

Presse

Interview mit dem Vorsitzenden des Photomed-Verbands zur Lage der Solarien-Branche

15. Januar 2009

Frage: Zur Zeit gibt es nach Ihrer Aussage 4.200 Studios. Wie viele waren es vor fünf Jahren? (Wann werden die Markt-Zahlen für 2008 bekannt gegeben?)

Antwort: Eine genaue Statistik der Sonnenstudios gibt es nicht. Schätzungen der Branche besagen, dass es Anfang dieses Jahrhunderts ca. 8.500 Studios gab. Rückgang auf aktuell 4.200 (4.500) spiegelt sich auch in den Umsatz- und Beschäftigten-, die Sie auf unserer Website finden:

<http://www.photomed.de/Studio-Markt.sonnenstudio-markt0.0.html>

Beachten sie auch dort die Links zu weiteren Daten als PDF. In der gleichen Rubrik einige Umfragedaten zu Solariennutzung aus verschiedenen Markt- und Markt-Media-Studien.

(Als weitere Hinweise kann der **Branchenreport 2007 und 2008** „Fitness und Solarien“ der Sparkassen genutzt werden:

<http://www.sparkassen-shop.de/sfp/shop/branchenreports-online,268/?showpage=5>

Die regelmäßige **Betriebskostenanalyse** der Statistischen Bundesamts beruht auf einer Umfrage. Da in der Analyse Solarien, Massagesalons, Fitnesscenters etc. zusammengefasst werden und die Rücklaufquoten der Fragebögen bei Solarien unbefriedigend ist, sind die Daten nicht wirklich aussagekräftig)

Derzeit sind ca. 32.000 Menschen in den Studios beschäftigt. Vor fünf Jahren waren es noch ca. 40-45.000.

Da die Beschäftigungsverhältnisse in Sonnenstudios sehr „volatil“ sind, also sehr stark von Stundenkräften, 400 Euro-Jobbern, etc. geprägt ist, sind Angaben über die Beschäftigtenzahlen wenig aussagekräftig.

Etwa die Hälfte der Solarien steht nicht in Sonnenstudios sondern in Schwimmbädern, Hotels, Fitness-Centern etc. Jede Regelung – ob per Norm oder Gesetz – und deren Kontrolle wird durch diesen Umstand in ihrer Wirksamkeit stark eingeschränkt.

Frage: Worauf ist der Rückgang zurückzuführen?

Antwort: Wie immer gibt es ein ganzes Bündel von Gründen für den Niedergang der Branche, einige selbst gemacht, andere extern. Hier nur ein paar der Einflussfaktoren:

Presse

- Durch den praktisch unregulierten Zugang zum Besonnungsmarkt (kein Qualifikationsnachweis nötig) und nach Jahren eines Besonnungsbooms gab es um die Jahrhundertwende eine dramatische **Überbesetzung des Marktes**.
Folge: Rigoroser Wettbewerb mit Dumpingpreisen (Turbobräunen zum Discount-Preis).
Folge: Qualitätsmängel, Servicemängel, Pleitenserien, Imageverlust, Verlust qualitätsbewusster Kundengruppen.
- Dermatologen-Organisationen, Kosmetik- und Pharma-Industrie, Deutsche Krebshilfe investierten seit den 90er Jahren des vorigen Jahrhunderts Millionenbeträge jährlich in **Angst-Kampagnen** gegen die Sonnenstudios. Durch die „Weißkittel-Glaubwürdigkeit“ der Beteiligten werden von den Medien auch die grotesksten Horrormeldungen unkritisch übernommen.
Mit den Medien ziehen sich auch die politischen Institutionen eine Art Anti-Solarien-Komplex zu, der eine ausgewogene Meinungs- und Entscheidungsbildung verhindert.
- Die **Mode** ändert sich: Turbo-Braun ist nicht mehr „in“. Nur eine Minderheit der Studios erkennt leider derzeit noch diese Veränderung als Chance. Eine Elite der Sonnenstudios allerdings, darunter die „Initiative Geprüftes Sonnenstudio (IGS)“, hat soeohl in ihrer Geschäftspolitik als auch in der Darstellung nach außen diesen Trend positiv aufgegriffen und offensiv kommuniziert.
Diese Spaltung der Branche trifft auch auf den folgenden Trend zu:
Durch mangelnde Informationen und ein gewisses Desinteresse vieler Betreiber wird die dramatische Wende in der Forschung zu den überaus positiven Gesundheitsfolgen der UV-Bestrahlung ignoriert. (Beispiel Studie im Auftrag der WHO: Sonnen- und Vitamin D-Mangel verursachen Kosten, die 2.000mal so hoch sind wie die Folgen des UV-Missbrauchs – Kurz: Die Folgen von „zu wenig“ UV-Strahlung sind um ein Vielfaches schlimmer als die Folgen der UV-Nutzung – einschließlich aller Missbrauchsformen). Wieder nur eine Minderheit der Studios nutzen diese Chance.

