

VERSANDHÄUSER

PHOTO-PORST

Zurückgetrimmt

Der Nürnberger Photo-Porst will maßhalten, es bleibt ihm nichts anderes übrig: Seine Außenstände sind auf rund 40 Millionen Mark gestiegen und die Photoartikel-Umsätze während der letzten zwei Jahre um etwa 30 Millionen Mark gesunken.

Von seinen rund 1500 Mitarbeitern (1961) kann „Der Welt größtes Photohaus“ nur noch rund tausend beschäftigen. Bereits für die „nächsten Wochen“ ist eine drastische „Einschränkung an Personal“ angekündigt.

Die Bayrische Staatsbank, eine der Porst-Hausbanken, hat den Schrumpfprozeß mit veranlaßt, der vermutlich einige erst in jüngerer Zeit gestartete Unternehmungen treffen wird. Hannsheinz Porst („Wir haben Rücksicht auf die Meinung unserer Banken zu nehmen“) hatte sich in den letzten Jahren einen recht vielfältigen Wirtschaftsverband zusammengestellt.

Außer dem renommierten Stammhaus „Der Photo Porst“ Hanns Porst KG leitet der 39jährige Junior

- ▷ die Porst Wohnungsbau OHG, die 500 Wohnungen im Wert von zehn Millionen Mark besitzt,
- ▷ die Großdruckerei Maul und Co. mit etwa tausend Beschäftigten,
- ▷ die Radio und Television Verlag GmbH,
- ▷ die Anzeigenagentur Inag (Porst: „Das ist ein Phantasiename“) in Chur in der Schweiz,
- ▷ die Deutsche Fernseh-Verleih GmbH in Hamburg,
- ▷ die Porst-Wert-Dienst für schöneres Leben KG sowie
- ▷ die Gut & Billig GmbH.

Erst 1960 hatte die Firma ihr Geschäft von Photoartikeln auf Gebrauchsgüter ausgedehnt, nachdem ein Jahr zuvor Senior Hanns Porst, Konsul von Chile und Ehrensensator der Nürnberger Hochschule für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, auf einen Höhepunkt seiner Laufbahn („Vom Zeitungsjungen zum Weltunternehmer“) geklommen war: Sein Betrieb, den der ehemalige Ratsschreiber 1919 mit 600 Goldmark gegründet hatte, setzte annähernd 100 Millionen Mark um.

Damals trat der 65jährige Vater das Regiment an seinen Sohn Hannsheinz ab, und die Porst OHG wurde in eine Kommanditgesellschaft umgewandelt. Hanns Porst überließ seinem Sohn 60 Prozent und seiner mit dem Mannheimer Möbelhändler Mann verheirateten Tochter Rosemarie 30 Prozent des Kapitals.

Mit der Kapitalmehrheit erbte der Sohn auch die Sorgen über die wachsende Konkurrenz im Photogeschäft. Er spürte die Anzeichen einer Marktsättigung für Photoartikel an den allmählich rückläufigen Umsätzen. Allein im Photo-Versand büßte das Haus Porst im Jahre 1960 rund 20 Millionen Mark Umsatz ein.

Die Wettbewerbssituation hatte sich verändert: Die hervorragende Fachberatung des Photo-Porst betrieben nun

auch andere. Die Versandhäuser Quelle und Neckermann hatten sich des lukrativen Photogeschäfts angenommen und brachten preisgünstige japanische Kameras und Geräte heraus. Erste Preiskämpfe um deutsche Kameras zeichneten sich ab: Im Quelle-Katalog zum Beispiel erschien ein Apparat, der von Porst um 85 Mark teurer angeboten wurde.

