

metalligent[®]

Glück, das; besonders günstiger Zufall,
erfreuliche Fügung des Schicksals



WE ARE
metalligent®



*Mit Dan, unserem Familienhund,
morgens eine Runde im Wald zu
drehen, die Ruhe zu genießen und
den Tag zu planen, das ist für
mich persönlich ein wunder-
barer Start in den Tag und für
uns beide ein Glücksmoment.*



Uwe Arnold, Vorstandsvorsitzender Arnold AG | Bild: Wolfgang Günzel

Liebe Leserinnen und Leser,

die ersten beiden Ausgaben unseres neuen Magazins **metalligent**[®] trugen die Titel „Evolution“ und „Prozesse“. Wir hatten bewusst zwei Begriffe gewählt, die sowohl in der Wissenschaft als auch für uns als Unternehmen von höchster Bedeutung sind und spannende Blickwinkel auf Themen eröffnen, die uns in unserem alltäglichen Handeln bewegen.

Mit dieser Ausgabe 3 gehen wir ein Stück weiter und wagen uns mit dem Thema „Glück“ ganz bewusst auf dünnes Eis. Natürlich können Sie fragen, was das mit der Arbeit eines metallbearbeitenden Unternehmens zu tun hat. Die Antwort steckt schon in unseren Markenwerten: Wir ticken halt anders, ein wenig spinnend, und wir nehmen die Herausforderung an, unsere Umwelt aus einer ungewohnten Perspektive zu hinterfragen. Glück steckt tatsächlich in vielen Dingen, ist vielfältig und es polarisiert. Denn man kann ja zum Beispiel durchaus darüber streiten, ob es nun Glück ist, mit oder sogar für Arnold zu arbeiten, das nur am Rande.

Ganz selbstbewusst haben wir die wissenschaftliche und die praktische Brille aufgesetzt. Wir haben nach dem Moment, der so viel verspricht, gesucht und spannende Erkenntnisse gewonnen. Ist man seines Glückes Schmied? Alles nur eine Frage der Einstellung? Wie macht man Kunden glücklich? Bringt Konsum dieses Gefühl? Sind die Gläser in Deutschland grundsätzlich halb leer, oder dürfen wir uns glücklich schätzen, ein Teil dieser Gesellschaft zu sein?

Ich freue mich auf Ihre Meinung. Schreiben Sie mir unter uwe.arnold@arnold.de und wir diskutieren diese Fragen.

Tauchen Sie nun in den neuen sinnlich-metallischen **metalligent**[®] ein, der Ihnen hoffentlich ein paar spannende Glücksmomente beschert.

Viele Grüße
Ihr



Uwe Arnold

4–5 Editorial

8–9 Facetten des Glücks



10–13 **TRAINIER DICH ZUM GLÜCK!**



14–17 *Wo das Glück zu Hause ist*



18–19 *metalligent® auf Tour: Glücklich in Rio*

20–29 PROJEKTBESUCH:



**HYPOVEREINS-
BANK-TOWER**

30–43 **ENDSTATION:
BESSERE WELT**

44–47 **MÖBELSTÜCK:
QUERSCHAUHLER GESUCHT!**

48–49 **INFORMATIONSÜBERLASTUNG –
MACHT UNS ONLINE FERTIG?**

50–51 **ALLES, WAS RECHT IST**

52–55 **MARKENTOUR DER ARNOLDIANER –
KOPFÜBER INS ABENTEUER**



56 **KURZ NOTIERT -
ANDERE LÄNDER, ANDERE SITTEN**



14–17 **WO DAS GLÜCK
ZU HAUSE IST**

CULTURE



Bild: iStockphoto

10–13 **TRAINIER DICH ZUM GLÜCK!**

CULTURE



Bild: Fotolia, reichdernatur

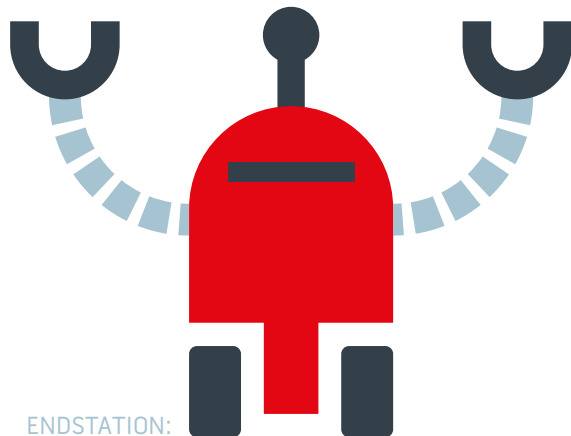
CONTE



Bild: HypoVereinsbank / HG Esch

20–29 DA STOCKT MIR DER ATEM

EXPERIENCE



30–43 ENDSTATION: BESSERE WELT

INNOVATION

IMPRESSUM

metalligent®

HERAUSGEBER:

Arnold AG, Industriestraße 6–10, 61381 Friedrichsdorf

REDAKTION:

V. i. S. d. P.: Isabell Issing, Arnold AG

REDAKTIONSLEITUNG:

Michael Pyper, Redaktionsbüro Pyper

AUTOREN DIESER AUSGABE:

Klaus Altevogt, www.textwerkstatt-corvo.com

Annette Mühlberger, www.redaktion-muehlberger.de

Stephanie Werner, www.wortsuechtig.de

Corinna Willführ

Ingo Woelk, www.ingowoelk.de

TITELBILD: Dominik Jacky

KONTAKT:

Arnold AG

Redaktion **metalligent®** | redaktion@arnold.de

GESTALTUNG, PRODUKTION:

freundfreundin, www.freundfreundin.de

augenfällig, www.augenfaellig.de

DRUCK UND VERTRIEB:

WAISSRAUM, www.waissraum.de

DOWNLOAD:

www.arnold.de

ABOSERVICE:

Sie möchten das Magazin **metalligent®** zugesandt bekommen?

Eine E-Mail an redaktion@arnold.de mit dem Betreff „Abostart“ und Ihrer Adresse reicht. Wenn Sie keine weitere Ausgabe mehr wünschen, schicken Sie uns eine E-Mail mit dem Betreff „Abostopp“ und Ihrer Adresse.

Alle Rechte vorbehalten. Kommentare geben die Meinung des Verfassers wieder. Vervielfältigung, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung der Arnold AG. Gedruckt auf umweltfreundlich produziertem Papier.

NT

Facetten des Glücks

Zum Greifen nah – man muss es nur erkennen

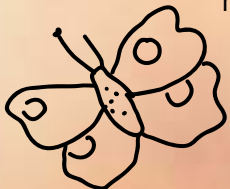


In Kürze sitzt sie wieder vor uns, die Kanzlerin. Wir essen Wiener und Kartoffelsalat und eine der mächtigsten Frauen der Welt beendet ihre Neujahrsansprache: „In diesem Sinne wünsche ich uns allen gemeinsam Gesundheit, Kraft, Zuversicht und Gottes Segen für das neue Jahr.“ Glück wünscht sie nie. Seit Jahren nicht. Denkt sie, das lohnt sich in diesem Land ohnehin nicht mehr? Schon leise Zuversicht ist eine Herkulesaufgabe angesichts des Bombardements mit hysterischen und schlechten Nachrichten, das wir tagtäglich durch die Medien erfahren.

Die Kanzlerin ist allerdings eher ein nüchterner Typ und weiß: Fromme Glückswünsche helfen nicht. Jeder erwachsene Mensch hat hierzulande eine Chance, für seine Zufriedenheit und innere Harmonie selbst zu sorgen. Ich selbst muss zunächst Störfaktoren in meinem Leben identifizieren und ausschalten. Danach meine persönlichen Freudenbringer erkennen und aktivieren. Es gilt, abgedroschen und dennoch zeitlos: „Jeder ist seines Glückes Schmied.“ Bei unserer Suche nach dem Glück dürfen wir uns durchaus vielfältig inspirieren lassen.

Die Forscher

Sie wissen, was uns zufrieden stimmt: berufliche Erfolge, die Familie, Stricken. Sie wissen sogar, weshalb uns das alles freudig erregt: Neurotransmitter und Hormone sorgen dafür. Ein Denkanstoß können Glückstheorien für den Einzelnen allemal sein. Warum nicht eine Eigentherapie beginnen? Wie wäre es mit täglich 15 Minuten Rosen schneiden?



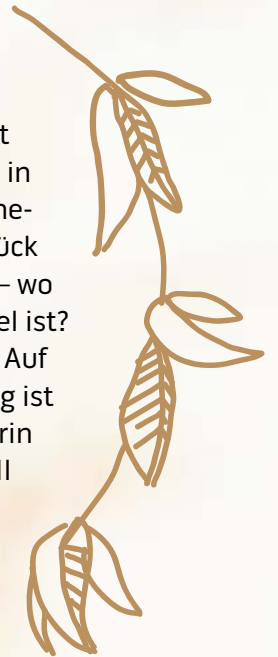

Patient Deutschland

Nun bietet Deutschland gefühlt schwierige Rahmenbedingungen zum Glücklichein. Nicht per se, sondern artifiziell geschaffen. Mit dem märchenhaften, anspruchslosen Hans im Glück haben wir nichts mehr gemein. Nichts zu besitzen, macht uns nicht glücklich, es ängstigt uns. Warum? – Dem Nichts geht der Verlust von Dingen voraus.



Phänomen „German Angst“

Die Menschen hier fürchten vor allem den Verlust von Sicherheit, Reichtum, Gesundheit, eine Angst, die von den gesellschaftlichen Meinungsmacher noch geschürt wird. Das Resultat ist die weltberühmte „German Angst“. Warum leben in so gegensätzlichen Ländern wie Kolumbien und Dänemark die glücklichsten Menschen? Ist es sinnvoll, Glück als Staatsziel auszugeben wie im Königreich Bhutan – wo übrigens auch der Umweltschutz schon lange Staatsziel ist? Können wir von diesen Kulturen etwas übernehmen? Auf die Schnelle nicht. Die kulturelle und soziale Erziehung ist einfach derart prägnant, dass in jeder Kultur und darin für jeden Menschen das Glück anders aussieht. Will ich ein dänisches Glück, muss ich an meinen gesellschaftlichen Fundamenten arbeiten. Das Gute, es gilt überall: Jeder kann den eigenen Weg finden.



Vom Kritikfetisch zum Entwicklungsgeist

Sind es letztlich nicht jeweils gleichberechtigte Gefühle im Leben: das Glück und die Trauer? Fröhlichkeit und Miesepetrigkeit? Harmonie und Zerrissenheit? Letztlich führen uns unsere Ängste zurück zum Glück. Es gilt: Unsere Furcht + Kritikfetisch + Neugier = deutscher Entwicklungsgeist. Er treibt uns an und deshalb erfinden Ingenieure Roboter, die in Deutschland wieder wirtschaftlich Sportschuhe herstellen können. Individuelle Produkte, die den Konsumenten Glücksmomente schenken sollen. Hergestellt mit Ideen, die die Wirtschaft stärken und Arbeitsplätze sichern.

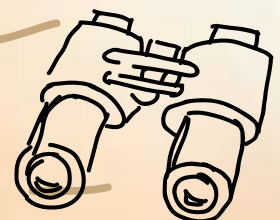


Verzicht wirkt ebenso

„Stopp!“, ruft da manch einer. „Mich machen Verzicht und Natur glücklich.“ Ein wenig Komfort darf natürlich sein. Dennoch: Tut es nicht auch ein Spaziergang durch den duftenden Rosengarten? Warum liegt Gärtnern im Trend? Glück hat viele Parameter: Meine innere Grundeinstellung ist die Basis, darauf können die Glückstriebe ihre Wurzeln schlagen. Zum Glücksbaum, den gibt es tatsächlich.

Die individuelle Formel

80 Millionen Menschen haben 80 Millionen Glücksformeln. Viele Parameter bestimmen meine innere Zufriedenheit. Das menschliche Pech: Glück muss man sich erarbeiten. Unglück kommt von alleine. Zu pessimistisch? Was meinen Sie? Sagen Sie es uns: [redaktion@arnold.de!](mailto:redaktion@arnold.de)





Trainier dich zum Glück!
Glück entsteht im Gehirn.
Und das lässt sich formen
wie ein Muskel.

Kann man glücklich sein üben? Oder trifft uns Göttin Fortuna eher zufällig, so wie ein Sechser im Lotto? Die Antwort der Wissenschaft ist eindeutig: Da wir heute weitgehend wissen, wie Zufriedenheit funktioniert und was unser neurobiologisches Belohnungssystem von uns verlangt, können wir Glück tatsächlich trainieren.

