirat und unseren Mitarbeitern festgezurrert. Ich will Ihnen nicht zu viel versprechen, aber die Angebotspalette wird erweitert werden. Wir werden neue Produkte präsentieren und wie in der jüngsten Vergangenheit angeklungen, uns auch personell verstärken. Wir fühlen uns wie gut gerüstete Bergsteiger, die den nächsten Gipfel erklimmen wollen und sich gegenseitig – wie im Bayrischen üblich – ein »Aufi geht's« zurufen.

Diese Aufbruchsstimmung zieht sich wie ein roter Faden durch diese Ausgabe des Newsletters, angefangen mit der Vorstellung des Beirats Gerhard Kießling bis hin zur Benchmark-Studie E-Learning. Der Kulturtipp führt Sie jahreszeitgemäß zu überdachten Attraktionen.

In diesem Sinne, halten Sie sich warm, seien Sie fröhlich,

Ihr



Dr. Bernhard Walther

Vorsitzender des Aufsichtsrats



DAS JAHR DER ARAGO CONSULTING: RÜCKBLICK UND AUSBLICK UNSER GESCHÄFTSFÜHRER DANIEL STÖCKEL IM GESPRÄCH

VON DOMINIC STRONG
REDAKTION

Dominic Strong (Dominic): Daniel, es ist wieder so weit. Wir sprechen heute, am 3. Januar, über das vergangene Jahr und die Pläne für das kommende Jahr. Über was möchtest Du zuerst sprechen?

Daniel Stöckel (Daniel): Ich mache es mir leicht. Wir hatten Mitte Dezember unser traditionelles Strategiemeeting mit allen Kolleginnen und Kollegen und unserem Aufsichtsrat und Beirat. Ich orientiere mich einfach an der Präsentation (lacht).

» WIR SIND AUCH IN 2024 GEWACHSEN, ENTGEGEN DEM MARKTTREND.«

Dominic: Bitte aber nicht auf jede Deiner 84 Folien eingehen, soviel Platz steht uns nicht zur Verfügung!

Daniel: Du bekommst die Kurzfassung, versprochen. Wir haben verschiedene Geschäftsfelder bei arago. Nach wie vor ist der Druckbereich unser wirtschaftlich stärkster Bereich. Wir sind nach 2023 auch im Jahr 2024 in diesem Bereich gewachsen, entgegen dem Markttrend.

Dominic: Wo steht der Markt und wie konnten wir ein Wachstum realisieren?

Daniel: Der gesamte Druckmarkt hatte im Jahr 2023 einen realen Umsatzrückgang von ca. 12 % zu verzeichnen. Das ist desaströs. Für 2024 liegen noch keine aktuellen Zahlen vor, die Branchenindizes zeigen aber weiterhin nur eine Richtung: abwärts. Uns gelingt es Wachstum zu generieren,

weil wir uns auf eine Nische spezialisiert haben: den Bereich der Seminarlogistik. Das können wir besser als andere, dadurch gewinnen wir Kunden hinzu.



Unser Geschäftsführer Daniel Stöckel

Dominic: Sind wir da nicht ebenfalls von der Digitalisierung betroffen?

Daniel: Doch, aber nicht in dem Ausmaß, wie man vermuten könnte. Es gibt eine TÜV-Weiterbildungsstudie aus 2024. 500 Personalverantwortliche aus Unternehmen ab 20 Mitarbeitenden wurden befragt, welche Lernformate sie bevorzugen. Nur 1 % setzen auf reine Online-Formate, weit über 90 % bevorzugen Formate mit einem Präsenzanteil. Und für Veranstaltungen dieser Art sind wir im Bereich Seminarlogistik, insbesondere mit den Prozessen unseres Auftragsystems arago OrderIT®, besser positioniert als jeder andere Dienstleister in Deutschland.

» UNSERE AUFGABE: WIR MACHEN DIE WELT EIN STÜCKCHEN KLÜGER! UNSERE VISION: JEDER, DER MIT AUS- UND WEITERBILDUNG IN DER ERWACHSENENBILDUNG IN BERÜH- RUNG KOMMT, NUTZT EINE DIENSTLEIS- TUNG UNSERER ARAGO!«

Dominic: Dürfen wir uns also zufrieden zurücklehnen?

Daniel: Nein, auf keinen Fall (lacht). Wir sind zwar gewachsen, aber nicht in die Höhe, die wir uns vorgenommen haben. In Deutschland ist die Weiterbildungsbeteiligung im Bereich der Erwachsenenbildung von 44% im Jahr 2007 auf 58% im Jahr 2022 gestiegen. Das Ziel der EU-2030-Strategie sieht eine Weiterbildungsbeteiligung von 65% im Jahr 2030 vor. Wir unterstützen unsere Kunden im Bereich des Bildungsmanagements, unser Markt wächst also. Die deutsche Wirtschaft investiert jährlich 46 Milliarden in den Bereich Weiterbildung. Wir können deutlich stärker wachsen.

