

Die Großen schlucken die Kleinen

In der Region kämpfen viele Fotofachgeschäfte, Labore und Bildagenturen ums Überleben

Handelsketten, Drogeriemarkte und Labore diktieren die Preise und zwingen immer mehr kleine Betriebe der Fotobranche zur Aufgabe.

von RALF SCHÄDEL

BONN/RHEIN-SIEG-KREIS. Spätestens seit der Evolutionstheorie des englischen Naturforschers Charles Darwin ist der Zusammenhang von Kräfteverhältnis und Überlebenschance bekannt. Dass sich an diesem „Kampf ums Dasein“ nichts geändert hat, erfahren derzeit leidvoll viele kleine und mittelständische Fotofachgeschäfte, Labore und Bildagenturen in Bonn und

dem Rhein/Sieg-Kreis. In den vergangenen fünf Jahren ist es zu mehr als 50 Geschäftsaufgaben gekommen. Gründe: Preisdruck durchs Internet und durch große Handelsketten, verändertes Konsumverhalten im digitalen Zeitalter, geringe Margen und das Sterben des Filmgeschäftes.

Und so rollt die Pleitewelle scheinbar unaufhaltsam weiter wie Beispiele zeigen. Nachdem vor zwei Jahren das Fotofachgeschäft „Pro Foto“ in der Bonngasse schon zeitweise geschlossen war, aber dann neu eröffnete, erlitt „Alkauf Foto“ in Bonn und Bad Godesberg sowie „Fix + Foto“ in der Wenzelgasse das Aus. Anfang des Jahres meldete „Duus“ in Bad Godesberg Insolvenz an. Jüngstes Opfer ist Adam Gronzka mit seinem Fotolabor „Photothek“ in der Sternstraße.

Nach viereinhalb Jahren als Inhaber musste er vergangenen Donnerstag das seit Jahrzehnten existierende Geschäft schließen. Von Januar an sind seine ohnehin geringen Umsätze noch mal um bis zu 35 Prozent zurückgegangen. Das sei das Aus gewesen. Als Gründe führt er jetzt Arbeitslosigkeit an: So erhielten viele große Drogerieketten von Großlaboren bessere Konditionen als die kleinen Einzelhändler. Außerdem die gestiegenen Energie-, Benzin- und



Mit immer neuen Verkaufsstrategien versucht der Fotofachhandel, sich zu behaupten. Große Ketten, aber auch Digitalfotografie und Internet machen mittelständischen Betrieben zu schaffen. (Foto: Schädel)

ZAHLEN

Bei der Industrie- und Handelskammer Bonn/Rhein-Sieg ist derzeit folgende Anzahl an Betrieben gemeldet. Foto-Einzelhändler: 15 in Bonn, 34 im Rhein-Sieg-Kreis. Fotografisches Gewerbe: 12 in Bonn, 32 im Kreis. Fotografisches Gewerbe und Labor: 2 in Bonn, 1 im Kreis. (ras)

Steuerkosten sowie das Digitalgeschäft. Das Problem hierbei: Anders als bei der analogen Fotografie lassen die Kunden ihre Bilder nicht mehr direkt entwickeln, sondern brennen die digitalen Daten zu nächst auf die Festplatte ihres Computers. Erst Monate später lassen sie dann eine kleine Auswahl entwickeln. Für

Gronzka laufen in dieser Zeit jedoch Fixkosten für Miete, Minilab und Material weiter. Dem „Fotohaus Bartholomäus“ in der Stockenstraße droht zwar nicht das Aus, dennoch muss sich Inhaber Herbert Arentz mitgedrungen von Mitarbeitern trennen. „Wir benötigen eine schlankere Kostenstruktur, um überleben zu

können.“ Von den bisher fünf Mitarbeitern werden zwei entlassen. Und weil das an Einsparungen noch nicht reicht, zieht das Fachgeschäft Anfang nächsten Jahres in neue Verkaufsräume in der Kasernenstraße. Zusätzlich zu den Einsparungen bei Personal und Mietzins setzt Arentz seit einiger Zeit auch auf Schulungen

mit Digitalkameras, Computern und Bildbearbeitung. „Das ist eine Versorgung, die die Großen noch nicht leisten können“, meint er.