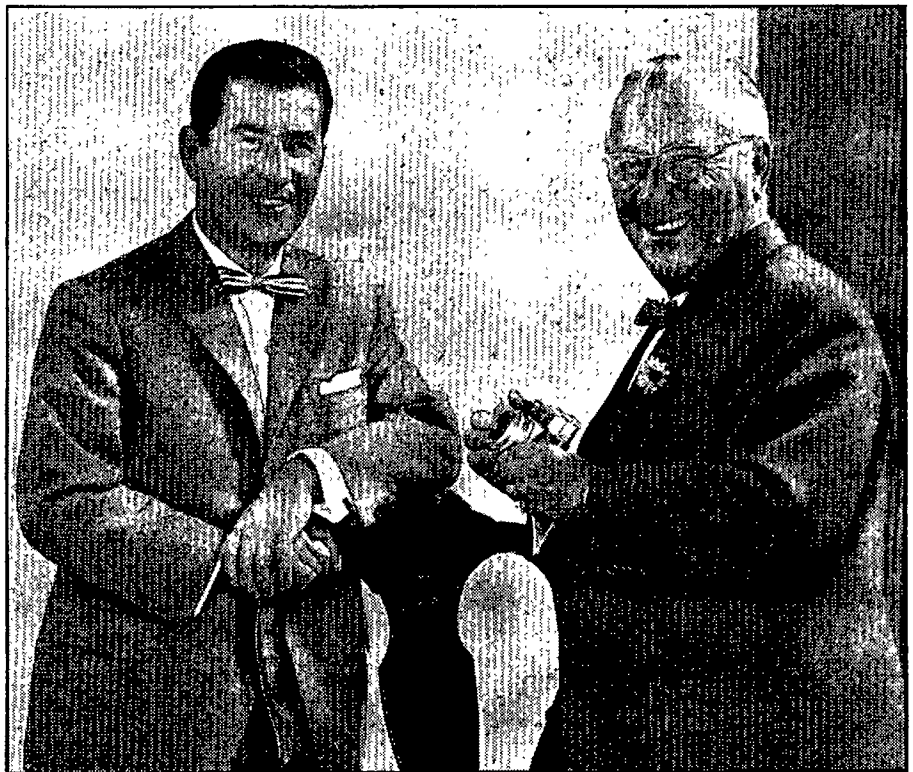
Die hohe Handelsspanne der Photohändler (durchschnittlich 41,5 Prozent) begünstigte das Entstehen eines grauen Marktes, auf dem Photoapparate unter den offiziellen Fabrik- und Richtpreisen gehandelt wurden. Auch der Fachhandel gab gelegentlich Rabatte. Die Firma Porst hingegen blieb auf den Richtpreisen („Das ist unser Prinzip“) und zum Teil auf der Wäre sitzen.

Junior Porst ging daran, den Absatz durch weitere Verbesserungen der ohnehin schon generösen Versandbedingungen zu heben. Obgleich es für an-

nach zehn Tagen den Kaufpreis ... peu à peu, d. h. ein Zehntel als kleine Anzahlung (mit nachfolgenden zehn leichten Monatsraten).“

Damit erschloß sich dem Nürnberger Photohaus in der Tat ein neuer Kundenkreis, um den allerdings niemand in der Branche Porst beneidete. Die Umsätze stiegen zwar sprunghaft an, ebenso stiegen aber die uneinbringlichen Forderungen. Nach überschlägiger Schätzung hat das Frei-Haus-Experiment Porst runde zehn Millionen Mark Außenstände gebracht, von denen nur ein Bruchteil eingetrieben werden kann.

