Kommentar zur Lage – eine Klarstellung zur Diskussion! RC-Modellbauer: Elitär, Global Player oder Normalverbraucher?

RC-F-Chef Rudolf Gulich

Diese Frage stellt sich mir neuerdings wieder, seit ich davon erfahren habe, dass eine Modellflugzeitschrift nun schon zum zweiten Mal den Verlag wechselt.

Wenn ein Fachmagazin rund vierzig Jahre ausreichende Werbe- und Verkaufseinnahmen erwirtschaften kann und dies nun in kurzen Abständen beim alten und neuen Verlag wohl nicht mehr geht, muss doch in dieser Branche irgendwie der Wurm drin sein? Weil ich gleichzeitig von einem weiteren Verlag mit einer etwa gleich alten Fachzeitschrift ein Werbeschreiben für dieses Heft erhielt, habe ich

www.facebook.com/ modellbauzeitung

auf unserer Facebookseite (www. facebook.com/modellbauzeitung) ein paar Fragen gestellt. Hier der Text im Ausschnitt:

Modellbauverlage stellen sich neu auf! In der Modellbaulandschaft rumort es. Weil die Geschäfte immer schwieriger werden, werden auch die Möglichkeiten der entsprechenden Verlagsbranche immer schwieriger.

Die Verlage suchen nach Auswegen. Mancher Verlagsleiter sieht die Zukunft nur noch in digitalen Produkten, andere verändern ihr gedrucktes Heft ständig bei Optik und Inhalt und in dem Glauben, dass die so sehnlich gesuchte junge Kundschaft überhaupt noch liest, und auch tatsächlich den Weg einschlägt, den man vorgibt.

Hat man viele "fette" Jahre die Protzmodellbauer hofiert und immer mehr nach amerikanischem Vorbild große Werbesprüche rausgehauen und es als "Global Player" krachen lassen und gebasht und schlechte Videos produziert, so sieht man nun mit großen Augen, dass die Gesellschaft sich verändert hat. Und niemand weiß, wie man sie denn nun vom Smartphone und Tablet zurückholt.

Auf der Jagd nach Kunden werden jetzt Modellflugtage ausgerufen, alles entdeckt plötzlich die Kinder und Jugendlichen (wieder?) und es gibt Wer-beaktionen, bei denen sogar vom Mitbewerber erwartet wird, dass er Werbung für den anderen Verlag betreibt und dessen Pressemeldungen abKenntnis genommen habe. Entsetzen nicht, weil es jetzt angeblich bei W&M mit der FlugModell weitergehen soll, sondern, weil ich das Geschäftsgebaren von W&M kenne. Der Aviator ist seit 2018 als Printausgabe nur noch für

Abonnenten in geringer Auflage erhältlich, am Kiosk jedoch nicht mehr. Zudem hat das Niveau beim Aviator in letzter Zeit ständig nachgelassen, so dass ich keinen Sinn mehr darin sehe, diese Zeitschrift weiterhin zu bezie-

Weitere Kommentare:

"...Dass in der "Verlags-landschaft Modellbau" etwas im Gange war, hatten wir hier auch schon seit ei-

niger Zeit bemerkt, allerdings ist diese aktuelle Meldung, von der wir als Kunden und Abonnenten auch betroffen sind, jetzt schon erschreckend. Andererseits aber wieder auch nicht, wenn man den Verfall der Modellbaubranche, speziell der Verlagsprodukte und dann im Einzelnen zum Beispiel des Magazins "Modell" betrachtet. So ist es im Verlagswesen meist ein schlechtes Zeichen, wenn ein Printprodukt öfters die Druckerei wechselt. Modell wurde zuletzt in Ungarn gedruckt! Die Lithoherstellung erfolgte in Österreich. Beides sicher aus Kostengründen. Besonders auffällig war bei der aktuellen Ausgabe die schlechte Qualität des Pa-

"Nun bleibt also abzuwarten, wie lange W&M die beiden parallel laufen lassen wird, denn tatsächlich ist ja der Aviator nicht besonders stark...

"Wie es dann, man kann vermuten maximal nach einem Jahr (wegen der "alten" Aboverträge) weitergeht, wird sich zeigen. Weil ja "Modell" einen alten Stamm hat und auch im Fachhandel und am Kiosk vielleicht etwas besser steht, kann es schon sein, dass sie den "Aviator" einschlafen lassen. Vielleicht wird aber eines von beiden Heften dann nur noch digital?" Einige Reaktionen auf diesen Face-

bookeintrag waren - wie immer wenn man die Wahrheit laut sagt - doch erstaunlich, weil es ja gewiss nichts Neues bedeutet, wenn man die Lage der Modellbaulandschaft deutlich macht, Genau diese Situation nenne spielte und zuwenig für Normalverbraucher, Familien und Kinder getan

Weil sich der RC-Modellbau damals (also in den 80er Jahren) in einem gro-ßen Aufschwung befand, breitete sich

der schiere Größenwahn aus und viele Beteiligte sahen sich schon als Weltkonzern unterwegs. Natürlich zog das auch manchen fachfremden Laien an und so hatten auch die Verlage manchen freien Mitarbeiter als Autor, der zwar wenig Fachwissen aber dafür manche Schnapsidee einbrachte

Als gelernter Journalist habe ich damals

schon diese scheinbare "Pressearbeit" bei Verlagen und Herstellerfirmen bemängelt und bessere Medien und Firmenpressestellen gefordert. Dies führte bei den alt eingesessenen Verlagen trotz der guten Anzeigensituation (die ich heute die "fetten" Jahre nenne) zu zum Teil recht unfairen Methoden gegen unsere RC-F, von denen heute niemand mehr etwas wissen möchte. Weil bald darauf weitere Verlagsgründungen auf der Modellbaulandschaft auftauchten und bei Teilen davon großsprecherische, amerikanische Werbesprüche an der Tagesordnung waren, wuchs der Konkurrenzneid und führte zu unlauteren Methoden. Getürkte Auflagen- und Verkaufszahlen sowie angebliche weltweite Verbreitung wurden vielfach ebenso eingesetzt, wie Stil und Aufmachung immer angeberischer

Angeberei und Profitgier

Wer diesen Weg nicht mitmachte und sich eher bescheiden, seriös, also ganz normal verhielt, wurde nicht mehr ernst genommen und als altmodisch oder hinterwäldlerisch belächelt. Fast schon selbstverständlich dabei, dass Kinder- und Jugendarbeit nicht mehr erforderlich schien und der Nachwuchs ebenfalls auf den Großkotz- und Angeberweg geschickt wur-

Ich habe als Chefredakteur bei RC-F schon damals vor den daraus entstehenden gesellschaftlichen Veränderungen gewarnt und auf eine so programmierte falsche Zukunft hingewiegesellschaftlichen Ebenen aus. So muss es niemanden mehr wundern. dass jeder Ramsch über Influencer angepriesen und eben auch gekauft wird,

Niemand denkt dabei an Nachhaltigkeit, Umweltschutz (Plastik - auch im Modellbau!) und die Zukunft unserer Kinder. Andererseits verlieren die heutigen Kinder jedes Interesse am wirklichen sozialen Leben, so dass viele Sportvereine, politische Gruppierungen oder z.B. auch freiwillige Feuerwehren keinen Nachwuchs mehr finden. Dazu kommt die Unfähigkeit, alle möglichen handwerklichen oder kreativen Tätigkeiten auszuführen, sodass sogar Fahrschüler nach der App suchen, die den Blinker setzt.

Modellbau: keine Großkonzerne

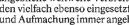
Und ebenso wenig muss es die Nachdenklichen wundern, dass all diese Beeinflussungen (mit Apps, Videos usw.) natürlich viel stärker oder eigentlich voll von den finanziell stärksten Konzernen ausgehen. Ein Beispiel sind da besonders die "Gamer" von denen gerne scheinheilig als "e-Sport" gesprochen wird. Sport?

Ich spreche gern Deutsch!

Verein Deutsche Sprache e.V.

Postfach 10 41 28 44041 Dortmund Tel.: 0231/7 94 85 20 http://www.vds-ev.de

Der intelligente Betrachter dieser ganzen Szene wird sich deshalb auch nicht wundern, dass die Modellbaubranche hier nicht mehr mithalten kann und so eher weiter Kunden verliert. Ich habe in früheren Jahren versucht in vielen Gesprächen auf Modellflugplätzen oder an Rennstrecken gegenzüsteuern, aber dabei eher Firmenvertreter oder Fachhändler (meist g'standene Männer in den Vierzigern) erlebt, die sich tuschelnd und lachend übers Handy beugten und den neuesten Schmuddelwitz oder Porno beäugten. Keiner von all diesen sog. Managern oder Fachleuten war ansprechbar darauf, doch einmal vorauszuschauen und für seine Kinder zu planen! Und genau diese Gruppe stellt heute die entsprechenden Eltern oder teilweise



Auto – Flugzeug – Schiff = alle Neuheiten in RC-F

Ob dies deshalb gerade jetzt geschah, weil praktisch gleichzeitig die Meldung durchs Netz geistert, dass ein namhaftes und altehrwürdiges Verlagsprodukt nun zum zweiten Mal das Haus wechselt? Denn die neueste Nachricht sagt, dass die Zeitschrift "MODELL" (FlugModell) jetzt bei W&M in Hamburg gelandet ist...

Erste Reaktionen erreichen uns, wie z.B. diese: "...vielen Dank für die Info, die ich gerade mit Entsetzen zur

ich nun schon seit Jahren beim Namen und stelle diese Kommentare und Meinungen immer wieder auch auf Internetseiten (http://www.rc-f.de/RC-F-Seite_5, htm und http://www.rc-f.de/ RC-F-Seite_7.htm) und bei Facebook (www.facebook.com/modellbauzeitung) ein. So habe ich auch vom ersten Tage meiner ZEITUNG FÜR MODELLBAU kritisiert, dass unsere Modellbaubranche sich als elitäre Gruppe sonnte, den Global Player sen. Nur wenige, intelligente und vorausdenkende Modellbauer haben schon damals umgedacht und so auch ihre Kinder erzogen. Die große Masse waren weiter gedankenlose Mitläufer und stehen heute als Eltern und sogar Großeltern hilflos einer Situation gegenüber, bei der nur noch eine immer weiter verblödende Bevölkerung von Großkonzernen gesteuert wird. Diese Video-, Tablet- und Smartphone-Junkies wirken sich inzwischen auf allen

sogar Großeltern - und wundert sich jetzt über die Kinder.

