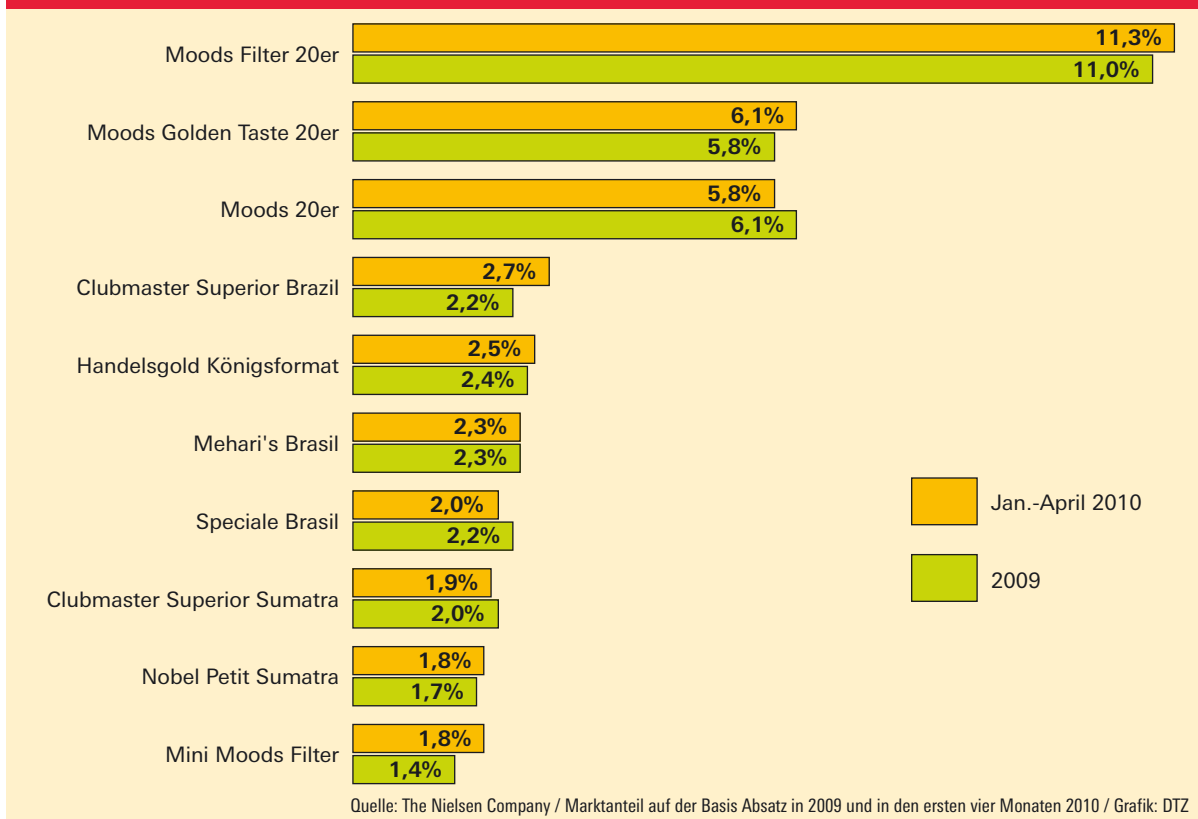
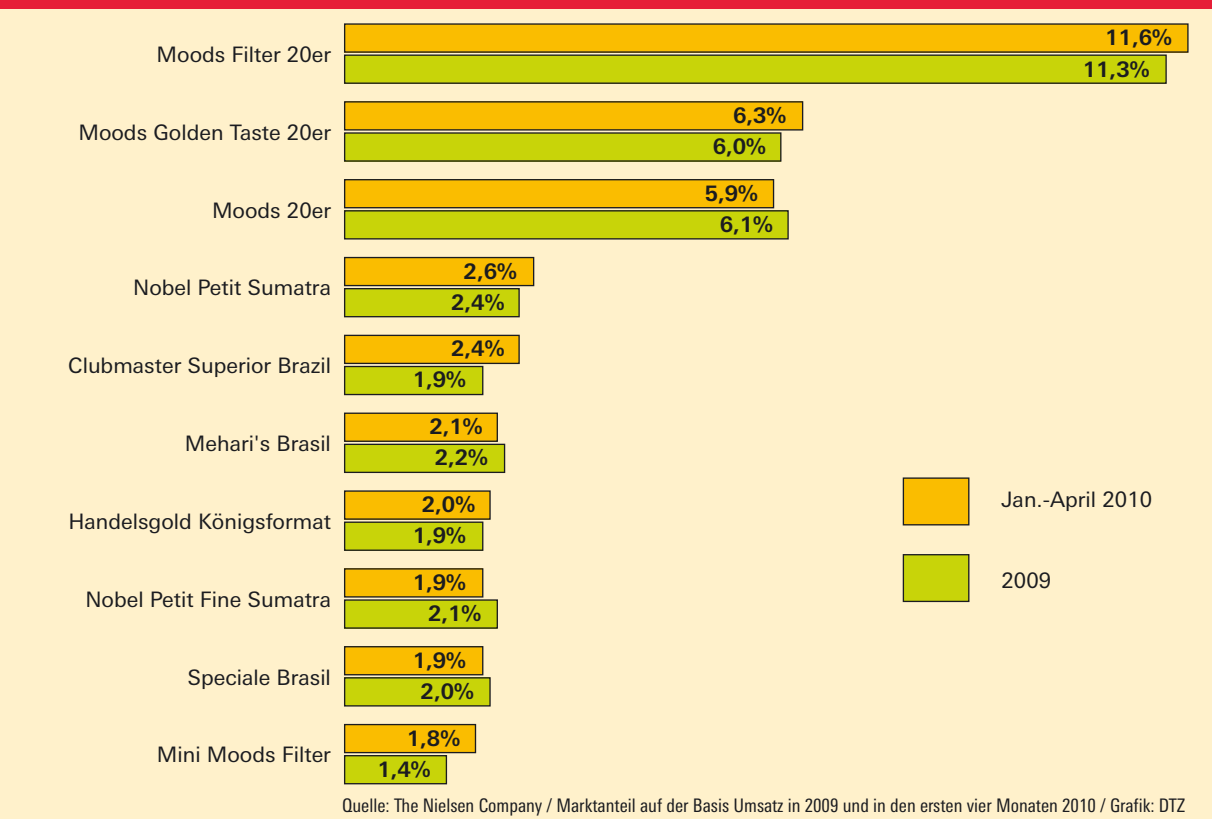