Dominic: Weshalb tun wir es dann nicht?

Daniel: Das ist eine gute, unbequeme Frage. Wir sind mit dem, was wir dank unserer 25-jährigen Erfahrung nachweisen können, hervorragend positioniert, müssen aber besser kommunizieren, wer wir sind und was wir tun. Das ist nicht so einfach wie es sich anhört. Wir sind in einem sehr spitzen Bereich, der Aus- und Weiterbildung, sehr breit aufgestellt. Das zu kommunizieren war

und ist meine Aufgabe. Wir werden das im kommenden Jahr besser machen.

Dominic: Wie?

Daniel: Indem wir uns im Bereich Marketing und Vertrieb besser nicht nur auf mich verlassen (lacht). Ich freue mich sehr, dass Simon Cloos uns seit Januar verstärkt. Er wird mit seinen 21 Jahren in Kürze sein Wirtschaftsinformatikstudium abschließen, das er im Rahmen eines dualen Studiums bei der Telekom absolviert hat und den Bereich »Neue Medien« bei uns verantworten, mit starkem Fokus auf Vertrieb und Marketing.

Dominic: Wir freuen uns darauf, Simon im kommenden Februar-Newsletter ausführlicher vorzustellen. Was verstehen wir unter dem Bereich Neue Medien?

Daniel: Wie erwähnt sind wir sehr stark im Bereich der Seminarlogistik, d.h. Druck, Konfektion und Versand von Veranstaltungsmaterialien. Das ist aber nur ein Bereich von vielen. Wir sehen, dass andere Bereiche an Bedeutung gewinnen und verstärkt nachgefragt werden.



Bad News

Der Druckbereich
schmiert ab!



Good News

Wir befinden uns mit arago
in einem Wachstumsmarkt!

Bad News, Good News: Zwei der 84 Folien aus unserem Strategiemeeting, die gegensätzlicher nicht sein könnten.

» WIR ENTWICKELN UNS VON EINEM DIENSTLEISTER FÜR DIE SEMINAR- LOGISTIK ZU EINEM DIENSTLEISTER FÜR DIE SEMINARORGANISATION.«

Dominic: Welche wären das?

Daniel: Es gibt weitere klassische Bereiche. Satz und Layout zählt dazu. Da beheben wir das Problem, dass ein Dozent nicht unbedingt auch ein guter Gestalter ist, die Weiterbildungsunterlagen aber vernünftig gelayoutet sein müssen, um ihren Zweck zu erfüllen. Auch der Bereich Lektorat ist ein Klassiker. Weiterbildungsunterlagen sollten möglichst fehlerfrei sein, das stellen unsere Lektorinnen sicher, diesen Bereich haben wir Ende des vergangenen Jahres mit unserer neuen Kollegin Lena Langensiepen auch nochmals verstärkt.

Dominic: Und dann gibt es die Neuen Medien?

Daniel: Ja. Unter diesen Begriff fällt beispielsweise, dass wir inzwischen die Seminarorganisation für Kunden übernehmen, die personell an Grenzen stoßen. Wir unterstützen aber auch bei der Publizierung der Weiterbildungsunterlagen über App-Lösungen. Und wir schalten uns bei Live Online-Veranstaltungen hinzu, um den Trainer als technischen Support und Co-Host zu unterstützen. Und zum Thema VR/AR wirst Du mich sicherlich gleich nochmals gesondert befragen.

Dominic: Darauf kannst Du Dich verlassen. Zuvor aber: Gibt es ein Projekt, dass Dir aus 2024 besonders im Kopf geblieben ist?

Daniel: Ja. Seit November 2024 übernehmen wir für einen Kunden die Telefonhotline. Unser Kunde hat eine sehr umfangreiche, neue Weiterbildungsplattform. Findet ein Interessent kein passendes

Angebot, wendet er sich telefonisch an uns. Wir verweisen an den zuständigen Kontakt. Das klingt erstmal nicht spektakulär, wir fliegen nicht zum Mars. Spektakulär ist aber, dass uns Kunden mit solchen Thematiken betrauen. Wir sind kein Call Center, lösen aber ein Problem für ihn: Denn wir kennen durch die Mitarbeit in diversen Projekten das Angebot unseres Kunden in einer Tiefe, die andere nicht haben.