Die wichtigste Schaltzentrale für das Glück ist schon ziemlich alt: Unser emotionales Motivations- und Belohnungssystem sitzt im limbischen System, und das hatte sich bereits entwickelt, als wir den Sprung vom Reptil zum Säuger machten. Hier haben Botenstoffe das Sagen, hier sitzt unser Bindungssystem, werden Liebe und Zuneigung von Neuropeptiden und Signalthormonen gesteuert.

Das Leben pusht sich selbst

Glücksforscher Professor Tobias Esch fand heraus: „Das System wurde so angelegt, damit es uns gut geht und wir Anreiz und Lohn für unseren stetigen Einsatz für das Leben bekommen.“ Positive wie negative Emotionen verbindet unser Gehirn mit Erfahrungen, Situationen und Auslösern. Welche das sind, konditioniert es entsprechend gemachter Erfahrungen immer wieder neu. Die Medizin nennt diese Anpassungsfähigkeit, die unser Überleben seit Jahrtausenden sichert, die Neuroplastizität des Gehirns.

Das Schöne an dieser Erkenntnis: Permanente Stressauslöser, die einer zufriedenen Ausgeglichenheit entgegenstehen, lassen sich mit einem Antistresstraining tatsächlich „wegtrainieren“. Wie ein Muskel baut sich das Gehirn dabei einfach um. Entspannungstechniken wie Yoga, Meditation & Co. wirken also tatsächlich auf unsere Hirnstrukturen.

Sogar Glücksmomente lassen sich gezielt auslösen: Unser System belohnt besonders das Miteinander und gemeinschaftliche Handeln. Freundschaftliche und familiäre Beziehungen zu pflegen, im Kollegenkreis für einen wertschätzenden Umgang zu sorgen – all das versorgt uns im Alltag mit kleinen wohligen Glücksdosen. Das Bindungshormon Oxytocin liefert diese frei Haus.

Joggen statt hinterherrennen

Andere Begeisterungsdrogen wie Dopamin und Endorphine werden aktiv, wenn wir eine Belohnung in Aussicht haben oder einer Aufgabe unsere volle Aufmerksamkeit widmen, weshalb Visionen und Ziele für unser Glück so wichtig sind. Dann stellt sich ein euphorisches Gefühl ein, wofür passionierte Jogger morgens gern ein paar Runden mehr drehen: der Flow.

Jeder Glückszustand braucht einen auslösenden Reiz, die Achtsamkeit für sich und andere sowie eine Begeisterung für das, was wir gerade tun. Ob wir joggen, malen, musizieren, jonglieren, mit unseren Kindern spielen oder uns leidenschaftlich in ein neues, spannendes Projekt stürzen, ist egal: Wenn Dosis und Anforderung passen, kann uns das alles ziemlich glücklich machen.

Text: Annette Mühlberger



Zum Weiterlesen

Tobias Esch: „Die Neurobiologie des Glücks. Wie die Positive Psychologie die Medizin verändert“, Thieme Verlag



„Für mich ist der schönste Moment des Tages, wenn ich von der Arbeit nach Hause komme und in die strahlenden Augen meiner kleinen Tochter schaue.“

Adem Bozdemir, 25 Jahre Arnoldianer



„Es ist einfach das Größte, meine Söhne aufwachsen zu sehen und die Rabauken in ihrer Entwicklung zum Erwachsenwerden begleiten zu können.“

Michael Schüler, 5 Jahre Arnoldianer

„Glück ist ... zu wissen, dass man einen sicheren Arbeitgeber hat und in einem Team arbeitet, auf das man sich zu 100 Prozent verlassen kann.“

Sebastian Rommel, 2 Jahre Arnoldianer

Klaus Altevoigt sucht das Glück

Haben oder Sein?



Klaus Altevoigt ist Geisteswissenschaftler und hat viele Jahre als Dozent, Lektor und Studiosprecher im In- und Ausland gearbeitet. Heute leitet er als freier Journalist, Autor und Übersetzer die Textwerkstatt Corvo in Dortmund.

Andere Sprachen kennen viele Wörter für das, wonach wir alle streben. Im Deutschen müssen wir uns mit einem einzigen Wort behelfen: „Glück“. Kein Dilemma: Der wahre Unterschied liegt zwischen „Haben“ und „Sein“.

Glück hat jeder. „Schwein gehabt!“, sagt man seit dem Mittelalter, wo der Verlierer eines Schießwettbewerbs ein Schwein als Trostpreis nach Hause treiben durfte. Ob er damit glücklich war? Schwer zu sagen; wenigstens hatte er eine ganze Weile Fleisch auf der Gabel. Aber das ist irgendwann aufgezehrt. Genau wie das „Schwein gehabt“-Glück. Lottogewinner wissen das.

„Glücklich sein“ heißt „Glück können“. Gevatter Griesgram hat es damit vielleicht schwerer als Bruder Leichtfuß. Wie sagte Luther: „Aus einem verzagten Arsch kommt gar niemals ein fröhlicher Furz.“ Sind’s die Gene? Auch, aber „ab 30 ist man für sein Gesicht selbst verantwortlich“. Jeder Mensch kann lernen, glücklich zu sein. Jeder kann selbst rauskriegen, was ihn beglückt. Die Kunst ist, bewusst und mit offenen Augen durch den Tag zu gehen und das kleine und große Glück zu sehen und zuzugreifen. Kleiner Tipp: Dankbarkeit ist eine super Sehhilfe!

„Auf die Dauer nimmt die Seele die Farbe der Gedanken an“, sagte der römische Kaiser Marc Aurel. Wenn sie nur noch die Farbe von Geldscheinen annimmt, sieht es mit „glücklich“ schlecht aus. Dann wird’s brisant: Sein oder Haben?

Glücklich trotz Schietwetter. Wer hätte das
gedacht: Die glücklichsten Deutschen leben
in Schleswig-Holstein. Meer relaxt.



Auf Spurensuche Wo das Glück zu Hause ist

Es gibt Orte, an denen die Menschen zufriedener sind als anderswo. Auch die Arbeit hängt damit zusammen. Geld hat nur mittelbar Einfluss auf das Wohlbefinden.

In Deutschland wohnt Fortuna im Norden, in Schleswig-Holstein, um genau zu sein. Dort, in direkter Nachbarschaft zu den glücklichsten Europäern, den Dänen, wohnen auch die glücklichsten Deutschen. Das bestätigte jetzt zum dritten Mal in Folge der Glücksatlas der Deutschen Post – warum auch immer ausgerechnet die Briefträger diesen angenehmen Seelenzustand untersuchen. Ob's an der Glücksburg im gleichnamigen Städtchen liegt, die einst die Dänen dort erbauten? Am Schietwetter, das Gelegenheit zu einer Tasse Pharisäer gibt? Oder an der nahen Ost- und Nordsee?

Geld allein bringt's nicht

„Das Einkommen spielt für das Glück in der Regel keine entscheidende Rolle“ – diese Einsicht ereilte 200 Jahre nach den Gebrüdern Grimm sogar die Deutsche Bank. Sie leistet sich eine eigene Forschungsabteilung, neudeutsch „Research“ genannt. Und dort untersuchen die Forscher unter anderem, wie Zufriedenheit und Wohlstand zusammenhängen. Die Geldforscher titelten schon vor zehn Jahren: „BIP (Bruttoinlandsprodukt) allein macht nicht glücklich.“ Was sich aber anscheinend in Bankerkreisen nicht weiter herumgesprochen hat, wie die darauffolgende, durch Gier ausgelöste Bankenkrise eindrucksvoll zeigte.

Der Erfolg einer Volkswirtschaft ist jedenfalls noch lange kein Garant, dass die Menschen, die dort wohnen, in Summe glücklich sind. So kommt der Happy Planet Index (HPI) – so etwas gibt es tatsächlich – zu ganz erstaunlichen Ergebnissen: Usbekistan, nicht gerade als Reichtumsoase bekannt, zählt zu den Ländern, wo sich die Menschen besonders wohlfühlen. Oder Mexiko, wo man tunlichst nicht zwischen die Fronten von Drogenkartellen geraten sollte. Auch Brasilianer, deren Land nun schon seit Jahren Negativschlagzeilen macht, lassen sich ihr heiteres Wesen nicht so leicht nehmen.



Bruttoinlandsprodukt allein macht nicht glücklich: Trotzdem leben glückliche Menschen meist an Orten, an denen es ihnen materiell gut geht.

...

Ziemlich am Ende der Glücksliste finden sich hingegen die Luxemburger. Bezieht man nämlich auch Faktoren wie Nachhaltigkeit und den „Fußabdruck“, den eine Nation auf der Weltkugel hinterlässt, mit ein, liegen sie weit hinten.

Ohne Geld bringt's auch nicht

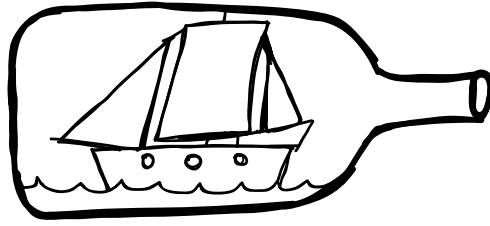
Lebensqualität bedeutet also mehr als ein hoher Kontostand. Glück hängt von vielen Faktoren ab. Da ist sich die Glücksforschung einig. Aber man weiß heute auch: Eine gewisse materielle Basis ist Voraussetzung, um sorgenfrei und froh zu leben. Griechenland mit seinen materiellen Nöten ist – trotz unfassbar blauer Ägäis – wohl nicht umsonst Schlusslicht im europäischen Glücksranking.

Auch in Deutschland ist das Glück an Orten zu Hause, an denen es den Menschen materiell gut geht. Die Region Baden liegt in Sachen Glücksempfinden auf Platz zwei. Franken, Hessen, Württemberger und Oberbayern leben ebenfalls in der zufriedeneren Hälfte des Landes.

Arbeitslosigkeit zum Beispiel stellt sich dem Glück in den Weg. Selbst der mieseste Job wird von vielen noch als angenehmer empfunden, als völlig ohne Aufgabe zu sein. Sind wir mit unserer Arbeit im Reinen, sind wir meist auch mit unserem Leben zufrieden, das bestätigt sich immer wieder. Doch was genau sorgt in Büros und Fabriken für ein harmonisches Umfeld? Auch hier sind es nicht allein die materiellen Dinge, die uns einen Job versüßen oder verleiden. Wertschätzung und gute Beziehungen machen im Beruf eindeutig glücklicher als allein Geld und Karriere. Wichtig ist zudem eine Arbeit, die den Menschen erfüllt und ihm die Möglichkeit gibt, eigene Ideen im Beruf zu verwirklichen. Das Glück bleibt also unbestechlich. Auch am Arbeitsplatz.

Text: Annette Mühlberger





metalligent® auf Tour: Glücklich in Rio ~

Redakteur Ingo Woelk als Freiwilliger bei der Olympiade in Rio. Was er tat, war kostenlos, aber für ihn alles andere als umsonst.



In der Zeitung „Die Zeit“ erschien zu den Olympischen Spielen in Rio ein Artikel über eine ehrenamtliche Mitarbeiterin, die begeistert von ihrem Aufenthalt erzählte. Daraufhin gab es einen veritablen Shitstorm: Diese Frau sei wohl die dümmste Nuss und die Organisatoren Ausbeuter. Dass Geld für den Einzelnen gar keine Rolle spielen könnte, weil er glücklich ist, kam vielen Lesern gar nicht in den Sinn. Vermutlich sind sie oft unglücklich. Auch ich war eine glückliche dumme Nuss: Volunteer in der Kommunikationsabteilung der Olympischen Spiele in Rio 2016.



Ich konnte wie gewünscht im Kommunikationsbereich arbeiten und Tausende Journalisten aus aller Welt betreuen. Und Portugiesisch lernen.

Ich hatte privat und auf der Arbeit die nettesten Menschen aus den verschiedensten Ländern in meiner Nähe.



Freundschaften

Liveerlebnis



Ich liebe Sport und war hautnah im Stadion mit dabei.

Ich konnte selbst auch Sport machen, obwohl es dafür keine Medaille gab.

Fitness



Freizeit



In meiner Freizeit konnte ich traumhafte Ausblicke genießen.