Frage: Kommen noch neue Studios hinzu?

Antwort: Ja, aber nur vereinzelt. Wieder nur sehr grobe Schätzung bei den Erwartungen für 2009: ca. 200 Neugründungen.

Frage: Wie weit spürt der Sonnenstudio-Markt die Finanzkrise?

Antwort: Dazu kann man im Moment noch wenig sagen. Da die Nutzung von Sonnenbänken, wie andere Wellness-Dienstleistungen auch, eher zu den Luxusgütern gehört, könnte eine tiefe Rezession die Branche überproportional treffen.

Presse

Frage: Wie fällt Ihre Prognose für das Jahr 2009 aus?

Antwort: Die Unsicherheiten für 2009 sind größer als in den Jahren zuvor. Kommt das angekündigte Solarien-Gesetz (und schafft Planungssicherheit für die Studios)? Erholt sich die Qualitätsoffensive der Branche von dem Schlag im November 2008 mit der Veröffentlichung der Kontroll-Ergebnisse durch das BfS? Werden sich die Investitionen in die Mitarbeiter-Qualifizierung auf einer breiteren Basis fortsetzen? Greifen die angekündigten Instrumente der Qualifizierung schon in 2009? Gelingt es der Branche endlich, die positiven wissenschaftlichen Erkenntnisse ins Bewusstsein der Öffentlichkeit zu heben?

Vermutlich wird sich die Marktberreinigung in 2009 fortsetzen aber gleichzeitig die Basis für einen soliden Turn-Around gelegt werden können.

Frage: Wie sind die Studios im Durchschnitt ausgestattet? (Zahl Besonnungsgeräte? Zahl Mitarbeiter?)

Antwort: Im Durchschnitt 8 Geräte und etwa 7-9 Mitarbeiter

Frage: Wie haben sich die Beschäftigungszahlen entwickelt? (in den letzten fünf Jahren)

Antwort: s.o.

Frage: Versuchen die Sonnenstudios durch weitere Dienstleistungen (Zusatzangebote) wie Kosmetik, Kleidung, Nagelmodellage etc. ihren Umsatz anzukurbeln?

Antwort: Anders als z.B. in den USA war das bisher eine Schwachstelle im deutschen Besonnungsmarkt. Die Kombination unterschiedlicher Wellnessleistungen hat sich aber in den vergangenen Jahren verstärkt mit überwiegend – nicht durchgängig - gutem Erfolg. Dieser Trend wird sich voraussichtlich verstärken.

Frage: Wie viele Nutzer gibt es? Die Zahlen variieren zwischen 12 und 18 Mio. Menschen. Welche stimmt?

