

Frischer Schwung bei Universal Prints

Neuer Stand in neuem Outfit

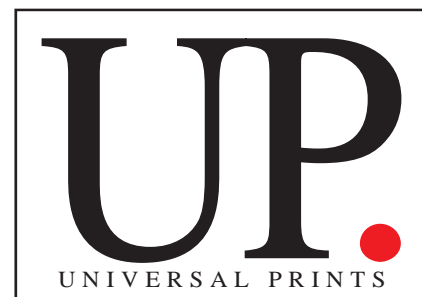
Sehr viel heller und offener ist der neue Stand des Hamburger Verlagshauses auf der „Tendance“ dieses Mal. Creme- und Pastelltöne dominieren hier. Der Besucher wird eingeladen zum „Lustwandeln“, animiert zu einem überraschenden Raumerlebnis.

Der Stand spiegelt das eifrige Schaffen der UP.edition wider. Ausgestellt werden mehr Neuigkeiten als je zuvor, darunter über 120 hochwertige dekorative Kunstdrucke. Die Motive stammen aus den Bereichen Kunst der Gegenwart und Interieur Design. Aber auch Blätter mit den Sujets Landschaft, Blumen und Cuisine werden zu sehen sein. Freuen darf sich der Besucher am UP-Stand (Halle 4.0, D79) auf neu verlegte Kunstwerke von Henri Matisse und Yves Klein.

Mit seiner Gründung im Jahre 1982 hat Universal Prints als Großhandel und Verlagshaus konsequent die erfolgreiche Geschäftsidee, die bereits 1977 mit der Hamburger Postergalerie eingeläutet wurde, fortgeführt. Dem ursprünglichen serviceorientierten Fachgeschäft für hochwertige Kunstdrucke, Reproduktionen und Bildeinrahmungen sollte damit ein Verlagshaus übergeordnet werden, das selbst mit attraktivem Programm als Großhändler das In- und Ausland beliefert.

Das Hauptinteresse galt zunächst dem Aufbau eines umfangreichen und attraktiven Gesamtprogramms, in Kooperation mit internationalen Verlagen und Museen. Seit dem letzten Jahr konzentriert sich Universal

Prints jetzt verstärkt auf den Ausbau seines Verlags, auf die Erweiterung des Programms selbst verlegter Motive aufgrund eigener Lizenzen. Zur Zeit umfaßt diese „UP.edition“ über 500 Titel und wird kontinuierlich erweitert. Berücksichtigt wird dabei eine große Bandbreite an Themen. Besonderes Profil gewann UP. jedoch stets im Bereich der Gegenwartskunst und des abstrakten Expressionismus. Herausragende Belege hierfür sind neben Drucken nach Arbeiten von Barnett Newmann, Robert Motherwell und Mark Rothko auch Reproduktionen originaler Kunstwerke von Georg Baselitz, Elvira Bach und Penck.



Spannende Entwicklungen zeichnen sich bei den aktuellsten Projekten ab. Neue Akzente auf dem Markt setzt vor allem die Reihe der UP.-Fachhandelseditionen. Es handelt sich dabei um streng limitierte Auflagen mit Zertifikat. Zu Bestsellern avancierten die Drucke des Spaniers Ramon Lombarte. Seine Arbeiten bestechen durch die realistisch figurative Malweise, durch einen Hauch Erotik und durch Sujets mit südländischem Ambiente. Besonders erfolgreich sind auch die Fachhandelseditionen von Sylvia Goebel. Die Blätter werden auf einen schweren Ausstattungskarton gedruckt. Die jeweils limitierte, signierte und



Der neue UP.-Katalog umfasst mehr als 4000 Motive

numerierte 495er Auflage ist, so das Verlagshaus, in kürzester Zeit vergriffen. Die vierte Goebel-Fachhandelsedition wird im Juli auf den Markt gebracht. Neben weiteren Neuheiten zählt sie zu den Glanzlichtern am Stand von UP. auf der „Tendence“.

Der neue UP.-Katalog „Pictures 2000“ erschien Anfang Mai mit einer Auflage von 30.000 Exemplaren, erstmals komplett in Hardcover-Ausführung. Das magazinartige Nachschlagewerk für Galeristen ist gleichzeitig ein Kunstband, in dem der Endverbraucher gerne blättert und auswählt. Abgebildet werden darin rund 4000 Motive. Die begleitenden Texte informieren über Künstler und Kunstrichtungen.

UP. hat langjährige Erfahrungen im Vertrieb hochwertiger Kunstdrucke. In Deutschland verfügt das Verlagshaus über einen flächendeckenden Außendienst. Zehn Außendienstmitarbeiter gewährleisten in Deutschland, Belgien und in den Niederlanden die Betreuung der UP.-Kunden aus den Bereichen Fachhandel, Möbel- und Bauhäuser, Großeinrahmer. Universal Prints arbeitet auch in Österreich, in der Schweiz, in Schweden, Dänemark und in Frankreich mit festen Vertriebspartnern zusammen.



Sylvia Goebel, „On the Blue Side“, UP.-Kunstdruck



Juliane Sommer, „Bunch of Tulips“, UP.-Kunstdruck

Universal Prints führt eine Reihe von Motiven in seinem Verlagsprogramm, die weit über die deutschen Grenzen hinaus international beachtet werden. Nach längerer Pause nimmt UP. seit diesem Jahr wieder regelmäßig an der Spring Fair in Birmingham teil, denn der Ausbau der Verlagsedition geht mit dem konsequenten Einstieg in das Exportgeschäft Hand in Hand.

Neue Ufer erreicht UP. auch im Bereich „Neue Medien“. Noch mehr Service bieten die Hamburger ihren Kunden seit Ende Juli mit der „b2b“-Lösung (business to business). Unter www.universal-prints.com können die Händler in Zukunft bequem und sicher über das Internet bestellen. Der Besteller kann dabei sofort die Verfügbarkeit der Artikel erkennen. Diese komfortable Händlerlösung funktioniert einfach mit Kundennummer und Pin-Code und ist in der Branche zur Zeit einmalig.

Universal Prints ist dabei, in verschiedenen Bereichen innovative Akzente zu setzen. Die Nutzung und das Angebot moderner e-commerce-Techniken stehen dabei weiter im Vordergrund. Die besondere Aufmerksamkeit gehört daneben neuen Märkten, die es besonders im Export zu erobern gilt.

Sabine Niemeyer |



Juliane Sommer, „Two Oranges Looking“, UP.-Kunstdruck