Die absatzstärksten Zigarillomarken im Verkaufskanal „Special Convenience“



Die umsatzstärksten Zigarillomarken im Verkaufskanal „Special Convenience“



„Die Zigarrenindustrie lebt vom Fachhandel“

BdZ-Vorsitzender Peter Wörmann: Das Fachhandelssterben bereitet uns Sorgen

INTERVIEW

BERLIN (DTZ/mo/da). „Zum Fachhandel gibt es keine Alternative“, sagt Peter Wörmann, der neue Vorsitzende des Bundesverbands der Zigarrenindustrie e.V. (BdZ). Im DTZ-Interview spricht er über Trends, Entwicklungen und Erwartungen auf dem deutschen Zigarrenmarkt.

DTZ: Wie haben sich die Absätze klassischer Zigarren und Zigarillos in den ersten fünf Monaten des laufenden Jahres entwickelt?

Peter Wörmann: Von Januar bis Mai 2010 wurden in Deutschland 328 Millionen Stück verkauft. Das sind leider etwas weniger als im selben Zeitraum des Vorjahres, da waren es 342 Millionen. Wir haben hier ein leichtes Absatzminus von vier Prozent. Den Rückgang führen wir ganz klar auf das relativ schlechte Wetter zu-

„Insgesamt geht die Schere bei den handgemachten Zigarren immer weiter auseinander: Einerseits bleibt das obere Preissegment stabil, andererseits erleben wir bei Zigarren mit Preisen von unter fünf Euro einen regelrechten Boom. Das mittlere Preissegment stirbt allerdings zunehmend aus.“

Peter Wörmann, BdZ-Vorsitzender

rück: Dieses Frühjahr wurden wesentlich weniger Zigarren und Zigarillos geraucht als etwa letztes Jahr, als schon der April sommerlich warm war. Der Grund liegt auf der Hand: Eine Zigarre genießt man gerne draußen, etwa im Biergarten oder nach einem gepflegten Essen. Um eine Zigarre zu genießen, braucht es Zeit und Muße. Sicher – eine Zigarette lässt sich auch bei schlechtem Wetter mal eben vor der Tür rauchen. Aber wer möchte denn bei neun Grad und Regen eine Stunde draußen stehen, um eine Zigarre zu genießen?

DTZ: Welche Absatzerwartung haben Sie für das Gesamtjahr 2010?

Peter Wörmann: Wie gesagt: Wetterbedingt hinken wir den Absatzzahlen des letzten Jahres hinterher. Wenn wir optimistisch sind, stabilisiert sich der Absatz bis zum Ende des Jahres und wir erreichen das Niveau von 2009. Realistisch gesehen, wird der Absatz jedoch wohl leicht zurück gehen.