„Vielleicht liegt das Glück in den ganz einfachen Dingen dieser Welt.“

Hubert Lampo · 1920–2006 ·
flämischer Schriftsteller



Arnold inside: Projektbesuch HVB-Tower, München

„DA STOCKT MIR DER ATEM“

Der dreistöckige Kristall

Kristalle sollen stärken, heilen, Kraft geben. Die HypoVereinsbank (HVB) in München baute sich einen solchen gleich drei Stockwerke hoch in ihren modernisierten HVB-Tower ein. Sie entschied sich dabei für den stärksten und konsequentesten Architektenentwurf. Neben seiner originären Funktion als Brüstung soll er Mitarbeiter und Kunden inspirieren, zum Gedankenaustausch anregen und neue Ideen freisetzen. Klappt das?



Selbst die als überaus seriös bekannte Wochenzeitung „Die Zeit“ widmete sich schon der Kraft des Kristalls und der wieder in Mode gekommenen Lithotherapie: „Vom Tragen und Auflegen der Steine bei körperlichen Beschwerden bis hin ... zu Entwicklungs- und Heilungsprozessen, in deren Mittelpunkt die Arbeit mit Kristallen steht – all dies befriedigt die Nachfrage“, berichtete Zeit-Autorin Tanja Rupprecht-Becker.

Weit nüchterner geht es an der Frankfurter Goethe-Universität zu. Dort forscht Deutschlands größte Arbeitsgruppe für Kristallografie. Und das mit gutem Grund. Denn es ist schon so, dass Kristalle über ganz außergewöhnliche Eigenschaften verfügen. Ein Beispiel: der piezoelektrische Effekt, bei dem Kristallform und elektrische Spannung in Beziehung zueinander stehen. Er sorgt für einen 15-Milliarden-Dollar-Markt, indem er Sensoren, Aktoren und elektrischen Bauelementen zu ihren gewünschten Funktionen verhilft.

KRISTALL ZIEHT MAGISCH AN

Zurück nach München in die HVB-Zentrale, einem denkmalgeschützten Wahrzeichen der Stadt. „Atemberaubend“, bricht es aus Christian Nocht hervor. Der Arnold-Projektleiter ist für gewöhnlich ein sehr nüchterner Mensch, gewohnt, mit Zahlen, Terminen und Zeitplänen zu jonglieren. Doch bei seinem bisher aufregendsten Projekt hebt sich die Stimme, leuchten die Augen. „Wenn ich in die Lobby trete, zieht mich der Kristall regelrecht in die Mitte des Raums und meinen Blick nach oben – und dann stockt mir der Atem.“

Das freut Joachim Grund, denn er hat sein Ziel erreicht. Er ist der Projektleiter beim Architekturbüro Henn in München, das das in die Jahre gekommene Denkmal behutsam auf den heutigen Stand bringen sollte. Das ist gelungen: Wer sich heute München nähert, wird an der Silhouette des einzigartigen Towers mit seinen Ecktürmen keine Veränderung erkennen. Innen jedoch hatten die Architekten weitgehend freie Hand – und das haben sie gut genutzt.

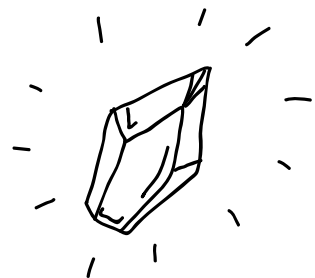
DER ARBEITSPLATZ DER ZUKUNFT

Wie also muss es aussehen, das Büro der Zukunft, das seinen Benutzer zu Höchstleistungen anspornt? Wissenschaftliche Antworten hat das Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation in Stuttgart geliefert. Sein Chef ist Professor Wilhelm Bauer. Für ihn müssen gerade in Zeiten vielfältiger digitaler Kommunikationsmöglichkeiten physische Räume die persönliche informelle Kommunikation unterstützen. „Durch zufällige Begegnungen entstehen oftmals neue Ideen, neue Impulse und somit dann auch Innovation. Spontaneität, Schnelligkeit und Agilität – das ist es, was Unternehmen heute erfolgreich macht.“

Die Folge: Der Bedarf an Kommunikations- und Teamflächen wächst, der für Schreibtische nimmt ab. Ein Ende der physischen Arbeitsplätze bedeutet das jedoch nicht, sie wandeln sich vielmehr zu „Plätzen der Kommunikation und Zentren gelebter Unternehmenskultur“. Der Arbeitsplatz wird „hybrid“, digitale und physische Arbeitswelt ergänzen sich in ihrer Dualität, statt sich zu ersetzen.

Der Architekturpraktiker versucht, solche Erkenntnisse in die Praxis umzusetzen. Professor Gunter Henn ist Inhaber des Architekturbüros Henn. Für ihn geht der Wert von Gebäuden weit über deren ästhetische Wirkung hinaus. Seine Kernthese: Gesellschaftliche Veränderungen wirken sich im Laufe der Zeit auch auf die Arbeitsbedingungen in Unternehmen aus und prägen diese entscheidend mit. So war Kommunikation noch Anfang des 20. Jahrhunderts schlicht unerwünscht, die „Fabrik erforderte Stummsein, Ordnung entstand durch das Fließband“. Und heute: Die Wissenserzeugung tritt an die Stelle der Wissensanwendung.

...





...

KOMMUNIKATION ÜBER ARBEIT AN „META-INTELLIGENTEN“ ARBEITSPLÄTZEN

Die HypoVereinsbank arbeitete schon länger an sogenannten Smart-Working-Konzepten und beauftragte das Büro Henn mit der Ausgestaltung nach HVB-Vorgaben. Arbeitsplätze der Zukunft müssen laut Henn eine „Meta-Intelligenz“ schaffen, Räume sollen vernetzen, „denn Innovation entsteht nie allein, sondern nur durch die Koppelung verschiedener Bereiche“. Für die konkrete Umsetzung solcher zukunftsweisenden Smart-Working-Konzepte war Joachim Grund verantwortlich. Auch er nutzt den Begriff „Kraft“, wenn er von der „Raumschulptur im Zentrum der Kraftlinien“ spricht. Die Kristallform ergab sich quasi zwangsläufig aus der Gebäudegrundform, die aus drei Prismen besteht.

„Wir wollten ein Objekt, das den Blick nach oben lenkt zum Hochhaus, das mit seinen 114 Metern über der Lobby zu schweben scheint.“ Ein geschlossener Kristall schied deshalb aus. Blickachsen sollen sich öffnen, architektonische Zusammenhänge erkennbar werden und so den Betrachter zur Kommunikation, zum Austausch anregen. „Wir haben die Seitenwände des Kristalls aufgeschnitten, um eine Blickbeziehung der Nutzungs- und Erschließungsbereiche herzustellen.“

Kann ein „atemberaubender“ Anblick einem aber nicht auch schlicht den Atem bei der täglichen Arbeit nehmen? „Die Gefahr besteht“, räumt Grund ein. Bei aller Erhabenheit muss auf das menschliche Maß geachtet werden. Weshalb es rund um den Kristall eine Coffeebar, verwinkelte Ecken und Teamräume gibt, die den Rückzug erlauben.

Joachim Grund und seine Kollegen achteten auch auf die Akustik, denn sie spielt für das Wohlbefinden eine wichtige Rolle. Der Klang einer Kathedrale entspräche zwar dem majestätischen Anblick des Kristalls, zwingt aber zum Flüstern – nicht gerade kommunikationsfördernd. Und damit sich der Mensch in den weiten HVB-Räumen nicht verliert, nehmen ihn Linien in Form hell und dunkel kontrastierender Fugen optisch an die Hand – sie führen ihn in eine neue Arbeitswelt, in der Kommunikation an erster Stelle steht.

Text: Michael Pyper





„Mein wichtigstes Kapital hat Füße.
Jeden Abend verlässt es das Unternehmen.
Ich kann nur hoffen, dass es
am nächsten Morgen wiederkommt.“

Alfred Bertschinger, Schweizerisches Produktivitätsinstitut



Eine Unterkonstruktion aus Stahl und Aluminium nimmt Zwischenträgerplatten auf, an denen später die sichtbaren Oberflächen aus mineralischem Verbundwerkstoff fugenfrei befestigt wurden.



152



GEMEINSCHAFTSWERK

Der Kristall ist das zentrale Gestaltungselement im Inneren des HVB-Towers. Die deutlich zu erkennende Grundform erstreckt sich über 17 Meter und drei Stockwerke hinweg und verbindet in einzigartiger Weise optische mit funktionalen Elementen. So dienen Abschnitte gleichzeitig als Brüstung und Blicklenkung, grenzen ab oder verbinden.

BETEILIGTE UNTERNEHMEN

Henn-Architekten: Leitung Gesamtprojekt HVB-Tower

Arnold: Gesamtauftragnehmer und Unterkonstruktion Kristall

5D-Engineering: Ausführungsplanung, Statik und Zustimmung der Baubehörden im Einzelfall

Design-to-Production: Parametrische Planung aller Einzelteile

Rosskopf + Partner: Anfertigung und Montage der Oberfläche aus mineralischem Verbundwerkstoff



ENDSTATION: BESSERE WELT

32–39 Wohin geht die Robotik-Reise?

40–43 Es geht schon los: Beispiel Adidas



Wohin geht die Robotik-Reise?

Diener? **Kollege?**
Busenfreund?





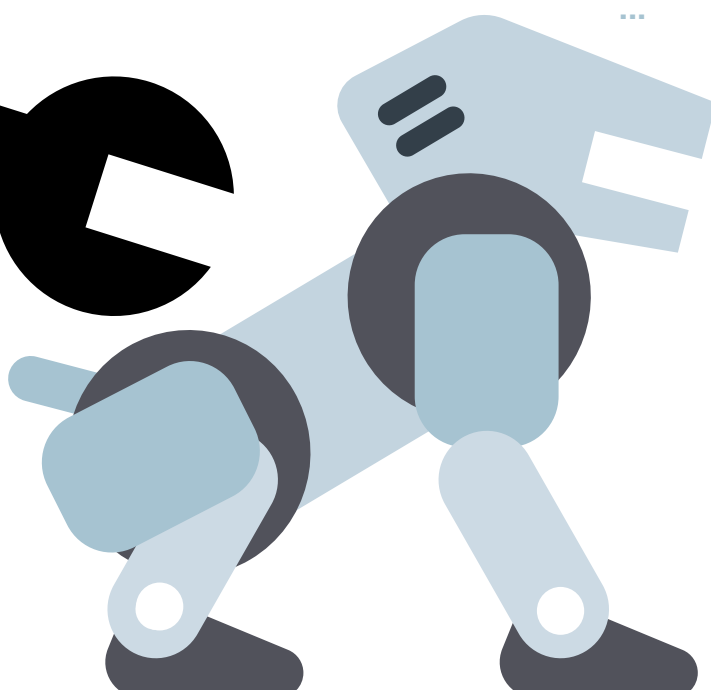
Der klassische Roboter verlässt seine Gitterbox, in der er als zuverlässiges, aber nicht ungefährliches Werkzeug seine Routinen verrichtet. Gefragt sind Maschinen, die Seite an Seite mit dem Menschen flexibel und mobil immer komplexere Aufgaben übernehmen, die lernen, intelligenter werden – und irgendwann selbst entscheiden.

Frau Hitori hätte sich vor Glück fast in ihrem Kimono verheddert, als die Bildschirmfolie auf ihrem Handrücken aufleuchtet: „Ihr Hund ist aus der Klinik zurück.“ Schon rauscht der Hausroboter zur Tür und bringt Yuki herein, ihren kleinen Liebling, ihren Trost in einsamen Stunden. Generalüberholt, mit neuem Chipsatz: Auch Yuki ist ein Roboter.

Raus aus dem Käfig

Nicht nur in Japan, sondern in fast allen modernen Industriegesellschaften wird es bei der Pflege und Betreuung der älteren Mitmenschen zu einem enormen Arbeitskräftemangel kommen. Hier können und werden Roboter immer mehr Aufgaben übernehmen, an ihrer Entwicklung arbeiten Wissenschaft und Technik auf Hochtouren.

„Was wir ... anstreben, ist ein Roboter mit Persönlichkeit, der auf eigenen Willen hin zum Glück einer Familie beitragen kann“, zitiert die „Welt“ vom 26.12.2015 den SoftBank-Chef Masayoshi Son.



...

Je menschenähnlicher er aussieht, desto besser. Wird es in absehbarer Zukunft solche „Androiden“ geben, die sich eigenständig im Raum bewegen, ihre Umgebung sensibel wahrnehmen und sprachlich kommunizieren können?

„So weit sind wir noch lange nicht. Heute sind wir mit der Weiterentwicklung sicherer und sensibler Roboter beschäftigt, die ihre Gitterbox verlassen können“, sagt Dominik Bösl, Innovationsmanager bei Kuka. Das Augsburger Traditionsunternehmen ist einer der Weltmarktführer bei Industrierobotern – und wurde soeben zu knapp 95 Prozent vom chinesischen Elektrogeräte-Hersteller Midea übernommen.

