

# Die Tabak Zeitung

www.tabakzeitung.de | G 6609

DIE AKTUELLE WOCHENZEITUNG FÜR DEN TABAKHANDEL

TABAK · LOTTO · PRESSE · SÜSSWAREN · GETRÄNKE

Nr. 38 | 122. Jahrgang

**DTZ**

21. September 2012

## Handel

**Umfrage:** Fachhändler Artur Hartung aus Neubrandenburg sowie einige seiner Kollegen schildern ihre Eindrücke von der diesjährigen Inter-tabac.

Seite 4



## Handel

**Konzept:** Der Frage, was erfolgreiche Tabakfachgeschäfte erfolgreich macht, ging Unternehmensberater Ralf Finken auf dem BTWE-Inter-tabac-Talk nach.

Seite 4



## Inter-tabac

**Zigarren:** Auch 2012 waren Zigarren und Zigarillos für viele Fachbesucher der wichtigste Anlass, die Messe zu besuchen. Wie waren die Trends?

Seite 6



## Größer, schöner, weiter: „Olympia“ in Dortmund

*Inter-tabac 2012: Die Leitmesse der Branche mit neuen Rekorden/An Halle 6 scheiden sich die Geister*

**DORTMUND (DTZ/da).** Quizfrage: Was haben die Inter-tabac und die Olympischen Spiele miteinander gemeinsam? Richtige Antwort: die Jagd nach Rekorden. Und davon gab es sowohl bei der diesjährigen Olympiade in London ebenso reichlich wie bei der Inter-tabac 2012 vom 14. bis 16. September in Dortmund. Die Messe-Veranstalter sprachen von mehr Ausstellern, mehr Fläche, mehr Fachbesuchern und mehr Umsatz. So gab es denn zum Messeende am späten Sonntagmittag zahlreiche zufriedene Mienen.

Insgesamt 369 Aussteller aus 45 Ländern zeigten in den Dortmunder Westfalenhallen 4, 6, 7 und 8 auf einer Brutto-Ausstellungsfläche von zirka 30000 Quadratmetern ein riesiges Sortiment rund um Tabak & Co. Das war neuer Rekord. Ebenso stieg die Besucherzahl: Die Westfalenhallen GmbH als Veranstalter und der Einzelhandelsverband Nordrhein-Westfalen, Fachbereich Tabakwaren, als ideeller Träger registrierten insgesamt 8601 Messe Gäste. Das waren gegenüber der letztjährigen Veranstaltung 7,6 Prozent mehr.

„Die Inter-tabac 2012 ist die größte und umfangreichste in der Geschichte dieser Fachmesse“, sagte Sabine Loos, Hauptgeschäftsführerin der Westfalenhallen Dortmund GmbH. Die Messe ist der Magnet der Branche mit zunehmender weltweiter Anziehungskraft. Bereits 36 Prozent der Besucher reisten in diesem Jahr aus dem Ausland nach Dortmund an; auf der letztjährigen Veranstaltung waren es 29 Prozent.

Die Inter-tabac gewinnt nicht nur an Bedeutung, sie wird auch selbst von Jahr zu Jahr in der Qualität besser. Das lässt sich auch mit Fug und Recht vom Messepublikum behaupten. Zwar sind in Zeiten knapper Kassen immer noch einige Besucher mit Plastiktüten voll



Auf Rekordniveau war auch die Zahl der Messebesucher



Fotos: Volker Oehl

Gute Stimmung bei Ausstellern und Besuchern.

kostenloser Warenproben unterwegs, doch im Gesamtbild der Messe spielen diese, von manchen respektlos als „Beutelratten“ bezeichneten Messe Gäste eher eine untergeordnete Rolle. Allgemein war von einem sehr fachkundigen Publikum die Rede, das sich gegenüber den in Hülle und Fülle gezeigten Neuheiten aufgeschlossen zeigte. Apropos knappe Kassen: Als Wermutstropfen wurde von Ausstellerseite bedauert, dass die Messegesellschaft auch in diesem Jahr wieder an der Gebührenschaube für die Stände gedreht habe. „In Bezug auf die Standpreise würden wir uns für 2013 Zurückhaltung wünschen“, brachte es ein Aussteller auf den Punkt.