Volker Lannert, Inhaber der „Agentur Foto Klick“ in der Bonngasse, hat für rückläufige Umsätze vor allem das Internet als Schuldigen ausgemacht. „Zwar bietet das Medium ganz neue Vertriebswege, doch der weit verbreitete Bilderklauf aus dem Netz macht alles kaputt.“ Es gebe sogar Agenturen, die qualitativ minderwertige Fotos kostenlos anbieten. Nachdem er das Agenturgeschäft zunächst etwas zurückgefahren hat und sich ganz auf seine Aufträge als Fotograf konzentriert, will er mit neuer Strategie noch mal angriffen. „Ich werde mich einem Verbund anschließen und auf ein Thema spezialisieren.“

Willy Fischel, Geschäftsführer des Bundesverbandes Technik des Einzelhandels (BVT), kennt die Folgen der geringen Margen, des rasanten Preisverfalls und des rückläufigen Filmgeschäftes für die Fotobranche. Hoffnungen will er den Betroffenen daher nicht machen. „Es gibt kein Universalrezept für den Erfolg.“ Jedoch rät der Branchenkenner, Standort, Zielgruppe und Dienstleistungen zu überprüfen und für eine Ausdehnung des Sortiments offen zu sein.

Gastronomen mit gewürzten Preisen

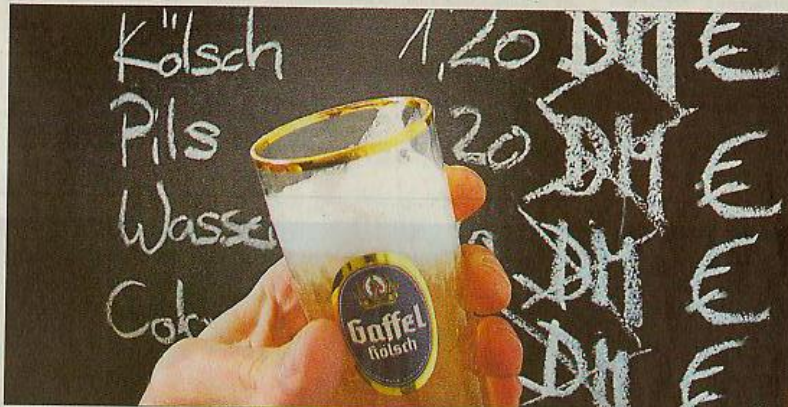
Institut für Angewandte Verbraucherforschung: In Kneipen ist der Euro oft ein „Teuro“

von RALF SCHÄDEL

KÖLN/BONN. Jetzt ist es raus: Ebenso wie in anderen großen Städten Nordrhein-Westfalens haben auch viele Bonner Gastronomen die Umstellung auf den Euro zur Vertiefung genutzt. Das ergaben Untersuchungen des Kölner Instituts für Angewandte Verbraucherforschung (IFAV) und Erhebungen des Statistischen Bundesamtes.

In einer vom WDR in Auftrag gegebenen langfristig angelegten Beobachtung für Nordrhein-Westfalen wurden von Juli 2001 bis November 2003 zunächst in den Städten Bielefeld, Dortmund, Essen und Köln die Preisentwicklungen vor, während und nach der Einführung des Euro ermittelt. Das Ergebnis: In 53,4 Prozent der gastronomischen Angebote und Leistungen bei den selben Anbietern waren die Preise bereits im Februar 2002 teurer als im Vorjahr.

Heute sind die Preise sogar in 69,9 Prozent höher als zum Beginn dieser Beobachtungen. Ein Glas Coca Cola (0,2 l) kostete im NRW-Durchschnitt Mitte 2001 noch 2,90 Mark (1,48 Euro), im November 2003 bereits 1,58 Euro. Eine Zwiebel-suppe verteuerte sich NRW-weit von 3,63 auf 3,83 Euro. Das Statistische Bundesamt ermittelte im November 2002 für Gaststättendienstleistungen