Antwort: Untersuchungen aus der Hochschule für Medien, Stuttgart, haben sogar noch wesentlich geringere Nutzerzahlen ermittelt (8,5 Mio.). Zu unterscheiden ist

- die Zahl der Nutzer, „die schon einmal in ihrem Leben einen Sonnenbank genutzt haben“ von den Nutzern mit „häufiger“ oder „regelmäßiger“ (mindestens einmal pro Monat oder Woche) Nutzung,

Presse

- die Zahl der Sonnenbank-Nutzer generell (inklusive Schwimmbad, Hotel, Fitnesscenter etc.) von den Sonnenstudio-Besuchern.

Aus diesem Unterschied speisen sich die oft sehr weit auseinander liegenden statistischen Angaben (übrigens wird diese Unterscheidung oft auch in wissenschaftlichen Untersuchungen zu den Gesundheitswirkungen der Solarien nicht gemacht). Die Besucherzahlen in den Sonnenstudios sind zurückgegangen, aber weniger stark als die Besuchsfrequenz. Bei einer starken wirtschaftlichen Rezession in 2009 werden sich diese Tendenzen noch verstärken.

Frage: Wer sind hauptsächlich die Nutzer?

Antwort: Eine verlässliche Nutzer-Analyse gibt es nicht. Lediglich bei der Aufteilung nach Geschlechtern dürfte der Anteil 70:30 korrekt sein. Allerdings verschiebt sich dieses Verhältnis in den letzten Jahren stärker zu Gunsten der männlichen Nutzer. Die soziökonomischen oder gar sozio-psychologischen Charakteristika der Nutzer können nur auf Basis kleinerer Umfragestudien geschätzt werden. Danach scheint es den Sonnenstudios, trotz erster Anstrengungen in diese Richtung, noch nicht gelungen zu sein, im Milieu (Sinus-Milieus) der „*Bürgerlichen Mitte*“ größere Nutzeranteile (zurück) zu gewinnen oder gar in die Trendsetter-Milieus „*der modernen Performer*“ oder der „*Postmateriellen*“ vorzudringen.

Gleichzeitig gibt es inzwischen aber eine Reihe erfolgreicher bis sehr erfolgreicher Studios und Studio-Ketten, die oft in enger Zusammenarbeit mit Ärzten, Apothekern, Krankenkassen und anderen meinungsbildenden Gruppen vor Ort und mit erheblichen Investitionen in Technologie, Mitarbeiterqualifikation, Marketing und Ambiente auf diesem Weg Vorbildcharakter haben und eine deutlich andere Nutzerstruktur haben.

Ziel 2009 ist es, die große Zahl der „skeptischen Schwellennutzer“ zu gewinnen - in der Regel im Durchschnitt ältere, besser ausgebildete und besser bezahlte Menschen, die bereit wären, eine Sonnenbank zu nutzen, aber durch das schlechte Image (s.o.) und die Angst-Kampagnen der Solarien-Gegner (s.o.) stark verunsichert sind.

Frage: Wie hoch ist der Anteil der Unter-18jährigen? (Mädchen / Jungs)

Antwort: Nach einer repräsentativen Studie aus 2006 des Instituts für Jugendforschung, München, nutzen 7,1 Prozent der Jugendlichen zwischen 13 und 18 Jahren mindestens einmal pro Monat eine Sonnenbank (der Anteil der Sonnenstudio-Besucher liegt entsprechend niedriger, mit Sicherheit unterhalb der 5 Prozent-Marke). Der Anteil der 13-14jährigen war statistisch nicht relevant (1 Fall). Wenn man als "regelmäßige Nutzung" sinnvollerweise "*Einmal pro Woche*" definieren würde, ergäben sich in den Altersgruppen

Presse

13-16 Jahren überhaupt keine statistisch darstellbare Nutzung. Erst bei den 17-18jährigen liesse sich mit 6% regelmäßige Nutzung eine messbare Größenordnung nachweisen.

Eine noch nicht veröffentlichte Studie des Forschungszentrums Jülich im Auftrag des BfS kommt nach ersten Informationen zu ähnlichen Ergebnissen.