Wenn man nun all diese Dinge klar beim Namen nennt, dann gibt es z.B. Leser bei Facebook, die sich mokieren, Zitat (Ausschnitt): "...dass alles was Sie machen richtig ware..." oder ein weiterer: "...braucht ihr diesen teils beleidigenden Stil...? Nun weder habe ich alle Weisheiten abonniert, noch halte ich klare Worte für "beleidigend". Aber natürlich hört niemand die WahrRC-F

heit gerne. Will man jedoch durchdringen, in einer Welt die die Menschen mit Infos überschwemmt und bei Leuten, die nur noch bruchstückhaft lesen (können?), muss man evtl. verkürzt und dafür überdeut-

lich formulieren.
Netzwerken/Vernetzung?

Wenn nun aber ein Verlagsangestellter dazu auffordert, besser zusammen zu arbeiten, so wäre dies sicher nützlich. Und weil ich immer schon für die Sache Modellbau kämpfe wäre ich auch voll dafür – allein mir fehlt der Glaube an die Fairness. Denn infolge des hohen Wettbewerbsdrucks, bei gleichzeitig immer schwieriger werdenden finanziellen Bedingungen, kämpft jeder für sich.

Dies wird nach vierzig Jahren Erfahrung in diesem Geschäft m.E. eher zu unlauteren Methoden führen.

Die Hauptfrage jedoch lautet: Wie soll es mit dem RC-Modellbau weitergehen?

Nun, man müsste tatsächlich wieder mehr Jugend zum Modellbau bringen. Aber da stehen das vorhandene, hier ausführlich beschriebene, Desinteresse und alle fehlenden Kenntnisse eben dagegen. Und dies haben wirklich schon die Großeltern und Eltern der heutigen Jugendlichen versaut.

Außerdem gab und gibt es viele Vereine, die gar keine Lust hatten und haben, sich mit Jugendlichen und normalen Anfängern mit ihren Durchschnittsmodellen abzugeben. Denn man ist ja was Besseres und der junge Nachwuchs kann und will eh nichts. Wenn ich in diesem Zusammenhang von Protzmodellbau spreche, werde ich teilweise auf Facebook beschimpft und die RC-F gekündigt. Nun, das ist mir sch...egal, denn dieser Modellbauer ist für die Nachwuchsarbeit und den Normalmodellbau sowieso schon längst verloren! Aber genau die Anfänger, die Jungen, die Familien liegen mir nun schon seit vierzig Jahren am Her-

Letzte Rettung: Fachhändler?

Außer den Vereinen könnten eigentlich nur noch die Fachhändler dem Nachwuchs helfen. Aber die haben selbst zu kämpfen, weil unsere liebe Schnäppchen-Gesell-

schaft ja eher online einkauft als zum Fachhändler zu stehen. Denn man will zwar selbst das große Gehalt und fünfmal Urlaub im Jahr, aber beim Hobby alles für lau und das auch gleich sofort. So kann stationärer ein Händler mit hohen Kosten (Steuern, Miete,

Versicherung, Personal usw.) nicht arbeiten und schon gar nicht Anfänger und Jugendliche beraten.

So gesehen bliebe also doch wohl nur die Familie als Basis, um den Nachwuchs zum Modellbau zu bringen. Aber da fehlt es auch gewaltig

Achtung Fachhändler! Diese Zeitung ist Ihre Zeitung!

(s.o.) und insgesamt gibt es wohl auch immer weniger wirklich intakte Familien – und die, die es könnten, und möchten, haben dann nicht die finanziellen Mittel, denn RC-Modellbau ist immer noch teuer. Zumal auch viele unterschiedliche Freizeitindustrien um Familien konkurrieren.

Es fehlen Vorbilder

Sie sehen, lieber Leser, dass ich auch keine wirklichen Lösungen anbieten kann. Denn zwingend nötig wären gesellschaftliche Veränderungen. Diese werden jedoch erst dann eintreten, wenn all die großen Medien einen anderen sog. "Mainstream" vorgeben. Solange Kapitalismus, Ellenbogen-

Solange Kapitalismus, Ellenbogengesellschaft und Geldgeilheit das Maß aller Dinge sind und von Politik und Medien vorgelebt werden, wird da keine Änderung möglich sein.

PLZ (für Str. od. PF.):

Ich habe mit meiner Zeitung und dem RC-FREIZEIT-Verlag viele Jahre versucht, die Leser zum Modellbau zu bringen, habe mich voll für die Sache "Modellbau" eingesetzt und bin dabei immer auf dem Boden geblieben. Ich konnte mit diesem Familienbetrieb keine Reichtümer anhäufen und der mögliche Einfluss auf Strömungen, Meinungen, den Modellbau und die Basis ganz allgemein, war sicher geringer als vom Anfang an gewünscht. Ausblick

Ich bin gesundheitlich nicht mehr ganz auf der Höhe und werde im April 75 Jahre alt. Aus diesem Grund und wegen der hier geschilderten Situation werde ich nicht in der Lage sein. noch großartige Veränderungen auszuführen. Ich werde aber weiter laut und deutlich meine Meinung äußern und auch unangenehme Wahrheiten klar sagen! Wer dies dann als "Beleidigungen" empfindet, dem kann ich nicht helfen. Sobald die Situation im RC-Modellbau so weiter fortschreitet, wie es sich zurzeit abzeichnet, werde ich mir die Frage stellen, ob die RC-F, meine ZEITUNG FÜR MODELLBU, für diese kleiner werdende, quasi "elitäre" Gruppe, noch gedruckt werden soll. Eventuell wird es dann nur noch unsere Facebookseite geben und ich werde dort meine Meinungen zu allen Freizeit-Themen (wie schon jetzt) zur Diskussion stellen. Insgesamt halte ich allerdings von dieser Plattform sehr wenig. Mit Sicherheit jedoch wird RC-F und der Verlag nicht an einen anderen Mitbewerber verkauft werden! Denn ich glaube nicht, dass dann in meinem Sinne weiter gearbeitet wür-

Soweit für heute zur Lage der RC-Modellbauwelt und gerne zur Diskussion, per Facebook, per E-Mail oder Briefpost, grüßt Sie alle, liebe RC-F-Leser, Abonnenten, Kunden, Hersteller und Fachhändler, Ihr Rudolf Gulich. B 25 840 E ●
 IMPRESSUM

RC-FREIZEIT

ZEITUNG FÜR MODELLBAU

 DEUTSCHE MODELLBAU-ZEITUNG • RC-Fundgrube •
 Nundenzeitung des
Modellbaufachhandels
 TECHNIKUS-modelltest •
RC-F-Fachbuch • RC-F-Film

> Herausgeber: IRMGARD GULICH RUDOLF GULICH

Chefredakteur: Rudolf Gulich

Redaktion: Irmgard Gulich, Dr. Rudolf M. Gulich

昌 Fax: (0 82 34) 96 93 33 (durchgehend)

(durchgehend)

Tel.: (0 82 34) 39 87
(von 10 Uhr bis 17 Uhr)

Briefe: RC-F-Redaktion Postfach 1109 86399 Bobingen

℃ E-Mail: RC-F_ZFM@t-online.de

☐ Internet: http://www.rc-f.de

Redaktionssitz (Pakete): RC-FREIZEIT-Verlag Am Bergacker 5 86399 Bobingen

Herstellung / Produktion: RC-F-Verlag, Bobingen

Druck: Presse-Druck Augsburg © 2019 by RC-F 40. Jahrgang

Printed in Germany

Eine Zeitung – alle Themen! Modellbau heißt **RC-F**

- 🎗 Ausschneiden oder fotokopieren -



Vielfach wird nach der Möglichkeit gefragt, die ZEITUNG FÜR MODELLBAU, RC-F/RC-FREIZEIT im Jahresabo zu beziehen. Deshalb hier ein Abo-Bestellschein für die direkte Zusendung. Mit diesem Bestellschein verlieren alle anderen ihre Gültigkeit!

B>B>B>

Abo-Bestellung

im Umschlag mit Geldschein, 14 x 70er Briefmarken oder Anschriftsangaben für Rechnung einsenden an:

RC-F/RC-FREIZEIT, Postfach 1109, 86399 Bobingen.

a, ich möchte die RC-F im Jahresabonnement

(6 Ausgaben pro Jahr 9,80 € = 14 x 70er Briefmarken) ab Heft-Nr. _____ 2019 beziehen.

Vor- und Zuname:
Postfach/Straße:

Unterschrift: (bei Minderjährigen der Erziehungsberechtigte – bei Kaufleuten der Inhaber

www.facebook.com/ modellbauzeitung

Den Betrag von 9,80 € pro Jahr habe ich dieser Bestellung als Geldschein, Anschriftsbeleg für Rechnung oder Briefmarken * beigelegt. Dieses Abonnement kann jeweils nur sechs Wochen vor Ablauf schriftlich gekündigt werden.

3-4/2019

Aktuell aus Nürnberg:











New product group for Model Railways and Model Construction

23. August

The 70th edition of the Spielwarenmesse (30.1.-3.2.2019) will see the Model Railway and Model Construction segments merged into a ...



Peter Maffay Foundation receives donations from the Spielwarenmesse

26. Juli

Traditional campaign breaks new ground Official handover in Bavaria Spielwarenmesse eG, the trade fair organiser and marketing ser...

Am 23.8.2018 erhielt die RC-F-Re- mente werden ab dem kommenden daktion eine Pressemeldung der Spielwarenmesse Nürnberg, die wir hier in Ausschnitten abdrucken und die auch auf der Facebookseite der Messe zu sehen ist (siehe Bildauskann man wirklich nicht unkommentiert stehen lassen! Deshalb hier daneben die Meinung unseres Redaktionsleiters dazu.