Schließlich ging Porst dazu über, zweifelhafte Kunden durch Auskunfteien auf ihre Bonität zu prüfen. Ergebnis: „Von 100 Aufträgen wurden nur 80 ausgeliefert.“ Klagt Porst: „Die Ausfallquote stieg. Das Publikum hatte sich verschlechtert.“



Versandhändler Porst, Sohn und Vater: Ausflug zu den Waschmaschinen

gejahrte Gebrauchware in der Photobranche kaum noch Absatzmöglichkeiten gibt, nahm er in Massen alte Kameras an und schrieb seinen Kunden dafür erstaunlich hohe Beträge gut. Rektor i. R. Josef Plembach aus Niederhof lobte in der Porstschen Hauspostille „Photo-Helfer“: „Ich habe zweimal hinsehen müssen, als ich den überraschend hohen Betrag las.“

Noch freigebiger reformierte Porst das Teilzahlungsgeschäft, das seinem Haus von alters her bis zu 90 Prozent aller Umsätze bringt. Die Anzahlung senkte er von 20 auf zehn Prozent der Preise, die Frist zum kostenlosen Ausprobieren verlängerte er von fünf Tagen auf zehn Tage.

Als auch das nicht den erwarteten Erfolg brachte, entschloß sich Hannsheinz Porst zu einem waghalsigen Schritt. Er schickte fortan die Ware an jedermann „für volle zehn Tage unverbindlich“. „Nur bei Gefallen begleichen Sie erst

Eine gänzlich neue Sparte, um die der junge Porst im März 1960 schließlich sein Versandgeschäft erweiterte, erhöhte zwar ebenfalls die Umsatzziffern, brachte aber nicht den erhofften Gewinn: Der Porst-Wert-Dienst (PWD) für schöneres Leben offerierte den in der Nürnberger Kartei verewigten Amateurphotographen „ein leicht übersehbares, konzentriertes Angebot einiger weniger hochwertiger Gebrauchsgüter“ wie Kühlschränke, Waschmaschinen, Radio- und Phonogeräte, Polster- und Kleinmöbel, Schreibmaschinen oder Uhren.

„Photo-Porst handelt mit Teppichen!“ amüsierte sich das Frankfurter Fachblatt „Textil-Wirtschaft“ über die Sortimentserweiterung und kommentierte schadenfroh: „Das Angebot ist weder im Preis noch in den Farben noch im Umfang attraktiv, auch nicht in der bildlichen Darstellung.“

Nach alter Tradition hielt Porst auch auf dem neuen Verkaufssektor aus-

**Auch Ihnen gibt
„buerlecithin“
neue Nervenkraft**



Wenn Sie im Leben vorwärtskommen wollen, dann brauchen Sie viel Energie und starke Nerven. Erfolge im Beruf verlangen den vollen Einsatz der Kräfte. Ihre Leistungsfähigkeit wird vom Lecithingehalt der Körperzellen bestimmt. Nehmen Sie deshalb „buerlecithin flüssig“. Es enthält reines Lecithin. Dieser hochwertige Wirkstoff ist der Energiedonor der Zelle. 4—6 Gramm pro Tag genügen, das sind 3—4 Eßlöffel „buerlecithin flüssig“. Sofort spüren Sie neue Nervenkraft und frische Energie.

Professor Dyckerhoff stellt in der „Münchener Medizinischen Wochenschrift“ Nr. 17/1957, S. 627—628, fest: „Der Bedarf des Organismus an Lecithin ist stets dann erhöht, wenn besondere Leistungen verlangt werden. Alter, Krankheit, Rekonvaleszenz sowie große körperliche und geistige Überbelastung gehören zu diesen übermäßigen Beanspruchungen.“

**Wer schafft
braucht Kraft,
braucht**

buerlecithin
flüssig



schließlich Markenartikel „feil: preisgebundene Waren, die aber in vielen Fachgeschäften der Bundesrepublik und im Beziehungshandel mit Preisnachlässen gehandelt werden. Der große Erfolg ließ deshalb auf sich warten. Der PWD-Umsatz brachte einerseits in die Gesamtbilanz des Unternehmens rund 20 Millionen Mark — andererseits hatte er 12 Millionen Mark Außenstände zur Folge.

Um den Vertrieb der langlebigen Gebrauchsgüter doch zu einem lohnenden Geschäft zu machen, schrieb Hanns Heinz Porst „an einige ausgewählte Geschäftsleute, die mir von berufener Seite als besonders rührig und aufgeschlossen empfohlen wurden“. Er gedachte den Verkauf seiner PWD-Artikel über einen speziellen „Einzelhandels-Dienst“ der Lebensmittelhändler zu forcieren.