Der Anteil von Jugendlichen an der Gesamt-Besucherzahl eines Studios hängt sehr stark ab von der Lage und Umgebung des Studios. Eine Studie des SLS mit allerdings nur wenigen Studios fand eine beträchtliche Bandbreite zwischen 1,7 und 10,8 Prozent der Besucher mit einem Durchschnitt von unter 3 Prozent.

Frage: Halten Sie das geplante Gesetz, das Jugendlichen den Sonnenstudio-Besuch verbietet, für sinnvoll?

Antwort: Eine gesetzliche Altersgrenze für die Nutzung von Solarien (aller Solarien! nicht nur in Sonnenstudios) halte ich für sinnvoll. Vorausgesetzt, ein solches Gesetz wird auch konsequent durchgesetzt (nicht nur in Sonnenstudios sondern überall, wo Sonnebänke öffentlich zugänglich sind).

Allerdings: Die Altersgrenze von 18 Jahren ist willkürlich und aus rein administrativen Erwägungen entstanden, eine medizinische Begründung dafür gibt es nicht.

Angesichts der Tatsache, dass eine Reihe umfassender Studien aus international renommierten Instituten einen zunehmenden „Sonnenmangel“ gerade bei der Altersgruppe der 12-19jährigen feststellen aufgrund von Kultur- und Lifestyle-Wandel und damit einen „epidemischen“ Vitamin D-Mangel in dieser Altersgruppe diagnostizieren - mit gravierenden Konsequenzen für die Gesundheit und vor allem die Prävention vieler Volkskrankheiten (Osteoporose, Diabetes, Herz-Kreislauf-Erkrankungen und Herzinfarkt, Krebs etc.) – erscheint eine Begrenzung bei 16 Jahren, also nach Ende der Pubertät, vernünftiger.

Für die Besonnungsbranche selbst ist das kein gravierendes Problem, wie Sie an den o.g. Daten erkennen können.

Frage: Wird das Gesetz, wenn es denn umgesetzt wird, einen weiteren Rückgang des Geschäfts zur Folge haben?

Antwort: Nein. Die Beispiele in anderen Ländern zeigen, dass der geringe Verlust an Kunden mehr als kompensiert wird durch die größere Sicherheit und das Vertrauen, das durch eine wie auch immer geartete gesetzliche Regelung beim Publikum entsteht. Insofern ist die Solarienbranche keineswegs gegen ein „Solariengesetz“ – sofern hier nicht einseitig auch wissenschaftlich nachweislich unbegründete Vorurteile etablierter Solariengegner in Gesetzes- und Verordnungstexte ungefiltert einfließen können.

Presse

Frage: Finden Sie es gut, dass die Studios (noch) selber entscheiden dürfen, ob sie Minderjährigen den Zutritt ins Studio verbieten oder nicht? Fürchten Sie dadurch nicht eine „Zwei-Klassen-Gesellschaft“ bei den Studios?

Antwort: Tatsächlich gibt es bereits diese „Zwei-Klassen-Gesellschaft“, nämlich den Unterschied zwischen den „Geprüften Sonnenstudios“, die Jugendliche unter 18 Jahren nicht zulassen **dürfen**, und den nicht zertifizierten Studios, für die es keinerlei Beschränkungen gibt. Gerade in solchen Studios, vor allem und viel häufiger aber in öffentlichen Einrichtungen, Hotels, Saunen etc. fehlt oft jede qualifizierte Beratung, so dass sich zwei Negativ-Tendenzen wechselseitig verstärken. Das ist sicher weder wünschenswert noch sinnvoll.

Frage: Welchen Einfluss auf die Studios hat eine Zertifizierung des Bundesamtes für Strahlenschutz?

Antwort: Nun, die Zertifizierungskriterien legen den Rahmen für das Handeln in „Geprüften Sonnenstudios“ fest. Zwar haben ein Großteil der Betreiber auch vorher schon im wesentlichen nach diesen Prinzipien ihr Geschäft betrieben. Dennoch ändert sich (bestätigt in einer Umfrage bei zertifizierten Studios) durch die Zertifizierung einiges in der täglichen Praxis. Dass diese Veränderungen nicht immer über Nacht und natürlich nicht automatisch durch den Zertifizierungsakt geschehen können, dürfte einleuchten.