So kommt es vielen Kunden in der Gastronomie vor: D-Markpreise wurden Euro-Preise umgewandelt. (Foto: Martin Magunia)

einen Preisanstieg um 3,4 Prozent zum Vorjahr. Der aufmerksame Leser wird jetzt den Zeigefinger heben und sagen: Köln oder Dortmund sind nicht Bonn. Stimmt. Doch: Das IFAV-Institut hat im Mai 2002 in einer bundesweiten Stichprobe im Dienstleistungsbereich auch einige Gaststätten aus dem Bonner Raum wegen Preiser-

höhungen unter die Lupe genommen – und die Ergebnisse haben nach Ansicht von IFAV-Institutsleiter Rainer Wezel nach wie vor Gültigkeit. „Die Preissituation in Bonn unterscheidet sich nicht vom bundesweiten Trend. Viele Gaststätten haben ebenso wie andere Dienstleister die Euro-Einführung zu teilweise kräftigen Preiserhöhungen

genutzt“, berichtet der Wissenschaftler. Es sei aus heutiger Sicht ein schwerer Fehler gewesen, dass es im Dienstleistungsbereich in der Übergangszeit keine doppelte Preisauszeichnung gab. Dieses System habe im Handel gut funktioniert und in der Umstellungsphase sogar eine preisdämpfende Wirkung hervorgerufen. „Dagegen hat-

ten wir im Dienstleistungsbereich in den Wochen der Euro-Einführung ein völlig anderes Bild, das durch deutliche Preissprünge gekennzeichnet war“, erklärt Wezel weiter.

Bei vergleichbaren Angeboten ergab sich zwischen Juni/ Juli 2001 und Mai 2002 in 82,1 Prozent der Fälle eine Preiserhöhung und in 10,3 Prozent eine Preissenkung. Die Ergeb-

nisse dieser Preisbeobachtungen bestätigen das, was viele Verbraucher empfinden – erhebliche Preiserhöhungen im Gastronomie-Bereich.

Zur Entschuldigung der Gastronomen ließe sich anführen, dass sie viele Preiserhöhungen, die normalerweise zu einem früheren Zeitpunkt fällig gewesen wären, auf diesen Zeitpunkt verschoben hatten. Ebenso wurden Erhöhungen, die für später im Jahr 2002 geplant waren, auf den Januar vorgezogen. Das Brauhaus Bönnsch an der Sternortbrücke hat schon im Oktober 2001 seine Bier-Preise angehoben: „Wir haben die D-Markpreise dem Euro angepasst“, erklärt ein Mitarbeiter. Im Jahr 2002 blieb der Preis des Bönnsch unverändert. Erst im Januar 2003 wurde er um fünf Cent auf 1,40 Euro erhöht.

Die Essenspreise hingegen waren durchgehend konstant. Das Tagesgericht kostete früher 17,50 Mark jetzt 9 Euro. „Bei uns hat sich durch die Rundungen der Preise ein fünfprozentiger Aufschlag bei den Gerichten und Getränken ergeben“, erklärt Annette Holtz, Geschäftsführerin des Restaurant Da Capo an der Beethovenhalle. Bemerkenswert ist, dass die wenigen Dienstleistungsangebote, die erst nachträglich im Preis verändert wurden, ausschließlich erhöht wurden.

Stürmische Zeiten für Bonner Einzelhandel

Basel II: Mitte 2004 sollen neue Kriterien zur Kreditvergabe verabschiedet werden

von RALF SCHÄDEL

BONN. Die Diskussionen der Befürworter und Gegner des „Basel II-Abkommens“ werden immer lauter. Mitte 2004 wollen Vertreter der Bankenaufsichtsbehörden und führender europäischer Zentralbanken neue Kreditvergabe-kriterien verabschieden.

Mehr als 100 Länder sollen ab 2006 Basel II in ihr nationales Recht übernehmen. Ziel des Abkommens ist es, bei Kreditvergabe die Eigenkapitalunterlegung künftig risiko-näher vorzunehmen. Auch Bonner Einzelhändler, Wirtschaftsunternehmen und Banken sind von diesen einschneidenden Veränderungen stark betroffen.