Hier der (gekürzte) Pressetext:

Sehr geehrte Damen und Herren, zu ihrer 70. Ausgabe führt die Spielwarenmesse (30.1.-3.2.) die Bereiche Modelleisenbahnen und Modellbau in einer Produktgruppe zusammen. le 4A. Die Resonanz der Aussteller auf positiv. Mehr dazu lesen Sie in der nachfolgenden Presseinformation oder auf unserer Webseite unter formationen

Mit freundlichen Grüßen, Ihr Presseteam der Spielwarenmes-

messe eG

- · Spielwarenmesse vereint Modelleisenbahnen und Modellbau in einer Produktgruppe
- · Perfekter Mix aus großen Herstellern und kleinen Anbietern
- · Positive Resonanz auf Aussteller-

Die 70. Ausgabe der Spielwarenmesse vom 30. Januar bis zum 3. Februar 2019 bringt für die Bereiche

Jahr in der neuen Produktgruppe Modelleisenbahnen und Modellbau in den Hallen 7 und 7A kombiniert.

Die gesamte internationale Vielfalt der beiden Branchen ist künftig an schnitt hier drüber). Diese Nachricht einer Stelle vereint. Große Markenhersteller, wie z. B. Tamiya, Märklin, NOCH und Bachmann, bilden gemeinsam mit kleinen Nischenanbietern einen optimalen Mix für die Fachbesucher. Darüber hinaus wird das Profil des Bereichs Modellbau weiter geschärft. Hersteller, deren Produkte eher für Einkäufer aus dem klassischen Spielwarenhandel relevant sind, wechseln in die Kategorie Elektronisches Spielzeug in Hal-

Neben Modelleisenbahnen aller die Umstrukturierung ist äußert Spuren sowie vielfältigem Zubehör für den Diorama- und Landschaftsbau präsentiert die neue Produktgruppe u. a. auch Modellbausätze, www.spielwarenmesse.de/presse-in- Die-Cast Modelle sowie Neuheiten aus den Bereichen RC- sowie RTR-Modellbau. In Halle 7A wird künftig ebenfalls die Sonderfläche Kleinserienhersteller zu finden sein.

Dort zeigen Aussteller außerge-Presseinformation der Spielwaren- wöhnliche Modellbahnen und Zubehörartikel, die das umfangreiche Angebot abrunden. "Mit der Zusammenführung von Modelleisenbahnen und Modellbau ordnen wir die beiden Bereiche neu und stärken sie.

Wir schaffen eine zukunftsfähige Produktgruppe, die den Interessen der Fachbesucher entspricht", erklärt Ernst Kick, Vorstandsvorsitzender der Spielwarenmesse. Die Resonanz der Aussteller auf die Modelleisenbahnen und Zubehör Umstrukturierung ist äußert positiv. sowie Modellbau, Hobby eine gro- Bereits jetzt ist die Halle 7A bis auf ße Neuerung mit sich. Beide Seg- wenige Plätze belegt.

Kommentar zur Lage

Abwärtstrend unserer Branche gestoppt?

Und hier also der Kommentar unseres Chefredakteurs zur nebenstehenden Meldung der Spielwarenmesse:

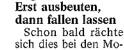
Eigentlich wär's zum Lachen, wenn es nicht so traurig wäre, wie hier die Beschönigungsspezialisten der Messe eine rückwärtsgerichtete Entwicklung als Erfolg hinstellen.

Zumindest ist es scheinheilig, wenn man eine angebliche, tolle Zustimmung von Herstellerseite verlautbart. Denn um welche Art Hersteller handelt es sich da? Wohl eher um die, deren Manager eh im Messebeirat (und Aufsichtsrat) sind und dort weiter mitmischen oder nach oben kommen wollen.

Sieht man dann zum Beispiel heute (4.9.) die Facebookmeldung von der "Kids India", so ist ein Schelm, wer dabei gerade an einen großen Spielzeugvermarkter denkt, der dort mit enormen Aufwand versucht in den Markt zu drängen und wohl auch schon Produkte produzieren läst.

Immer schon waren diese Messe und ihre Funktionäre nur an den Großen der Branche interessiert

Auch waren damals die Modellbahner und die Modellbauer geschäftlich erfolgreich und deshalb war also diese Gruppe auf der Messe noch relativ stark vertreten und gewissermaßen ein Selbstläufer. Leider wurde aber auch (speziell bei den Eisenbahnern) schon da die Nachwuchsarbeit versäumt und in dem Glauben, dass alles weiter gut läuft, schleifen gelassen.



sich dies bei den Modelleisenbahnprodukten und je schlechter die Marktlage wurde, umso mehr Firmen gingen pleite oder mussten zumindest Zusammenschlüsse und Umfirmierungen hinnehmen. Weil es bei den RC-Modell-

bauern da noch ganz gut lief, glaubte man in einem Anflug von Größenwahn (gesteuert von ein paar wenigen Geschäftführern) sich als "Global Player" aufstellen zu müssen. Als Ergebnis kamen Interessenten aus USA in den Markt - und entsprechend verwahrlosten die Geschäftspraktiken. Weil dazu noch einige technische Änderungen verschlafen wurden, erwischte es nun also auch so scheinbar soli-



RC-F Chef Rudolf Gulich

WENN NICHT WIR, WER SONST?! **RC-F** – Die Zeitung für alle Modellbauer!

und dies wurde als zwingend dargestellt, um die Internationalität zu steigern. Natürlich ist dieses globale Denken für eine Veranstaltung dieser Art richtig, aber bei unserer "Leitmesse" ging es leider oft zu Lasten der Kleineren – und da zählten eigentlich immer die Modellbauer dazu - selbst in den starken Zeiten eines Hans Graupner. Aber zumindest konnte der große Mann des Modellbaus verhindern, dass dieser Teil der Messe völlig untergebuttert wurde.

de alte "Player", wie Graupner. Robbe und einige andere mehr.

Das führte zum Herunterfahren von Werbebeteiligungen bei vielen Veranstaltungen, zur Kürzung der Fachhandelsunterstützungen, zur weiteren Reduzierung der Jugendarbeit usw. Weil parallel dazu der Onlinemarkt entstand und sich (wie alles Neue) rasant entwickelte (mit allen negativen Seiten), schien dies den Plänen der amerikanisierten Branche eher entgegen zu kommen und so wurde der sta-

Kommentar zur Lage

Fortsetzung

tionäre Fachhandel noch mehr vernachlässigt und der Traum vom globalen Onlinesupermarkt gelebt. Jeder wollte mit den großen Mengen das große, schnelle Geschäft machen, niemand hatte noch Interesse an solider, fachlicher Nachwuchsarbeit, denn da steckt ja das Wort "Arbeit" drin!

Weil man sich also kaum noch um den Nachwuchs (Kinder und Jugendliche) kümmerte, entging es so, wie vielen anderen Branchen, dass sich dieser Nachwuchs schön längst abgewandt hatte und eigentlich kein Interesse mehr an den vielen guten (alten?) Dingen zeigte, sondern nur noch für die Klickund Wischfingerwelt zu haben war. Parallel dazu galten die Smartphones und Tablets auch bei der älteren Generation als die einzig wichtige Welt und so störte es immer noch nur die (wenigen) Nachdenklichen und Intelligenten, dass sich da eine Entwicklung zeigt, die gesellschaftlich viele Schäden anrichtet und weiter hinterlassen wird!

So entstehen dann manche Auswüchse, die in der sprachlichen Welt der Spielwarenmesse als "Elektronisches Spielzeug" vermarktet werden. Geht man davon aus, dass ja auch all' die Multicopter, volkstümlich als Drohnen bezeichnet, nichts anderes sind, bleibt die Prage:

Was bleibt vom guten, alten RC-Modellbau übrig?

Ein paar Automodelle, wie zum Beispiel die ehemals so stolze Marke Tamiya. Eine Marke, die wenigstens noch halbherzig Nachwuchsförderung versucht (mit dem Fighter-Cup), dabei aber die Fachhandelsunterstützung heruntergefahren hat und auch mit den ehemals supertollen Gewinnen sieht's mager aus. Dass man "natürlich" auch die Kundenzeitung des Fachhandels, die RC-F, dabei werblich außen vor lässt, passt stimmig in dieses Konzept. Es wäre interessant, zu erfahren, wie toll sich da die hochgelobten Online-Umsätze machen?!



Auch beim großen Dachverband wird nun kräftig für den Nachwuchs getrommelt, wie man aus diesem aktuellen Vorwort des DMFV-Modellfliegers sieht.

Die Lösung: digital und analog?

So langsam dämmert es jetzt auch den Großen der Spielwarenindustrie, dass man von der digitalen Welt allein auch nicht wird leben können und man sucht nach Auswegen. Diese führen über die Erschließung neuer Märkte (siehe "Kids India") und die Ausbeutung billiger Produzenten bis hin zum Versuch, die digitale mit der analogen Spielzeugwelt zu verknüpfen.

Achtung Fachhändler! Diese Zeitung ist Ihre Zeitung! Was bleibt sonst noch? Ein ehemals großer Anbieter, der außer einigen Fernsteuerteilen hauptsächlich Drohnen als Wettbewerbsgerät anbietet. Nun, Wettbewerbe sind immer irgendwie interessant. Aber wohl kaum ein Geschäftszweig auf dem man als Firma weiter allein aufbauen sollte. So hat man wohl nachgedacht, in dieser Firma, und auch bei einigen anderen. Und siehe da, man hat doch atsächlich den neuen Weg gefunden. Und dieser Weg, der jetzt alle retten soll, heißt Nachwuchs!

Begonnen hat dies der Juniorchef der Fa. Sieber mit seiner Eisenbahnermarke Märklin. Dort zählt jetzt der Nachwuchs, also Kinder und Jugendliche. Da fragt man sich als RC-Modeller, weshalb dann nicht Wh.

VTH Verlag für Technik und Handwerk neue Medien GmbH

27. August um 15:01 · ⊚

Jugendarbeit und Nachwuchsgewinnung ist ein sehr wichtiges Thema.

Unsere neue Beitragsreihe zum Thema Jugendförderung ist in der September-Ausgabe der FMT gestartet. Darin werden Projekte, Jugendgruppen und geeignete Modelle vorgestellt. ... Mehr anzeigen



für unsere Kolumne verlosen wir drei Frästeilsätze -

Unsere Branche hat die Kinder und Jugendlichen wieder entdeckt. Diese Meldung erschien am 27. Aug. auf der Facebookseite des VTH-Verlages (https://www.facebook.com/VTHmedia).

auch bei der Simba-Dickie-Group mit Tamiya wieder mehr für diese Kunden und deren Fachhändler getan wird?!