Zum Stand der Dinge

Care-Roboter saugen die Wohnung und mähen den Rasen. Im Seniorenheim animieren sie zum Singen und Mitmachen; sie überwachen die pünktliche Medikamenteneinnahme und helfen aus dem Bett oder auf die Toilette. Medical Roboter sind aus dem OP nicht mehr wegzudenken. Beim Da-Vinci-OP-Roboter übertragen an der Hand des Operators befestigte Griffe („Master“) höchst präzise und zitterfrei alle Befehle an den Roboter, den der Arzt auf der Kontrollkonsole in Echtzeit überwachen und steuern kann.

In der Produktion haben Industrieroboter die monotonen und körperlich anstrengenden Aufgaben im „roten Gefahrenbereich“ übernommen und die Arbeit der Menschen enorm erleichtert – hochfunktionale riesige „Akkuschrauber“. Auf dem Vormarsch sind jetzt kollaborative Roboter, die Seite an Seite mit dem Menschen zusammenarbeiten, ohne ihn zu gefährden. Dazu sind sie mit Kameras und sensiblen Oberflächen ausgestattet, die auch auf engstem Raum ihren Bereich nicht überschreiten und bei der geringsten Berührung abrupt jede Bewegung einstellen.



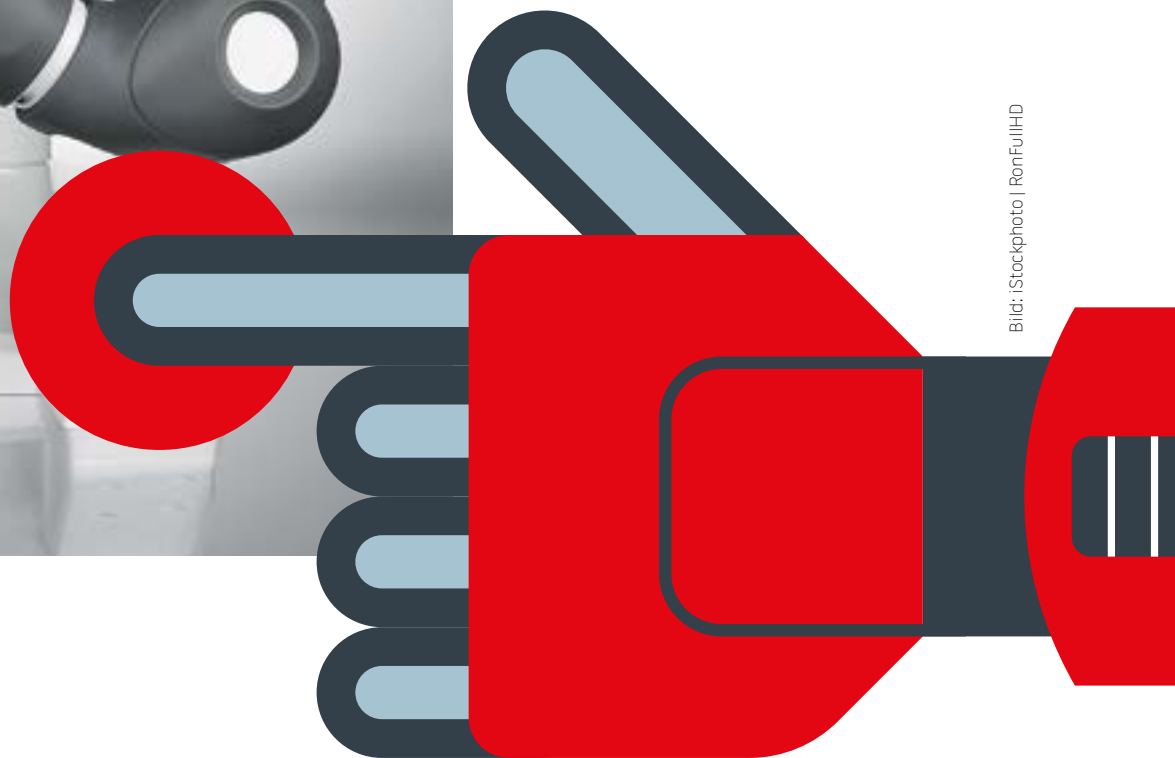


Bild: iStockphoto | RonFullHD

Aber dass der Mensch ihm wie einem Kollegen oder Lehrling Aufträge erteilt, neue Bewegungsmuster und Fertigkeiten beibringt oder dass der Roboter eigenständig Unbekanntes „erlernt“ und selbst entscheidet, das ist noch Zukunftsmusik. Dazu müsste er seine Umwelt bewusst wahrnehmen, eigenständig darauf reagieren und sie verändern können – und wollen. Man müsste ihn mit „künstlicher Intelligenz“ ausstatten.

Künstliche Intelligenz

Seit Mitte der 1950er-Jahre kursiert dieser Begriff. Vereinfacht gesagt geht es darum, spezifische menschliche Verhaltensweisen, besonders „intelligentes“ Verhalten, maschinell nachzuahmen: Man denke an autonom fahrende Autos; die „smart factory“, in der sich kein Mensch mehr aufhält; Rettungsroboter, die bei Erdbeben eigenständig Verschüttete aufspüren und bergen; Killerdrohnen, die selbst entscheiden, wer Freund und wer Feind ist. Die IT forscht intensiv auf diesem Gebiet.

...

Skeptiker, darunter Stephen Hawking, Bill Gates und Elon Musk von Tesla Motors, warnen vor einer Bedrohung durch die künstliche Intelligenz (KI). Der englische Philosoph Nick Bostrom entwirft in seinem gerade im Suhrkamp-Verlag erschienenen Buch „Superintelligenz“ ein Szenario, in dem die KI aufgrund explodierender Rechenleistung und der weltweiten Cloudanbindung zu einem nicht mehr zu kontrollierenden Wachstum ansetzt. Nicht mehr die Programmierer, sondern die Systeme selbst könnten kognitive Verbesserungen in Gang setzen und sich zu einer Superintelligenz, einer „Singularität“ summieren, die den Menschen als Entscheidungsträger ablöst. Schon werden Not-Aus-Mechanismen diskutiert, die eine solche aus der Kontrolle geratene Entwicklung stoppen könnten.

Im Interview auf Seite 39 erklärt Dominik Bösl, warum er solche Spekulationen für wenig hilfreich hält und lieber auf Fakten baut. Die Diskussion verläuft kontrovers.

Das Gefühl fehlt

Was Gedächtnisleistung, Rechenkapazität und Geschwindigkeit betrifft, haben uns die Systeme schon längst überholt. Aber das Problem ist ein anderes:

„Größtmöglicher Nutzen und höchste Effektivität“, heißt die allgegenwärtige Logik, die uns Menschen schon in Fleisch und Blut übergegangen ist. Joggen, das Survival-Camp für Manager, der Tischkicker im Büro – alles für den maximalen Output. Selbst das Glück ist zur Funktion des Nutzens geworden: ROFL = „Return on Flourishing“ verheißt, dass durch Investition in die Motivation und das Glück der Mitarbeiter deren gesamtes Potenzial „erblüht“ – und der Nutzen steigt.

Stopp! Wer im globalen Wettbewerb bestehen und Arbeitsplätze sichern will, muss Innovationen, wissenschaftliche Forschung und technologischen Fortschritt vorantreiben und nutzen, keine Frage.

Aber: Kann man Glück programmieren? Liebe, Angst, Schabernack, soziales Miteinander, Einsamkeit, Lust, Schöpferkraft, Freude, Individualität? Oder anders: Wie heißt die Formel für „menschlich“? Diesen Algorithmus kennt die Maschine nicht. Wir auch nicht. Aber wir haben ihn im Programm. Er ist Teil unserer „Software Mensch“. DAS ist unser Vorsprung, uneinholbar. Den werden wir nicht einbüßen, wenn wir achtgeben und ihn bewusst und miteinander pflegen.

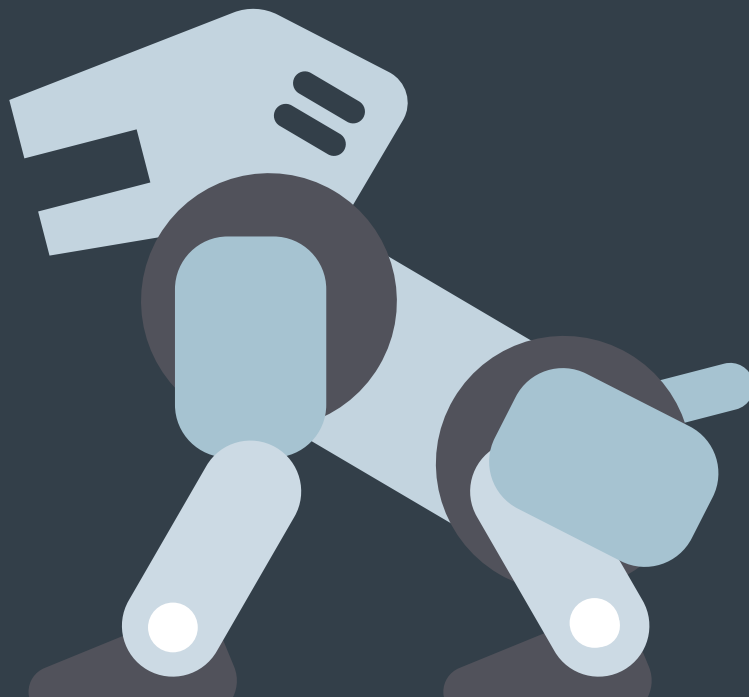
Noch gewinnt der Mensch

Frau Hitori ist übrigens gerade ein bisschen weggeschlummert, ihre geliebte Yuki im Arm. Zum Glück hatte sie vorher noch das rote Alarmsignal ihres Hausroboters bemerkt, als er die Werte des abendlichen Gesundheitschecks in die Cloud der Bevölkerungskontrollbehörde hochladen wollte ... Sie hat ihm einfach den Stecker von der Hauptplatine gezogen.

Text: Klaus Altevogt

„Was wir ...
anstreben, ist
ein **Roboter** mit
Persönlichkeit,
der auf eigenen
Willen hin zum
Glück einer Familie
beitragen kann.“