Dominic: Zusammenfassend lässt sich also sagen: Wir freuen uns, wenn die Kunden mit ihren Problemen zu uns kommen?

Daniel: Besser hätte ich es nicht formulieren können. Wir sind ein Dienstleister für den Aus- und Weiterbildungsbereich. Wenn Akademien, Verbände und Seminaranbieter mit ihren Problemen zu uns zukommen, rennen sie offene Türen bei uns ein.

Dominic: Abschließend noch die Frage, auf die Du bereits gewartet hast: Teilweise gibt es Themen, die sind so neu, dass sich viele unserer Kunden noch gar nicht damit auseinandergesetzt haben, ich spreche den Bereich Virtual Reality

(VR) und Augmented Reality (AR) an. Wo stehen wir da?

Daniel: VR und AR ist ein Bereich, der aktuell noch keine große wirtschaftliche Bedeutung für uns hat, aber strategisch sehr wichtig ist. Wir haben im vergangenen Jahr an einer Plattform gearbeitet, die es unseren Kunden ermöglicht, digitale Zwillinge in einer einfachen Form selbst erstellen zu können und diese mit Unterstützung der arago Consulting mit interaktiven Elementen zu versehen. Unser Ziel ist es, die Einstiegshürde möglichst gering zu halten. Unser neuer Kollege Simon wird das Projekt und die Plattform im ersten Quartal 2025 vorstellen. Auch in diesem Bereich gilt: Wir freuen uns sehr, wenn Kunden mit ihren Projektideen auf uns zukommen. Der Bereich ist jung und neu, bietet aber unglaubliche Möglichkeiten und hat das Potential, die Weiterbildungslandschaft stark zu verändern. Da möchten wir dabei sein.

Dominic: Daniel, vielen Dank für Deine Zeit. Für Dich geht es nun auf die Piste, komm heile wieder vom Berg runter. Es klingt nach viel Arbeit, die uns 2025 erwartet.



NEUES MITGLIED IM BEIRAT: GERHARD KIESSLING BRINGT EXPERTISE IN TECHNOLOGIE UND VERTRIEB

VON KERSTIN HERZOG
LEITUNG REDAKTION

Wir freuen uns sehr, Gerhard Kießling als neues Mitglied in unserem Beirat willkommen zu heißen. Mit über 50 Jahren Berufserfahrung bereichert er unser Team bei arago Consulting.

Sein Werdegang ist ebenso facettenreich wie beeindruckend. Bereits mit 14 Jahren begann er eine **Ausbildung zum Elektriker**, die er erfolgreich mit zwei IHK-Abschlüssen, darunter der zum Energieanlagenelektroniker, abschloss. An-

schließend war er im öffentlichen Dienst bei den **Stadtwerken Frankfurt** tätig. Sein gewerkschaftliches Engagement führte ihn in den 1980er Jahren an die **Akademie der Arbeit**, wo er an der Frankfurter Goethe-Universität Vorlesungen in Betriebswirtschaft, Sozialwissenschaften und Politik belegte.

Mitte der 80er Jahre kam er erstmals mit der Druckindustrie in Kontakt. Mehrere Jahre arbeitete er als **Applikationsingenieur im Sondermaschinenbau in der Schweiz**, bevor er zunächst als Produktverantwortlicher im Service und ab 1990 als Vertriebsmitarbeiter/ **Key-Account-Manager für Kodak** die Einführung der ersten digitalen Drucksysteme auf dem deutschen Markt maßgeblich vorantrieb. Nach dem Verkauf dieser Sparte an das Unternehmen **Danka** war er von 2003 bis 2006 als **Vertriebsleiter für das gesamte Rhein-Main-Gebiet** verantwortlich.

» JUGEND UND ERFAHRUNG ZU VEREINEN – BEIDES IN UNSERER ARAGO CONSULTING, DAS IST EIN GROSSES PRIVILEG. MIT GERHARD GEWINNEN WIR EINEN EXPERTEN DER DRUCKTECHNOLOGIE FÜR UNSEREN BEIRAT. DARÜBER HINAUS DURFTE ICH IHN AUCH ALS HERAUSRAGENDEN VERKÄUFER KENNENLERNEN. DIESE ERFOLGE HAT ER MIT WERTEN ERZIELT, DIE AUCH WIR TEILEN. ES GEHT NICHT NUR DARUM, GEWINNE ZU ERZIELEN, SONDERN DARUM, LÖSUNGEN FÜR UNSERE KUNDEN ZU FINDEN – HEUTE, MORGEN UND AUCH IN ZUKUNFT.«

Daniel Stöckel, Geschäftsführer arago Consulting

Ab 2007 baute er für den **mittelständischen Vollsortimenter Nothnagel** den Vertrieb im Rhein-Main-Gebiet aus und verantwortete bis 2024 das **Key-Account- und Projektgeschäft**.