Weiter geht's bei den verbliebenen RC-Modellbau-Herstellern mit diversen, ersten Meldungen zur verstärkten Jugendarbeit und auch bei Dachverbänden und Vereinen. Bis hin zu namhaften Modellbauverlagen. Das Dilemma zeigt sich nur darin, dass erstens kaum noch geeignete Produkte dafür auf dem Markt sind, und dass zweitens auch die zur Jugendbetreuung tauglichen "Ausbilder" eigentlich fehlen!

Schließlich wird es drittens wohl an der technisch-handwerklichen Begabung vieler Kinder und Jugendlicher scheitern. Denn wenn man neuerdings liest, dass schon Fahrschulausbilder verzweifeln, weil die heutige Jugend nach dem Wischfinger-Knopf im Auto sucht, mit dem man es lenken kann, ist jeder Zweifel berechtigt, der annimmt, dass diese Betreuung in die Hose geht!

Also warten wir ab und wünschen der Branche alles Gute und den restlichen, kleinen Erfolg mit Retro-Produkten und ein paar wenigen, echten Neuerungen einer Nischenveranstaltung, wie es die kommende Messe wohl sein wird. Ob dies die horrenden Kosten rechtfertigt, die Nürnberg für Besucher immer bedeutet, bleibt der Entscheidung jedes Einzelnen überlassen. Wir hier, von RC-F, der ZEITUNG FÜR MODELLBAU und Kundenzeitung des Fachhandels, werden nach genau vierzig Jahren unserer Messebesuche, noch einmal nachdenken, ob es sich weiter lohnt, hinzufahren...

Rudolf Gulich, RC-F, ZEITUNG FÜR MODELLBAU

www.facebook.com/ modellbauzeitung

Verein Deutsche Sprache e.V.

7

Postfach 10 41 28 44041 Dortmund E-Post: info@vds-ev.de http://www.vds-ev.de

> ● B 25 840 E ● IMPRESSUM

RC-FREIZEIT

<u>ZEITUNG FÜR MODELLBAU</u>

 DEUTSCHE MODELLBAU-ZEITUNG • RC-Fundgrube •
 Kunderzeitung des Modellbaufachhandels
 TECHNIKUS-modelltest •
RC-F-Fachbuch • RC-F-Film

Herausgeber: IRMGARD GULICH RUDOLF GULICH

Chefredakteur: Rudolf Gulich

Redaktion: Imgard Gulich, Dr. Rudolf M. Gulich

□ Fax: (0 82 34) 96 93 33 (durchgehend)

Tel.: (0 82 34) 39 87 (van 10 Uhr bis 17 Uhr)

☑ Briefe: RC-F-Redaktion Postfach 1109 86399 Bobingen

℃ E-Mail: RC-F_ZFM@t-online.de

☐ Internet: http://www.rc-f.de

Redaktionssitz (Pakete): RC-FREIZEIT-Verlag Am Bergacker 5 86399 Bobingen

Herstellung / Produktion: RC-F-Verlag, Bobingen

Druck: Presse-Druck Augsburg © 2018 by RC-F 39. Jahrgang

Printed in Germany

RC-F

Schon am 1. Februar haben wir auf unserer Facebookseite (www.facebook.com/modellbauzeitung) geschrieben:

Zur Diskussion:

DAS DILEMMA EINER BRANCHE...

...oder weshalb wir hier keine Messeberichte bringen

Rudolf Gulich

RC-F-Chefredakteur

Man könnte ergänzen: Auf der Facebookseite gebracht haben – und auch hier in der gedruckten Zeitung jetzt nicht bringen werden. Und das sind unsere Gründe:

Punkt eins, weil es halt so gut wie NICHTS zu berichten gibt!

Oder sehen Sie, liebe Leser und Facebookfreunde, bei unseren oft so großsprecherischen Kollegen von den anderen Modellbaumedien etwas Sensationelles? Dort wird doch sonst jeder Akkustecker, jede Klebetube oder jede neue Schaumwaffel hochgejubelt.

Nun, das hat alles den gleichen Grund: Es gibt ganz einfach nichts! Die gesellschaftlichen Veränderungen der letzten Jahre haben zu einem fast totalen Interessensverlust beim normalen Publikum (man sprach früher hier immer von der "Breiten Masse") geführt.

Das Überangebot an Informationen unserer sog. Mediengesellschaft nützt dem größten Teil der Angesprochenen nichts, weil sie gar nicht in der Lage sind, diese

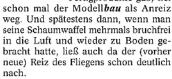
Menge Stoff zu verarbeiten. Und um eine E-Mail, eine SMS oder Whats App korrekt zu schreiben, oder einen Bericht hier ohne Fehler, langt's bei vielen eben auch nicht mehr.

Wundert es da noch jemand, dass keiner mehr Bauanleitungen lesen kann und es deshalb eben auch keine guten Bautest-Berichte mehr gibt, wenn man als Grund dafür von den nicht vorhandenen Produkten einmal absieht! Und diese nicht mehr angebotenen Produkte, speziell im RC-Modellbau, sind eben genau das Ergebnis des nachlassenden Interesses beim breiten Publikum. Wenn dann noch dazu kommt, dass die Welle von teuren Smartphones, Tablets usw. auch bezahlt werden muss, schließt sich hier der Kreis.

Die Neuheitenberichte in dieser RC-F und weitere übers Jahr erfolgen unabhängig von der Spielwarenmesse!

Der kleinere Teil an neugierigen, kreativen, technisch Interessierten aber wird vom derzeitigen, vorhandenen Restangebot wenig angesprochen, weil da eben

genau der Reiz des wirklich neuen, spannenden Produktes fehlt! Denn man muss kein Philosoph sein, um zu erkennen, dass seit Menschengedenken immer nur der Reiz des Entdeckens. das wirklich Neue oder zumindest Andere uns alle voran gebracht hat! Solange es also im RC-Modellbau etwas Neues war, Modelle zu bauen und zu betreiben, ging es voran. Je mehr es totale Fertigprodukte gab, fiel



Also probierten es manche mit Kunstflug oder Rennen (bei den Autos und Schiffen), um sich zu beweisen oder ganz einfach nur mehr Spaß zu haben. Da kam es dann zu spannenden Wettbewerben, wie zum Beispiel Aircombat-Modelle zu fliegen oder zum Hubschrauber-Kunstflug. Die ganz normalen Modellbauer, die es ruhiger angehen ließen, gab es natürlich auch – und sicher gibt es sie immer noch! Diese kleinere Gruppe genügte aber der plötzlich global denken-

den, sog. Modellbauindustrie, nicht, denn man war ja auf dem Weg zum "Global Player". Vor lauter Größenwahn ließ man also diese Normalkunden außen vor und vernachlässigte auch eklatant den Nachwuchs!

Und weil man ja selbst auch nur noch am Smartphone hing oder Bewegtbildchen glotzte, konnte man dies den Kindern und Jugendlichen keineswegs verbieten! Ja, nicht mal zum Lenken dieser Aktivitäten und zum Einfluss auf richtiges Medienverhalten langte es – und langt es hier und heute!

Dies alles haben wir schon immer laut gesagt und geschrieben! Siehe www.rc-f.de/RC-F-Seite_7.htm, www.rc-f.de/RC-F-Seite_6.htm, www.rc-f.de/RC-F-Seite_5.htm

Also schloss sich hier zum zweiten Mal der Kreis und die "moderne" Welt ging über den soliden, handwerklich und technisch spannenden Modellbau hinweg. Setzt man nun den oben erwähnten, philosophisch erkennbaren, Reiz des Entdeckens wieder an, wird klar, was daraus resultierte: Etwas Neues, Spannendes musste her!

Nun, da konnte die Militärindustrie, die auch in der Vergangenheit oft Vorbild für den Modellbau war, wieder einmal helfen. Denn es gab ja die "Drohnen". Unbemannte Flugobjekte für vielfältige Einsatzzwecke. Um den quasi militärischen Anstrich zu vermeiden, versuchte man sie im Modellbau fast zwanghaft als Multikopter zu bezeichnen, aber wie das halt oft so ist, beim Volk, blieb nur "Drohne" wirklich hängen.

Und weil es nun wirklich etwas anderes, Neues war, und weil man damit auch noch filmen konnte, vermehrten sie sich schnell wie die Karnickel. Und niemanden interessierte es, ob damit dies und das nun erlaubt war oder nicht, und ob es sich gehörte – solange man nicht selbst negativ betroffen war!

Wenn jetzt dieser Reiz des Neuen langsam verblasst, wenn immer mehr und strengere Vorschriften greifen und wenn erkennbar wird, dass nur die Wenigsten diese Dinger selbst modifizieren, weiter entwickeln, verbessern usw. können, was dann?! Dann sind wir wieder da, wo wir hier oben im Kommentar schon mal waren. Aber mit dem Unterschied, dass es noch engere Grenzen für den Modellbetrieb geben wird und dass noch weniger wirklich Interessierte ihn betreiben wollen und können!

Wo soll dann noch eine qualitativ hochwertige Fachhandelslandschaft herkommen, wie soll da eine qualitative, ideenreiche Modellbauindustrie entstehen, existieren und entwickeln, wie also stets etwas Neues, Spannendes bieten? Vor allem auch unter dem Aspekt einer immer mehr verblödenden 140-Zeichen-Wischfinger-Gesellschaft, die alles für LAU will?!

Der RC-Modellbau wird also immer mehr eine Nische sein, für ein paar kreative Tüftler, für ein paar neugierige Normalbürger und für eine Gruppe Wichtigmacher und Angeber – und dazu passend auch für ein paar Garagenindustrieller! Eine glorreiche Zeit also auch für Modellbaumedien (mit Miniaturauflagen) und solche die es noch werden wollen.

Bleibt die Frage: Wer schafft es, die erfolgreiche Verbindung vom Smartphone zum RC-Modellbau und RC-Betrieb und die Kommunikation darüber herzustellen und so stets spannende Ereignisse für deren Nutzer zu kreieren?

