

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
 Internet: www.glaswelt-net.de/rahmenwelt

Herausgeber:
 Erwin Fidelis Reisch

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

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

Anzeigenverkauf:
 Elke Reichert
 Telefon (07 11) 6 36 72-29

Satz:
 Gentner Verlag Stuttgart

Druck:
 VEBU Druck GmbH,
 88427 Bad Schussenried

Erscheinungsweise: halbjährlich

Bezugspreise/Abonnementspreise:
 Inland: jährlich 16,00 DM zzgl. Versandkosten 4,00 DM (inkl. der jeweils gültigen MwSt.). EU-Länder-Empfänger mit UST-ID-Nr. und sonstiges Ausland: jährlich 16,00 DM zzgl. Versandkosten 6,00 DM; ohne UST-ID-Nr.: jährlich 16,00 DM zzgl. Versandkosten 6,00 DM zzgl. MwSt. (Export- oder Importland). Einzelheft 10,50 DM zzgl. Versandkosten.

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 miteingescandeter 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.

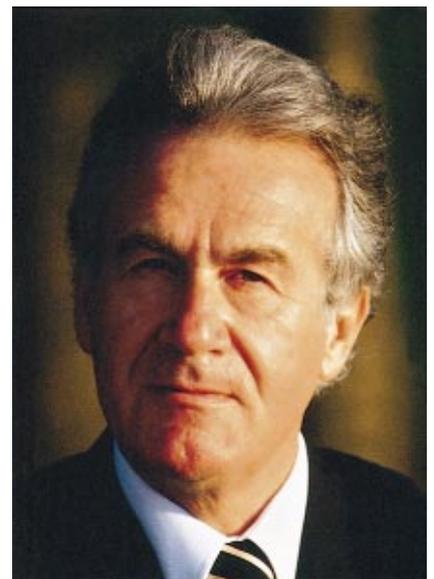
Wo Interesse ist, kann auch Nachfrage entstehen

Die Nachfrage nach Rahmen entsteht nicht direkt, sondern in der Regel auf dem Umweg über die nach Bildern. Je mehr Bilder verkauft werden, desto mehr haben auch die Rahmenmacher und die Einrahmer zu tun. Jegliche Nachfrage beruht auf Interesse an dem nachgefragten Gut. Wo Interesse nicht schon vorhanden ist, kann es geweckt werden.

Ohnehin ist das Interesse der Menschen an Bildern hierzulande keineswegs gering. Immerhin mindestens fünfzehn Prozent der Erwachsenen in Deutschland interessieren sich für Malerei und bildende Kunst. Jeder siebente erwachsene Bürger gehört bei uns zum Publikum von Kunstmuseen und Kunstausstellungen. Dies geht hervor aus einer Repräsentativbefragung, durchgeführt von der ARD/ ZDF-Medienkommission. Die darauf aufbauende Studie „Kultur und Medien“ berücksichtigt auch den Kulturbereich „Malerei und bildende Kunst“.

Die vielen Millionen Menschen, von denen hier die Rede ist, sind für die Branche der Galeristen, der Kunsthändler und der Einrahmer eine interessante Zielgruppe, aus der es bestimmt neue Kunden zu gewinnen gibt. Das Publikum von Kunstmuseen und Kunstausstellungen ist deutlich jünger als die erwachsene Bevölkerung in der Bundesrepublik. Rund 76 Prozent gehören den Altersgruppen 14 bis 49 Jahre an. Am stärksten überrepräsentiert ist die Gruppe der 14- bis 19-jährigen. Drei von vier Personen unter den Museums- und Ausstellungsbesuchern haben mindestens die mittlere Reife. Vom Berufsstatus her überwiegen die Gruppen der Erwerbstätigen einerseits und die der Schüler und Studenten andererseits.

Etwa 40 Prozent der Menschen der hier beschriebenen Zielgruppe interessieren sich nicht nur für Malerei, für bildende Kunst überhaupt, sondern auch für Belletristik, Theater, Musiktheater, Konzerte mit klassischer Musik und Film. Die Ergebnisse der erwähnten Studie weisen außerdem darauf hin, dass ein erheblicher Teil des kunstinteressierten Publikums bevorzugt dem Ästhetisch-Schönen zugetan ist. Bei der Wahl von Bildern lassen sich deshalb interessanterweise mehr als 70 Prozent von „Freude an schönen Motiven“ leiten. Statements wie „Landschaftsbilder liebe ich besonders“, „Ein schönes Blumenmotiv ist etwas, womit ich mich anfreunden kann“ oder „Kunst, die sich nicht mehr dem Schönen verpflichtet weiß, verliert ihren Sinn“ fanden bei der Repräsentativbefragung am häufigsten Zustimmung. Der Kunsthändler macht bestimmt keinen Fehler, wenn er diese Erkenntnisse bei der Auswahl der Bilder, die er seinen Kunden anbietet, berücksichtigt.



Horst Weidmann

Horst Weidmann