

Aktuelles aus der Branche

Kurz gefasst

Nicolette Naumann übernimmt neue Aufgabe

Seit 1. April 2000 leitet Nicolette Naumann den neu geschaffenen Bereich Innovationsmanagement der Messe Frankfurt GmbH. Die Hauptaufgabe des neuen Bereichs liegt in der Entwicklung und Analyse neuer Messethemen, die sich langfristig nicht nur zu neuen Messen, sondern auch zu neuen Kernkompetenzen der Messe Frankfurt entwickeln. Damit verfügt die Messe Frankfurt über eine Abteilung, die es an anderen Messeplätzen in dieser Form nicht gibt. Ihre künftigen Schwerpunkte sieht die 42jährige Diplom-Soziologin in der systematischen Suche, einer eingehenden Prüfung und der



Nicolette Naumann, Bereichsleiterin des neuen Bereichs Innovationsmanagement bei Messe Frankfurt

Entwicklung von Messen. „Dabei richtet sich unser Focus nicht nur auf Messen. Wir werden auch kleinere Fachmessen, Publikumsveranstaltungen und Events entwickeln.“

„Ambiente“ und „Tendence“ unter neue Bereichsleitung

Stephan Kurzawski ist neuer Bereichsleiter für den Geschäftsbereich Konsumgütermessen der Messe Frankfurt. Zuständig ist er seit 1. März 2000 nicht nur für „Premiere“, „Am-

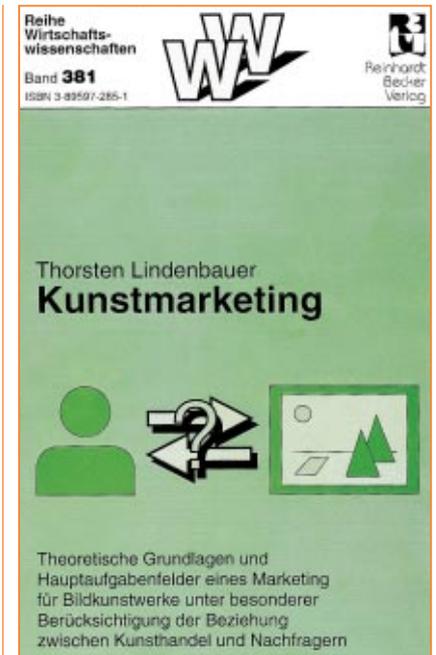
Stephan Kurzawski, neuer Bereichsleiter Konsumgütermessen der Messe Frankfurt



biente“ und „Tendence“, sondern auch für die Kunstmesse Art Frankfurt sowie die Konsumgütermessen im Ausland. Kurzawski ist Nachfolger von Gerhard Gladitsch, der im Sommer 1999 in die Geschäftsführung der Messe Frankfurt berufen wurde.

Kunst besser vermarkten

Publikationen zum Thema Kunstmarketing sind äußerst rar. Thorsten Lindenbauer entwickelt in seinem sehr verdienstvollen Buch einen neuen Ansatz für Kunstmarketing, der die Besonderheiten von Kunst berücksichtigt und speziell Galerien und Kunsthandlungen ein theoretisches Fundament bietet und darüber hinaus praktische Handlungsempfehlungen für die Vermittlung und den Verkauf von Bildkunstwerken. Der Autor spricht in seinem Buch nicht



Titelblatt des Buches „Kunstmarketing“ von Thorsten Lindenbauer

nur über elitäre Kunst, sondern auch über das Angebot von und die Nachfrage nach Bildkunstwerken als Dekorationsobjekte. „Kunstmarketing. Theoretische Grundlagen und Hauptaufgabenfelder eines Marketing für Bildkunstwerke unter besonderer Berücksichtigung der Beziehung zwischen Kunsthandel und Nachfragern“ von Thorsten Lindenbauer ist 1996 im Reinhardt Becker Verlag, Velten, als Band 381 der Reihe Wirtschaftswissenschaften, ISBN 3-89597-285-1 erschienen.

Die neue Deutsche Liste auch auf Diskette

Die Deutsche Liste, seit Jahren herausgebracht von Frank Wasser und von ihm immer wieder dem neuesten Stand der Preisentwicklung in der Branche angepasst, setzt sich als

vortreffliches Hilfsmittel für die Kalkulation des Einrahmers immer mehr durch. Kürzlich erschien die neueste Auflage, die Deutsche Liste 2000, einmal als Tabellenwerk (Preis 100,- DM inkl. MWSt.) wie seither und darüber hinaus auch als Diskette in zwei Versionen (Preis 115,- bzw. 149,- DM inkl. MWSt.) für den Personal Computer. Wer Tabelle und Disketten zusammen erwirbt, zahlt den Vorzugspreis von 199,- DM. Einfacher als mit der Diskette per Computer geht das Kalkulieren nicht. Blitzschnell ermitteln damit sogar angelegene Hilfskräfte den richtigen Preis. Jedes beliebige Format kann berechnet werden. Es macht wirklich Freude, mit dieser Software umzugehen. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter der Adresse www.deutscheliste.de.

Dokumentation einer Sammlung alter Rahmen

Wer sich für alte Rahmen interessiert, besonders für solche italienischer Herkunft, hat seine Freude an drei Katalogen, die Roberto Lodi, auf antike Stücke spezialisierter Rahmenhändler in Modena/Italien, herausgegeben hat. Erschienen sind bis heute insgesamt drei broschiierte Bände im Format 30 x 21 cm. Jeder enthält 45 erstklassige ganzseitige Abbildungen von Rahmen in Farbe. Dazu gibt es Profilzeichnungen und kurze Erläuterungen, allerdings in Italienisch. Die Bilder sprechen jedoch für sich. Die Kataloge tragen den Titel: „La Collezione di Cornici“ (Die Rahmensammlung). Zu beziehen sind die Kataloge direkt beim Herausgeber: Gallerie Roberto Lodi, Cornici Antiche, Via Fonte d'Abisso, 23, 41100 Modena.

Neuheiten bei Nielsen

„BevelAccents“ ist der Name eines neuen Produkts von Nielsen. Es handelt sich um einen 5 mm breiten, seitlich abgeschrägten Längsstreifen. Die Oberfläche ist kaschiert, pas-



Titelblatt Roberto Lodi "La Collezione di Cornici"

send zur Oberfläche von Passpartouts. Der Streifen wird unter die Sichtkante des Passepartout-Fensters montiert. Dadurch entsteht eine besonders tiefe Schrägkante im Ausschnitt. Bilder wirken dadurch noch besser. Nielsen startet das neue Programm mit 18 Referenzen, die auf eine größtmögliche Kombinierbarkeit abgestimmt sind. Angeboten hierzu werden auch Verkaufshilfen.

Neu im Programm von Nielsen sind auch Kartons der erfolgreichen Serie „MSK natur“, die jetzt auch in Museumsqualität hergestellt werden. Angeboten werden diese Kartons ab August in 6 Farben (Creme, Rot, Grün, Blau, Grau und Schwarz) und in zwei Stärken (1,3 mm und 2,6 mm).

Bei dem Wechselrahmen „Woodstock“ hat Nielsen das Sortiment der Profile A und C um sechs Farben erweitert: Gold, Silber, Kiefer, Buchenatur, Kirsch und Nussbaum. Die Serie umfaßt 146 Ausführungen.