

Interview mit Andreas Reimer, Senior Sales/Commercial Manager Comet Feuerwerk, am Rande der Spielwarenmesse 2014 in Nürnberg

BVPK: Wodurch zeichnet sich Comet/Keller Feuerwerk aus?

Reimer: Durch die Übernahme von Keller Feuerwerk im Jahre 2013 hat sich der Marktanteil der Comet Feuerwerk GmbH am deutschen Markt auf circa 38 Prozent vergrößert. Der Jahresumsatz liegt bei etwa 65 Millionen Euro. Wir sind mit dieser Kennzahl sehr nah am umsatzstärksten Unternehmen der Branche dran. Unser Artikelsortiment hat sich auf etwa 1500 Produkte vergrößert. Comet Feuerwerk ist Teil des größten chinesischen Handelsunternehmens Li & Fung mit Sitz in Hong Kong. Die chinesische Mutterfirma hat bereits 1906 angefangen, Feuerwerk zu exportieren.



BVPK: Wie viele Mitarbeiter hat das Unternehmen?

Reimer: Die Stammebelegschaft umfasst 70 Mitarbeiter am Standort Bremerhaven. Im September kommen jährlich gut 100 Saisonkräfte hinzu, die etwa bis März/April des Folgejahres bei uns beschäftigt sind, unsere Retouren abzufertigen. Unsere Saisonkräfte sind uns seit vielen Jahren treu verbunden, sodass wir auf ihre Erfahrung und Routine zählen können.

BVPK: Nachrichten über ausbleibende oder verspätete Frachtschiffe aus China schrecken regelmäßig die Feuerwerksgemeinde auf. Gib es eigentlich genügend Lagerkapazitäten für eine Zwischenlagerung oder muss die Logistik so geplant werden, dass die Ware gleich vom Schiff zu den Endkunden kommt?

Reimer: Wir haben allein in Bremerhaven eine Kapazität von etwa 40.000 Palettenstellplätzen. Mit einem Lager dieser Größe haben wir den Vorteil, dass wir Ware frühzeitig einlagern können, um unseren Kunden eine große Liefersicherheit zu gewähren. Bei Standardartikeln gibt es über das ganze Jahr Wareneingänge. Nur wenige Kunden kaufen containerweise. Der Warenumschlag erfolgt fast ausschließlich in Bremerhaven.

BVPK: Der VPI gibt schon seit einigen Jahren eine relativ konstante Zahl beim Jahresumsatz von Silvesterfeuerwerk an. Diese bewegt sich rund um 115 Mio. Euro. Wie sehen sie die Marktentwicklung?

Reimer: Der Silvesterfeuerwerksmarkt in Deutschland ist kein Wachstumsmarkt. Umsatzwachstum wird fast ausschließlich durch den Gewinn von Marktanteilen generiert.

BVPK: Bietet Comet/Keller neben Konsumer-Feuerwerk auch Großfeuerwerk oder technisches Feuerwerk an? Gibt es noch Produktionsstandorte in Deutschland?

Reimer: Wir konzentrieren uns erfolgreich auf den Bereich Kategorie I und II. In Deutschland erfolgen Produktentwicklung, Logistik, Lagerhaltung, Konfektionierung und Qualitätssicherung. Produziert wird ausschließlich in China.

BVPK: Wie hoch sind im Allgemeinen die Kosten für die Zertifizierung von Feuerwerkskörpern der Kategorie II?

Reimer: Dazu kann ich keine genauen Zahlen liefern. Wir verfügen über ein fünfköpfiges Technikteam, das sich um Produktqualität und Zulassungen kümmert.

BVPK: Aktuell gibt es eine Rüge der EU an der deutschen BAM-ID. Diese stellt in den Augen der EU eine unerlaubte Handelsbeschränkung dar. Damit keine BAM-ID mehr notwendig ist, müsste der deutsche Gesetzgeber die 1. SprengV ändern. Wie ist Ihre Einschätzung?

Reimer: Mir ist bekannt, dass es diesen Vorgang gibt, aber hier ist unsere Technikabteilung zuständig.

BVPK: Welche Regeln oder Vorschriften in Bezug auf Feuerwerk und den Verkauf, müssten Ihrer Meinung nach angepasst werden?

Reimer: Am hinderlichsten ist die Beschränkung des Verkaufs auf die letzten drei Tage im Jahr. Eine enorme Erleichterung wäre beispielsweise der Verkauf direkt nach Weihnachten, das würde einige logistische Probleme entschärfen. Ich würde es begrüßen, wenn Feuerwerk auch zum Tag der deutschen Einheit gehören würde.





BVPK: Feuerwerk zum Tag der deutschen Einheit war ja schon mal kurz nach der Wiedervereinigung angedacht, die Idee hat sich aber nicht durchsetzen können?