Da die meisten der bisher zertifizierten Studios nach einer Anlaufphase zum Teil erhebliche Zuwächse bei Kunden und Umsatz melden, strahlt diese Veränderung auch in die gesamte Branche aus über den Bereich der „Geprüften Studios“ hinaus. Viele der Studios, die sich heute schon in ihrem Geschäftsgebaren kaum noch von den „Geprüften Sonnenstudios“ unterscheiden, sind durch die in den letzten Monaten entstandenen Unsicherheiten und in Erwartung des noch immer nicht „sichtbaren“ Solariengesetzes und seiner Ausführungsverordnungen, derzeit „im Wartestand“. Der Erwerb eines Qualitätssiegels gibt ja nur Sinn, wenn ich mich mit meinem Studio in einer stabilen Geschäftsumgebung von meinem Konkurrenzumfeld differenzieren kann. Es ist also im Interesse des Verbraucherschutzes, der Qualitätsziele und Qualitätssicherung der Branche – und müsste daher auch im Interesse des BfS und aller politischen Gremien liegen – dass die gegenwärtigen Unsicherheiten bei der Zertifizierung schnell ausgeräumt und das Qualitätssiegel „Geprüftes Sonnenstudio“ wieder offensiv promotet werden kann.

Presse

Frage: Bis dato haben sich rund 800 von den 4.200 Studios in Deutschland freiwillig zertifizieren lassen, d.h. ca. 3.400 Studios sind noch nicht geprüft. Lassen sich die Studios nicht zertifizieren, weil sie fürchten die Minderjährigen als Kunden zu verlieren?

Antwort: Nein, dieses Argument spielt in der Diskussion um die Zertifizierung so gut wie keine Rolle. Wichtiger ist die Frage, ob mir als Studiobetreiber die Zertifizierung - und meine Investitionen in „geprüfte Qualität“ - die Möglichkeit geben, mich am Markt von der Konkurrenz deutlich und mit kommunizierbaren Vorteilen abzuheben.

Frage: Stichproben (SUN STUDY 2008) in 100 zertifizierten Solarien ergaben, dass gerade mal vier davon ohne Mängel arbeiten. Demnach werden u.a. Besucher nicht über die Gesundheitsrisiken durch UV-Strahlung aufgeklärt, es findet kaum Beratung zum Hauttyp statt und Jugendliche unter 18 Jahren dürfen mit Einwilligung der Eltern sonnen. Wie erklären Sie sich das?

Antwort: Hier vermischen Sie zwei völlig unterschiedliche Vorgänge:

1. Die 3. Welle der Kontrollen bei zertifizierten Sonnenstudios durch das BfS und die undifferenzierte Veröffentlichung der Ergebnisse dieser Kontrollen.
2. Der Start der Herbstkampagne von Krebshilfe und „Arbeitsgemeinschaft Dermatologische Prävention (ADP)“ gegen die Solarien (ein jährlich wiederkehrendes Spektakel) – diesmal mit einer „Studie“ (die Daten werden nicht herausgegeben) über das Fehlverhalten in Sonnenstudios.

Während die Kampagne der ADP und der Deutschen Krebshilfe mit der griffig betitelten Auftragsstudie SUN STUDY 2008 nur die Wiederholung des Gewohnten und damit nicht wirklich relevant ist, handelt es sich bei den Ereignissen um die BfS-Kontrollen um eine für die Branche außerordentlich bedeutsame Sache.