Wer uns diesen Beweis für einen Neuanfang unserer Branche liefert, dem werden wir einen Preis verleihen – bisherige Versuche wirken krampfhaft und irgendwie auch unnatürlich, wie dies am Beispiel der Videobrillen oder Smartphonegelenkten Autos zu erkennen ist. Vorerst sei also hier die Diskussion eröffnet. Melden Sie sich bei:

RC-F / RC-FREIZEIT-Verlag, Postfach 1109, Am Bergacker 5, 86399 Bobingen. Tel.: 08234/39 87 Fax: 08234/96 93 33. E-Mail: RC-F_ZFM@t-online.

www.facebook.com/ modellbauzeitung

Ausschneiden oder fotokopieren



Vielfach wird nach der Möglichkeit gefragt, die ZEITUNG FÜR MODELLBAU, RC-F/RC-FREIZEIT im Jahresabo zu beziehen. Deshalb hier ein Abo-Bestellschein für die direkte Zusendung. Mit diesem Bestellschein verlieren alle anderen ihre Gültigkeit!

B>B>B>

Abo-Bestellung

im Umschlag mit Geldschein, 14 x 70er Briefmarken oder Anschriftsangaben für Rechnung einsenden an:

RC-F/RC-FREIZEIT, Postfach 1109, 86399 Bobingen.

ich möchte die RC-F im Jahresabonnement

(6 Ausgaben pro Jahr 9,8o € – 14 x 70er Briefmarken) ab Heft-Nr. _____ 2018 beziehen.

for- und Zuname:		Datum:	
ostfach/Straße:			
LZ (für Str. od. PF.):	Ort:	Unterschrift: (bei Minderjährigen der Erzie- hungsberechtigte – bei Kaufleuten der Inhaber	

Den Betrag von 9,80 € pro Jahr habe ich dieser Bestellung als Geldschein, Anschriftsbeleg für Rechnung oder Briefmarken * beigelegt. Dieses Abonnement kann jeweils nur sechs Wochen vor Ablauf schriftlich gekündigt werden.

3/2018

Anlässlich einer Facebook-Diskussion habe ich einem Teilnehmer dort diesen Kommentar geschrieben. Weil er im Prinzip die gesamte Lage im RC-Modellbau zusammenfasst und auch genau meine Stimmung (und Meinung!) wiederspiegelt, stelle ich ihn hier zur Diskussion. Ihre Meinungen sind gefragt unter E-Mail RC-F_ZFM@t-online.de oder an www.facebook.com/modellbauzeitung oder per Post an RC-F, Postfach 1109, 86399 Bobingen.

Sehr geehrter Herr

Ihre hier genannte Unterstellung ("neidisch") ist ebenso lächerlich, als wenn ich Ihnen vorwerfen würde,

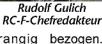
Sie würden mit diesen Schildern (u.a.) Ihre Geschäfte machen.

Und natürlich ist mir auch bekannt, dass es diese schon länger gibt.

Was mich aber stets stört, ist, wenn eine Gruppierung (oder eine wie auch immer geartete

sonstige Štelle) vorrangig irgendwelche Situationen oder gesellschaftliche Strömungen massiv für ihre Geschäfte ausnutzt Außerdem geht es hier ja eben nicht nur um die "100-m-Regelung", sondern um Vorschriften die vor allem auch





Zusätzlich habe ich auch dem Minister direkt einen Brief geschrieben, der dort auch zur Kenntnis genommen wurde. Wesentlich mehr kann man als einzelner Redakteur kaum tun.

Im Gegensatz dazu machen die verschiedenen Verbandsoberen manche (auch dubiose) Geschäfte und reagieren eigentlich nur mit Plattitüden und allgemeinen Floskeln. Da ist mancher wohl schlicht zu sehr um seine eigenen Pfründe bemüht, als wirklich deutlich Klartext zu reden.

Ich bin inzwischen 72 und habe immer klare Worte benutzt, so dass ich dies auch jetzt und hier auf keinen Fall ändern werde – allein schon deshalb, weil ich nach vielen Jahren Kampf für den Modellbau absolut nichts zu verlieren habe!

Denn der Modellbau ist eh auf dem absteigenden Ast und wird zu einer N i s c h e n b r a n c h e verkommen, die dann noch weniger Geld zur Verfügung hat und dieses dann nur noch für Werbeaktionen verwenden wird, die mit solider journalistischer

Arbeit nichts mehr zu tun haben.

Nutznießer werden (wie auch heute schon teilweise) die Betrüger sein, die es verstehen, angebliche Wirkung, falsche Auflagenund Klickzahlen und große amerikanisierte Werbelügen ans entsprechende Volk zu bringen.

Damit habe ich nichts am Hut und schon deshalb unsere ZEITUNG FÜR MODELLBAU. die RC-F, auf zweimonatliches Erscheinen umgestellt, weil Qualität bei Verbreitung (Wirkung) nicht betrügen wollen! Sollte es irgendwann, entweder weil das Publikum weiter verblödet und zu faul zum selbst denken und lesen ist, oder weil die Branche noch mickriger wird, weiter abwärts gehen, werde ich mit etwas Wehmut eben ganz aufhören.

Dies könnte außerdem auch aus schon vorhandenen gesundheitlichen Gründen über kurz oder lang der Fall sein. Bis dato behalte ich mir das Recht vor, laut und klar überall meine Meinung zu sagen!

Gruß, Rudolf Gulich, RC-F.

RC-F – Gibt die Richtung vor ! – RC-F

Auto - Flugzeug - Schiff = immer in RC-F!



RC-F/RC-FREIZEIT Postfach 1109 86399 Bobingen

im Umschlag mit Geldsc oder Anschriftsbeleg für	estellung thein, 14 x 70er Briefmarken Rechnung einsenden an:			
a, ich möchte die RC-F im Jahresabonnement				
(6 Ausgaben pro Jab Heft-Nr 2	ahr 9,8o € – 14 × 70er Briefmarken) 2017 beziehen.			
Vor- und Zuname:				
Postfach/Straße:				
rosaucių sause.				
PLZ (für Str. od. PF.);	Ort:			
i Lan graf 30, 00, Fr.j.				
Telefon/E-Mail:				

Kommentar zur Lage im RC-Modellbau

Die Bedarfsweckungsgesellschaft

Oder: Mit Speck fängt man Mäuse!

Seit vielen Monaten, spätestens jedoch seit mehrere namhafte Firmen der RC-Branche Pleite gegangen sind, gibt es unendliche Diskussionen über den desolaten Zustand des deutschen oder sogar

globalen Modellbaumark-

Da wird nach Ursachen gesucht, über den Einfluss des Onlinehandels und die Angebote der fernöstlichen Anbieter diskutiert, oder die Schnäppchenmentalität des deutschen Kunden bemängelt. Alles sicher Gründe, die iraendwo und irgendwie eine Rolle spielen, aber nicht ganz neu sind - und auch nicht gerade über Nacht geschehen sind. Auch in der RC-F, unserer ZEITUNG FÜR MODELLBAU und auf unse-

rer Facebookseite (www.facebook.com/ modellbauzeitung) gab es wegen meiner manchmal durchaus kritischen Kommentare zum Teil heftige Diskussionen. Zumal ja auch niemand gerne die Wahrheit hört und ebenso nur sehr sehr Wenige auch in unserer Branche wirklich vorausschauend denken (können oder wollen). Weshalb sollten sich Modellbau-Geschäftsleute und ihre Kunden auch von anderen oder den Politikern unterscheiden?

Genau dieses Vorausdenken habe ich aber immer gefordert und genau solche Planungen hätten sicher manche heutigen Fehler nicht entstehen lassen oder deutlich abgemildert. Vor allem aber hätten wir rechtzeitig erkannt, dass wir ganz deutlich auf eine immer stärkere Marktsättigung zusteuern. Eine Marktsättigung, die wir in vielen Bereichen schon haben und die jetzt auch auf den Modellbau zutrifft. Man spricht deshalb neuerdings nicht mehr von der Bedarfsgesellschaft sondern von der "Bedarfsweckungsgesellschaft"

Die Bedarfsweckungsgesellschaft

Was nichts anderes bedeutet, als dass sich nun sehr viele schlaue (und auch nicht so schlaue) Köpfe eben diesen zerbrechen, wie man den Leuten einredet, dass sie gerade dieses Teil jetzt brauchen - möglichst sofort! Das nennt man auch gerne "Marketing". Weil das nun aber

Was Binge-Drinking, Hashtag und rippen verbindet:

Der neue Fremdwörterduden

Der Bestseller "Duden - Das Fremdwörterbuch" jetzt mit über 60 000 Stichwörtern – darunter 1 000 Neuaufnahmen. Seit 55 Jahren ist das "Fremdwörterbuch" von Duden ein Bestseller. Ab sofort ist die

vollständig überarbeitete und aktualisierte Auflage erhältlich.

"Kein Bereich der Sprache verändert sich so rasant und auffallend wie der Wortschatz, insbesondere der Fremdwortschatz. Fortschritt und Wandel in allen Lebensbereichen und die zunehmende Globalisierung sorgen für die Übernahme vieler Wörter aus fremden Sprachen ins Deutsche", erklärt Kathrin Kunkel-Razum, verantwortliche Dudenredakteurin für das neue Fremdwörterbuch, die Neuaufnahmen. "Unser Fremdwörterbuch dokumentiert diese Entwicklung und hilft dabei, die eingewanderten Wörter richtig zu verstehen und zu gebrauchen.

schon sehr viele, ja eigentlich alle so machen, gehen gezwungenermaßen auch recht häufig Aktionen ins Leere oder wirken sogar negativ. Also gibt es bei den Anbietern und ihren Werbern momentan

als Hauptproblem die Frage: "Wie erreiche ich meine zukünftigen Kunden und wie erziele ich dort die entsprechenden Wün-

Für alle Branchen gilt die Frage: Welche Kunden will ich denn erreichen? Denn eines haben auch die verbohrtesten "Werbefachleute" inzwischen erkannt: Absolut alle Angesprochenen wird man nie gewinnen! Es muss also schon bei

der Ansprache ganz klar selektiert werden und dann müssen alle Marketingaktivitäten präzise auf die angepeilte Zielgruppe ausgerichtet werden.