SoftBank-Chef Masayoshi Son





Bilder © KUKA Roboter GmbH

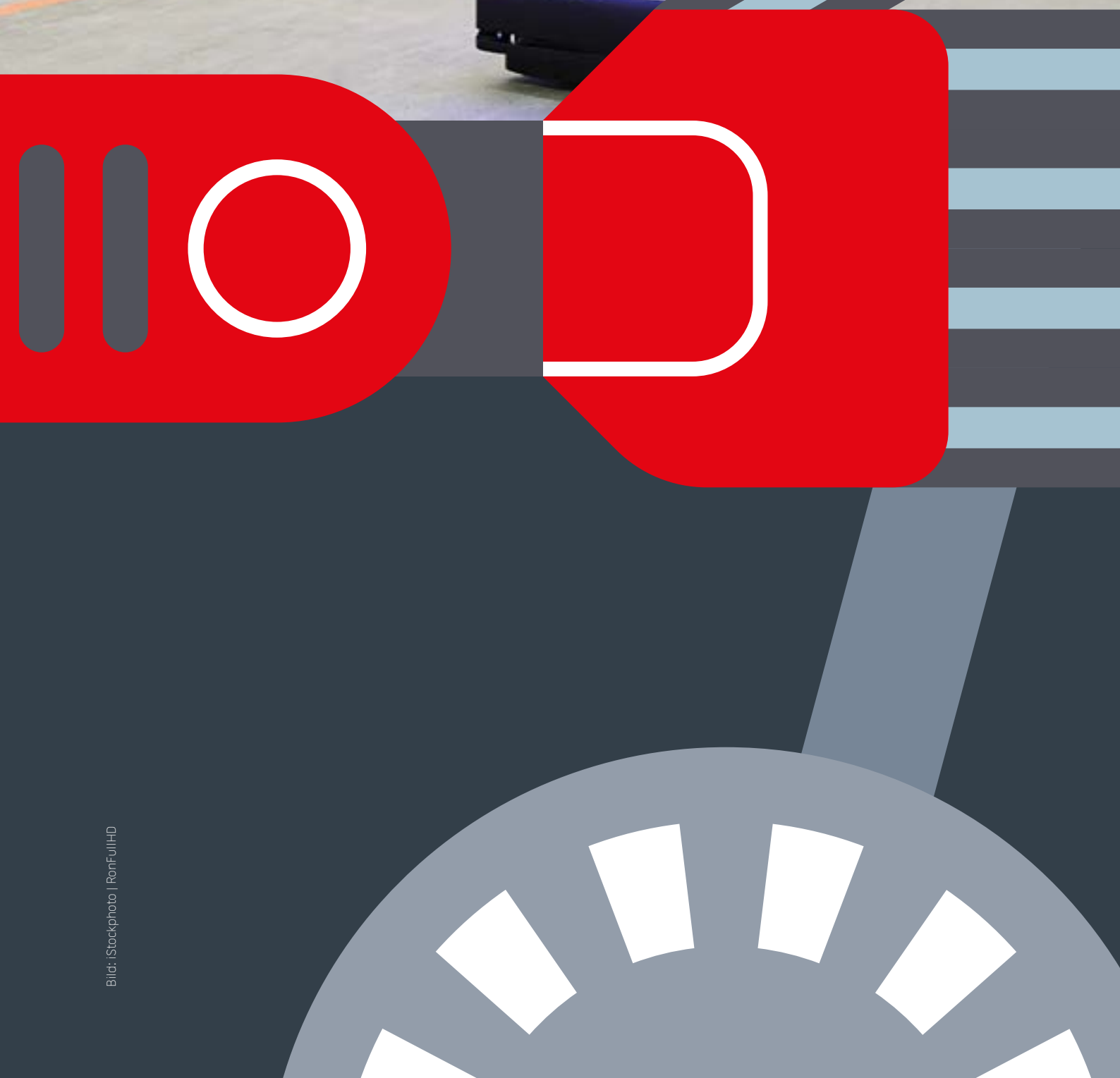


Bild: iStockphoto | RonFullHD



Nachgehakt bei Dominik Bösl,
Innovationsmanager bei Kuka

Technologie für das Gute einsetzen

Herr Bösl, wovon träumt der Entwickler?

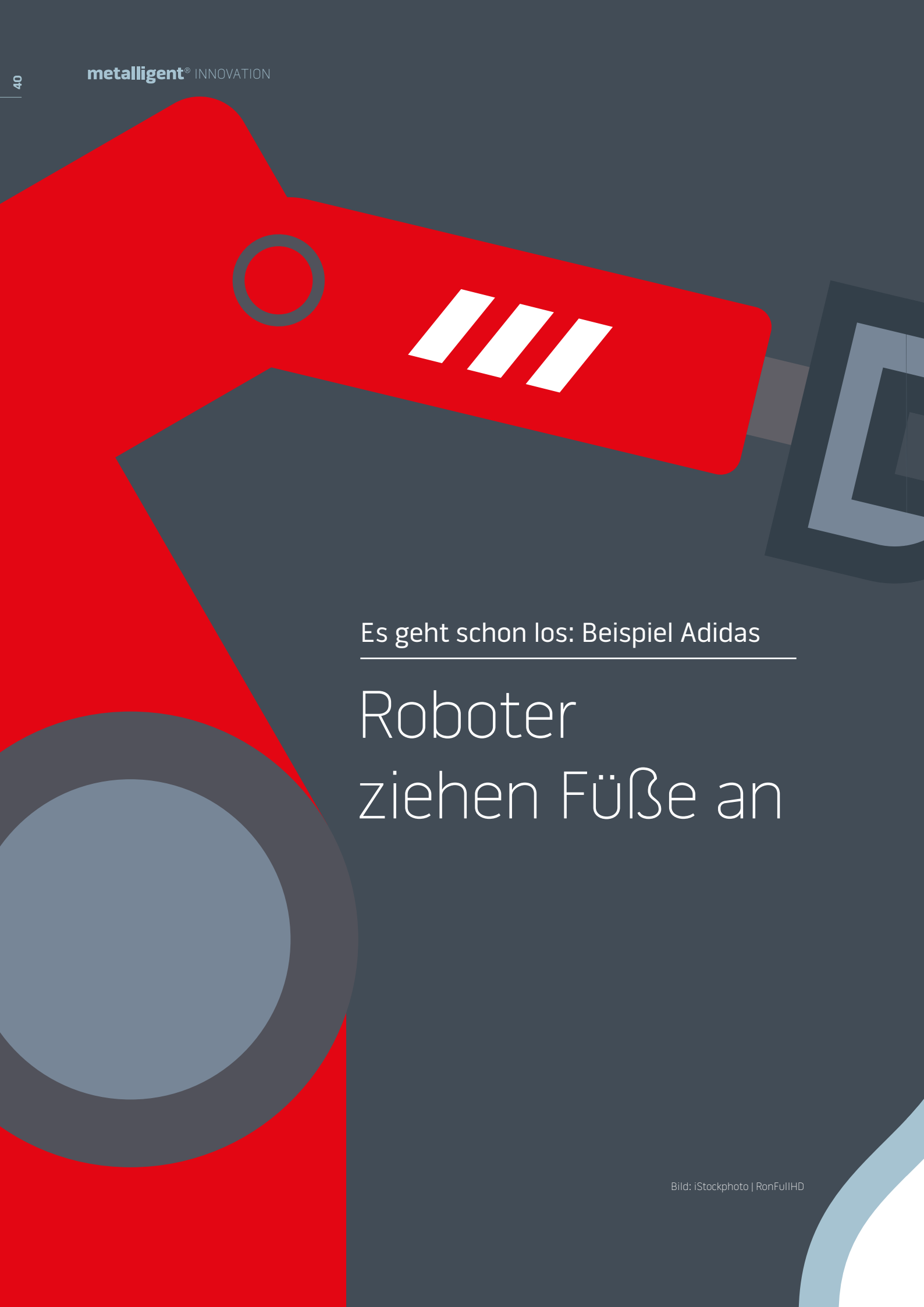
Wir sehen vier Revolutionen in der Automatisierungstechnologie. Nach der Phase der möglichst effizienten Automatisierung von Arbeitsabläufen arbeiten wir heute an der sensitiven und sicheren Robotik. Der sensitive Roboter kann fühlen und damit neue komplexe Aufgaben ausführen. Und durch die höhere Sicherheit kann man direkt mit dem System interagieren. Die dritte Stufe wäre, die Systeme mobil zu machen. Aus Sicherheitsgründen kommt der Roboter zum Werkstück und nicht wie bislang das Werkstück zum Roboter. In der 4. Revolution tritt die künstliche Intelligenz auf den Plan: Sie müssen dem System nicht einprogrammieren: „Mach genau X an der Stelle Y“, sondern ich sage dem Roboter: „Hey, ich habe hier ein Problem, bitte kleb mal die Teile zusammen“ oder „Rosi, räum mal die Spülmaschine aus“.

Aber in der Jeep-Fabrik in Toledo (Ohio) transportieren und montieren doch Kuka-Roboter schon autonom ganze Karosserien.

Ja, aber erstens führen sie auch nur Programme aus, und zweitens gibt es von solchen Beispielen erst ganz wenige. Sie spielen am Markt noch keine große Rolle.

Teilen Sie die Skepsis gegenüber der KI?

Tabuisierung und Angstmachen sind gefährlich. Wir müssen zu einer faktenbasierten Diskussion kommen. Es gibt ethisch-moralische Fragen: Was können wir, was wollen wir, was dürfen wir? Es gibt soziokulturelle, sozioökonomische, soziopolitische Fragen. Ich sehe, dass weltweit in der Wirtschaft, bei fast allen namhaften Wissenschaftlern, in der Politik und in der öffentlichen Meinung der Maximalkonsens besteht, dass wir die Technologie für das Gute einsetzen wollen, nachhaltig und sinnvoll. Wir haben vielleicht 80, 90, 100 Jahre Zeit, ehe es bedrohlich werden könnte. Diese Zeit müssen wir nutzen.



Es geht schon los: Beispiel Adidas

Roboter ziehen Füße an



Bild: © Adidas

Produktindividualisierung lässt deutsche Markenfetischisten und Unternehmer strahlen, während asiatische Näherinnen um ihre Jobs zittern. Erobern sich die Industrieländer ihre Produktion mit Robotern und Automatisierung zurück? Die publicityträchtige Speedfactory von Adidas scheint diese Entwicklung vorwegzunehmen. Wer ist in der Produktion von morgen der Gewinner?

Sportschuhe und Kaffeemaschinen haben etwas gemeinsam: Sie sind Statussymbole unserer Zeit. Hedonisten mit günstig produzierten und teuer verkauften Sneakern an den Füßen zelebrieren ihren Soja-Latte. Und auch der Durchschnittskonsument schämt sich bereits für seine Filtertüte. Jetzt aber reicht teuer nicht mehr – individuell muss es sein. So will sich der Kunde ein Stück vom Glück zurückholen, das im gewohnheitsmäßigen Konsumrausch verloren ging. Die knallharte Forderung an führende Hersteller wie Adidas oder Bosch Siemens Hausgeräte: ein individualisiertes Konsumangebot.

Auch Michael Roth, Experte für Produktentwicklung an der Technischen Universität München, sieht einen Grund für den Individualisierungswunsch im wachsenden Wohlstand der westlichen Staaten. „Entsprechend der Maslowschen Bedürfnispyramide sind in diesen Gesellschaften die Grundbedarfe gedeckt, sodass die Individuen nach dem Befriedigen höherer Bedürfnisse wie Individualität und Selbstverwirklichung streben.“

Der solvente Kunde ist pappsatt vom angebotenen Konsum-Einheitsbrei, er braucht neue Delikatessen auf den Gütermärkten. Eine Herausforderung für die Markenhersteller: Sie müssen plötzlich um Kunden kämpfen. Ein Zauberwort heißt dabei „Kundenzufriedenheit“, die mit der Befriedigung individueller Bedürfnisse gesteigert werden kann. Was bedeutet das für die Unternehmen? „Aus Perspektive der Produktentwicklung ist die damit verknüpfte Herausforderung das Erfassen und Umsetzen jedes individuellen Kundenbedürfnisses“, erklärt Roth.

Das ist in Massenmärkten zuweilen schwierig. In bestehenden Konzepten, etwa bei der Konfiguration von Automobilen, „können individuelle Kundenwünsche nur in einem vordefinierten Rahmen und damit nur annähernd befriedigt werden. Deshalb ist für uns die Produktindividualisierung die logische Konsequenz.“ Der Wissenschaftler arbeitet am Forschungsprojekt InnoCyFer mit, das Entwicklungs- und Produktionslösungen für den individualisierten Konsum vorantreibt. Pilotprojekt: eine individualisierte Kaffeemaschine.

...

Adidas rennt voraus

Ein Turnschuh, der zu mir und meinem Fuß passt? Breite Form und biergoldene Farbe kämen hin. Sicherlich kein Produktionsproblem für Global Player Adidas, der in der „Speedfactory“ im mittelfränkischen Ansbach bereits individualisierte Sportschuhe im Prototypenstatus herstellt – und damit auch erstmals wieder Produktion nach Deutschland zurückholt. Mit diesen Schuhen will der Sportgigant künftig den heimischen und angrenzenden Markt versorgen. Innerhalb weniger Tage, später vielleicht sogar nur Stunden oder gleich direkt am „Point of Sale“, spricht: an der Kasse, entsteht der persönliche Traumschuh. Der Kunde bestimmt Design und Wunschfarbe, der Schuh ist abgestimmt auf Körper und Leistungsfähigkeit des Sportlers. In eine ähnliche Richtung, nur mit anderem Produktionsverfahren, geht bei Adidas die Entwicklung der 3-D-gedruckten Laufschuhzwischensohle „Futurecraft“. Sie ist individuell auf das Laufverhalten des Einzelnen abgestimmt.