Als Bindeglied zwischen Technik und Vertrieb setzte er sich intensiv mit neuen Technologien auseinander, darunter der **additiven Fertigung und dem 3D-Druck**.

Das Unternehmen Nothnagel ist langjähriger Partner von arago Consulting im Bereich Drucksysteme. Gerhard Kießling lernte unseren früheren Geschäftsführer Martin Friedrich 2009 kennen. Ihre **gemeinsame Leidenschaft für Kunst**

und ein humanistisch geprägtes Weltbild führten zu einer Freundschaft und einer nachhaltigen Verbindung zu arago Consulting, die auch über den Tod von Martin Friedrich hinaus besteht.

Vor einigen Jahren zog Gerhard Kießling in den **ältesten Weinort Deutschlands, Neumagen-Dhron**. Diese Region und ihre Kultur genießt er nicht nur mit seiner Frau und Tochter, sondern auch mit den Gästen seiner Ferienwohnungen.

»**Klein und Fein für nach dem Wein!**« Falls Sie einen Ausflug an die Mosel planen, können wir Ihnen Neumagen-Dhron wärmstens empfehlen: www.klein-undfein.de.



© Familie Kießling

E-LEARNING-ECKE

NEWS/ANREGUNGEN/BEISPIELE

DAS BELIEBTESTES E-LEARNING-FORMAT 2024: VIDEOS!

Auch in unserer E-Learning-Ecke starten wir mit einem Rückblick in das neue Jahr. Die eLearning BENCHMARKING Studie 2024 des eLearning Journals in Zusammenarbeit mit der Haufe Akademie liefert wichtige Erkenntnisse über den aktuellen Stand und die Entwicklung des digitalen Lernens in Unternehmen der DACH-Region.

Digitaler Lernboom hält an

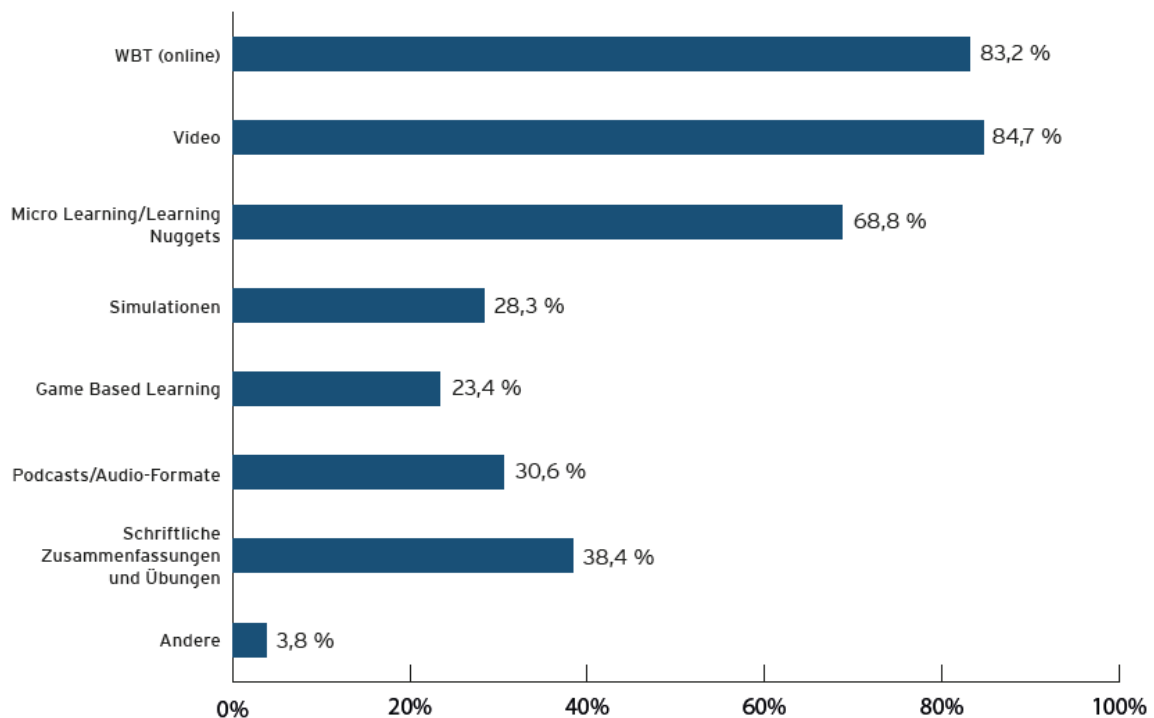
Der Trend zum digitalen Lernen, der während der Corona-Pandemie einen starken Aufschwung er-

lebte, setzt sich auch nach der Krise fort. Bemerkenswerte 88% der befragten Unternehmen nutzen weiterhin digitale Lernmethoden. Dies zeigt, dass E-Learning nicht nur eine vorübergehende Lösung war, sondern sich als fester Bestandteil in den Weiterbildungsstrategien etabliert hat.