Der Einzelhandelsverband Bonn-Rhein-Sieg-Euskirchen befürchtet, dass der gewerbliche Mittelstand von den Großbanken nicht mehr gerne als Kreditnehmer gesehen wird. „Wir rechnen mit größten Hindernissen bei der Kreditbeschaffung und einer Verschlechterung der Kreditkonditionen“, äußert sich Hauptgeschäftsführer Dierrk Sessinghaus besorgt.

Das Abkommen sieht vor, dass die Eigenkapitalunterlegung durch die Bank künftig an die Bonität des Schuldners gekoppelt wird. Je höher also die Bonität, desto besser wird er von der Bank beim Rating (siehe Kasten) eingeschätzt und desto günstiger sind die Kreditkonditionen.

Der Großteil der Handelsunternehmen, hält Diplombankkaufmann Sessinghaus dem entgegen, verfüge über eine geringe Eigenkapitalquote, so dass die Finanzierung der Wa-



Eine existenzielle Gefährdung sieht Hildegard Gall vom Bettengeschäft Gall durch „Basel II“ auf den Einzelhandel zukommen. (Foto: Magunia)

panion und Filialisierung ohne Fremdkapital nicht möglich seien. Diese These zur existenziellen Gefährdung des Einzelhandels kann Hildegard Gall vom gleichnamigen Bonner Bettengeschäft bestätigen. „Die Industrie hält sich künftig nur noch an die Großabnehmer, weil kleine

Chance mehr, so Gall. Keine Liquidität, kein Geschäft. Der Bonner Immobilienfachmann Bernd Hensel, Geschäftsführer der Renum Projektgruppe GmbH, „Noch vor einigen Jahren gab es eine große Käuferschicht, von Kapitalanlegern, die ihr Geld in Eigentumswohnungen investiert haben, jetzt

währt keine Bank mehr Kredit für einen Wohnungskauf, ohne dass der Großteil des Geldes über Eigenkapital aufgebracht wird.“ Einen Grund für Liquiditätsprobleme sieht Hensel darin, dass einige Banken bereits gewährte Kredite ohne Ankündigung kürzten. Jürgen Reske von der Spar-

sein Geldinstitut bereits im Frühjahr eingeführt hat, nur eine Kreditentscheidung vorbereite, sie aber nicht ersetze. „Kredite vergeben wir auch in Zukunft mit Kopf und Herz und nicht durch den Computer.“ Er rät den Betrieben zu einer offenen Informationspolitik, die Vertrauen zwischen

RATING

Rating, was ist das? Es gibt Auskunft über die Bonität und damit das Kreditrisiko eines Schuldners. Ein Rating analysiert und beurteilt nach Kriterien wie der Qualität der Unternehmensorganisation, Zukunftsorientierung, Leistungsfähigkeit der Controllinginstrumente, Dokumentation der wirtschaftlichen Verhältnisse oder Wettbewerbssituation. Es will herausfinden, ob ein Unternehmen künftig in der Lage ist, geliehenes Geld mit Tilgung und Verzinsung pünktlich und vollständig zurückzahlen.

Ermittlung einer Note verstanden werden, sondern als ein kontinuierlicher Prozess zur Beurteilung und Weiterentwicklung eines Unternehmens.

Auch wenn sich für den einen oder anderen die Kreditkonditionen verschlechtern, werden durch die Ratingergebnisse die Stärken und Schwächen eines Betriebes offen gelegt. Dann können Maßnahmen zur Verbesserung eines Ratingergebnisses wie eine Verbesserung der Eigenkapitalquote (z.B. Räumungsverkauf der Ladenhüter oder Verbesserung der eigenen Wettbewerbsposition (besserer Service) eingeleitet werden.

Z Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE); Tel.: (030) 72 62 500 oder Einzel-

Raumausstatter sehen in eine bunte Zukunft

imm Cologne: Zentralverband Raum und Ausstattung erkennt trotz Probleme Aufwärtstrend

von RALF SCHÄDEL

KÖLN/BONN. Erst im Herbst vergangenen Jahres schlug das Raumausstatter-Handwerk Alarm: Der in Bonn ansässige Zentralverband Raum und Ausstattung (ZVR) kritisierte harsch den Kurs der Bundesregierung. Der Wegfall der Meisterpflicht habe zum Verlust von Arbeitsplätzen, weniger Ausbildungsverhältnissen und -betrieben sowie einem Qualifizierungsdefizit geführt.