Additiv statt subtraktiv

Eines von 300 Adidas-Schuhpaaren soll in näherer Zukunft aus einer Speedfactory kommen. In Ansbach wird sie von Oechsler betrieben, einem Spezialisten für Kunststoffverarbeitung. Die Produktionsmittel lieferte Manz aus Reutlingen. Manz' Trumpf ist das additive Fertigungsverfahren „Patch Placement“. „Es ermöglicht die flexible Herstellung von Leichtbauteilen aus verschiedenen Rollenmaterialien, zum Beispiel für Komponenten und Produkte für die Textil-, Sport-, Freizeit- und Automobilindustrie“, erklärt Axel Bartmann von Manz. „So lassen sich kundenindividuelle Designs für Schuhkomponenten vollautomatisch in Produktionsdaten überführen, um diese anschließend lokal fertigen zu können.“

Herkömmliche subtraktive Produktionsverfahren wie Fräsen, Bohren und Drehen tragen zur Gestaltung Material ab. Ein additives Verfahren wie Patch Placement erzeugt Geometrien durch das Zusammenfügen von Werkstoffen. Eine ressourcenschonende und kosteneffiziente Produktion durch minimalen Materialeinsatz ist möglich. Vorstandsvorsitzender Dieter Manz fühlt sich in der Pionierrolle: „Die durchgehende Digitalisierung des Prozesses vom Design bis zur Fertigung des Endprodukts ist ein Paradebeispiel für eine erfolgreiche Implementierung von Industrie 4.0 in Produktionslösungen.“

Kein einseitiges Rennen

Wer hätte gedacht, dass die Hersteller dabei auf geringe Personalkosten setzen können? Denn klar ist: Produktionsverlagerungen in Industrieländer werden keinen direkten Jobboom auslösen. Sie sichern Arbeitsplätze in der Zulieferindustrie und in den Verwaltungen durch starke Marktauftritte, sprich gesunde Bilanzen. Jedoch zeigt der Trend der individualisierten Produktion, wie Unternehmen Märkte aktiv gestalten können: über den Tellerrand hinausdenken, mit dem Kunden gehen und Innovationskraft leben. Das wird zulasten der bisherigen Produktionsstätten gehen. In der Gesamtbetrachtung dürfte aber die Devise „ruhig Blut“ gelten, bei Beteiligten in Deutschland wie Asien. Die individualisierten Turnschuhe werden zunächst ein feiner, lukrativer Nischenmarkt in der westlichen Welt sein. Die asiatischen Näherinnen dürfen weiterhin die Massenware fertigen – und freuen sich vermutlich über jedes passende Paar Schuhe an ihren Füßen.

In den nächsten Jahren
sollen eine halbe Million
Paar Laufschuhe in
Deutschland produziert
werden.



Turnschuhe können in Zukunft
vom Kunden selbst gestaltet
werden.

Über den Tellerrand
hinausdenken, mit dem
Kunden gehen und
Innovationskraft leben!

Aufgemöbelt

IM SCHAUKELEN SCHAUT DIE WELT GANZ ANDERS AUS

Katharina Karras, junge Produktdesignerin und Gewinnerin des Pink Dot Design Award 2016, ist überzeugt, „dass bereits ein einzelnes Möbelstück, ob klein oder groß, den ganzen Raum prägen, den Raumeindruck verändern und damit auch entscheiden kann, wie man sich in diesem fühlt“. Sogar die Position im Raum habe starken Einfluss auf das Wohlbefinden, meint die 28-Jährige.



Katharina Karras

Bild: Samir Suker



Sie ist quirlig. Sie ist jung. Sie gibt mit ihrem Design Gegenständen des Alltags eine neue Sinnhaftigkeit: Katharina Karras hat nach ihrem Bachelor-Studium an der Kunsthochschule Burg Giebichenstein in Halle mit nur 28 Jahren bereits eine eigene Marke entwickelt. Sie nennt sie „Wemakeit“ – und sie ist bereits dafür ausgezeichnet worden. Ihre „Wendetiere“ erhielten den renommierten Pink Dot Design Award 2016.

Berta und Franz, die Kuh und das Schwein, sind ihre „Kinder“. Tierfiguren, die Katharina Karras dreidimensional gebaut hat. Nicht in Lila und nicht aus Schokolade, nicht in Rosa und nicht aus Plastik, sondern aus (schadstoffgeprüftem) Filz, Fell und Leder. Mit einem ganz besonderen Innenleben. Es zeigt, wo Rippen, Lende, Bug bei den Tieren sind – und wie selbige als Nahrung für den Menschen verarbeitet werden können: zu Gulasch, Schnitzel oder Braten. „Mein Anliegen ist es, mit meinen Arbeiten eine aufmerksame Wahrnehmung unserer Umwelt und die Kommunikation zwischen Objekten und Nutzern zu fördern“, sagt die Produktdesignerin, die nach einer Babypause derzeit ihr Master-Studium „Art Education“ an der Hochschule der Künste in Bern absolviert.



Bild: captns & partner

SCHAUKELSTUHL QUERGEMACHT

So soll auch der von ihr entworfene Schaukelstuhl die Wahrnehmung ändern. Er bewegt sich nicht von vorne nach hinten, sondern von links nach rechts und pendelt. Ein Experiment. Denn: „Bei meinen Recherchen bin ich auf keinen einzigen Stuhl gestoßen, der seitwärts schaukelt.“ Der Prototyp des Möbelstücks, das seinem Nutzer bei allen Balanceakten stets Bodenhaftung sichert, entstand in der Lehrwerkstatt der Arnold AG.

Ein Objekt, das Katharina Karras noch immer beschäftigt. Dabei wollte sie zunächst gar keinen Schaukelstuhl konstruieren. „Ich bin nicht vom Stuhl, sondern vom Sitzen ausgegangen.“ Und von einem „Grundsatz der Simplizität“, wie sie es nennt. So waren die beiden gerundeten und vernieteten Metallbänder ihres Ursprungsobjekts noch „zweckfrei“, gingen einzig von der perfekten Rundung des Kreises aus, waren nicht angewandt oder für einen bestimmten Alltagsgebrauch bestimmt. „In diesem Objekt habe ich das Modell des Schaukelstuhls entdeckt.“

Katharina Karras hat Menschen beim Sitzen beobachtet, verfolgt, wie sie kippeln oder auch mal einen Fuß unter den Po schieben, um es bequem zu haben. Sich wiegen, pendeln, wippen. „Die natürliche Bewegung des Menschen entspricht einer sanften Vorwärtsbewegung“, hat die Produktdesignerin erkannt. Eine Beobachtung, die sie in Gesprächen mit dem Wahrnehmungspsychologen Professor Rainer Schönhammer bestätigt fand. Was sie aber nicht davon abhielt, einen Schaukelstuhl zu kreieren, der sich dem gewohnten Körpergefühl entgegenstemmt.

...

PRINZIP VOLLKOMMENHEIT

„Gerade dieses Phänomen – wie nehme ich ein Seitwärtsschaukeln wahr – hat mich interessiert und neugierig gemacht, das auszuprobieren.“ Formen und Proportionen für ihren Schaukelstuhl hat die Schweizerin nach Tests und Berechnungen der Schwerkraft mithilfe ihres Bruders, der Physiker ist, so angepasst, „dass sie der Bewegung und Funktion des Seitwärtsschaukelns folgen und der Stuhl wie das Ursprungsobjekt dem Prinzip der Vollkommenheit und zugleich der Einfachheit unterliegt. In sich ein Ganzes bildet. So viel wie und nicht mehr als nötig.“

Nach den Vorgaben der Designerin, anhand ihrer Skizzen und eines Modells aus Draht hat Maximilian Corell, Metallbauer im dritten Ausbildungsjahr, den Stuhl unter Anleitung seines Ausbilders Matthias Roepke hergestellt. „Drei Wochen“, sagt der 22-Jährige, „hat das schon gedauert.“ Zwei Stahlrohre mussten zunächst auf eine identische Länge von mehr als zwei Metern zugeschnitten, dann mit Sand gefüllt und verschlossen werden, damit sie beim Biegen in der Rundwalze ihre Form behalten. Schließlich mussten sie mit den Rundbögen an der Seite verschweißt werden. Das „Experiment“ der ungewöhnlichen Seitwärtsbewegung erfordert noch einen gewissen Halt. Zwei Stahlstreben verhindern das Umkippen des Schaukelstuhls.

NEUGIERIG AUF SEITWÄRTIGES

Maximilian Corell hat das Sitzen auf dem Möbel als „aufregend“ empfunden. Auch wenn er dabei als Sitzfläche einen „Stellvertreter aus Holz“ getestet hat. Denn noch hat die Schweizerin nicht entschieden, welches Material sie für die Sitzfläche verwenden will. Sie experimentiert mit Stoffen, mit Bast, auch mit Fahrradschläuchen. „Was wem wann gefällt, hängt vom Individuum ab.“ Wobei es durchaus Erkenntnisse und Konstanten gibt, was Menschen im Allgemeinen guttut. Wie Textilien, die weich und kühlend sind, möglichst hautnah. Sie vermitteln Menschen ein Wohlgefühl.

Schaukelstühle galten bislang eher als Möbel für ältere Menschen. Katharina Karras schmunzelt: „Bei meinem Stuhl ist das Schaukeln ein Spiel für Erwachsene. Es eignet sich zum Beispiel für den Wartesaal in öffentlichen Einrichtungen – als Pendant zur Spielecke für Kinder.“ Wippen, Pendeln, Schaukeln – mit einer ungewöhnlichen Idee will die Designerin die Wahrnehmung der Menschen bewusster und sie zugleich zufriedener machen. „Ich bin überzeugt, Bewusstsein, Erkenntnis und bewusstes Tun im Alltag machen Menschen glücklicher.“

Text: Corinna Willführ

Bild: Dennis Treu



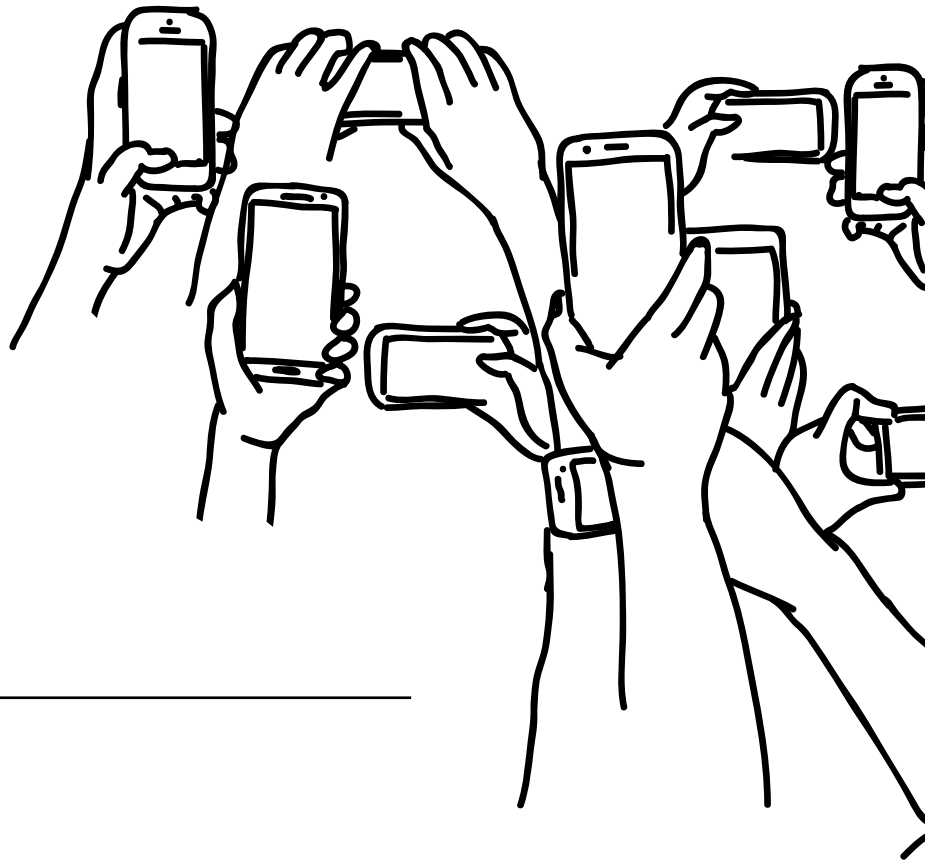
Bild: Katharina Karras



„ICH BIN ÜBERZEUGT, BEWUSSTSEIN,
ERKENNTNIS UND BEWUSSTES TUN IM ALLTAG
MACHEN MENSCHEN GLÜCKLICHER.“

Katharina Karras





Macht uns „Online“ fertig?

Pling!

Neue Nachricht!

Essen mit Handy und Gabel. Vater muss zwischen Salat und Spaghetti noch schnell eine Mail beantworten, während der Tochter die Tränen in den Pudding kullern. Ihr Freund hat gerade per WhatsApp Schluss gemacht. Laut WDR 5 greift der Deutsche alle acht bis zehn Minuten zum Handy, bis zu 85 Mal am Tag.

Natürlich profitieren wir alle von den Möglichkeiten der modernen IT- und Kommunikationstechnologie. Jederzeit und fast überall sind wir erreichbar, jederzeit und von fast überall können wir Texte, Dokumente und Bilder um die ganze Welt schicken. Fantastisch.