Budgetentwicklung und Relevanz

E-Learning nimmt mittlerweile einen signifikanten Anteil an den Weiterbildungsbudgets ein. Im Durchschnitt machen digitale Lernformate etwa ein Drittel (33,4%) der Weiterbildungsbudgets aus. Diese Zahlen unterstreichen die wachsende Bedeutung von digitalem Lernen in der betrieblichen Bildung. Zudem bleiben die

Welche eLearning-Methoden und -Formate werden in Ihrem Unternehmen genutzt?



eLearning
JOURNAL
BENCHMARKING

n=346

Frage: Welche eLearning-Methoden und -Formate werden in Ihrem Unternehmen genutzt?
Mehrfachnennungen sind möglich.

powered by:



Digital Suite

346 Personen aus allen Unternehmensgrößen, Branchen und Geschäftsbereichen wurden in der Studie unter anderem danach befragt, welche Methoden und Formate sie am häufigsten im Unternehmen einsetzen.

Budgets für E-Learning stabil oder verzeichnen sogar leichte Zuwächse.

Beliebte Formate und Inhalte

Ein bemerkenswerter Trend zeigt sich in der Beliebtheit verschiedener Lernformate. Erstmals haben Videoformate (84,7%) die bisher führenden Web Based Trainings (83,2%) als beliebtestes Format überholt. Dies deutet auf eine Verschiebung hin zu visuell ansprechenderen und möglicherweise interaktiveren Lernmethoden. Neben klassischen Themen wie Compliance- und Software-Schulungen gewinnen Soft-Skill-Trainings zunehmend an Bedeutung. Fast die Hälfte der Unternehmen setzt inzwischen auf digitale Schulungen in diesem Bereich.

Selbstbestimmtes Lernen im Fokus

Ein weiterer wichtiger Aspekt der Studie ist das selbstbestimmte Lernen. 75,4% der Unternehmen unterstützen bereits diesen Ansatz, der es

Mitarbeitenden ermöglicht, Lerninhalte flexibel und nach eigenen Bedürfnissen zu nutzen. Allerdings zeigt sich hier auch eine Herausforderung: 83,3% der Befragten geben an, dass ein hohes Arbeitspensum die volle Ausschöpfung der Lernzeit verhindert.

Fazit

Die eLearning BENCHMARKING Studie 2024 zeigt deutlich, dass digitales Lernen nicht nur ein vorübergehender Trend war, sondern sich als fester Bestandteil der betrieblichen Weiterbildung etabliert hat. E-Learning bleibt, ist aber nur ein Werkzeug unter vielen.

Die gesamte Studie können Sie unter folgendem Link herunterladen:

<https://www.haufe-akademie.de/digital-suite/whitepaper/el-elearning-studie-2024>



PRÄSENS-UNTERRICHT: PRÄSENTIEREN WIE DIE PROFIS! DIE KUNST DES PERFEKTEN VORTRAGS

VON DOMINIC STRONG
REDAKTION

Eine gute Präsentation bleibt im Gedächtnis, inspiriert und überzeugt. Doch wie erreicht man dieses Ziel? **Professionelle Redner wissen: Es geht nicht nur um das, was gesagt wird, sondern auch um das Wie.** Neben Inhalt und Struktur spielen Vortragsweise und Körpersprache eine entscheidende Rolle. Heute präsentieren wir Ihnen einige äußerst wirkungsvolle Tipps, um Ihre nächste Präsentation auf ein neues Level zu heben:

Pausen sind nicht nur zum Atmen da – sie sind ein Werkzeug, um Spannung aufzubauen und wichtige Aussagen zu betonen. Nach einem Schüsselsatz kurz innezuhalten gibt dem Publikum Zeit, die Aussage zu verarbeiten. Gleichzeitig signalisiert es Selbstbewusstsein. Ein großer Fehler vieler Sprecher ist es, Füllwörter wie »ähm« oder »also« zu verwenden, um Pausen zu füllen. Nutzen Sie stattdessen bewusst die Stille – sie kann kraftvoller sein als Worte.