Trotz der bekannten Probleme in der Branche – Stichwort Rauchverbote und Verschärfung der EU-Tabakprodukttrichlinie – war die Stimmung auf den Messefluren gut. „Besser als erwartet“, stellte etwa ein Zigarrenanbieter fest und gab damit die Mei-

nung vieler seiner Kollegen wieder. Laut Messgesellschaft wurden auf der Inter-tabac 2012 insgesamt 118 Millionen Euro umgesetzt. Zum Vergleich: 2011 waren es 115 Mio. Euro. Etlliche Aussteller berichteten von Umsatzsteigerungen pro Kunde, einige auch von einer insgesamt gestiegenen Kundenzahl. Das Gros der 369 Aussteller zeigte sich denn auch zufrieden mit dem Orderverhalten der Fachbesucher. So sprachen nahezu alle bekannten Zigarren- und Zigarilloanbieter von einer regen bis sehr guten Nachfrage und einem großen Interesse an der wieder in beachtlicher Zahl präsentierten Neuheiten. Gefragt waren im Bereich der Premiumzigarren vor allem Produkte in Preislagen bis fünf Euro, an zweiter Stelle waren es Premiumzigarren zu Stückpreisen bis zu zehn Euro. Oberhalb der Zehn-Euro-Preisschwelle musste es schon etwas Besonderes sein, das sich deutlich vom allgemeinen Angebot abhob. Dann

wurden auch Stückpreise von mehr als 15 Euro akzeptiert. Am anderen Ende der Preisskala waren Bundles in Dortmund kein großes Thema. Im normalen Rahmen verkauften sich Shortfiller-Zigarren, meist ohne nennenswerte Ausschläge nach oben oder unten. Bei Zigarillos rückten Minis und Filterprodukte in den Fokus, ohne dass die übrigen Segmente, allen voran aromatisierte Produkte, an Bedeutung verloren.

Bei Zigaretten und Feinschnitt steht zwar der unmittelbare Verkauf auf der Messe nicht so stark im Vordergrund. Dennoch berichteten die Aussteller von einer guten Akzeptanz ihrer Messe-Angebotspakete. Im Trend lagen vor allem additivfreie Zigaretten und Feinschnitt sowie Großpackungen, meist unter dem Dach großer Markenfamilien.

Auch im Bereich Pfeife und Pfeifentabak wurde das Thema Genussrauchen auf der Inter-tabac mit viel Leben er-

füllt. Obwohl das Gros der neuen Pfeifenferien meist schon im Frühjahr auf der Frankfurter Messe präsentiert wurde, hatten auch in Dortmund mehrere Anbieter neue attraktive Serien im Gepäck. Der Bogen spannte sich dabei von klassisch bis futuristisch anmutend. Bei Pfeifentabak setzte die Branche in diesem Jahr offenbar darauf, Bestehendes zu pflegen und weiterzuentwickeln. Aber auch die eine oder andere neue Mischung wurde in Dortmund vorgestellt.

Im jungen Geschäft der E-Zigaretten waren fast 50 Anbieter auf der Messe präsent. Der Fachhandel, soweit er hier noch engagiert ist, setzte jedoch überwiegend auf die bereits etablierten Anbieter. Nach starkem Einbruch sprechen die Anbieter inzwischen wieder von leichtem Marktwachstum.

Und wie ist die Meinung zur Neuaufteilung der Messe? Denn die Besucherströme verteilten sich nicht mehr nur auf drei Messehallen, sondern auf

vier. „Angenommen wurde auch die Halle 6, die in diesem Jahr erstmals in die Inter-tabac integriert war“, hieß es seitens der Messegesellschaft. Kritische Stimmen merkten an, dass Halle 6 für die Besucher nicht so leicht zu finden war. Hier hätte man sich ein besseres Wegweiser-System gewünscht.

Ganz zufrieden mit der Neuaufteilung waren indes nicht alle. Nicht selten hieß es: „Das Besucheraufkommen lag unter dem Niveau der übrigen Hallen.“ Und mindestens ein namhafter Marktteilnehmer hatte wegen der Neuaufteilung sogar auf seine Messebeteiligung verzichtet. Die Messegesellschaft ist dennoch für 2013 zuversichtlich. Laut ihrer Umfrage mochte kein einziger der 369 Aussteller die Wiederbeteiligung ausschließen. Außerdem hätten neun von zehn Fachbesuchern erklärt, dass sie auch im nächsten Jahr wieder zur Messe kommen möchten. 2013 findet die Inter-tabac vom 20. bis 22. September statt.

## Tabaksteuer floss auch im August mit beachtlicher Konstanz

*Beste Monat in 2012 / Aber Banderolenbezug bei Zigarette niedriger*

**WIESBADEN (DTZ/SB/fok).** Die Tabaksteuereinnahmen haben im August 2012 das bisher beste Ergebnis für den Fiskus im laufenden Jahr erbracht. Mit 1,285 Mrd. Euro netto lagen diese um 7,9 Prozent höher als im Vergleichsmonat des Vorjahres. Vor allem die Zigarette (plus 6,7 Prozent) und der Feinschnitt (plus 18,0 Prozent) spülten mehr in die Kassen des Fiskus als im Vorjahresmonat.

