



Silvesterfeuerwerk: Abstimmung mit den Füßen

Ratingen, 13. April 2023 | Die Zeit des Stillstands ist vorbei. Nach zwei harten Corona-Jahren kann die pyrotechnische Branche in Deutschland endlich wieder aufatmen. Nachdem die Umsätze 2020 und 2021 massiv eingebrochen waren, knüpften sie für 2022 nicht nur an die Vorjahre an – sie übertreffen auch alle Erwartungen. Rund 180 Millionen Euro Umsatz – das spricht für sich und eine der höchsten Feuerwerks-Nachfragen in der Geschichte der Pyrotechnik.

„Wir freuen uns, dass die Kunden sich von den Corona-Jahren die Lust am Feiern nicht haben vermiesen lassen“, sagt VPI-Vorsitzender Thomas Schreiber. Für die zuletzt arg gebeutelte und wirtschaftlich angeschlagene Branche ist die große Nachfrage genau das Zeichen, auf das sie so lange warten musste. „Wir hatten gehofft, dass die Umsätze sich darstellen würden wie 2019 – da lagen sie bei rund 122 Millionen. Nun liegen sie sogar rund 50 Prozent darüber“, so Schreiber.

Die Zahlen sind naturgemäß noch nicht zu 100 Prozent final. Die großen Feuerwerks-Anbieter müssen noch auf letzte Detail-Auswertungen des Einzelhandels warten. Feuerwerk ist ein Kommissionsgeschäft. Die Verbraucher bestimmen durch ihren Kauf, welche Ware vor Ort über die Ladentheke geht und, ob Teile des Angebots wieder zurück ins Lager der Unternehmen gehen. „Retouren sind keine Ausnahme, sondern gehören zum Geschäft“, weiß VPI-Vorstand Richard Eickel. Und manchmal braucht die Abwicklung der Retouren mehrere Monate.

Dennoch: Schon zum Jahresanfang sah es gut aus für die Branche. Der Blick auf die Direktverkäufe ab Werk und die Schlangen an den Discountern in Deutschland machten Mut: „Nun wissen wir, die Nachfrage war definitiv sehr groß“, so Thomas Schreiber, sie lag sogar deutlich über den guten Vorjahren 2016/17 und 2017/18 mit einem Umsatz von immerhin rund 137 Millionen Euro.

Möglicherweise ein außergewöhnlicher „Nachhol-Effekt“ – sicher aber auch „ein unüberhörbares ‚Ja‘ der deutschen Bevölkerung zu einem traditionellen Feuerwerk im Zeichen des friedlichen Feierns. „Wir freuen uns sehr über das rege Interesse. Millionen Deutsche scheinen sich ein Silvesterfest ohne bunte Himmelsbilder nicht vorstellen zu können. Das Kaufverhalten spricht hier klar für sich“, sagt VPI-Vorstand Michael Kandler.

Mit ökologischeren Produkten in die Zukunft

Doch die Branche will sich nicht nur kurzfristig über mögliche „Einmal-Effekte“ freuen, sondern denkt konsequent und nachhaltig voraus. 39,7 Kilogramm. Laut Statista ist das die Menge an Plastikverpackungen – über alle Produkte hinweg gesehen – die jeder Deutsche pro Jahr wegwirft. Der VPI reagiert ab 2023 darauf, indem er zumindest bei seinen Produkten weitestgehend auf Plastik verzichtet. Sowohl bei den Feuerwerksprodukten als auch bei deren Verpackungen. „Wir sehen uns in der Verantwortung, einen Beitrag zu mehr Umweltfreundlichkeit zu leisten“, sagt Richard Eickel.

Europas Marktführer WECO beispielsweise gibt sich nicht damit zufrieden, dass schon heute 90 Prozent eines Feuerwerkskörpers aus Altpapier und Holz bestehen. Das Unternehmen hat erfolgreich nach biologisch abbaubaren Materialien gesucht, um die bisherigen Plastik-Raketenspitzen, Plastik-Zündschnurabdeckungen und Standfüße zu ersetzen. „Ab 2023 wird der Plastikanteil radikal sinken, unser Ziel ist es, Kunststoff vollständig in unseren Produkten zu ersetzen – alle Produkte sollen biologisch abbaubar werden“, so Schreiber. Für die Firma COMET steht fest: „Wir haben Feuerwerk sortimentsübergreifend neu gedacht und verzichten mittelfristig und sukzessive auf Plastik, wo wir nur können“, so Richard Eickel. Auch NICO, der Dritte im Bunde der Großanbieter, geht unter anderem mit seiner „Green Line“ neue Wege, „gute Unterhaltung und eine bessere Umweltverträglichkeit müssen sich nicht ausschließen“, so VPI-Vorstandsmitglied Michael Kandler. Mit ihrer gemeinsamen Initiative möchte die pyrotechnische Industrie nicht nur in Deutschland, sondern weltweit ein Zeichen setzen.