Daten und Fakten sind wichtig, aber Geschichten bleiben im Kopf. Profis binden persönliche Anekdoten oder bildhafte Beispiele in ihre Präsentationen ein, um komplexe Inhalte greifbar zu machen. Der Trick? Die Geschichte sollte Emotionen wecken, aber nie vom eigentlichen Thema ablenken. Überlegen Sie vorab, welche Bilder oder Szenarien Ihre Botschaft am besten illustrieren.



Augenkontakt ist ein alter Tipp, aber es gibt einen Unterschied zwischen zufälligem Blickkontakt und gezielter Verbindung. Anstatt den Raum wahllos zu scannen, suchen Sie sich einzelne Personen aus und sprechen Sie sie für einige Sekunden direkt an. Das erzeugt eine persönliche Bindung, selbst wenn Sie vor hundert Menschen stehen. Wichtig: Halten Sie den Kontakt nicht zu lange, um niemanden zu verunsichern.

Eine ausdrucksstarke Körpersprache unterstützt Ihre Worte und macht Sie präsent. Profis setzen dabei auf eine offene Haltung, bei der die Schultern zurück, die Brust nach vorne und beide Füße fest auf dem Boden stehen. Das vermittelt Standfestigkeit und Vertrauen. Gezielte Gesten unterstreichen Inhalte, sollten aber nicht übertrieben werden. Jede Geste sollte einen klaren Zweck haben. Bewegung mit Bedacht statt nervösem Hin- und Herwippen hilft, gezielt auf das Publikum zuzugehen, beispielsweise wenn Sie eine Frage stellen oder einen Punkt reflektieren.

Viele denken, Vorbereitung heißt, den Inhalt auswendig zu lernen. Profis wissen jedoch: Vorbe-

reitung betrifft vor allem die eigene Einstellung. **Ein weniger bekannter Tipp ist das sogenannte Power Posing.** Stellen Sie sich zwei Minuten vor der Präsentation mit aufrechter Haltung hin, breiten Sie die Arme aus oder stellen Sie die Hände in die Hüften. Studien zeigen, dass diese Haltung das Selbstbewusstsein erhöht und Stress reduziert.

Eine monotone Stimme kann selbst den besten Inhalt ruinieren. Variieren Sie Ihre Lautstärke, Geschwindigkeit und Betonung, um Ihr Publikum zu fesseln. **Ein Insider-Tipp ist das bewusste Senken der Stimme am Ende eines Satzes.** Das vermittelt Autorität und Nachdruck.

Am Ende bleibt das Wichtigste: Seien Sie authentisch. Menschen spüren, wenn jemand sich verstellt. Arbeiten Sie an Ihren Schwächen, ohne Ihre Persönlichkeit zu verlieren. Mit den hier vorgestellten Tipps haben Sie das Handwerkszeug, um Ihre Präsentationen auf ein neues Niveau zu heben – und Ihr Publikum zu begeistern.

Die arago Consulting wünscht Ihnen im neuen Jahr viel Erfolg beim Ausprobieren!

SCHNAPPSCHUSS DES MONATS



Kurz vor Weihnachten waren wir zu Gast bei der 100-Jahr-Feier von ABUS.

Regelmäßige Leser unseres Newsletters werden schnell erkennen, wer sich hier am äußeren rechten Rand, fast bis zur Unkenntlichkeit verkleidet als Rentier, auf das Foto mit dem Team der ABUS Akademie geschlichen hat.

1924 gründete der Schlossmacher August Bremicker gemeinsam mit einigen Söhnen in Volmarstein an der Ruhr die »August Bremicker und Söhne KG«.

Das Unternehmen mit inzwischen 4.000 Mitarbeitern ist nach wie vor in Familienbesitz

und basiert auf tief verwurzelten, christlichen Werten. Wir könnten viel über die beeindruckenden Feierlichkeiten berichten, doch am meisten beeindruckte uns die Ansprache von Christian Bremicker, der bereits seit seinem 17. Lebensjahr im Unternehmen tätig ist, sowie die Gespräche mit den Kolleginnen und Kollegen von ABUS. Die Verbundenheit mit dem Unternehmen ist bemerkenswert und deutlich spürbar.

Wer uns kennt, weiß: Wir planen langfristig! Bereits in 75 Jahren feiern wir unser 100-jähriges Bestehen. Dank dieses wunderbaren Tages bei ABUS wird es uns an Inspiration nicht fehlen.



KULTURTIPP: WINTERZEIT = MUSEUMSZEIT (TEIL 2)

VON SONJA ALEXANDER
REDAKTEURIN

Unter dem Motto »Die 1920er Jahre in Mannheim« lädt die Quadratestadt zu einem bunten Programm ein. Bis März 2025 widmen sich zahlreiche Veranstaltungen, darunter Lesungen, Konzerte, Theater-Aufführungen und Ausstellungen diesem Zeitabschnitt. Ein besonderes Highlight im Rahmen dieses Events ist eine Ausstellung in der Kunsthalle.

