

Harter Job im kleinen Laden

Studenten behaupten sich als Jungunternehmer im Markt der Schwarzweißfotos

VON UDO FOERSTER

Köln. Ein Zwölf-Stunden-Tag ist für Dieter Zettner nicht unbedingt die Ausnahme. Wenn er abends aus einem Fotoladen nach Hause zurückkehrt, sind jedoch Ohrensessel, Fersehen und Pantoffeln nicht angesagt. Oft wartet noch ein Stapel Unterlagen darauf, bearbeitet — und vor allem: verstanden — zu werden. Zettner hat einen anstrengenden Doppeljob. Er ist selbständiger Unternehmer und Student in einer Person.

Gemeinsam mit seinem Freund Hermann-Josef Plum betreibt er seit fünf Jahren das Fotolabor „Kontrast“ in Köln-Nippes. Kein gewöhnlicher Fotoladen allerdings, denn das Jungunternehmer-Duo hat sich eine Marktnische ausgesucht: Es ist spezialisiert auf die Schwarzfotografie, und dies mit gutem Erfolg in einer Gesellschaft, die sich an die Überflutung mit optischen Reizen gewöhnt hat. Neben der Entwicklung von Schwarzweißfilmen haben sich die beiden mit der Vergrößerung und Serienproduktion von Schwarzweißfotos einen Namen gemacht.

Zettner und Plum lernten sich an der Kölner Fachhochschule kennen, wo sie — kein Zufall — Fotoingenieurwesen studierten. Plum hat inzwischen das Studi-

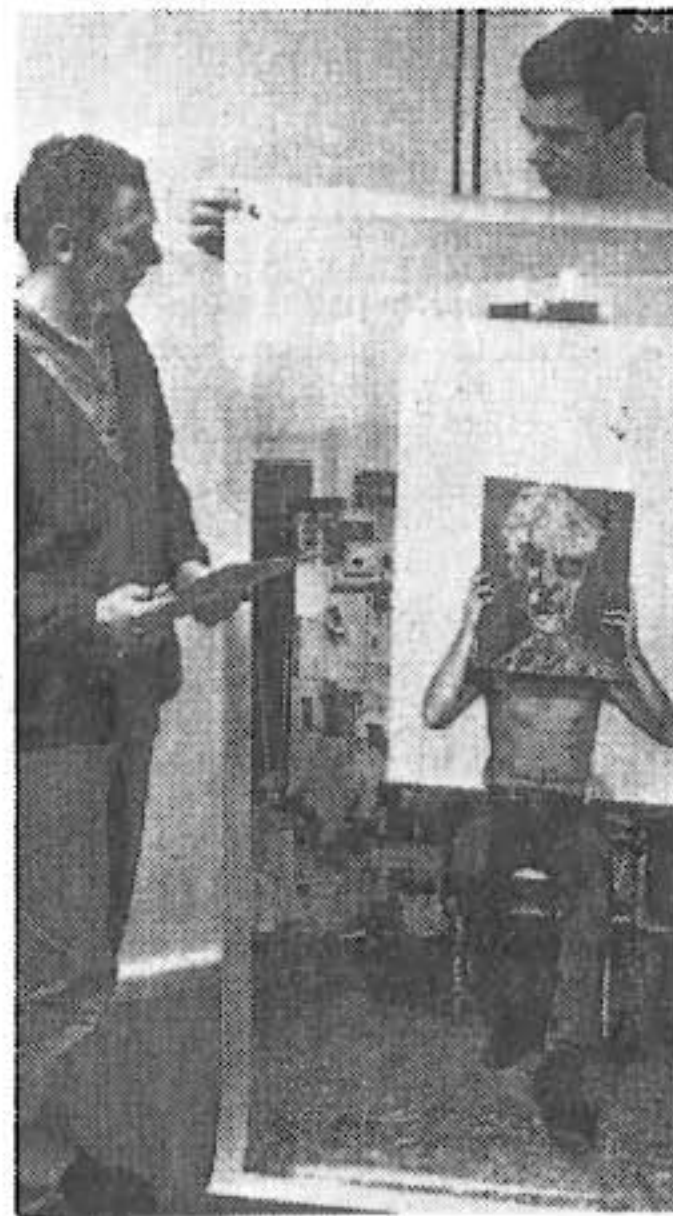
um abgeschlossen. Angefangen hatte alles vor sechs Jahren mit einer schlichten Dunkelkammer in angemieteten Räumen. Die Idee war aus der Not geboren: In dem Labor sollten ursprünglich nur Arbeiten für das Studium erledigt werden, die an der Hochschule wegen Überlastung der Laborräume nicht durchgeführt werden konnten.

Seinerzeit machten noch drei weitere Studienkollegen mit, und so konnte sich die Ausrüstung nach kurzer Zeit sehen lassen. Da lag es nahe, einen Versuch mit professionellen Aufträgen zu wagen. Das Risiko war den angehenden Geschäftsleuten wohl bewußt: Die Schwarzweißfotografie führte damals eine Schattendasein in der Branche. „Mit qualitativ hochwertiger Arbeit wollten wir uns diese Marktnische erschließen“, erläutert Plum das Rezept. Den drei anderen Kommilitonen war das Wagnis allerdings zu hoch. Sie stiegen aus, bevor es richtig losging.

Zettner und Plum gingen 1986 allein an die Arbeit. Sie unterschrieben den Gesellschaftsvertrag, packten den Mietvertrag für die Geschäftsräume ein und meldeten sich beim Gewerbeamt an. Mit viel Engagement, aber wenig Geld starteten sie eine kleine Werbekampagne. 500 Preislisten wurden an Fotografen und Werbeagenturen

verschickt, deren Adressen im Branchenverzeichnis standen. Schon bald darauf begann die Kasse zu klingeln.

Aber Umsatz, diese Binsenweisheit mußte die hoffnungsfrohen Neulinge am eigenen Leib erfahren, ist noch längst nicht gleich Gewinn. Das Konto



Auch extrem großformatige Abzüge sind für Hermann-Josef Plum (rechts) und Dieter Zettner (links) kein Problem.

der jungen Firma wurde bald erheblich strapaziert, nicht zuletzt, nachdem das Gewerbeaufsichtsamt das Geschäft unter die Lupe genommen hatte. Die Elektroinstallationen, befand der Beamte, genügten den Sicherheitsanforderungen nicht. Ein kompletter Neueinbau war unvermeidbar.

Die ersten Probleme waren bald überwunden, doch mit dem Auftragspolster wuchsen die Investitionen. Ein Printer zum Abziehen umfangreicher Fotoserien mußte her, die Ausrüstung insgesamt sollte rationeller werden. Da konnte nur ein Kredit weiterhelfen. Bei ihrer Bank, wo sie langjährige Kunden sind, stießen sie mit diesem Anliegen auf taube Ohren. Erst ein befreundeter Unternehmensberater konnte helfen. Er fädelt einen größeren Kredit bei einem anderen Geldinstitut ein. So kamen Maschinen ins Haus, Großserien von 10 000 Werbefotos konnten in kurzer Zeit produziert werden.

Neben diesem Brot-und-Butter-Geschäft sorgt heute Prominenz aus Politik und Showbusiness für Glanz: Vom designierten SPD-Chef Björn Engholm und dem Schauspieler Mario Adorf bis zu Karl Lagerfeld mit seinen neuesten Modekreationen reicht die Kundenkartei von „Kontrast“.