Sie sollten ihren Kunden lediglich beim Einkauf die Porst-Wert-Dienst-Prospekte miteinwickeln („Wirklich: weiter nichts!“). „Still und unaufdringlich“ sowie „ohne Unkosten, ohne spürbare Mehrarbeit“, so ließ Porst wissen, könnten die Händler auf diese Weise zehn Prozent vom PWD-Kaufpreis einstreichen: „Bei einem Kühlschrank zum Beispiel runde 50 Mark.“

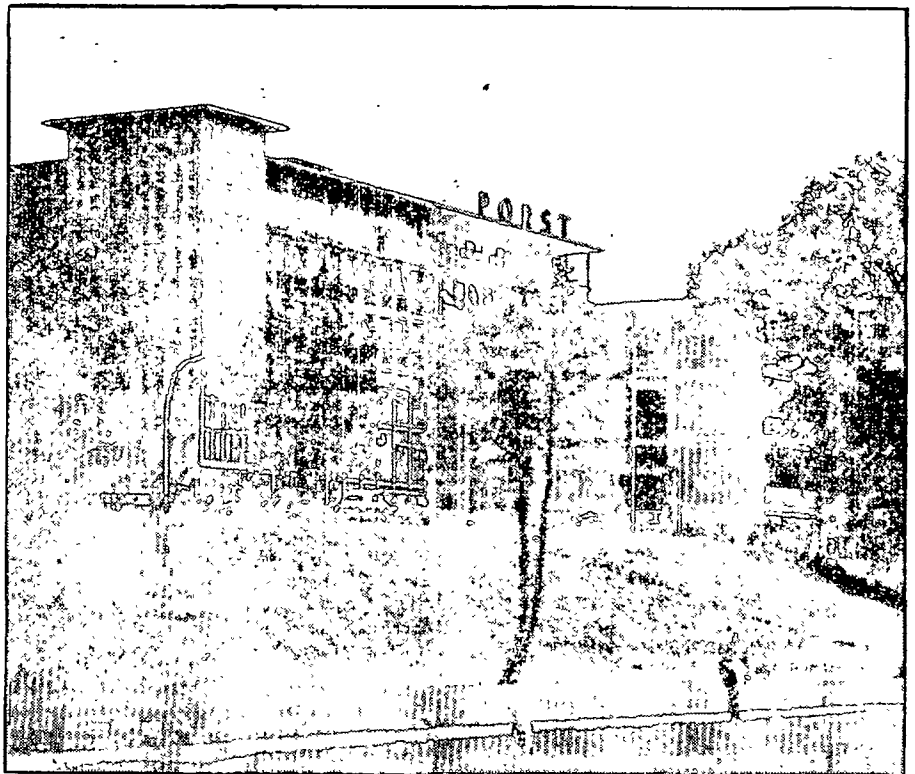
Außer hämischen Glossen in der futterneidischen Fachpresse trug auch diese Idee dem Versandhaus keine größeren Früchte ein. Um sich, wie Neckermann oder Schwab, mit einer Kette des Lebensmitteleinzelhandels („Rewe“ oder „Spar“) liieren zu können, fehlte ihm das tausendfältige Angebot vom Fahrrad bis zur Packung Kekse.

genug zu wissen: „Das ist ein heißer Markt, und ich verstehe davon gar nichts.“ Überdies fand der Nürnberger keine geeigneten Textillieferanten.

Auch über die Tochterfirma Gut & Billig GmbH gelang der Firma keine lukrative Expansion. Die Handelsgesellschaft Gut & Billig, die vorzugsweise Markenartikel auslaufender Serien oder sonstige Restposten mit Preisabschlag verkaufen wollte, brachte es nur zu einem Laden in der Nürnberger Luitpoldstraße, obwohl sie zunächst — wie Porst meint — „einen Wirbel machte, als würde sich's um ein Millionen-Unternehmen handeln“.

