

## Nach vier Jahrzehnten auf Deutschlands Flohmärkten:

### **Kaum noch Kunst und Krempel**

**40.000 Flohmärkte im Jahr - 180 Millionen Besucher – Bis zu vier Millionen jedes Wochenende – Immer mehr Menschen kaufen Ramschware aus Not**

**Millionen Menschen tingeln jedes Wochenende über deutsche Flohmärkte. Sammler und Schnäppchenjäger, aber auch zunehmend Menschen in Not. Die Schattenwirtschaft boomt, besonders in Zeiten schmaler Geldbeutel. Nostalgisches aus Omas Zeiten blitzt immer weniger auf. Immer mehr Anbieter von Neu- und Billigwaren buhlen um die Gunst der Käufer.**

Der alte Herr macht ein Pokerface. Die hölzerne Ritterburg aus den Zwanziger Jahren gefällt ihm – nur der Preis nicht. „80 Euro, für das Ganze mit allen Figuren? Ach nee!“ sagt die junge Verkäuferin hinter ihren noch halb ausgepackten Bananenkisten. Erst als sich der Kunde kommentarlos abwendet, wird ihre Stimme weicher: „Also gut! 70 Euro?“ Doch der Herr schüttelt den Kopf: „Vielleicht schau´ ich später noch mal vorbei.“

Elbflohmmarkt in Dresden. Schon seit fünf Uhr durchstöbern die ersten Besucher die 600 Stände am Käthe-Kollwitz-Ufer. Am Nachmittag haben Zehntausende Schnäppchenjäger und Touristen den beschaulichen Markt nahe der Altstadt erobert. Flinke Finger wühlen sich durch Kartons und Kisten voller Krimskrams, tasten alte Gläser, vergilbte Postkarten, Schallplatten und verschrammte Blechdosen ab. Heimlich werden Lupen gezückt. Ein Händler im Camouflage-Outfit, der Zinnsoldaten, Reichsbank-Münzen und Beschläge für Fahngestänge anbietet, feilscht mit einem Kunden um einen Zinnsoldaten. „40 Euro kostet der!“ trompetet der Verkäufer mit dem Kaiser-Wilhelm-Bart über den Tisch. „30.“ – „35?“ – „Nein, 30!“ „Na gut, weil Sie es sind.“

Wenige Meter abseits wechseln zweihundert Euro und ein alter Weihnachtsbaumständer mit Spieluhr den Besitzer. Stolz zeigt Schnäppchenjägerin Ulla Beyer ihre Beute. Ein seltenes Prachtstück aus dem Erzgebirge sei das, fast hundert Jahre alt. „Der ist mindestens das Doppelte Wert.“ Die Dauerbesucherin des Trödelmarktes sucht nach verloren gegangenen Erinnerungen. Aus unzähligen Kisten und Kästchen lugt die pure Nostalgie: Mitropa-Modellbahn-Waggons, Oranienburger Vollkernseife, die Kinderdruckerei „Triumph“, winzige Puppen-Küchen mit

liliputanischen Tellerchen und Tässchen. Beglückt beugt sich die ältere Dame über das Zwergengeschirr. „Herrlich, so vieles aus der Kindheit!“

Wie die Dresdnerin schlüpfen jedes Wochenende Millionen aus ihrer gewohnten Rolle und mutieren für ein paar Stunden zum Altwarenhändler oder Schnäppchenjäger. Da steht die Hausfrau, die Lilienporzellan verkauft, neben dem Lehrer, der Bauernmöbel und nackte Porzellanmädchen als Tischkartenhalter verhökert. Da verkaufen Kinder ihre Comics und Kuscheltiere, bieten Rentner Münzen und Briefmarken feil. Vor und hinter den Wühltischen trifft sich alles: Hobbyhändler und Profis, Sammler und Flaneure, Orient und Okzident, Arzt und Punk, Ausgeflippte und Plaudertaschen, Studenten und Arbeitslose, jung und alt, arm und reich. „Der komplette Querschnitt der Gesellschaft“, sagt Nils Finger, 37, Flohmarkt-Organisator in Hamburg.

Die zunehmende Ausdünnung der Mittelschicht und eine immer breitere Unterschicht beschert den Flohmärkten ein stetig wachsendes Publikum. Ob in Kiel und Nürnberg, Bonn, Hamburg oder Stuttgart - an deutschen Tapeziertischen geht es samstags und sonntags hoch her: Drei bis vier Millionen Menschen durchforsten jedes Wochenende die Märkte zwischen Niebüll und Donauwörth. 180 Millionen Besucher stürzen sich jährlich ins Getümmel. Zwei Milliarden Euro wechseln den Besitzer.