Auf der noch bis Sonntag laufenden Internationalen Möbelmesse „imm cologne“ präsentiert sich der deutsche Dachverband von rund 4500 Innungsbetrieben deutlich optimistischer. Auf die Umsatzbringer Dekoration und Polster sei Verlass, kleinere Arbeitsbereiche vielverspre-

chend. Bilian Proffen, seit einem Jahr Pressesprecher beim ZVR, beschreibt die momentane Lage für Deutschlands Raumausstatter, Sattler, Bodenleger und Dekorationsmaler so: „Wir haben seit der Neustrukturierung der Handwerksordnung festgestellt, dass Ein-Euro-Jobs und Ich-AGs kaum überlebensfähig sind.“ Vielmehr setze sich beim Kunden die Qualität durch. Auch wenn etwa 30 Prozent der Innungsbetriebe über schlechtere Umsätze als 2004 klagten, war der Verlauf des Geschäftsjahres 2005 für über 41 Prozent immerhin etwa gleich bleibend zum Vorjahr. Der Konjunkturbericht 2005 deckte noch mehr auf. So zeichnete sich von 2004 zu 2005 beim Umsatz eine leichte Verschiebung nach oben ab. 36,5



„Beim Kunden setzt sich Qualität durch“, Bilian Proffen, Pressesprecher des ZVR.

Prozent der Betriebe machten Umsätze zwischen 200 000 und 500 000 Euro (Vorjahr: 34,6 Prozent), und 12,5 Prozent erreichten einen Gesamtumsatz von bis zu einer Million Euro (2004: 10,7 Prozent). Die Umsatzverteilung der einzelnen Geschäftsbereiche ergab: „Top-Seller“ der Raumausstatter waren mit 29,3 Prozent die Dekorationsarbeiten, gefolgt von der Polsterlei. Sie konnte gegenüber 2003 um knapp fünf Prozent ansteigen und lag mit 26,2 Prozent nur wenig hinter der Dekoration. Das Arbeitsgebiet Bodenbelag überstieg erstmals seit mehreren Jahren die 20-Prozent-Grenze (21,8 Prozent). Anhaltend positiv blieb die Entwicklung im Bereich Sonnenschutz. Er lag bei einem Umsatzanteil von 13,9 Prozent.

Die Prognose des ZVR:

Während für die führenden Umsatzfelder Dekoration und Polster eine Stagnation erwartet wird, glauben viele Betriebe, dass beim Bodenbelag der Trend nach unten gestoppt ist. „Auch der Tapete werden wieder höhere Absatzchancen zugesprochen. Optimistisch ist man ebenfalls im Bereich des Sonnenschutzes, da Energiesparmaßnahmen ein zukunftsrelevantes Thema sind.“

Die Forderungen von ZVR-Präsident Norbert Berndt nach Abschaffung der Ich-AGs und einem mittelstandsfreundlicheren Steuer- und Sozialsystem sind zwar noch nicht in Sicht. Doch Pressesprecher Proffen erkennt das Entgegenkommen des Bundeskabinetts. „Das Steuerbonus-Gesetz für Erhaltungs-, Modernisierungs- und Renovierungsmaßnahmen ist ein

erster Schritt zur Stärkung der Handwerksbetriebe.“ Als nächstes Etappenziel hat sich der ZVR die Einführung einer Mindestqualifikation vorgenommen.

Handwerklich innovative Webkunst stellt der Dachverband auf seinem Messestand in der Passage zwischen Halle 4 und 5 vor. „Wir haben versucht, die Welt bunt, das heißt mit nur zehn Farben, jedoch einer unendlichen Farbvielfalt darzustellen“, erklärt Raumausstatter-Meister Proffen. Farben wie beispielsweise Rot stehen für Feuer, Wärme, Blut, Liebe, Erotik und Leidenschaft. Im richtigen Wohnbereich eingesetzt und mit entsprechenden Farben kombiniert – wie bei der Sitzbankreihe – und dem Teppich zu sehen ist – können diese Emotionen verstärkt werden.