Unangenehmen Wirbel verursachten die artfremden Betätigungen indes bei der Porstschen Photo-Gemeinde. Ihr mißfielen die Allerweltslieferungen ihres „Photo-Spezialisten“ aus Nürnberg, der ihnen schließlich sogar mit einer Rundfunk- und Fernsehzeitschrift ins Haus kommen wollte. Porst heute: „Das haben die uns übelgenommen. Das hat unserem Ruf arg Abbruch getan.“

Rund 20 000 „Freunde des Hauses Porst“ hatte er im Spätsommer 1961 brieflich wissen lassen, „daß ich in Kürze eine Rundfunk- und Fernsehzeitschrift herausgeben werde“. „Nicht etwa eine Illustrierte (wir haben ja wirklich genug Illustrierte!)“. Immerhin sollte die Publikation auf 48 Seiten „reich bebildert“ und mit einem „umfangreichen Unterhaltungsteil“ ausgestattet sein, in dem auch „ein besonderes Preisrätsel, bei dem jede Woche ein Auto zu gewinnen sein wird“, nicht fehlte.



Porst-Versandbetriebe in Nürnberg: Gehälter gekürzt

Daran scheiterte ebenfalls Porsts Versuch, nach dem Vorbild anderer Versender eigene Vertreter oder Sammelbesteller direkt zu den Kunden in Marsch zu setzen. Das Sortiment hätte dazu mindestens auf Textilwaren ausgedehnt werden müssen, und Porst war klug

Es trug nicht zum Gelingen des Projektes bei, daß statt dieses Blattes dann im Radio und Television Verlag GmbH, Nürnberg, das bisher lediglich 24 Seiten starke Programmheft „radio + television“ herauskam. Zeitungsverleger können es ihren Blättern bei-

legen, wenn sie mit Porst einen Fünfjahresvertrag abschließen.

Die Zeitungsverleger zahlen Porst pro Exemplar nur einen Pfennig. Die Gesteungskosten machen für Porst etwa elf Pfennig aus. Pro Stück zahlt er mithin seit November 1961 fast einen Groschen drauf, und die Auflage beträgt gegenwärtig 600 000.

Die erhofften „spezifischen Illustrierten-Anzeigen“, die Porsts Schweizer Agentur Inag besorgen und die das Zeitschriftenprojekt lukrativ machen sollten, blieben bislang aus. Bis zum Anschluß an die rettenden Anzeigen veranschlagt Porst eine „Durststrecke von noch einem Jahr“. Dabei bewegt ihn die Ahnung: „Vielleicht waren wir zu früh. Aber die Idee kommt.“

Porst hofft mithin noch, die Zeitschrift aus den roten Zahlen herauszubringen. Mit Sicherheit aber werden die neuen Sparten Porst-Wert-Dienst und das Gut & Billig-Geschäft eingestellt, beziehungsweise eingeschränkt, so daß die Firma sich wieder auf ihr angestammtes Absatzfeld für Photoartikel konzentrieren kann.

Das ist auch deshalb ratsam, weil der Ausflug zu den Waschmaschinen und Polstermöbeln das Geschäft der Porstschen Großdruckerei Maul und Co. zu berühren drohte. Die Kupfertiefdruckmaschinen fertigen die vielfältigen Drucksachen des Photo-Porst, darunter den traditionellen Photo-Helfer, der 1961 in der 62. Auflage mit neun Millionen Exemplaren erschien.