„Nur der Fachhändler bietet kompetente Beratung und bildet die Schnittstelle zwischen dem Produkt und dem Kunden. Fachhändler spielen daher eine große Rolle als Meinungsbildner.“

DTZ: Der Anteil von Zigarillos am Gesamtabsatz ist seit Jahren kontinuierlich gewachsen. Hält dieser Trend weiter an?

Peter Wörmann: Ja, diese Entwicklung konnten wir auch bei unseren Mitgliedern beobachten. 2009 machten Zigarillos 93 Prozent des Absatzes aus, 2008 waren es noch 92 Prozent. Ich denke, dass dieser Trend zwar weiter anhalten wird, aber zunehmend abflacht.

DTZ: Bis vor vierfünf Jahren war fast nur noch von Premiumzigarren die Rede. Shortfiller, obwohl von den Stückzahlen her weitaus bedeutender im Markt, führten ein Schattendasein. Rückt die europäische Zigarre allmählich wieder etwas stärker in den Fokus?

Peter Wörmann: Unbedingt. Dass die europäische Zigarre immer stärker nachgefragt wird, hat natürlich in erster Linie damit zu tun, dass der Shortfiller in einem anderen Preissegment liegt als die handgemachte Zigarre. In letzter Zeit sind aber mehr und mehr handgemachte Zigarren als Bundleware am Markt, die ja auch günstiger sind und sich so den Preislagen der europäischen Zigarren annähern. Von den Stückzahlen her macht die handgemachte Zigarre nur ein Prozent des gesamten Handelsvolumens aus, vom Umsatz her jedoch zehn Prozent.

DTZ: Welche Trends machen Sie derzeit auf dem Zigarren- und Zigarillomarkt aus?

Peter Wörmann: Bei Zigarillos geht der Trend weiter hin zu aromatisierten Varianten. Bei Zigarren beobachten wir eine Entwicklung hin zu deutlich kürzeren Formaten. Durch die Rauchverbote wächst die Nachfrage nach Zigarren, die binnen kürzerer Zeit genossen werden können. Gleichzeitig möchte man beim gleichen Durchmesser bleiben. Und hier kommt wieder das Preisbewusstsein ins Spiel, denn die Kürze senkt natürlich auch den Preis. Insgesamt geht die Schere bei den handgemachten Zigarren immer weiter auseinander: Einerseits bleibt das obere Preissegment stabil, andererseits erleben wir bei Zigarren mit Preisen

von unter fünf Euro einen regelrechten Boom. Das mittlere Preissegment stirbt allerdings zunehmend aus.

DTZ: Welche Bedeutung hat der Fachhandel für den Verkauf von Zigarren und Zigarillos? Welche Rolle spielt der Tabakwarengroßhandel?



BdZ-Vorsitzender Peter Wörmann: „Der Zigarrenenuss darf nicht zum Spielball politischer Interessen werden.“

Peter Wörmann: Für qualitativ hochwertige Tabakprodukte ist der Fachhandel traditionell extrem wichtig. Für uns ist klar: Die kleinen und mittelständischen Zigarrenproduzenten leben vom Fachhandel. Das hat sich nicht geändert. Nur der Fachhändler bietet kompetente Beratung und bildet die Schnittstelle zwischen dem Produkt und dem Kunden. Fachhändler spielen daher eine große Rolle als Meinungsbildner. Gerade die kleinen Produzenten, die keine Massenware produzieren, sind auf den Fachhandel angewiesen.

Die Rolle des Großhandels hat sich dagegen verändert: Früher ging es tat-

„Was uns Sorge bereitet, ist das Fachhandelssterben, gerade in ländlichen Gebieten. In Mecklenburg-Vorpommern etwa werden Zigarren fast ausschließlich im Lebensmittelhandel und an Tankstellen angeboten. Hochwertige Tabakwaren müssen in der nächsten Großstadt oder aber über das Internet erworben werden. So ist zu erklären, dass der Vertriebsweg Internet in den letzten Jahren an Relevanz gewonnen hat.“

sächlich noch um Distribution, also darum, vor Ort über die Produkte zu informieren. Heute beschränkt sich der Großhandel auf rein logistische Aufgaben.

DTZ: Haben Lebensmittelhandel und Tankstellen als Absatzschienen für Zi-

geschäften. Wie ernst nimmt die Zigarrenindustrie den Abschmelzungsprozess im Fachhandel, und wie wirkt er sich für die Zigarrenanbieter aus?