Der Turbulenzen um die Prüfungen des BfS ist auf doppelte Weise „traurig“:

1. Die Notwendigkeit und Legitimität der Kontrollen wurde und wird von niemandem bestritten und von den Solarienverbänden sogar ausdrücklich begrüßt. Die tatsächlich festgestellten, bedeutsamen Mängel in zertifizierten Studios sind immerhin so zahlreich, dass dringend über eine bessere und konsequentere Durchsetzung der Zertifizierungsbedingungen nachgedacht werden muss. Das geschieht derzeit im Dialog zwischen BfS und den Zertifizierungsstellen.
2. Gleichzeitig aber ist auch klar, dass das Vorgehen des BfS mit der völlig undifferenzierten und von niemandem gecheckten Nachricht an die

Presse

Presse über 96% „Durchfaller“ bei der Überprüfung der Sache der von allen Seiten getragenen „Qualitätsoffensive“ schweren Schaden zugefügt hat. Das Vorgehen des BfS schädigt die „Geprüften Sonnenstudios“ und stützt die Studios, die sich bisher der Zertifizierung aus welchen Gründen auch immer verweigert haben.

Der Verdacht liegt nahe, dass das zeitliche Zusammenfallen der Presseinformation durch das BfS und der Pressekonferenz zum Kampagnenstart durch Krebshilfe und ADP genau die Form von Verwirrung und Vermischung vor allem bei den Medien produzieren sollte, die sich ja auch typischerweise in Ihrer Frage ausdrückt.

Bei näherer Prüfung ist die undifferenzierte Pressemeldung des BfS mit der vagen Aufzählung von „Verfehlungen“ tatsächlich eine Irreführung der Öffentlichkeit zu Lasten der zertifizierten Studios:

- Ohne die allzu häufigen, tatsächlichen und nicht tolerierbaren Mängel zu beschönigen, kann von einer seriösen Information erwartet werden, dass zwischen einem angeblich fehlplatzierten Aufkleber oder einem verlegten Prüfbuch einerseits und mangelhafter Beratung, völlig unzureichender Hygiene oder Manipulationen bei den Bestrahlungsstärken andererseits unterschieden wird.
- Tatsächlich hat sich gezeigt, dass es in einer Reihe von Fällen unterschiedliche Auffassungen über die Gültigkeit von Kriterien oder deren Auslegungen zwischen BfS und Zertifizierern gibt, die dringend geklärt werden müssen, aber sicher nicht Basis für Schreckensmeldungen an die Presse sein können.
- Die Unsicherheit bei Kriterien und Auslegungen spiegelt sich natürlich auch in der Tagespraxis der Studios. Denen kann man nur dann einen Verstoß gegen eine Regel vorwerfen, wenn diese tatsächlich eindeutig ist.
- Berichte aus den kontrollierten Studios scheinen darauf hinzuweisen, dass einige der Prüfer mit Vorurteilen gegen Solarien und dem festen Vorsatz der Entdeckung von Fehlern um jeden Preis angereist waren – und daraus auch verbal kein Hehl machten. Wenn ein Prüfer zufällig auf eine Mitarbeiterin trifft, die erst seit wenigen Tagen angestellt und noch nicht geschult ist, deren Aussagen für bare Münze nimmt und ein Gespräch mit dem Betreiber oder einer geschulten Kraft ablehnt, kann sehr wohl diese Absicht vermutet werden.

Presse

Dennoch zeigen die Kontrollen, ebenso wie die parallel laufenden Kontrollen der Zertifizierer, dass etliche der neu zertifizierten Studios die Sache nicht Ernst genug genommen haben und sich aus eher opportunistischen Gründen haben zertifizieren lassen. Dagegen muss selbstverständlich mit Entschiedenheit vorgegangen werden, wenn das Gütesiegel nicht völlig unglaubwürdig werden soll. Die ernsthaft um Qualität und ein neues Image der Branche kämpfenden Studios aber müssen vor solchen Generalverdächtigungen geschützt werden.

Zur Klärung dieser Fragen aus der Praxis der zertifizierten Sonnenstudios hat die „Initiative Geprüftes Sonnenstudio“ den Dialog mit dem BfS aufgenommen und versucht, Vorurteile und Missverständnisse auszuräumen.