Was bedeutet das für den RC-Modellbau?

Wer und wo sind die angestrebten Kunden? Wie und wo erreiche ich sie? Mit diesen (und weiteren) Fragen beginnt nun das Dilemma. Denn der Modellbau ist für Acht- bis 80-Jährige geeignet, für Männlein und Weiblein, für (fast) alle Berufe und für drinnen und draußen. Hier muss also die "Bedarfsweckung" einsetzen. Nur, welchen Bedarf hat jeder Einzelne aus der hier oben genannten Auswahl?

Da gibt es die Älteren, die sich mehr denn je wieder für den schönen, alten (Holz-)Modellbau begeistern, oder für Autos aus den frühen Jahren (also Oldies) und Schiffe so ganz zum Selberbauen. Hier rollt die Retrowelle, und rollt und rollt.

Die Zielgruppen

Aber es gibt auch andere, die zur Gruppe derer gehören, die schon immer zwei linke Hände hatten oder schlicht zu faul waren, etwas selbst zu bauen oder wenigstens zusammen zu montieren. Sie wollten (und wollen mehr denn je) keine "Arbeit", sondern nur ihren Spaß! Da gehört es dann sogar zu diesem Spaß, das jeweilige Modell zu Bruch zu fliegen oder zu fahren – dieses oft "Bashen" genannte Verhalten freut vielleicht sogar manchen Produzenten und Händler (?).

und aktuell wie nie

Mit 60 000 Fremd- und Fachwörtern der

wurde in Zusammenar-beit mit Medizinern erweitert. In allen Fällen, in de-

nen nach den aktuellen amtlichen Rechtschreibregeln für ein Wort mehrere Schreibweisen zulässig sind, gibt der Fremdwörterduden eine

eindeutige Empfehlung. Die "Dudenemp-fehlungen" verstehen sich als Angebot und Entscheidungshilfe. Das Standardwerk "Duden - Das Fremd-

wörterbuch" ist ab sofort als Buch und als Software "Duden-Bibliothek Express" für Windows, Mac OS X und Linux erhältlich. Zahlreiche Suchfunktionen erleich-

tern die Recherche. Erstmals erhalten die Käufer zum Buch einen Downloadcode von nur 1 Euro für die Software.

Duden- Das Fremdwörterbuch. 1136 Seiten, Hardcover,

ISBN 978-3-411-04061-

Ladenpreis 24,99 Euro Dudenverlag Berlin

www.facebook.com/ modellbauzeitung

be, mit einem Vollprogramm und einer Art Marktführerschaft wird es so nicht mehr geben. Die Vielfältigkeit wird einigermaßen erhalten bleiben und sich auf viele, unterschiedlich große, aber eben insgesamt kleinere Anbieter verteilen.

Diese Lage wird natürlich auch den Fachhandel betreffen und die jeweiligen Händler müssen sich ebenfalls klar werden, welche Gruppe der anzusprechenden, möglichen Kunden sie intensiv bedienen und betreuen wollen. Denn absolut alle verschiedenen Zielgruppen optimal zu versorgen und fachgerecht zu bedienen und zu beraten wird nur den wenigsten, größten Händlern gelingen

RC-Modellbau ein Familienhobby?

Die wichtigste Frage bei allen genannten Veränderungen wird die Sorge sein, wie ich als Hersteller und Händler die Zielgruppe Kind, Jugend, Familie optimal erreiche. Welche "Bedarfsweckung" muss ich gerade bei dieser wichtigen Kundschaft einsetzen, wo sind da die latent vorhandenen Wünsche? Die momentan vorherrschende Selfie- und Videogeilheit und Wischfingermentalität ist mit Sicherheit keine große Unterstützung! Allenfalls bei den umgangssprachlich "Drohnen" genannten Multicoptern mit Kameras kann man (noch) von einem gewissen, latenten Bedarf sprechen. Dieser Markt wird iedoch schon überschwemmt und wird bald seine erste Sättigung erreichen. Zumal es bisher im Verhältnis zum Preis auch deutlich an der Qualität (bei Material und Anleitungen) fehlt.

Welchen tatsächlichen "Bedarf" gibt es bei Familien, Kindern und Jugendlichen, den man wecken könnte? Sind es die (fehlenden) Veranstaltungen? Die (nicht vorhandene) Beratung und Hilfe? Ist es der zu hohe Preis, der abschreckt? Oder die teilweise noch immer fehlende Qualität? Oder ist es schlicht die gesellschaftliche Lage, der Einfluss der Großvermarkter mit den schon genannten Medien? Wer hat Lösungsvorschläge?

Weil auch wir keine sofort wirkenden Lösungen haben und nur auf gesellschaftliche Änderungen (die sich schon abzeichnen) hoffen können, werden wir den momentanen, krankhaften Wettbewerb nicht mitmachen! Bei uns gibt es deshalb nicht für jeden Deppenbedarf eine App und auch eine digitale Fassung unserer ZEITUNG FÜR MODELLBAU widerspräche derzeit der Ausrichtung auf eine solide, geistig wache aber nicht jeder Mode hinterherrennende Leserschaft. Wir wollen ganz bewusst, dass Sie sich die RC-F bei Ihrem Fachhändler holen!

Alles spricht von "Entschleunigung", wir leben sie! In der RC-F wird es nur die Berichte geben, die auch zur Philosophie des guten, seriösen, soliden Modellbaus passen! Natürlich werden wir zusätzlich viele neuen Produkte und Ideen vorstellen. Unser Hauptanliegen aber ist und bleibt der Modellbau als Familienhobby und natürlich jede Form von Nachwuchsförderung und Unterstützung der ganz normalen Kunden und Interessenten. Dies ist unsere ganz spezielle "Bedarfsweckung", bei der Sie uns gerne alle unterstützen dürfen.

Rudolf Gulich

Achtung Fachhändler! Diese Zeitung ist Ihre Zeitung!



Rudolf Gulich RC-F-Chefredakteur

schenstufen unter den möglichen Zielgruppen, Dieses Spektrum, auf die jeweils mehrere der genannten Wünsche und Eigenschaften zutreffen, und die sich als Modellbauer oder Interessierte wohl selbst (noch) nicht ganz klar sind über ihre Wünsche und einen möglichen Bedarf ihrer Freizeitplanungen, sind eigentlich die für Marketingversuche interessantesten. Wie also, um Himmelswillen, soll man nun als Hersteller, Importeur oder Händler dieses mögliche Potenzial ansprechen? Bisher glaubten viele selbst ernannte Experten (speziell aus manchen Verlagen),

Und schließlich gibt es noch die Grup-

pe eventueller Kunden, die eigentlich vom

derzeitigen Angebot unterfordert sind und

sich ganz einfach mehr Innovationen,

mehr Technik und mehr Abruf von krea-

tiver, handwerklicher und geistiger Leis-

Abgerundet wird unsere unvollständi-

ge Aufzählung von einer Menge von Zwi-

tung erwarten!

man könne einen geradezu globalen, breiten Markt quasi locker über den Preiswettbewerb erreichen, also den "Geiz-istgeil"-Kunden aus der Lebensmittelwerbung. Dieser Gedanke war und ist falsch

(wie sich das auch im allgemeinen Leben längst zeigt) und so arbeiten gerade dort jetzt die Werber mit Bedarfsweckung.

Quasi eine "Erziehungsfunktion" Über spezielle, gezielte Angebote (Joghurt mit Rhabarber, Bier mit Sirup, u.v.a.m.) versucht man neue Kunden zu "machen" und an eine Marke zu binden. Oder man zielt auf das Protzgehabe, auf Angeber, Wichtig- und Krawallmacher, die es ja auch mehr denn je massenweise gibt, also eine gewisse geistige Unterschicht. Diese "Kundschaft" wird ja auch schon längst über den größten Teil bestimmter Medien (allen voran das Fernsehen) bedient. Solange da noch ein Rest an Umsatz zu holen ist, glaubt man auch gerne, dass die entsprechenden Einschaltoder Klickquoten dieses Verdummungsund Kopfwäscheangebot der Großkonzerne als Erfolg bestätigen. Im Grunde zeigen aber beispielsweise die Klickzahlen nur, dass mit solcher Art von Ansprache ein vielleicht vorhandener, latenter Bedarf theoretisch bestätigt wird - zum tatsäch-

lichen Einkauf langt's dann meist nicht. Auf den Modellbau, und speziell den RC-Bereich bezogen, bedeutet dies, dass es auch beim Hersteller-/Importeurs- und Großhandels-Angebot immer weiter zur Spezialisierung führen wird. Denn Großanbieter, wie ehemals Graupner oder Rob-

Mit 60 000 Stichwörtern so umfangreich deutschen Gegenwartssprache und über

400 000 Angaben zu Bedeutung, Aussprache, Grammatik, Herkunft, Schreibvarianten und Worttrennungen ist der neu aufgelegte Fremdwörterduden so umfangreich wie nie. Besonders der Medizin- und Psychologiewortschatz gründlich geprüft und



Rudolf Gulich

RC-F-Chefredakteur

Kommentar

Die erste wirkliche Veränderung bei RC-F nach über 35 Jahren Ab sofort gibt es Ihre Kundenzeitung alle zwei Monate

Ein Résumé nach 55 Jahren als Modellbauer und nach 35 Jahren Zeitungsarbeit für den Modellbau: die Situation unserer Branche ist desolat.

Dies zeigen auch die Beispiele von Graupner, Robbe und weiteren, anderen Markenanbietern. Die Gründe dafür sind so vielfältig, wie die Veränderungen in

unserer Gesellschaft in den letzten zwanzig Jahren. Es begann bei der Prosecco- und Spaßgeneration, bei der es nicht nur "in" war, sondern fast schon Zwang, kein Interesse mehr an technischen Berufen und handwerklicher Ausbildung zu zeigen. Parallel dazu gab es in den Familien mit einer sog. antiautoritären Erziehung keinerlei Bemühungen mehr, den Kindern Werte und Qualitäten beizubringen, wie sie beispielsweise für konzentriertes, solides Werken erforderlich sind.