»DIE NEUE SACHLICHKEIT – EIN JAHRHUNDERT-JUBILÄUM« IN DER KUNSTHALLE MANNHEIM

Hans Fallada und Kurt Tucholsky in der Literaturgeschichte, Walter Gropius und Ludwig Mies van der Rohe in der Architektur und Max Beckmann und Otto Dix in der Kunst – allesamt sind sie Vertreter der Kunstepoche Neue Sachlichkeit. Mit ihren Werken reagieren sie auf politische und soziale Veränderungen eines Jahrzehnts, das nicht immer für alle so golden war, wie oftmals beschrieben: Die 1920er Jahre. In der Zeit zwischen zwei Weltkriegen ist der Wunsch nach Ruhe, Ordnung und Klarheit groß. Die Kunsthalle Mannheim präsentiert bis zum 9. März 2025 eine Sonderschau als Erinnerung an eine Aus-



»Russisches Mädchen mit Puderdose« (1928) von Lotte Laserstein

stellung aus dem Jahr 1925, die als Namensgeber der Kunstepoche »Neue Sachlichkeit« in der Weimarer Republik gilt. »Malen was ist« war damals das Credo der Kunstschaffenden. Sie lösten damit den stark von Emotionen geprägten Expressionismus ab. Gerade Linien und strenge, ernste Gesichtszüge in den Selbstbildnissen und Portraits bestimmen den neuen Stil. So unterscheiden sich dabei laut Kuratorin Inge Herold drei Grundrichtungen: der idyllische, klassizistische »rechte« Stil, der zeitkritische, anprangernde »linke« Stil und der magische Realismus, der fließend in den Surrealismus übergeht. Gezeigt werden rund 230 Arbeiten von nationalen und internationalen Künstlerinnen und Künstlern. Im Mittelpunkt der Werke stehen das Zeitgeschehen und der Alltag der Menschen in jener Zeit, Stillleben und Landschaften, sowie Frauenbildnisse. So wurde aus dem Städel-Museum in Frankfurt »Russisches Mädchen mit Puderdose« von Lotte Laserstein aus dem Jahr 1928 entliehen und aus dem Kunstmuseum Stuttgart »Das Bildnis der Tänzerin Anita Berber« von Otto Dix, das im Jahr 1925 entstand. Näheres zu dieser besonderen Schau finden Sie unter www.kuma.art

»THOMAS MANN – DER ZAUBERBERG. FIEBERTRAUM UND HÖHENRAUSCH« IM ST. ANNEN MUSEUM IN LÜBECK

Eigentlich wollte der Ingenieur Hans Castorp nur drei Wochen im Schweizer Davos verbringen, um seinen an Tuberkulose erkrankten Vetter zu besuchen. Schlussendlich blieb er sieben Jahre im Luxussanatorium »Berghof«. Im Roman »Der Zauberberg« von Thomas Mann (1875-1955) spielt die Zahl sieben eine zentrale Rolle. So findet nach sieben Monaten ein sonderlicher Karneval statt, mehrmals täglich messen Patienten sieben Minuten lang Fieber und die Geschichte des siebenteiligen Romans beginnt im Jahr 1907. Und so gliedert sich die Jubiläums-Ausstellung des St. Annen Museums in Lübeck zum Jahrhundertroman auch in sieben Etappen. Dabei werden die zentralen Themen und Konflikte des Buchs, Krieg und Frieden, Leben und Tod, Liebe und Erotik mit heutigen Gegebenheiten verbunden und zeigen dabei die Parallelen auf. Somit ist das literarische Werk



Die Schau zum Roman »Thomas Mann – Der Zauberberg. Fiebertraum und Höhenrausch« im St. Annen Museum in Lübeck läuft bis zum 1. März 2025.

des Nobelpreisträgers zeitlos aktuell. »The Magic Mountain«, »La montaña mágica« oder »La montagna incantata« sind bis heute Thomas Manns international am meisten gelesene Bücher. Die Schau zum Zauberroman im St. Annen Museum läuft bis zum 1. März 2025. Außerdem feiert die Hansestadt Lübeck ihren berühmten Literaten zu seinem 150. Geburtstag am 6. Juni 2025. Details zur Ausstellung sind unter www.derzauberberg.de einsehbar.

