

RAHMENWELT – das Magazin für Bildeinrahmung – ist eine Beilage der GLASWELT. RAHMENWELT bietet dem Glaser und Einrahmer praktisch verwertbares Wissen über Gründung, Aufbau und Einrichtung einer Einrahmer-Werkstatt, Technik und Kunst der Bildeinrahmung sowie Marketing im Kunsthandel. Weitere Themenbereiche sind u. a. der deutsche und internationale Markt für Bild und Rahmen, Fach- und Kunstmessen im In- und Ausland, aktuelle Marktchancen und Geschäftsideen etc. Informationen über Bezugsquellen für Bild und Rahmen, Bilderrahmenleisten, Materialien, Maschinen und Zubehör der Bildeinrahmung runden das breite Themenspektrum ab.

Verlags- und Redaktionsanschrift:  
Alfons W. Gentner Verlag GmbH & Co. KG  
Forststraße 131, 70193 Stuttgart  
Postfach 10 17 42, 70015 Stuttgart  
Telefon (07 11) 63 67 20  
Telefax (07 11) 6 36 72-11  
E-Mail: [glaswelt@glaswelt.de](mailto:glaswelt@glaswelt.de)  
Internet: [www.glaswelt-net.de/rahmenwelt](http://www.glaswelt-net.de/rahmenwelt)

Herausgeber:  
Erwin Fidelis Reisch

Redaktion:  
Dr. Horst Weidmann (verantwortlich)  
Chattenpfad 34  
65232 Taunusstein  
Telefon (0 61 28) 97 29 31  
Telefax (0 61 28) 97 29 32  
E-Mail: [rahmenwelt@glaswelt.de](mailto:rahmenwelt@glaswelt.de)

Layout und Produktion:  
Sabine Hoffmann-Fratzke

Anzeigen:  
Leitung: Walter Karl Eder  
Telefon (07 11) 6 36 72-36

Anzeigenverkauf:  
Bettina Tabor  
Telefon (07 11) 6 36 72-53

Satz:  
Gentner Verlag Stuttgart

Druck:  
VEBU Druck GmbH,  
88427 Bad Schussenried

Erscheinungsweise: halbjährlich

Einzelbezugspreis:  
In- und Ausland: 5,20 DM  
zzgl. 2,30 DM Versandkosten  
(im Inland ist die derzeit gültige MwSt. enthalten)

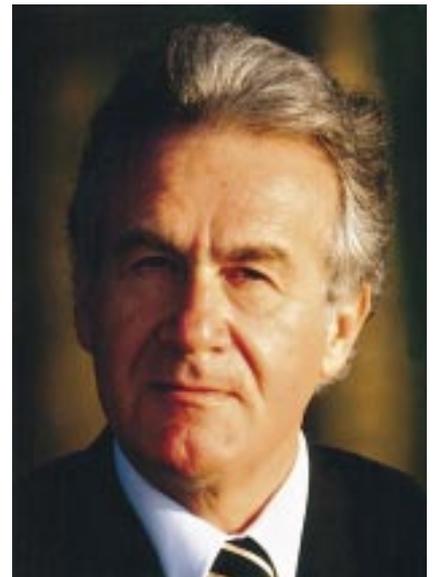
Geschäftsbedingungen:  
Sollte die Zeitschrift aus Gründen, die nicht vom Verlag zu vertreten sind, nicht geliefert werden können, besteht kein Anspruch auf Nachlieferung oder Erstattung vorausbezahlter Bezugsgelder. Gerichtsstand für Vollkaufleute ist Stuttgart, für alle übrigen gilt dieser Gerichtsstand, sofern Ansprüche im Wege des Mahnverfahrens geltend gemacht werden. Mit Namen oder Signum des Verfassers gekennzeichnete Artikel sind nicht unbedingt die Meinung der Redaktion. Unverlangte Manuskripte werden nur zurückgesandt, wenn Rückporto beigefügt ist. Mit der Annahme von Originalbeiträgen zur Veröffentlichung erwirbt der Verlag das ausschließliche urheberrechtliche Nutzungsrecht. Der Verlag setzt voraus, daß der Autor Inhaber der Urheber- und Verwertungsrechte hinsichtlich sämtlicher Bestandteile der Einsendung ist, auch bezüglich miteingesandter Abbildungen, Tabellen usw. Die Zeitschrift und allein ihr enthaltene Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlages strafbar.

# Profis haben es leichter

„Wer kämpft, kann verlieren, wer nicht kämpft, hat schon verloren“. Max Schmeling, von dem diese Äußerung stammt, meinte damit zwar den sportlichen Wettkampf, doch ebenso gut läßt sie sich auf viele andere Lebensbereiche beziehen, zum Beispiel auf den Wettbewerb in Berufen und auf Märkten. Für jeden Unternehmer ist der Kampf um Marktanteile, Aufträge, Umsätze und das daraus resultierende Einkommen etwas ganz Selbstverständliches. Das Wichtigste dabei ist der Mut, denn Erfolg ist auch hier nicht garantiert.

Der Markt für Bild und Rahmen ist, das läßt sich nicht leugnen, während der letzten zehn Jahre deutlich schwächer geworden, wie etliche andere Märkte auch. Damit hat sich die Lage der Einrahmer und Kunsthändler zwar verschlechtert, sie ist aber keineswegs hoffnungslos und noch immer voller Chancen für den, der sie erkennt und zu nutzen versteht. Viele Fachbetriebe in unserer Branche sind auch heute überdurchschnittlich erfolgreich. Woher kommt das?

Sucht man nach einer Erklärung dafür, so findet man fast immer, daß erfolgreiche Einrahmer ihr Handwerk beherrschen und ihre Kunden durch die Qualität ihrer Arbeit überzeugen, aber auch durch erstklassige Beratung, freundliche Bedienung und durch die Art, wie sie sich mit ihrer Werkstatt und ihrem Geschäft präsentieren. Wer mit Betrieben der Branche in Kontakt kommt, weiß, daß hier noch vieles im argen liegt und daher zu verbessern ist. „Wie ich mich nach außen darstelle, so werde ich auch angenommen. Das Wichtigste ist, dem Kunden das Gefühl zu geben, in einem Fachbetrieb zu sein und hier optimal beraten zu werden“, das sagte mir neulich ein gestandener Einrahmer, dem es an Aufträgen nicht mangelt, obwohl es am Ort seiner Tätigkeit zwei Großmärkte gibt, die ebenfalls Bilder und Bildeinrahmung anbieten. Der „kleine“ Einrahmer ist gut beraten, wenn er sich vom Angebot der Großvermarkter im Sektor Bild und Rahmen abhebt, und das kann er nicht über den Preis, sondern allein durch herausragende Leistungen, mit denen er alte Kunden an sich bindet und neue auf sich aufmerksam macht.



*Horst Weidmann*

Horst Weidmann