Aber: Die Grenzen zwischen Arbeitszeit und Freizeit, zwischen realer und virtueller Welt verwischen.

Ständige Erreichbarkeit

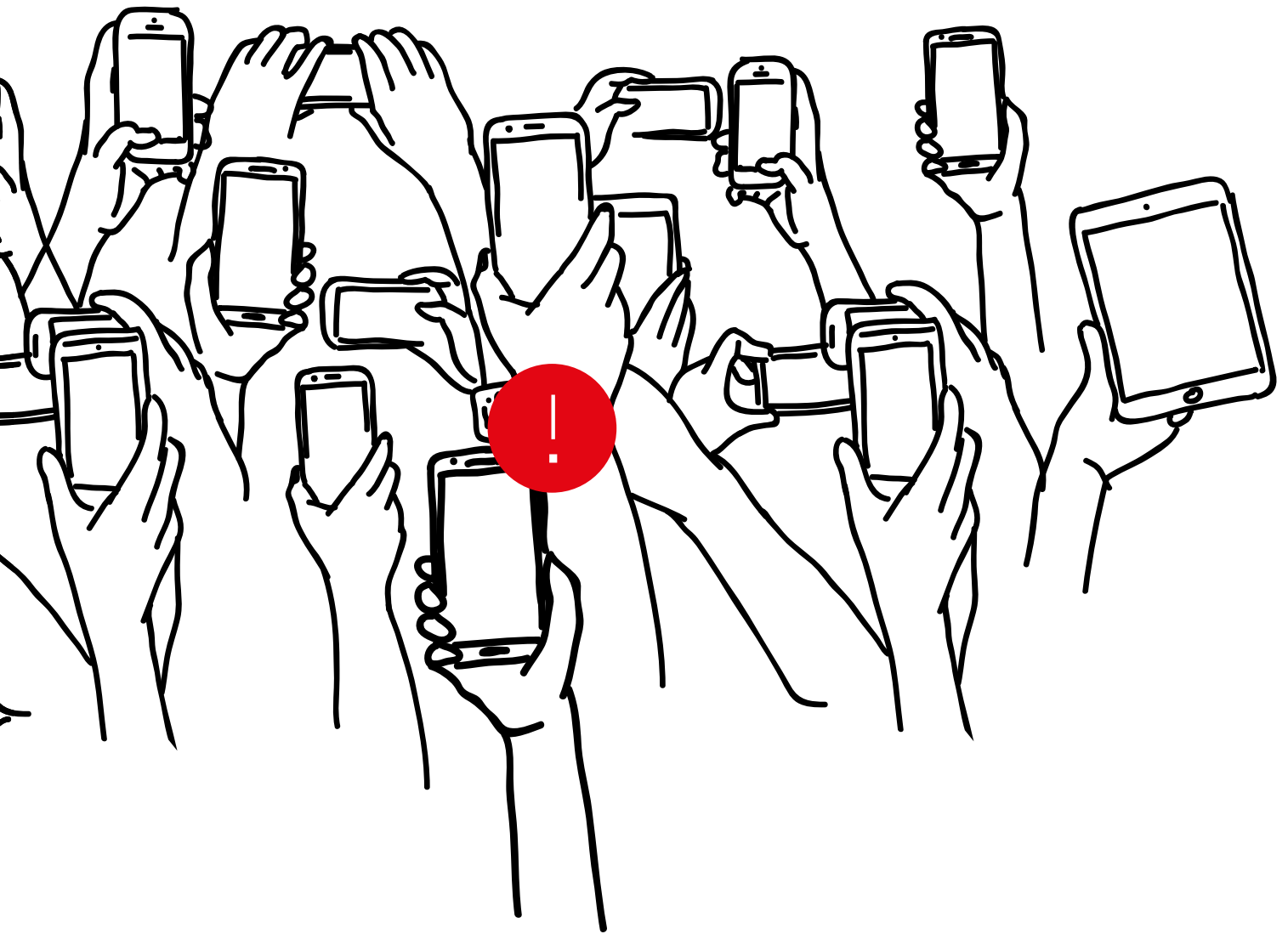
77 Prozent aller berufstätigen Handynutzer geben an, auch nach Feierabend erreichbar zu sein. Besagt zumindest eine Studie des Bundesverbandes Informationswirtschaft, Telekommunikation und Neue Medien. Prima für die Firma, prima für den Mitarbeiter, weil er zu Hause oder unterwegs Sachen

erledigen kann, die im Büro liegen geblieben sind. Es gibt jedoch ein Problem, das zunehmend die Arbeitsmedizin beschäftigt. Dr. Nina Pauls, Psychologin im „Master“-Projekt der Uni Freiburg, bringt es auf den Punkt: „In der freien Zeit findet keine ausreichende Erholung statt. Wer ständig erreichbar ist, kann nicht wirklich abschalten. Mit der Zeit sinkt die Leistungsfähigkeit, die Zahl der Krankmeldungen wegen Schlafstörungen, Burn-outs und Depressionen steigt rapide.“

Erste Firmen wie Daimler oder BMW schalten mittlerweile übers Wochenende den E-Mail-Server ab. Auch gibt es Handys mit zwei SIM-Karten, eine fürs Private, eine für den Job. Die beruflichen Partner müssen gemeinsam Regelungen finden.

Je mehr, desto weniger

„Bleibt, wenn man 80 Mails pro Tag verschickt oder beantwortet, dazu Kurznachrichten und Telefonate erledigt, noch ausreichend Zeit zum Nachdenken?“, fragt Sherry Turkle, Soziologin am Massachusetts Institute of Technology (MIT) in der „brand eins“ (04/2011). Wird der digitale Austausch oberflächlicher und unverbindlicher, weil wir uns an „Zack, zack“



Die **Grenzen** zwischen Arbeitszeit, Freizeit, realer und virtueller Welt **verwischen.**

und maximal 140 Zeichen pro Tweet gewöhnt haben? Wenn es um entscheidende Inhalte geht, eher nicht. Aber es gibt Untersuchungen, die zeigen: Flott statt gründlich, gut genug statt gut, downloaden statt forschen, anonym statt persönlich, Empfangen/Senden statt Gespräch sind weitere Folgen der Informationsflut, die uns täglich überspült. Noch problematischer ist dieses:

Kein reales Leben im Virtuellen

Kein Netz, kein WLAN? Panik! Wenn wir endlich online sind, erscheint sofort auf dem Bildschirm, was uns zu unserem Glück noch fehlt: 70 Prozent Rabatt! Nur heute! Wir halten etwas für wahr, weil's bei Wi-

kipedia steht. Wir unterschreiben im Sessel Online-proteste, statt vor die Tür zu gehen und anzupacken. Statt mit Freunden treiben wir uns in der virtuellen Community (der vereinsamten Individuen?) rum. Statt gemeinsam für die Beziehung zu kämpfen, drückt man auf den Sendeknopf. Pling, neue Nachricht: „Sorry, das war's, mach's gut.“

Nicht so toll, oder? Wollen wir mal bei einem langen Spaziergang (ohne Handy) drüber nachdenken?

Text: Klaus Altevogt

Kommt es besonders auf die Optik an – beispielsweise bei einem Kunstwerk mit spezieller Oberfläche –, ist ein strengerer Maßstab anzulegen.



Bild: Dennis Treu

Alles, was Recht ist

Ewig jung: Streitthema „Optische Mängel“

„Das höchste Glück ist das, welches unsere Mängel verbessert und unsere Fehler ausgleicht“, sinnierte der große Johann Wolfgang von Goethe. Doch wann ist ein Mangel ein echter Mangel – und wird finanziell relevant? Hierüber gehen in Bau und Architektur die Meinungen seit jeher auseinander. Es gibt jedoch Urteile, die Orientierung geben.

Die Rechtsfrage: Wann hat ein Werk einen Mangel?

Sowohl nach BGB als auch nach VOB/B muss ein Werk mangelfrei sein. Das ist grundsätzlich der Fall, wenn es die vereinbarte Beschaffenheit hat und den anerkannten Regeln der Technik entspricht.

Funktionaler und optischer Mangel

Zur möglichen Kategorisierung von Mängeln könnte man diese danach beurteilen, ob sie eine funktionale Beeinträchtigung des Werkes mit sich bringen oder (lediglich) optisch störend sind. Auch optische Mängel sind Mängel im Rechtssinne, also grundsätzlich kein Manko zweiter Klasse. Sie können die gleichen Ansprüche des Auftraggebers nach sich ziehen wie das Vorliegen von funktionalen Mängeln. Das bedeutet, der Auftraggeber kann Nachbesserung, Schadensersatz und/oder die Minderung des Werklohns verlangen.

Mangelbewertung

Die Feststellung und Bewertung optischer Mängel ist problematisch. Zu dem Streit darüber, ob überhaupt ein optischer Mangel vorliegt, gesellt sich die spätere Auseinandersetzung, welches Gewicht ein solcher Mangel hat und wie dieser zu bewerten ist. Als Faustregel mag gelten, dass immer dann, wenn es besonders auf die Optik ankommt – beispielsweise bei einem Kunstwerk mit spezieller Oberfläche oder einem Counter im Empfangsbereich eines Hotels –, ein strengerer Maßstab anzulegen ist als bei unschönen Rissen im Keller eines Einfamilienhauses.

Der korrekte Abstand

In diesem Zusammenhang bestehen regelmäßig unterschiedliche Auffassungen zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer über den Abstand, den ein Betrachter bei der Beurteilung optischer Mängel zu wählen hat. Während Auftraggeber gerne mit der Lupe herangehen, hält der Handwerker meist gebührenden Abstand und „kann dann nichts erkennen“.

Ebenheitsabweichungen nach DIN 18202:2005-10

Stichmaße als Grenzwert in mm bei
Messpunktabständen in m

Bezug	< 0,1 m	< 1 m	< 4 m	< 10 m	< 15 m*
Nicht flächenfertige Oberseiten von Decken, Unterbeton und Unterböden	10 mm	15 mm	20 mm	25 mm	30 mm
Nicht flächenfertige Oberseiten von Decken, Unterbeton und Unterböden mit erhöhten Anforderungen, z. B. zur Aufnahme von schwimmenden Estrichen, Industrieböden, Fliesen- und Plattenbelägen, Verbundestrichen					
Fertige Oberflächen für untergeordnete Zwecke, z. B. in Lagerräumen, Kellern	5 mm	8 mm	12 mm	15 mm	20 mm
Flächenfertige Böden, z. B. Estriche als Nutzestriche, Estriche zur Aufnahme von Bodenbelägen					
Bodenbeläge, Fliesenbeläge, gespachtelte und geklebte Beläge	2 mm	4 mm	10 mm	12 mm	15 mm
Flächenfertige Böden mit erhöhten Anforderungen, z. B. mit selbstverlaufenden Spachtelmassen	1 mm	3 mm	9 mm	12 mm	15 mm
Nicht flächenfertige Wände und Unterseiten von Rohdecken	5 mm	10 mm	15 mm	25 mm	30 mm
Flächenfertige Wände und Unterseiten von Decken, z. B. geputzte Wände, Wandbekleidungen, untergehängte Decken	3 mm	5 mm	10 mm	20 mm	25 mm
Flächenfertige Wände und Unterseiten von Decken, z. B. geputzte Wände, Wandbekleidungen, untergehängte Decken mit erhöhten Anforderungen	2 mm	3 mm	8 mm	15 mm	20 mm

* Die Grenzwerte für Ebenheitsabweichungen bis 15 m gelten auch für Messpunktabstände über 15 m

Dr. Ingo Lange,
Fachanwalt für
Bau- und Archi-
tektenrecht sowie
Vorstandsmitglied
des IfBF Institut für
Baurecht Freiburg
im Breisgau



Bild: Lange-Brunner



Modifizierte Vergabeverordnung 2016

Die Reform des Vergaberechts greift seit April 2016: Damit wird unter anderem dem fortschreitenden europäischen Binnenmarkt und der Vereinheitlichung von EU-Verfahren Tribut gezollt. Die neue VOB/A (Abschnitt 1,2,3) sowie Änderungen an der VOB/B traten am 18. April 2016 in Kraft. Die neuen Verordnungen finden Sie im Bundesanzeiger vom 19.01.2016, www.bundesanzeiger.de.