Peter Wörmann: Wie gesagt: Diese Entwicklung verfolgen wir mit Sorge. Gerade für kleine und mittelständische Produzenten, die auf Exklusivität anstelle von Massenware setzen, ist das Fachhandelssterben bedrohlich. Premium-Produkte können nicht neben der Supermarktkasse zwischen Kaugummi und Batterien verkauft werden. Auch Internethändler können das Minus im Fachhandel nicht wettmachen, obwohl sie natürlich wichtiger werden, denn auch hier gibt es keine Information und keine Beratung. Ich sage darum ganz klar: Zum Fachhandel gibt es keine Alternative.

DTZ: Was empfehlen Sie Fachhändlern zur Absicherung beziehungsweise zur Belegung ihres Zigarren- und Zigarilloverkaufs?

Peter Wörmann: Die Fachhändler müssen sich auf ihre Stärken besinnen: Kompetente Beratung liefert kein Tankwart und kein Internetformular, sondern nur der geschulte Fachhändler. Außerdem könnte es ratsam sein, das Angebot durch weitere hochwertige Genussmittel zu erweitern. Das hat sich als sehr erfolgreiche Strategie erwiesen. Neben Tabakwaren können

„Die Konzerne wollen mit möglichst wenig Aufwand viel Ware verkaufen. Die einzelnen Produkte unterscheiden sich dann nur noch dem Namen nach ... Eben diese Entwicklung gefährdet die traditionelle Vielfalt im Angebot von Tabakwaren.“

zum Beispiel Spirituosen oder Pralinen angeboten werden. Verbraucher mit Sinn für das Besondere und den gehobenen Genuss sind durchaus bereit, für gute Qualität zu bezahlen.

DTZ: Wie hoch schätzen Sie die jährliche Verkaufsmenge von Zigarillo-Eigenmarken im Lebensmittelhandel? Wer sind hier die führenden Handelsketten?

Peter Wörmann: Aus der Bruttoversteuersatzstatistik kann man schließen, dass es etwa 190 Millionen Stück sind. Die Tendenz ist steigend. Als führende Handelsketten sind Lidl und Penny hervorzuheben.

DTZ: Einige Zigarrenanbieter beklagen die sinkende Zahl von Fach-

ja im Bereich der Zigarette, wo der Trend zunehmend in die Richtung eines „Einheitsgeschmacks“ geht. Eben diese Entwicklung gefährdet die traditionelle Vielfalt im Angebot von Tabakwaren. Darum plädiere ich dafür, dass es auch weiterhin möglich sein

„Wir streiten für ein tolerantes Miteinander zwischen Rauchern und Nichtraucherern und verwahren uns gegen staatliche Bevormundung. Genuss muss auch im 21. Jahrhundert noch möglich sein und darf nicht zum Opfer gesundheitspolitischer Diffamierungskampagnen werden.“

muss, Zigarren auch in kleineren Stückzahlen herzustellen, um so Exklusivität und Besonderheit zu erhalten. Diese Bemerkung ist allerdings mehr in Richtung unserer Politik gerichtet, die uns da mehr zu schaffen macht.

DTZ: Apropos Politik: Aus Brüssel, Straßburg und zum Teil auch aus Berlin werden der Tabakwarenbranche immer wieder neue Knüppel zwischen die Beine geworfen. Welche Attacken treiben Ihnen die größten Sorgenfalten in die Stirn?

Peter Wörmann: Hier sind verschiedene Punkte zu nennen. Zum einen beunruhigt uns als Verband natürlich die anhaltende Diskussion um neue Rauchverbote. Wir streiten für ein tolerantes Miteinander zwischen Rauchern und Nichtrauchern und verwahren uns gegen staatliche Bevormundung. Genuss muss auch im 21. Jahrhundert noch möglich sein und darf nicht zum Opfer gesundheitspolitischer Diffamierungskampagnen werden. Im Hinblick auf Brüssel erfüllen uns insbesondere die Debatten um das „Plain Packaging“ (weiße Einheitsverpackungen) mit Sorge. Gerade die Zigarre mit ihrer charakteristischen Verpackung würde unter einer solch blindwütigen Regulierung leiden. Daher werden wir diese Pläne aufmerksam beobachten und hier als Verband unser ganzes Gewicht in die politische Waagschale werfen. Mit unserem kürzlich veröffentlichten Grundsatzpapier zeigen wir auf, wofür der BdZ steht und welche Anliegen wir gegenüber der Politik vertreten. Für uns gilt: Der Zigarrenenuss darf nicht zum Spielball politischer Interessen werden.