Durch den schwachen Start zu Jahresbeginn aufgrund vorverlegter Produktionen im alten Jahr ergibt sich für die Tabaksteuereinnahmen mit kumuliert 8,360 Mrd. Euro in den ersten acht Monaten 2012 dennoch bisher ein leichtes Minus von 0,8 Prozent gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres.

Beim Banderolenbezug zeigt die Statistik im August einen leichten Einbruch. Bei der Zigarette wurden Steuerzeichen für 6,891 Mrd. Stück bezogen; das waren 2,9 Prozent weniger als im Vorjahresmonat. Der Kleinverkaufswert dieser Zigarettenbänderolen bezifferte sich auf 1,683 Mrd. Euro (minus 0,7 Prozent). Kumuliert für den Zeitraum Januar bis August 2012 ergibt sich ein Steuerzeichenbezug für 53,017 Mrd. Zigaretten; das sind doch immerhin 6,3 Prozent weniger als im Vorjahreszeitraum. Der Kleinverkaufswert der Zigaretten in diesem Zeitraum lag bei 12,919 Mrd. Euro, also 2,5 Prozent niedriger als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Die unterschiedlichen Rückgangsraten zwischen Menge und Wert zeigen die Aus-

wirkung der steuerinduzierten Preis-anhebung.

Deutlich besser war die aktuelle Entwicklung beim Feinschnitt: Im August stieg der Steuerzeichenbezug hier um 49,1 Prozent auf 2413,7 Tonnen und der Kleinverkaufswert um plus 60,8 Prozent auf 296,7 Mio. Euro. Die hohen Steigerungsraten lagen allerdings nicht an der aktuellen Entwicklung (eher stabil) als vielmehr an sehr schwachen Zahlen des Vergleichsmonats in 2011. Kumuliert für die ersten acht Monate 2012 wurden beim Feinschnitt 17470,1 Tonnen versteuert; das war auch in diesem Bereich ein wenn auch leichter Rückgang um 1,2 Prozent gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres. Durch die steuerbedingten kräftigeren Preis-

anhebungen stieg allerdings der Wert in diesem Zeitraum um 10,9 Prozent auf kumuliert 2,142 Mrd. Euro.

Bei den Zigarren und Zigarillos bezifferte sich der Banderolenbezug im August 2012 auf 358,2 Mio. Stück (minus 3,6 Prozent) im Wert von 69,8 Mio. Euro (minus 3,2 Prozent). Im Achtmonats-Zeitraum waren es 2,552 Mrd. Stück (minus 7,3 Prozent) im Wert von 512,4 Mio. Euro (plus 7,0 Prozent). Bei Zigarren/Zigarillos ebenso wie beim Feinschnitt führte die deutliche Steuerbelastung also zu höheren Fiskaleinnahmen trotz sinkender versteuerter Mengen.

Beim Pfeifentabak wurden im August Banderolen für 108,9 Tonnen (plus 3,4 Prozent) im Wert von 10,6 Mio. Euro (plus 2,5 Prozent) bezogen.

## Starkes Echo auf lokale Editionen der Pall Mall

**HAMBURG/KÖLN/DORTMUND (DTZ/fnf).** Richtig starke und positive Medienbeachtung erfährt die Zigarettenmarke Pall Mall mit ihrer „Local Edition“, die exklusiv Symbole einer bestimmten Region bzw. Stadt abbildet und auch nur dort vertrieben wird. In Köln beispielsweise zierte ein „Halver Hahn“ das Cover der Zigarettenpackung, der Aufdruck „Dat Päckchen“ sorgt für weiteres Lokalkolorit. Die Aktion startete Anfang September und läuft solange der Vorrat reicht. Die Presse berichtete fleißig, so etwa die Bild-Zeitung in ihren Regionalausgaben.

Dabei werden bei den Packungen die Symbole herausgestellt, die keine typischen Touristen-Wahrzeichen sind, sondern eine spezielle Bedeutung für die erwachsenen Raucher vor Ort haben.

## RM-Systems hilft Kommissar Zufall

**DORTMUND (DTZ/schu).** Helle Aufregung in Messehalle 6: Auf dem Stand des Leipziger Liquidanbieter Flavour Art vermisste eine Hostess ihr Smartphone, das gerade noch auf der Theke lag. Einem wachsamem Auge am gegenüberliegenden Stand von RM-Systems war nicht entgangen, was sich ereignet hatte. Von einer Säule herab filmte ein Vorführmodell einer Amikom-Überwachungskamera zufällig die Szene. Flavour Art-Chef Till Hermann bat darum, sich die Aufnahmen des Rekorders zeigen zu lassen. Tatsächlich: Zu sehen waren drei unbekannte Personen in einem Ablenkungsmanöver, bei der eine das Smartphone verschwinden ließ. Der eingeschaltete Messesicherheitsdienst suchte, ebenso wie die von der Hostess gerufene Polizei bisher erfolglos nach den mutmaßlichen Tätern.