Die Entscheidung

Das OLG Schleswig hatte zu entscheiden, wie optische Mängel bei einem Metallzaun als Grundstückseinzäunung zu bewerten waren: Gerügt wurden „erhebliche Unregelmäßigkeiten, das heißt, Unebenheiten“ des Zaunes. Der Auftraggeber machte einen Einbehalt in Höhe von rund 9.000 Euro geltend (bei einem Auftragswert von 15.000 Euro). Bei weiterem Abstand waren die Unebenheiten nicht zu erkennen, weshalb sich der Auftragnehmer gerichtlich dagegen wehrte. Das Gericht entschied, dass derartige Mängel aus einem „betrachtungsüblichen“ Abstand zu beurteilen sind, wobei bei Außenbauteilen ein Abstand von fünf Metern geboten sei (OLG Schleswig, Urteil vom 12.06.2009 – 17 U 15/09; BGH, Beschluss vom 24.06.2010 – VII ZR 124/09 (Nichtzulassungsbeschwerde zurückgewiesen; BauR 2010, 1640; IBR 2010,561).

Selbst ist der Metallbauer

Insofern kam der Auftraggeber mit seiner Mängelrüge nicht durch. Bei den berühmten „Streiflicht“-Fällen hilft dem Metallbauer im Übrigen die Kenntnis der für ihn gültigen DIN-Normen (hier DIN 18360) weiter: In Abschnitt 3.1.1.2 DIN 18360 ist beispielsweise geregelt, dass „bei Streiflicht sichtbar werdende Unebenheiten in den Oberflächen zulässig sind, wenn die Grenzwerte nach DIN 18202 nicht überschritten werden“. Dann bedarf es zur Lösung solcher Fragen noch nicht einmal mehr der Hilfe eines Rechtsanwaltes!

Text: Ingo Woelk



Markentour der Arnoldianer

KOPFÜBER INS ABENTEUER

Was bringt Menschen dazu, ihre Ängste zu überwinden und extreme Herausforderungen zu meistern? Eiserner Wille? Gruppenzwang? Purer Leichtsinn oder Urvertrauen? Beim House-Running geht es kopfüber eine 100 Meter hohe Hauswand hinunter: pures Adrenalin und harte Selbstüberwindung. Da entwickelt jeder seine ganz eigene Strategie. Stephanie Werner, metalligent®-Redakteurin, ging zum Selbsttest aufs Dach.



„Es gibt zwei Arten von Höhenangst – eine davon kann man sich abtrainieren“, erklärte mir kürzlich Peter Bärsch. Er ist Produktionsleiter der Arnold-Tochter Nordlicht und weiß genau, wovon er redet. Leuchtreklamen werden üblicherweise in ziemlich schwindelerregenden Höhen montiert – da muss er rauf. Auch wenn ich wohl der heilbaren Gruppe angehöre, kann ich mir beim besten Willen nicht vorstellen, an Seile gegurtet eine Hochhausfassade hinunterzulaufen. Bei meinen 27 Kolleginnen und Kollegen, die Anfang Juli im Leonardo Royal Hotel Frankfurt das House-Running als erste Station der „Markenerlebnistour“ erwartet, sind von „Wann geht’s endlich los?“ bis „Mich kriegt niemand auf dieses Dach!“ alle Emotionen vertreten.

Kurze Zeit später werde ich mit der ersten Sechsergruppe in der Hotellobby in meinen Klettergurt geschnürt. „War schön mit euch!“, ist wohl einer der beliebtesten Sprüche an diesem Morgen. Schon das Erklimmen der letzten Stufen auf dem Hoteldach fordert mich. „Hier unten seht ihr den Südfriedhof. Ihr könnt euch schon mal ein Plätzchen aussuchen“, witzelt einer der beiden Mitarbeiter der Jochen-Schweizer-Eventagentur. Ich lasse meinen Blick panisch die 100 Meter nach unten fliegen. „Sind das da unten Einschlaglöcher im Asphalt?“, frotzelt ein Kollege. Unser Chef Uwe Arnold lehnt sich als Erster todesmutig über die Dachkante. Klarer Fall von Vorbildfunktion. Wenn nicht er, wer dann? Er zögert nicht allzu lange, traut sich einfach. Vorangehen muss er ja schließlich täglich im Geschäft auch.

Mir ist schlecht, ich lasse meinen Blick über die Skyline schweifen. Michael Grimm kann sonst eigentlich nichts erschüttern. Jetzt steht er an der Kante, hadert schwer mit sich und will mehrmals abbrechen. Wir feuern ihn an, der Guide redet ihm gut zu. Irgendwann lässt er sich doch nach vorne fallen und folgt seinem Chef nach unten. Ganz locker kippt Frank Lohmann als Dritter im Bunde über die Kante – sieht aus, als würde er nie etwas anderes tun. Marco Recknagel müssen sie sogar noch mal zurückholen, nachdem er sich endlich überwunden hat. Das Seil lag nicht richtig in der Spule – die Angst wächst.

„Überwindung brauchte ich keine, mich hat der Teamgeist der Gruppe motiviert.“

Carsten Hoffmann, Projektleiter

„Ich habe meine Konzentration ganz auf meinen Atem gelegt und ihn durch den Körper fließen lassen. Das hat tatsächlich geholfen.“

Blanca Landau, IT-Mitarbeiterin

„Ich hatte den festen Glauben an die Technik und die Leute, die das durchführen.“

Michael Grimm, Leiter Technologie & Ausbildung

„DU KANNST
DAS, REINE
KOPFSACHE!“

Stephanie Werner, Personalreferentin

100 Meter sind von oben ziemlich hoch – Blick über die Dachkante des Leonardo Royal Hotel Frankfurt. Diese Perspektive weckte in so manchem Teilnehmer des House-Runnings Zweifel.

Gleich geht's runter – danach haben sie befreiter gelacht.



Jetzt stehen nur noch drei Damen hier oben. Isabell Issing redet pausenlos. Kein Wunder – Marketing und Presse eben. Aber als sie schon im Gurt auf dem Gerüst steht, lässt sie sich immer wieder versichern, dass nichts passieren kann. Lange zögert sie, aber schließlich überwindet sie sich. Dann ein lautes Schimpfen: „Ich hasse euch!“ Kurz darauf schallt ein etwas weiter entferntes „Ich liebe euch!“ herauf. Die letzte Kollegin will nicht mal vor bis zur Kante. Ich spreche ihr Mut zu, meine aber wohl eher mich selbst. Sie wagt sich sogar bis zum Geländer vor, bricht dann aber endgültig ab. Ich frage mich, was mutiger ist: zu laufen oder dazu zu stehen, dass man sich nicht getraut hat? Meinen Respekt hat sie jedenfalls!

Ich werde es ewig bereuen, wenn ich jetzt kneife. Ich stehe direkt an der Brüstung, vor mir der Abgrund. Ich lehne mich ganz leicht nach vorne, traue mich aber nicht, mich ganz ins Seil fallen zu lassen. „Du kannst das, reine Kopfsache!“, sage ich mir selbst immer wieder. Ich kreuze auf Anweisung die Arme vor meiner Brust und atme konzentriert ein und aus. Plötzlich stellt sich eine tiefe innere Ruhe ein. Ich nehme nichts mehr um mich herum wahr, lasse mich nach vorne fallen und setze die Füße zentimeterweise voreinander. Ich laufe! Meine Schritte werden immer größer. Nur kurze Zeit später zählt der Guide unten die verbleibenden Meter: „9 – 8 – 7 – ...“



Als ich wieder auf dem Boden stehe, kann ich nicht mehr aufhören zu grinsen. Eine wahre Endorphinwelle überrollt mich. Hier unten ist es völlig egal, wie lange wir oben standen und mit welchen Tricks wir unsere Angst überwunden haben – den Stolz auf den eigenen Mut kann uns niemand mehr nehmen, und er wird die kleinen Abenteuer des Alltags künftig in einem neuen Licht erscheinen lassen.

Text: Stephanie Werner

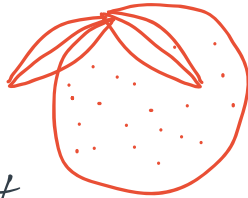
MIT DER MARKE AUF TOUR

Der Startschuss war im vergangenen Dezember gefallen. Die Arnold AG hatte sich runderneuert, beim „Markenevent“ lernten die Mitarbeiter ihr Unternehmen völlig neu kennen – und erfuhren, was es heißt, „metallig“, also metallisch intelligent, zu sein. Im Juli trafen sich 28 Arnoldianer, nämlich die Mitglieder des Marken-Projektteams und die Gewinner eines Mitarbeiter-Gewinnspiels, als neue „Markenbotschafter“ zur Markenerlebnistour. Nach einem gemeinsamen Frühstück ging's zunächst 100 Meter in die Tiefe. Selbstüberwindung war angesagt. Entspannter lief es bei der anschließenden Oldtimer-Rallye von der Frankfurter „Klassikstadt“ zum Keltenfürsten nach Glauburg in der Wetterau. Der Abend klang mit einem Oldtimer-Abendessen in der „Werkskantine“ der Klassikstadt gemeinsam aus.

Kurz notiert

Andere Länder, andere Sitten

Früchte mit Symbolgehalt



Der Tisch ist gedeckt. An jedem Platz für die Mitglieder der chinesischen Delegation eine Orange. Die Zitrusfrucht aus dem Süden gilt Menschen aus Fernost als Symbol des Glücks. Aprikosen zum Nachtisch könnten das Menü noch krönen – als Abschluss einer „fruchtbaren“ Verhandlung. Birnen indes sind zwiespältige Botschafter: So stehen sie in China zum einen für ein langes Leben, zum anderen als Zeichen der Trennung. Wären da noch die Blumen: je weniger, desto besser. Denn in China sind Dekorationen mit Blüten der Erinnerung an die Toten vorbehalten. Und wenn es ein Geschenk zu überreichen gilt: So klein es auch immer sei, es sollte eingepackt werden. Gerne in rotem Papier. Wobei die Grüße niemals in roter Schrift verfasst werden sollten.

Vom Unglück und Glück der Zahl ...



Aller guten Dinge sind drei. Zumindest im Märchen, wenn man der Fee die richtigen Wünsche mitteilt. Auch wenn es nur wenigen Menschen gelingt, wie das „Tapfere Schneiderlein“ gleich „Sieben auf einen Streich“ zu treffen, ist die „Sieben“ in vielen Kulturen eine Glückszahl. Nicht so die 13. Die Reihe 13 im Flugzeug, das Deck 13 auf dem Kreuzfahrtschiff, die Zimmernummer 13 im Hotel – Fehlanzeige. Der Gründe gibt es viele, warum just diese Zahl mit „Unglück“ assoziiert wird: in der christlichen Religion, weil Judas, der 13. Jünger, Jesus verraten hat, in der jüdischen Kabbala, in der es „13 böse Geister“ gibt, in China, wo der 13. Monat den Titel „Herr der Bedrängnis“ trägt. Alles Aberglaube? Die Eröffnung der Olympischen Spiele in Peking fand am 8.8.2008 um 8 Uhr statt. In China gilt die Acht als Glückszahl, wird sie doch in Kantonesisch „Fa“ ausgesprochen, was im Hochchinesischen der Aussprache für „Reich werden“ gleichkommt.



Texte: Corinna Willführ



Ein Obolus zur rechten Zeit

Über Trinkgeld redet man nicht. Man gibt es. Und zwar den Menschen, die einem mit ihrem freundlichen Service ein Lächeln ins Gesicht zaubern. Dem Taxifahrer, dem Zimmermädchen, dem Kellner. Mitnichten ist diese freundliche Geste aber allerorten gern gesehen. Als da wären: die französischen Flugbegleiter, denen ein „Pourboire“ anzunehmen strikt verboten ist. Auch in Japan und Südkorea ist ein Obolus für eine Bedienung fehl am Platz. Gilt dort doch ein perfekter Service als selbstverständlich, im Preis inklusive. Während hierzulande das Trinkgeld nie so gering ausfallen sollte, dass es die Bedienung zu dem Kommentar verleitet: „Das behalten Sie besser. Es könnten ja auch für Sie schlechtere Zeiten kommen.“

*Ich wünsche Ihnen das Glück,
das Sie sich wünschen.
Bleiben Sie uns gewogen.*

Ihr Uwe Arnold



Die nächste Ausgabe erscheint im

FRÜHJAHR 2017

KONTAKT:

Was ist für Sie Glück? Wir wollen's wissen. Schreiben Sie uns, faxen Sie oder rufen Sie an. Natürlich freuen wir uns über jedes Feedback zum Magazin.

E-Mail: redaktion@arnold.de

Telefon: +49 (6172) 765 – 4030 | Fax: +49 (6172) 765 – 84030

Brief: Arnold AG, z. Hd. Isabell Issing, Industriestraße 6–10, 61381 Friedrichsdorf



ARNOLD