Alles war nur noch Spaß, oberflächlich, geldgeil, gedankenlos, mit der Ernsthaftigkeit war es vorbei. Weil damit auch noch eine Veränderung der Familienstrukturen einherging, so dass es auch fast völlig vorbei war mit gemeinsamen Unternehmungen in den Familien oder gar mit den früher selbstverständlichen Bastelabenden, entstand eine Basis, aus der kreative Modellbauer sicher nicht hervorgehen.

Allgemein gab es in den Vereinen und Verbänden immer weniger Jugendliche und immer weniger oder gar keine Jugendarbeit mehr und parallel dazu ebenso keine Nachwuchsbetreuung von Fachhändlern und Herstellern/Anbietern. Weil aber der Modellbaumarkt immer noch genug hergab, so dass es für die großen Anbieter (die sich gerne auch als Modellbauindustrie titulieren ließen) mehr als ausreichte, und auch mancher Fachhändler an Ostern gut und gerne 30 Tamiyabaukästen o.ä. verkaufte, hatte man also keinerlei Grund zu klagen oder gar über Änderungen nachzudenken!

Unterstützt wurde diese Einstellung vom größten Teil der vorhandenen "Modellbaupresse", bei der die Mitarbeiter kritiklos diese Vorgaben übernahmen und akzeptierten und die Verlage dafür monatlich mit übermäßig vielen ganzseitigen und vierfarbigen Anzeigen "belohnt" wurden. Es war die Zeit, als tatsächlich jeder Hinz- und Kunz glaubte, eine Modellbau "fachzeitschrift" herausgeben zu können. Viele tauchten auf - und ebenso schnell wieder ab.

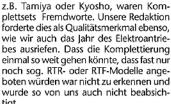
Jahrelang der alte Trott

Neuerungen, wenn überhaupt, wurden auch im medialen Bereich nur äußerst zögerlich eingeführt und richtiges Marketing und echte Nachwuchsförderung waren unbekannt. Mit unserer ZEITUNĞ FÜR MODELLBAU, der RC-F, waren wir fast wie der Hecht im Karpfenteich, als wir uns als Kundenzeitung für Pressearbeit und profimäßige Jugendarbeit stark machten oder zum Beispiel viele Prominente (Sportler, Schauspieler, Medienschaffende) zum Modellbau brachten. Allein unser kostenloser Presse-Informationsversand umfasste damals Hunderte von Adressen.

Der Branche ging es gut, weshalb also solche Unruhe stiften? Unsere Forderungen nach Neuerungen und mehr Qualität bei den Produkten wurden belächelt und allenfalls über ein paar Innovationsvorschläge, wie zum Beispiel unser Hovercraftmodell, oder ein nach Vorbild konstruiertes Gleitboot oder Solarflugzeug wurde nachgedacht. Auch die ausführliche Berichterstattung unserer Redakteure über die neuen Wedicotrucks führte zu

> ersten Aufwach- und Halloreaktionen (siehe dazu auch unsere Facebookseite mit Manfred Krua).

Insgesamt gab es jedoch kaum komplette Bausätze, schon gar nicht bei den Flugmodellen, bei denen es nur Holzsammlungen waren, und auch die Autoangebote waren immer noch dürftig. Selbst für namhafte und besser ausgestattete Automarken, wie



Bei den Flugmodellen gab es erste Versuche mit Schaum (Styropor etc.), die wir als Neuerung durchaus begrüßten, natürlich nicht ahnend, dass dies vielleicht einmal mit ein Grund für den Niedergang echter Modellbausätze sein könnte. Das Angebot war noch sehr übersichtlich und die gerade erst einsetzende Wegwerfmentalität unserer Gesellschaft führte noch nicht dazu, auch Flugmodelle im Exund Hoppverfahren zu "entsorgen". Allerdings zeichnete sich der Beginn der Schnäppchenjagd und einer krankhaften Geiz-ist-geil-Denkweise ab, was die Anbieter immer mehr zwang, auf günstigere Produzenten auszuweichen. Der Zwang billigst einzukaufen führte für alle Großanbieter dazu, in Fernost produzieren zu lassen, und damit einher ging eine Reduzierung des Angebots bei Vielfalt und Qualität, speziell bei den größeren Herstellern/Anbietern. Gleichzeitig wurden aber die Verkaufspreise immer teurer.

Hatten schon früher die großen Markenanbieter jede Mode bei den Produkten abgerittén, bis auch der letzte Tropfen ausgequetscht war (sprich ganz Deutschland mit diesem Teil versorgt), bevor man bereit war, überhaupt erst über was Neues nachzudenken, so gab es jetzt gar keinen Anlass mehr für Innovationen. Es fanden dort fast keine Entwicklungen mehr statt und wirkliche, umwälzende Neuigkeiten fehlten völlig. Fehlende Vorbilder bei den Originalen und fehlende gute Vorgaben aus der Wissenschaft und den Medien (Fernsehen, Kino usw.) rundeten das Bild ab.

Ist tatsächlich alles "abgeerntet" und nichts mehr zu erfinden?

Alles zusammen und weitere politische Veränderungen führten schließlich zu der Situation, wie sie sich heute darstellt. Der erste große Einschnitt war der Zusammenbruch des Marktführers, der – wie sich erst jetzt zeigte - wesentlich mehr für die ganze Branche getan hatte, als viele glaubten und der dafür oftmals als Dank nur angefeindet wurde. Weiter kam dazu das entstehende Onlineangebot, ein Fachhandelskiller, bei dem genau die gleichen Chinahersteller den Markt massenweise mit Ramsch überschwemmden Markt

www.facebook.com/ modellbauzeitung

ten. Abgerundet wurde diese schwierige Situation für die bisherigen Marktstrukturen durch geändertes Freizeitverhalten man hatte ja mindestens drei Hobbys, aber nur das Geld für ein halbes - und es gab immer mehr kinderlose Familien.

Das Aufkommen von Computern und da speziell der neuen Möglichkeiten bei den mobilen Geräten (Stichwort "Smartphone" oder "iPad") führte zu einem völlig anderen Freizeitverhalten. Als "Technik" wurden plötzlich nur noch diese Teile erkannt, wogegen es bei vielen anderen technischen Angeboten, bis hin zur Berufswahl, zu einer völligen Ablehnung und Technikfeindlichkeit kam.

Nur noch glotzen – ist das Lesen und Mitdenken vorbei?

Alles zusammen und die gleichzeitig einsetzende Videoisierung, die man wohl besser als Videoidiotisierung bezeichnen muss, führte auch

zu einem Sterben von gedruckten Medien (Zeitungen, Publikumsmagazine, Fachzeitschriften), oder zumindest zu deutlichen Umstrukturierungen (Personalabbau, Inhaberwechsel, Auflagenschwund n zu iefe und Stellungnahmen Qualität res Werbea usw.). Es gab und gibt immer noch ganz einfach zu viele Medien für zu wenige Themen; dabei fehlt es aber überall an fas-

zinierenden Ideen. Aus jedem Mist wird ein großer Bohei, den man ja heute "Hype" nennt, ohne dass es noch irgendwen erreicht. Unsere überinformierte Gesellschaft zerfällt in wenige wirklich Informierte und einen großen Rest an

Gleichgültigen.

Die Verblödung in der Bevölkerung schreitet voran - digitale Demenz!

Allgemein ist das selbst Denken und selbst Bauen und technisch und kreativ entwickeln inzwischen eine unbekannte Größe unserer Wischfingergeneration. Videoglotzen allein bringt's aber nicht!

Wenn man dann noch weiß, dass ein Smartphone inzwischen rd. 800 Euro kostet und beispielsweise zwei Kinder im Haus eins wollen und auch noch die Geräte für die Eltern....

Vorbild USA?

Bezüglich der Automodellanbieter kommt laut einem Pressetext der Spielwarenmesse (Blog vom 3.3.) angeblich aus einer Umfrage in USA die Aussage, dass die sogenannte Generation Y bei der individuellen Mobilität andere Ansprüche hat als ihre Eltern. Das Auto hat als Statussymbol ausgedient, es wird zum Gebrauchsgegenstand. Das Smartphone selber wird zur Mobilitätslösung für die Generation der unter 30-Jährigen und koordiniert Dienste wie Carsharing, Bahn- und Busfahrten oder Mitfahrgelegenheiten. Stellt sich mir die Frage, ob die Amerikaner, von denen ja jede tolle, neue Mode zu uns kommt, auch nicht mehr bauen können oder wollen? Warten alle zusammen vielleicht nach der Devise "für jeden Depp ne neue App" auf die bisher fehlenden Apps, die automatisch und selbsttätig unsere Modelle zusammenbauen? Will tatsächlich niemand mehr selbst

bauen, montieren, konstruieren?

Auf unserem Markt gibt es nun also keine größeren inhabergeführten Familienbetriebe mehr, die die Entwicklungen vorgeben, um so Modellbausätze anbieten zu können, die machbar (also nachbaubar) sein müssen, ohne dass der Modellbauer eine super Profiwerkstatt und ein Ingenieurstudium hat (siehe dazu auch: "Wer wir sind" im Netz – www.rc-f.de/RC-F-Seite_5.htm). Diese kleinen Anbieter jedoch konnten und können den Fachhandel nicht ausreichend bedienen und parallel dazu sind sie auch nicht in der Lage Werbung in Printmedien in der richtigen Größenordnung zu schalten.

Es gibt zu wenig gutes Material für eine monatliche Erscheinungsweise

Aus allen genannten Gründen sehen wir uns gezwungen, nach über 35 Jahren harter Arbeit für den Modellbau und den Modellbaufachhandel, unsere ZEITUNG FÜR MODELLBAU auf zweimonatliche Erscheinungsweise umzustellen. Weil wir weder die Verbreitung (hohe Auflage im Zeitungsrotationsdruck) noch die Quali-

tät der Berichterstattung (sprachlich und inhaltlich) reduzieren wollen und weil wir auch den einmalig günstigen Verkaufspreis nicht ändern werden, dafür aber gleichzeitig das Angebot an Modellen und Informationen zu gering geworden ist, und die adäquate Werbeunterstützung fehlt, halten wir diesen Schritt für absolut richtig. Sollte sich die Marktsituation wieder ändern (Produktvielfalt, Qualität und auch ein besseres Werbeangebot) können wir jederzeit unsere RC-F darauf einstellen.