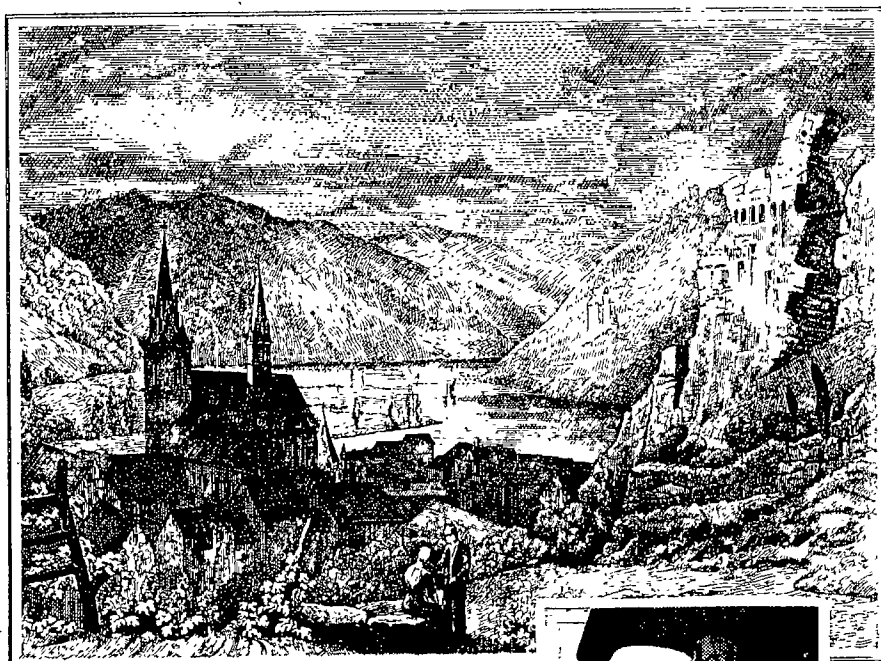
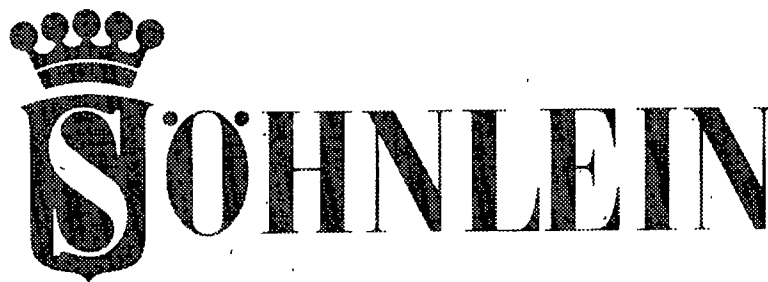
Bei Maul und Co. lassen auch etliche westdeutsche Versandhändler ihre Kataloge drucken. Sie machten Porst bald klar, daß sie nicht gesonnen sind, ihm als neuem Versand-Konkurrenten auf dem Umweg über Maul und Co. jeweils vorzeitig ihr Sortiment, ihre Preise und ihre Termine zu offenbaren.

Angesichts der Entwicklung seiner Versandgeschäfte kann sich Porst Ausfälle in der Druckerei schlecht leisten, und das Geschäft seiner Deutschen Fernseh-Verleih GmbH in Hamburg (Stammkapital 100 000 Mark), die Fernsehgeräte vermietet, ist noch zu klein, als daß es große Gewinne abwerfen könnte.

Im Einvernehmen mit den Banken begann deshalb Porst die expandierte Firma auf den gesunden Photo-Kern zurückzutrimmen, wobei es nicht ohne Entlassungen abgeht. Die erste Welle hob bereits im Januar 104 Porst-Beschäftigte von ihren Arbeitsplätzen. Auch nahezu ein Drittel der drei Dutzend Abteilungsleiter mußte gehen. Es folgten 63 „Gehaltsangleichungen“: Zurückstufungen der Bezüge, in extremen Fällen etwa von 1250 Mark auf 850 Mark.