»GERHARD RICHTER. VERBORGENE SCHÄTZE« – WERKE AUS RHEINISCHEN PRIVATSAMMLUNGEN IM DÜSSELDORFER KUNSTPALAST

In der internationalen Kunstwelt gilt Gerhard Richter als »lebender Mythos«. Er gehört ohne Zweifel zu den bedeutendsten Künstlern der Gegenwart und auf Auktionen erzielen seine Werke Höchstpreise. 1932 in Dresden geboren, studierte er von 1951-1956 an der dortigen Hochschule für Bildende Kunst die traditionellen Techniken der Malerei. Nach seiner Flucht aus der DDR im Jahr 1961 setzte er sein Studium an der Kunstakademie in Düsseldorf fort. Dort veränderte sich sowohl Technik wie auch Stil seiner Malerei. Die »verwischte« Darstellung wird zu seinem Markenzeichen. Dabei werden fotorealistische Bilder erschaffen, die anschließend zum Teil verwischt werden. Bereits Anfang der 1960er Jahre förderten junge Galerien in Düsseldorf und Köln sowie ihre Klientel Richters Karriere und es ent-

stand ein sehr aktiver Sammlerkreis. Ab den 1980er Jahren wurden seine Werke von Versicherungen und großen Konzernen in Auftrag gegeben und erworben. Die Schau »Gerhard Richter. Verborgene Schätze« im Düsseldorfer Kunstpalast zeigt die einzigartige Vielseitigkeit in Richters Œuvre. Zeichnungen, Druckgrafiken, übermalte Fotografien und großflächige Gemälde zeugen von der großartigen Experimentierfreudigkeit dieses genialen Künstlers. Präsentiert werden über 120 Exponate aus privaten Sammlungen des Rheinlands. Einige davon wurden noch nie öffentlich gezeigt, entstammen aus Wohnzimmern oder Schlafzimmern, andere hingen in Vorstandsetagen und Büros. Diese einmalige rheinische Werkschau ist noch bis zum 2. Februar 2025 im Kunstpalast zu sehen.

Und sollten Sie die größten von Gerhard Richter jemals gemalten Bildwerke bewundern wollen, so können Sie diese nur unweit des Museums im Foyer der Zentrale der Ergo-Versicherungen (ehemals Victoria-Versicherungen) bestaunen. Dort hängen die Werke »Victoria I« und »Victoria II« von Gerhard Richter aus dem Jahr 1986. Weitere Informationen zur Ausstellung finden Sie unter www.kunstpalast.de.



Gerhard Richter gilt in der Kunstwelt als »lebender Mythos«.

GEWINNSPIEL

Im Interview mit unserem Geschäftsführer kam es zur Sprache: Passend zur Jahreszeit war er im Januar mit der Familie im Schnee unterwegs, im schönen Pillerseetal in Österreich.

Beantworten Sie uns folgende Frage richtig und sichern Sie sich die Chance auf den Gewinn eines geistigen Getränks aus der Region.

Wie war unser Geschäftsführer Daniel Stöckel vergangene Woche in den Bergen unterwegs:

- 1| Hoch mit der Seilbahn, runter mit dem Snowboard**
- 2| Hoch mit dem Tourenski, runter mit dem Tourenski**
- 3| Gar nicht, er macht im Tal die Langlaufloipen kaputt**

Zu gewinnen gibt es einen Pillerseetal »Blauer«, einen Zwetschgen-Obstler der in Waidring im Pillerseetal ansässigen Brauerei Seibl, deren Motto lautet: »Erst mach dei Sach, dann trink und lach« (unbedingt in dieser Reihenfolge!).



BILDNACHWEISE

DECKBLATT

- @ Pixabay

DAS JAHR DER ARAGO CONSULTING – RÜCKBLICK UND AUSBLICK

- <https://www.comedywildlifephoto.com/>

NEUES MITGLIED IM BEIRAT:

GERHARD KIESSLING

- © Familie Kießling

E-LEARNING

- <https://www.haufe-akademie.de/digital-suite/whitepaper/el-elearning-studie-2024>

PRÄSENS-UNTERRICHT

- @ Prexels.com

SCHNAPPSCHUSS

- © ABUS

KULTURTIPP

- Lotte Laserstein: Russisches Mädchen mit Puderdose, 1928, Frankfurt am Main, Städel © VG Bild-Kunst, Bonn 2024, Foto: bpk / Städel Museum
- Thomas Mann – Der Zauberberg, St. Annen Museum in Lübeck, Ausstellungsansicht © Lucia Bartl
- © Gerhard Richter im Albertinum Dresden, 2017, Foto: David Pinzer

GEWINNSPIEL

- <https://www.brennerei-seibl.at/de/produkte-tirol/schnaps/>



Redaktionsleitung

Simone Zipp

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-learning.de

