

Das Firmenportrait

Blömer – das Modehaus im Herzen von Bonn

Das Textilgeschäft am Markt feiert in diesen Tagen seinen 100. Geburtstag

Von unserem Redaktionsmitglied Brigitta Lentz

Bonn. Es gibt sie noch, die traditionellen Familienunternehmen, die sich auch im Zeitalter der Filialisten und Großkonzerne erfolgreich im Wettbewerb behaupten. Ein Beispiel: Das Modehaus Blömer am Marktplatz in Bonn, das in diesen Tagen seinen 100jährigen Geburtstag feiert. 1886 von dem Kaufmann Bernhard Heinrich Blömer gegründet, wird das Familienunternehmen heute in vierter Generation von den beiden Jungunternehmern Jörg und Rainer Blömer geführt. Eine schwere Bürde, die ihnen die Familintradition da auferlegt hat? Jörg Blömer reagiert auf diese Frage mit einem klaren „Nein“. Seine geschäftspolitischen Ziele sind ganz eindeutig: „Wir werden das von den Vätern Ererbte nicht nur erhalten, sondern weiter mehren.“

Daß Blömer sich als Familienunternehmen so erfolgreich im Markt behauptet hat, führt Jörg Blömer auf das „persönliche Engagement der Verantwortlichen, aber auch auf die Einsatzfreudigkeit der Mitarbeiter“ zurück.

Vor hundert Jahren wäre es Bernhard Heinrich Blömer sicher nicht im Traum eingefallen, daß seine Firma einmal Millionenumsätze machen würde. Mit einer Verkäuferin und einem Lehrling hatte es damals auf 40 Quadratmetern Verkaufsfläche in der Brückenstraße, aus der später die Remigiusstraße wurde, angefangen. Manufaktur-Modewaren- und Confectionsgeschäft – unter dieser Bezeichnung firmierte Blömer. Hauptbestandteil des Geschäfts war schon damals „die fertige Konfektionsware zu günstigen Preisen.“ Zugleich wurde aber auch nach den Wünschen der Kunden direkt „auf den Leib“ geschneidert.

Die Geschäfte liefen gut. Blömer brauchte mehr Platz und begab sich auf die Suche nach einem größeren „Ladenlokal“. 1889 zog das Unternehmen zum Markt um. Die folgenden zwei Jahrzehnte standen dann ganz im Zeichen der weiteren Expansion. Sieben Häuser wurden am Markt und am Römerplatz erworben. Ein bekannter Regierungsbaumeister errichtete 1908 daraus einen einzigen Bau. „Blömer unter einem Dach“, so hieß wohl damals die Devise.

Nachdem der Krieg 1944 das Gebäude völlig zerstört hatte und man einige Jahre mit einer Behelfslösung überbrücken mußte, konnte Blömer 1956 die neu erbaute Verkaufsstätte am alten Standort wieder beziehen. Heute hat sich daraus ein Modehaus mit einer Verkaufsfläche von 3 000 Quadratmetern entwickelt. Das Sortiment umfaßt nicht nur die weite Palette der Damenmode, auf die allein über 60 Prozent des Umsatzes entfällt, sondern auch



DIE FASSADE des Modehauses Blömer am Bonner Marktplatz. Das Unternehmen besteht seit 100 Jahren und macht heute Millionenumsätze. Foto: Engels

Sportswear für den Herrn, Aussteuer- und Bettwaren sowie Wäsche und Trikotagen.

Seit 1931 gibt es übrigens Blömer auch in Aachen, und wie Jörg Blömer betont: „Nicht minder erfolgreich“. Geht es nach seinen Plänen, dann soll dies auch in Zukunft so bleiben. An eine Konzentration auf den Standort Bonn ist nicht gedacht.

420 Mitarbeiter sind bei Blömer beschäftigt. Davon etwa 250 in Bonn. Heute setzt das Unternehmen nach Angaben der Unternehmensleitung über 40 Millionen DM pro Jahr um. Zum Tag des Jubiläums plant man bei Blömer „keine großen Feiern“. Als Dankeschön an ehemalige und aktive Mitarbeiter hat die Geschäftsleitung eine Schiffstour geplant. Auf die Kunden wartet zum „Hundertjährigen“ nach Jörg Blömers Einschätzung ein „Jubiläumsverkauf, dessen Preisvorteile sich sehen lassen können.“

Gefragt nach seiner Meinung zu den zahlreichen Sonderverkäufen, die beim Textil-einzelhandel in Bonn zu beobachten sind, zögert Jörg Blömer ein wenig. „Daß jede Form von Preisnachlässen die Rendite nicht gerade vermehrt, ist klar.“ Etwa neun Prozent vom Umsatz, so der Textilkauflmann, gehen auf das Konto Preisnachlässe. Dennoch hält er die Sonderverkäufe „in gewissen Grenzen“ für ein sinnvolles Absatzinstrument. „Wir versuchen, unser modisches Lager sehr schnell zu drehen.“ An den Sonderveranstaltungen beteiligt sich Blömer nach eigenen

Aussagen nur, „wenn es kein kundengerechtes Sortiment mehr gibt.“

In der Saison jeweils immer die Ware bieten zu können, die der Kunde verlangt, hält Blömer auch nach langer Erfahrung immer noch für „irrwitzig schwierig.“ „Man kann da furchtbares Pech haben. Gibt es zum Beispiel eine verregnete Saison und man hat total auf sommerliche leichte Ware gesetzt, dann muß manchmal bis zu einem Drittel der Ware reduziert werden.“ Und bei einem Vorkaufsvolumen von fünf bis sechs Millionen Mark, das aktiv im Anfang der Saison deponiert wird, bleibt das, so Blömer, nicht ohne Auswirkungen.

Insgesamt blickt man jedoch zuversichtlich in die Zukunft. Der Grund? Aufgrund der besseren wirtschaftlichen Situation werde wieder mehr Kleidung gekauft. Auch hätten in den Vorjahren ohnehin andere Konsumgüter wie Autos oder Urlaubsreisen Vorrang vor der Bekleidung gehabt. Da habe sich auf dem Textilsektor Konsumbedarf aufgestaut, der jetzt langsam wieder abgebaut werde.

Sorge bereitet die wachsende Konkurrenz in der Bonner City, aber auch in Städten wie Euskirchen oder Siegburg. Diese Entwicklung veranlaßt die Blömer'sche Geschäftsführung zu höchster Wachsamkeit. Eine weitere Ausdehnung der Geschäftsfläche hält sie sogar „für gefährlich“. Unmittelbare Probleme für sein Modehaus sieht Jörg Blömer jedoch nicht. Der Grund? „Das ist auch eine Standortfrage, schließlich liegen wir im absoluten Herzen von Bonn.“