Zu Ostern teilten die beiden Porsts, „Vater und Sohn“, jenem Teil der Belegschaft, der von der Entlassung verschont bleiben soll, das Ergebnis ihrer Überlegungen mit: „Klar herausgestellt hat sich, daß für uns die Absatzmöglichkeit von wenigen hochwertigen Gütern beschränkt ist. Damit stehen wir vor der Wahl, entweder unser Porst-Wert-Dienst-Programm bedeutend zu erweitern oder aber uns wieder auf das zu konzentrieren, was uns seit Jahrzehnten vertraut ist: Photo-Porst. Wir haben uns für Photo-Porst entschieden und glauben, es richtig gemacht zu haben.“

„Die Ausweitung von PWD, zu der u. a. auch die Aufnahme von Textilien gehört hätte, würde uns viele neue, un-



Alte Stiche vom Rhein

BINGEN

W. Tombleson

S. 148/C

Ein Sekt aus erlesenen Weinen

Erlesene Weine

aus sonnigen Lagen;

von Kennern ausgewählt,

von Könnern gepflegt —

das ist SOHNLEIN-Sekt.

Langwährende Pflege und meisterhafte Komposition
jeder einzelnen Cuvée sind Gewähr für seine Güte.

SOHNLEIN RHEINGOLD KG, SEKTKELLEREI, WIESBADEN-SCHIERSTEIN



SOLO



Sie stören Ihren Nachbarn nicht beim Mähen mit dem SOLO-Rasenmäher. Sein Ton ist sehr kultiviert. Die zuverlässige Bedienungsautomatik nimmt Ihnen die Gasregulierung ab. Der Schnitt ist hervorragend, das Gewicht sehr niedrig. Ein weltbekanntes Werk garantiert höchste Zuverlässigkeit.

Den SOLO-Rasenmäher gibt es auch mit Elektromotor. Er hat dieselben guten Schnitteigenschaften wie der Benzinmotor-Mäher.

**SOLO KLEINMOTOREN GMBH
MAICHINGEN BEI STUTTGART**

DEUTSCHLAND

gewohnte Aufgaben bringen und uns vor schwierige Finanzprobleme stellen, auf die wir uns in der heutigen Zeit nicht gerne einlassen möchten. Wir glauben besser und überlegter zu handeln, wenn wir unsere ganze Kraft wieder für das Photo-Spezialhaus Photo-Porst einsetzen."

Hannsheinze Porst meint: „Die Entscheidung lag klar auf der Hand. Das andere lassen wir in diesem Jahr allmählich auslaufen. Die Reaktion unserer Freunde war doch krasser als wir glaubten.“

KIRCHE

SEELSORGE

Blutende Wunden

Zum Kampf gegen den Unglauben in den eigenen katholischen Reihen ruft der Osnabrücker Theologe Dr. Josef Koberg seine Amtsbrüder auf: Von vielen Katholiken werde „das Unrecht eines praktisch gottlosen Lebens ... kaum noch empfunden“.

In den bundesdeutschen Großstädten gibt es nach den Berechnungen des 33jährigen Priesters schon weit mehr kirchenfremde Katholiken, die „praktisch gottlos“ leben, als kirchentreuere Gläubige: Zwei Drittel der großstädtischen Kirchenmitglieder bleiben dem sonntäglichen Gottesdienst fern und verzichten zumeist sogar darauf, wenigstens alljährlich einmal zu beichten und Ostern die Kommunion zu empfangen.



Priester Koberg
Konflikt mit dem Kirchengesetz

Diese betrübliche Zahl veröffentlicht der junge Seelsorger in einer Schrift, die von zwei hohen geistlichen Herren, dem Osnabrücker Bischof Dr. Helmut Hermann Wittler und dem Kölner Generalvikar Joseph Teusch, gebilligt wurde. Kobergs kritische Studie wird allerdings durch den Kölner Verlag „Wort und Werk“, der außerhalb eines kleinen Kreises von Priestern und frommen

JEDER ZWETTE PLATZ BLEIBT LEER

Das Defizit in den katholischen Kirchen und Pfarrhäusern