Für die einen ist der Handel Freizeitspaß, für andere Teil ihres Lebensunterhalts, auf den weder Finanzamt noch Hartz IV-Behörde Zugriff haben. Zwei Millionen Menschen, schätzt Flohmarkt-Experte und Autor Sebastian Münz („Märkte, Menschen, Waren“), leben mittlerweile in Deutschland „ausschließlich oder zu einem gewichtigen Teil“ von Einnahmen auf Flohmärkten.

Die Zahl der Freiluft-Börsen hat sich drastisch erhöht: 40.000 Flohmärkte warten jährlich auf Schnäppchenjäger. Von den kleinen Klitschen in Hinterhöfen bis hin zu den gigantischen Großmärkten im Schatten moderner Konsum-Bunker wie Ikea und Real.

Auch das Fernsehen trödelt mit: TV-Fahnder wie Bianca Hein (SOKO) und Andreas Hoppe („Tatort“) wühlen sich in Specials durch Berge voller Plunder. Magazine wie „Kunst und Krempel“ (BR), „echt antik?“ (SWR), „Flohmarktjäger“ (NDR) und „Schnäppchenjäger“ (MDR) schwelgen von allem, was Millionen lieb und teuer ist.

Besonders eifrig trödeln die Fernsehleute an der Saar: Immer donnerstags, zur Sandmännchen-Zeit, bieten die Saarbrücker in der „Sendung“ Flohmarkt“ Berge von Kunst und Krempel feil. Der Slogan der Redaktion

erinnert an die berühmten „Hier werden Sie geholfen“-Verse einer grammatikschwachen Werbe-Ikone: „Schildkröt-Puppen, Kaffee-Mühlen, Bilder, Bierkrüge oder Kristall: Im Flohmarkt finden Sie fast alles, was das Trödlerherz begehrt.“ Kunst? Kitsch? Wer entscheidet das schon?

Nirgendwo sind die Grenzen fließender als auf dem Flohmarkt.

Der Dresdner Flohmarkt ist noch ein Trödel alten Schlags. Hier wird alles feilgeboten, was Keller und Speicher hergeben: Altes Silber, angestaubte Geigen und rostige Taschenuhren. Kurz: Alle skurrilen Sammlerstücke, die kein Kaufhaus führt – Kunst, Kitsch und Kuriositäten, vom ausgedienten Karussell-Pferd bis hin zum Faustkeil aus der Steinzeit. Doch der charmante Mix aus Kunst und Krempel täuscht: Immer weniger Menschen stillen auf Flohmärkten ihr Heimweh nach der verlorenen Zeit. Viele nutzen die Chance zum Billighandel ohne Kassenbon und Mehrwertsteuer. Sie stöbern aus Not in alten Kleiderbergen nach gebrauchten Schuhen, Jacken und Jeans. „Als kinderreiche Familie müssen wir auf’s Geld achten und schauen, wo wir einkaufen“, sagt Hausfrau Nina aus Berlin. Längst erfüllt der Flohmarkt eine soziale Funktion, bestätigt Rolf Hesemer vom Bremer Vermarkter Breminale: „An den Ständen versorgen sich immer mehr Bedürftige.“

Ob in Frankfurt und Wuppertal, Stuttgart, Leipzig, München oder Bremen - das Gesicht der ambulanten Märkte hat sich vielerorts drastisch geändert: Ghetto-Blaster scheppern, Händler schreien ihre günstigsten Angebote über den Platz. Geldeintreiber mit neongelben Westen kassieren an den Ständen ab. Es riecht nach Döner, nicht nach Bratwurst. Preiswerter Ramsch, wohin das Auge blickt, wie auf einem Basar: Masken, Schreine und Windspiele aus Asien, Blechspielzeug und Trommeln aus Afrika, Messinglampen und Wasserpfeifen aus der arabischen Welt. Neben Handys aus Fernost liegen Badezimmer-Armaturen zweifelhafter Qualität. Fabrikneue Socken, Billig-BHs aus Polyester und T-Shirts türmen sich auf Grabbeltischen. Berge gebrauchter Jeans und Jacken quellen aus Kartons. Für den Großteil der Ramschware ist hier Endstation: Was hier nicht mehr verkauft wird, landet im Müll.

Markt-Veranstalter wie Peter Wehr, Bürstadt (Hessen), oder Nils Finger, Hamburg, beklagen die neue Konsumkultur: „Das sind Kampfmärkte! Da werden Sie an meterlangen Tischen von chinesischen Kochtöpfen begrüßt.“ In endlosen Gassen reiht sich Sonderposten an Sonderposten: Baseball-Käppis, Einwegfeuerzeuge aus Bangladesch, Sonnenbrillen und Batterien aus Osteuropa, viele original verpackt mit Preisschildern. „Die Hälfte der Märkte ist von Neu- und Ramschware geprägt“, schätzt Joscha Eberhardt,

Redakteur beim „Sammler und Trödler-Journal“, Reichertshausen (Oberbayern).