Eine Zeitung für Idealisten

Wir werden den Schwerpunkt unserer Berichterstattung weiterhin mit ehrlichen Berichten auf die Nachwuchsförderung und Angebote für Normalbürger und Familien legen und versuchen, speziell Bausätze zu finden, die nicht durch eine Militärindustrie lanciert werden (Drohnen) oder bei denen dem Käufer vorgegaukelt wird, dass sie von alleine fliegen. Denn nicht alles, was technisch eventuell machbar ist, muss auch in den Markt gepresst werden. Viel wichtiger erscheint uns das gemeinsame Modellbauen in der Familie und die technische und kreative Entwicklung unserer Kinder.

Kurzfristige Meldungen aus der Bran-che, Produktneuheiten, aktuelle Beurteilungen zur Situation usw. finden Sie auch weiterhin auf unserer Facebookseite.

R. Gulich/RC-F

Wenn nicht wir, wer sonst? RC-F – die Kritische! Vor Jahren haben wir diesen Kommentar geschrieben – zu den Ausführungen "wer wir sind" haben wir zum Jahresabschluss 2014 hier nichts zu korrigieren!

Eine Klarstellung zur Situation im RC-Modellbau und zur Lage allgemein

RC-F - wer wir sind, was wir wollen

35 Jahre ZEITUNG FÜR MODELLBAU

Es gibt im Bereich Modellbau, und da speziell im RC-Modellbau, eine sehr große Anzahl unterschiedlicher Medien. Unsere ZEITUNG FÜR MODELLBAU, die RC-F, gehört seit über 34 Jahren dazu. Sie er-

scheint mit sehr großer Auflage (Rotationsdruck) jeden Monat und zusätzlich gibt es mehrmals im Jahr auch noch Sonderausgaben (RC-F-plus, RC-F-extra). Weil sich aber seit ein paar Jahren die mediale Landschaft verändert hat, wird es Zeit, dass wir hier einmal unsere Vorgaben und Ziele besser bekanntmachen.

Damit es einmal klar ist: RC-F, die ZEITUNG FÜR MO-DELLBAU, ist die Modellbauzeitung für den ganz normalen Kunden, für Kinder, Jugendliche, Familien, Anfän-

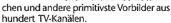
ger. Wir berichten ohne Angeberei, ohne Protzgehabe und Modegewäsch über alle Modellbauthemen und Randgebiete und das alles für 1,50 Euro monatlich!

Wir sind gleichzeitig auch die Kundenzeitung des Modellbaufachhandels und als solche sollten wir natürlich auch Verkaufsunterstützung für Industrie und Handel bieten, aber im Gegensatz zu man-chen Druck-Erzeugnissen und sehr vielen Internetforen tun wir das wahrheitsgemäß und kritisch. Während sich die superklugen Internetschreiberlinge über die "gekauften, unehrlichen Printprodukte" aufregen, berichten wir seriös - wie es sich für die ZEITUNG FÜR MODELLBAU ge-

Wir rennen nicht sofort jeder Modewelle hinterher, wir versuchen die Werbetexte der Industrie von den vielen Superlativen, von Megasprüchen u.Ä. zu bereinigen, weil wir unsere Sprache wieder mehr als Kulturgut sehen wollen, und das Geschrei nach immer größer, schneller, lauter, greller, ablehnen. Wo soll eine solche Denkweise hinführen? Müssen wir unseren Kindern nur noch Geldgier und diesen angeblichen "Lifestyle" vorleben?

Wir wollen eine Zeitung machen für die

soliden Kunden aus guten Verhältnissen, für deren Kinder und Enkel, aber nicht für eine immer deutlicher hervortretende, bildungsfremde geistige Unterschicht. Deshalb sind wir auch für den ganz normalen Modellbau, fürs Basteln und Tüfteln, für kreative Ideen und neue Erfindungen, aber nicht für Gewalt und Kriegsgerät, nicht für idiotisches Tempogeschrei (fast and furious...), nicht fürs "Bashen" à la Amischrottfilm-



Man bejammert jetzt in allen Talkshows die allgemeine Gewaltbereitschaft und im speziellen die der Kinder und Jugendlichen. Wo waren diese Talkshowlaberer, als es darum ging, die damals so gern gemachte "Programmvielfalt" besser zu kontrollieren? Wir brauchen keine prügelnden Jugendlichen, keine Rohheiten wie in fast hundert Prozent der "Unterhaltungsfilme" - dafür reichen schon die täglichen Nachrichtensender. Unsere Gesellschaft und ihre Medien haben sich also das Gesindel herangezogen, das sie ver-

Mit dieser Schicht sind auch keine wirklich guten Geschäfte zu machen, das erkennt man inzwischen immer deutlicher und wundert sich gleichzeitig, dass somit auch der Verkauf von Ramschprodukten stagniert. Die vielen Schlauschwätzer in den Internetchats fordern dagegen maximale Qualität zum super Preis – also fast



RC-F, die ZEITUNG FÜR MODELLBAU, will Vernunft ohne Spinnerei, mit soliden, hochwertigen Qualitätsprodukten zu angebrachten Preisen - das ganz normale, seriöse Verkaufsprogramm eben. Angeboten ohne

te gilt noch immer, Wort für Wort! Krawallsprüche und Werbelügen, stattdessen mit genauen technischen Daten und exakter Beschreibung. Dazu ordentlich verpackt und mit ausführlichen Anleitungen versehen. Dies alles darf dann schon mal etwas kosten, wer es sich nicht mehr leisten kann, kann vermutlich auch die Anleitungen nicht lesen und die Technik kaum handhaben. Man sollte sich klar sein darüber, dass der RC-Modellbau nicht geeignet ist zum Verramschen, somit also auch nicht für jede Klientel.

Schon im Mai 2011 stellten wir

klar, "Wer Wir sind" - das Gesag-

Die elitären Großverdiener sind aber keinesfalls die einzig wirkliche Lösung, denn von zwanzig verkauften Turbinen und dazu ein paar Großmodellen für über 3000 oder mehr Euro kann kein Handel und keine Industrie leben. Es braucht einen soliden, gebildeten Mittelstand, der schon von der Basis her, also auch von der Kindererziehung her, gesund ist. Dies beginnt schon bei vernünftiger Sprache, ohne Amerikanismen, Angeberei und ständige Übertreibungen.

Das zu erreichen, wird nach Jahren der Gleichgültigkeit auch für engagierte Ausbilder, Lehrer, Erzieher und Eltern nicht einfach werden. Zumal es auch noch sehr viele Eltern gibt, die selbst schon keine solide Erziehung erhalten haben und selbst nur noch auf "Style" Glamour und Way of Life abfahren, anstatt sich etwas mehr um die ach so gescholtenen "alten

Werte" zu bemühen. Wenn dann noch die berüchtigte "Technikfeindlichkeit" dazu kommt (außer natürlich beim Smartphone), ist es um die Modellbaubasis nicht gut bestellt. Wir brauchen

im RC-Modellbau also keine Krawallprodukte, sondern hochwertige, technische Modellbausätze, mit guten Vorlagen, soliden Bauanleitungen und entsprechenden Arbeitshilfen aus Handel und Indus-Dazu Menschen, die

auch bereit sind, diese Hilfen einzusetzen und unseren Kindern und Enkeln wieder mehr technisches Wissen und Kreativität beizubringen. So entsteht eine neue Gruppe von innovativen, technisch versierten Modellbauern, die es nicht als wichtigstes Ziel betrachten, ihr Modell gegen die Wand zu hauen. Auch in der Formel 1 gewinnt selten der Krawallmacher, sondern meist der technisch Begabte, der sein Auto zumindest gut kennt. Der RC-Modellbauer, der sein Flug-, Schiffs- oder Automodell richtig beurteilen kann, weil er darin kein Wegwerfprodukt sieht und sich immer weiter intensiv damit befasst, wird auf Dauer mehr Spaß haben und dazu oft auch noch Geschwindigkeit und Rennatmosphäre erleben.

Dazu braucht es Unterstützung, Beratung, Hilfe. Diese gewähren sicher immer noch die Eltern und Erzieher, aber auch mancher Fachhändler vor Ort - und deshalb gibt es die RC-F auch überwiegend beim Fachhandel. Diesen Ort der Beratung wollen wir weiter unterstützen und dazu mit klaren, ehrlichen Berichten beitragen, denn im Gegensatz zu vielen anderen Medien setzen wir uns ernsthaft für den Modellbau ein.

R. Gulich



Rudolf Gulich RC-F-Chefredakteur

RC-F im Abonnement

Vielfach wird nach der Möglichkeit gefragt, die ZEITUNG FÜR MODELLBAU, RC-F/RC-FREI-ZEIT im Jahresabo zu beziehen. Eigentlich ist RC-F die Kundenzeitung des Fachhandels; weil aber nur aktive, serviceorientierte Fachhändler diese Kundenzeitung bestellen, kann es schon mal vorkommen, dass manchem Leser der Weg zu weit ist. Deshalb hier ein Abo-Bestellschein für die direkte Zusen-Mit diesem Bestellschein verlie-

ren alle anderen ihre Gültigkeit!

Abo-Bestellung

im Umschlag mit Geldschein, Briefmarken oder Anschriftsbeleg für Rechnung einsenden an:

RC-F/RC-FREIZEIT, Postfach 1109, 86399 Bobingen.

a, ich möchte die RC-F im Jahresabonnement beziehen. ZE

tte senden Sie mir monatlich – ab Heft-Nr/2015 die EITUNG FÜR MODELLBAU, RC-F/RC-FREIZEIT zu.			
r- und Zuname;	Datum:		

Postfach/Straße:		
PLZ (für Str. od. PF.);	Ort:	Unterschrift:
		(bei Minderjährigen der Erziehungsbe- rechtigte – bei Kaufleuten der Inhaber
		oder Geschäftsführer).

Den Betrag von 20,- € pro Jahr habe ich dieser Bestellung als Geldschein, Anschriftsbeleg für Rechnung oder Briefmarken * beigelegt. Dieses Abonnement kann jeweils nur sechs Wochen vor Ablauf schriftlich gekündigt werden.

* Nichtzutreffendes bitte streichen.