Reimer: Soweit ich weiß, bedarf eine solche Änderung der Zustimmung aller Bundesländer. Da im Bundesrat alle Bundesländer vertreten sind und diese sehr unterschiedliche Auffassungen zum Thema Pyrotechnik haben, ist die Einigung gescheitert.

BVPK: Mit der EU-Harmonisierung ist das Thema der Kategorie III wiederbelebt worden. Diese wird demzufolge auch noch als Konsumer-Feuerwerk, sogenanntes Mittelfeuerwerk eingestuft. Sehen Sie da Chancen für den deutschen Markt?

Reimer: Wir schauen immer, wo sich neue Möglichkeiten auftun.

BVPK: Seit 2006/2007 ist es Privatpersonen in China wieder erlaubt, zum Neujahrsfest Feuerwerk abzubrennen. Damit hat sich ein riesiger Markt in China eröffnet. Haben sich aufgrund dessen Auswirkungen auf Ihr Geschäft ergeben?

Reimer: Selbstverständlich hat sich für chinesische Firmen ein großer Markt vor der eigenen Haustür entwickelt. Man sollte aber nicht unterschätzen, dass Deutschland nach den USA die Nummer zwei in den Exporten darstellt.

BVPK: Es gab ja Befürchtungen, dass im Zuge der chinesischen Marktöffnung die Preise steigen werden.

Reimer: So massiv haben wir das nicht zu spüren bekommen. Comet Feuerwerk hat den Vorteil, beispielsweise über die Marke „Black CAT“, in den USA und England Feuerwerk zu anderen Zeitpunkten absetzen zu können. Darüber hinaus kann über andere europäische Vertriebsgesellschaften fast ganzjährig Feuerwerk verkauft werden. Somit haben die Fabriken eine gleichmäßigere Auslastung. Das macht uns für die Hersteller interessant.

BVPK: Das häufigste Argument gegen Feuerwerk ist die Geräuschbelastung. In vielen Kommunen darf mit einer Ausnahmegenehmigung innerhalb des Jahres nur leises Feuerwerk verwendet werden. Bei dem immer größeren Angebot sind die Ordnungsämter aber überfordert. Was halten Sie von einem Zertifikat „leises Feuerwerk“?

Reimer: Wir tragen dem Rechnung, indem wir bei den meisten unserer Produkte einen Lautstärke-Index auf der Verpackung haben, der von einem bis fünf Balken reicht. Bei einem Balken handelt es sich um einen leisen Effekt, bei fünf Balken dagegen um ein lautes Produkt. Persönlich finde ich, dass Feuerwerk und eine passende Geräusentwicklung zusammengehören. Wir stellen aber auch fest, dass einige unserer Kunden keine Ausnahmegenehmigung mehr für Vorschießen bekommen. Hier verlangen die Ordnungsämter häufig, den Auftrag durch eine professionelle Firma durchführen zu lassen. Es wird also schwieriger, beispielsweise für Verbrauchermärkte, ein Vorschießen in Eigenregie durchzuführen.

BVPK: Feuerwerk und Umwelt ist auch immer ein Thema. In China ist in einigen Ballungszentren Feuerwerk zum Neujahrsfest verboten, da die Smogbelastung zu hoch ist. Manch chinesischer Hersteller wirbt schon mit besonders schwefelarmen Produkten. Wie steht Comet/Keller dazu?

Reimer: Das Thema wird schon seit einigen Jahren bei uns groß geschrieben. Wir schauen ganz genau, wo wir einen Artikel optimieren können. Das geht sogar so weit, dass zum Beispiel bei Raketensstäben auf die Holzsorte geachtet wird, um nur nachhaltige Hölzer einzusetzen.

BVPK: Was war für Sie das prägende Element in den letzten zehn Jahren im Silvesterfeuerwerksbereich?

Reimer: Ich bin jetzt seit neun Jahren im Geschäft. Für mich ist das Batterief Feuerwerk die Prägung der letzten zehn Jahre. Damals habe ich zu Silvester auf ein Raketenset zurückgegriffen, wie viele andere auch. Die Entwicklung des System- und Verbundfeuerwerk hat dem Silvesterkunden ganz neue Effekte ermöglicht. Seit vier, fünf Jahren stellen wir fest, dass die Kunden immer informierter werden und den Vorteil des „einmal Anzündens“ zu schätzen gelernt haben.

BVPK: Wohin wird sich der Silvesterfeuerwerksmarkt entwickeln?

Reimer: Wenn ich jetzt perspektivisch drei, vier Jahre nach vorn blicke, glaube ich nicht, dass sich grundsätzlich etwas an den Produkten und Kaufverhalten der Silvesterkunden ändern wird. So sind die Familien und Raketensortimente immer noch die größte Produktgruppe, obwohl mit den Batterien deutlich spektakulärere Effekte zur Verfügung stehen. Es ist eben Tradition, zu Silvester Raketen in den Himmel steigen zu lassen.

BVPK: Vielen Dank für das informative Gespräch.

Reimer: Ich danke auch.