Die einstige Unbeschwertheit im Freizeithandel ist einem knallharten Wettbewerb gewichen: Entrümpelungsdienste beschaffen sich ihren Ramsch gezielt bei Haushaltsauflösungen. Professionelle Antiquitätenhändler versuchen ihre Ladenhüter abzustößen. Viele bleiben auf ihren Weichholzmöbeln sitzen. Unterhosen, Küchenmixer und Rasierapparate sind begehrter.

Mehr als 300 Profis organisieren inzwischen Riesenmärkte in eigener Regie. Mit Werbung im Internet und in Printmedien buhlen die Flohmarkt-Manager um ihre Kundschaft. Mit 13 verhöckerte Norbert Hermanns, heute 48 Jahre alt, auf dem Aachener Flohmarkt Comics und Sperrmüll-Plunder. Mit 23 veranstaltet der rheinische Jungunternehmer jährlich 250 Flohmärkte mit einem Umsatz von damals 900.000 Mark. „Flohmarkt fand ich lustig“, sagt der Selfmade-Mann. Inzwischen ist seine Firma Melan mit Dependancen in Aachen, Nürnberg, Hamburg und Dresden zum Marktführer aufgestiegen. „Früher war alles unorganisiert! Keine Platzzuteilung, keine Strukturierung, keine Sortimente!“ Heute organisieren 540 Mitarbeiter beim Branchenriesen jährlich 1.000 Märkte quer durch die Republik. „Wir sind fünfmal so groß wie der nächste Konkurrent!“

Den Floh ins Ohr gesetzt hat den Deutschen ein Niedersachse: Vor vier Jahrzehnten veranstaltete der Aktionskünstler Reinhard Schamuhn in Hannover den ersten Trödelmarkt der Republik. Heute registriert das führende Internet-Portal „marctcom.de“ sechs Millionen Seitenaufrufe monatlich. 15.000 Veranstaltungen listet die elektronische Konkurrenz „Flohmarkt.de“, 4.000 die größte Fachzeitschrift „Sammler und Trödel-Journal“ auf. Die Aldisierung ist nicht mehr aufzuhalten. Der Trödel als reine Volksbelustigung droht unterzugehen. Der Flohmarkt als Sinnsuche und Reise in vergangene Epochen hat vielerorts aufgehört zu existieren

Wo der billige Jakob regiert, ist die Kriminalität oft nicht fern. Markenpiraterie und Diebstahl, Hehlerei, Unterschlagung und der Handel mit verbotenen Waren hat zugenommen. Viele Markenartikel werden gefälscht - Gucci, Armani, Chanel, Levis. Unzählige Plagiate aus asiatischer Produktion überschwemmen die Märkte, nachgemachte Markenuhren von „Rolex“ bis „Chopard“, Sportschuh-Imitate von „Nike“ bis „Puma“. Neben verbotenen Nazi-Devotionalien taucht auch immer wieder Ware auf, die gegen das Washingtoner Artenschutzabkommen

verstößt. Angefangen von Handtaschen aus Schlangenleder bis hin zu ausgestopften Krokodilen.

Wer nach Umsätzen fragt, stößt meist auf eine Mauer des Schweigens. Fest steht: Auf den Plätzen geht es beinhart zu – der Ton wird rauer, die Revierkämpfe nehmen zu bis hin zu Tumulten beim Platzkartenverkauf. Die Umsätze der Händler – besonders der Amateure – schrumpfen mit der Zahl der Märkte. Standmieten bis zu 29 Euro pro Meter vermiesen das Geschäft. Damit sind keine Hobbyisten mehr zu gewinnen, warnt Markt-Manager Nils Finger: „Für die gibt’s kaum noch etwas zu verdienen.“ Auch kleinere Veranstalter müssen sich strecken. Was übrig bleibt, rechnet Finger anhand eines Hamburger Flohmarktes vor: 12.000 Euro Umsatz, 10.000 Euro Kosten, davon 4.500 Euro für Absperrungen, Flächenmiete, Werbung. „Und dann müssen Sie noch acht Mitarbeiter bezahlen.“

Feierabend am Dresdner Elbufer. Unter geblühten Sonnenschirmen ziehen zwei Hobbyhändler ihr Resümée. „Wie ging’s bei dir?“ – „Ist schwierig geworden!“ – Stimmt.“

**Thomas Olivier**

© Olivier 2008