



13.06.2012 - 11:00 Uhr

## Jahresmedienkonferenz 2012: Oettinger Davidoff Group behauptet sich gut in anspruchsvollem Umfeld

Basel (ots) -

-

- Volumen- und Umsatzsteigerung in stagnierendem Markt
- Fokussierung auf Kernkompetenzen
- Erfolgreiche Lancierung des neuen globalen Cigar Store-Konzeptes

Die in Basel beheimatete Oettinger Davidoff Group (ODG), die weltweit führende Herstellerin von Premium-Cigarren, hat sich in einem herausfordernden internationalen Umfeld gut behauptet. Sie konnte den Umsatz im 2011 um 0.2% steigern, währungsbereinigt ergibt sich ein leichter Rückgang um -2.3% auf CHF 1'29 Mia. Die Jahresproduktion konnte auf 34,4 Mio. Cigarren gesteigert werden, was einer Zunahme um 6.8% entspricht. Mit einer erneuerten Strategie, die auf das Cigarren-Kerngeschäft und die wichtigen Generalvertretungen im Tabak- und Süßwarenereich sowie auf die Beherrschung der ganzen Wertschöpfungskette ausgerichtet ist, will CEO Hans-Kristian Hoejsgaard das Unternehmen und die Marke Davidoff im globalen Luxussegment der Premium Cigarren noch besser verankern und weiter Marktanteile gewinnen. Die Erneuerung des internationalen Ladennetzes, das sowohl in den duty free-Standorten als auch am Stammsitz in Basel lanciert worden ist, und der Abschluss einer strategischen Partnerschaft mit der internationalen Kunstmesse ART Basel gehören zu den Eckpfeilern in der Umsetzung der strategischen Neuausrichtung. Die Oettinger Davidoff Group beschäftigte Ende 2011 weltweit 3'697 Mitarbeitende, was einem leichten Rückgang um -2.8% gegenüber dem Vorjahr entspricht, dies als Folge der gesteigerten Produktivität in den Produktionsstätten in der Dominikanischen Republik ist.

«Im 100. Jahr des Bestehens der Marke Davidoff sind wir mit den Resultaten, die wir in einem regional nochmals stärker regulierten Markt und trotz den Nachteilen des starken Schweizer Fränkens erreicht haben, sehr zufrieden», kommentiert CEO Hans-Kristian Hoejsgaard den Verlauf des Geschäftsjahres 2011. Mit weltweit 65 Davidoff Flagship Stores, 150 Cigarren Lounges und 540 Davidoff-Depositären verfügt die ODG über eine hohe Marktpräsenz in Europa, den USA und Asien sowie in den duty free-Verkaufsstellen rund um die Welt. Mit den letztes Jahr produzierten 34,4 Mio. Cigarren hält die Gruppe auch einen respektablen Marktanteil im weltweiten Markt handgerollter Premium Cigarren, der auf insgesamt weniger als 500 Millionen Stück geschätzt wird.

Fokussierung auf das Kerngeschäft

Der Trend geht dabei aufgrund der nach wie vor zunehmenden Restriktionen gegenüber Rauchern hin zu kürzeren, schneller zu geniessenden Cigarren und ist zudem stärker saisonal geprägt. «Limited editions» von Cigarren und neue Geschmacksrichtungen finden häufiger das Interesse der Cigarrenraucher, die auch immer öfter über das Internet einkaufen. Der Marke kommt in diesem kompetitiver werdenden Umfeld eine weiter wachsende Bedeutung zu. Die ODG hat sich vor diesem Hintergrund für eine klare Fokussierung ihres Geschäftes auf die Kernkompetenz Premium Cigarren bzw. die Marke Davidoff entschieden. Sie positioniert sich damit im hochpreisigen und margenstarken Luxussegment der global brands im Bereich Cigarren und Accessoires. Neben Davidoff werden künftig zwei weitere eigene Marken strategisch von globaler Bedeutung sein: Zino Platinum und Camacho Cigars. Die zu Beginn dieses Jahres eingegangene strategische Partnerschaft mit der Art Basel, welche die Art Miami und ab 2013 die Art Hongkong mit einschliesst, ist für diese Positionierung der Marke Davidoff von grosser Bedeutung. Beide haben ihre Wurzeln in Basel, und richten sich strategisch somit stark nach Europa, USA und künftig auch nach Asien aus. In beiden Marken verbindet sich die Freude am Schönen und Edlen, am Genuss und am Leben in optimaler Art und Weise.

Kontrolle über die gesamte Wertschöpfungskette

Ein innovatives Marketing ist in der Erschliessung des global stark umkämpften Segments der Luxusmarken im Cigarrenbereich entscheidend. Es sind beträchtliche Anstrengungen nötig, um den geschmacklich unterschiedlichen und qualitativ hohen Erwartungen der anspruchsvollen Konsumentinnen und Konsumenten zu entsprechen. Die letzten neu in den Markt gebrachten 10 Cigarren sind zum Beispiel das Resultat eines Prozesses, der mit der Kreation von 359 unterschiedlichen Mischungen begann.

Um in der Lage zu sein, eigene Cigarren Kreationen erfolgreich auf den Markt zu bringen und eine Premium-Qualität in allen Formaten dauerhaft zu gewährleisten, braucht es die Kontrolle des gesamten Prozesses vom Keim der Tabakpflanze in den verschiedenen Anbaugebieten bis zum Verkauf der Cigarren im weltweiten Netz der eigenen und konzessionierten Davidoff Shops. Die Beherrschung der gesamten Wertschöpfungskette «from crop to shop» ist deshalb ein elementarer Bestandteil der ODG-Strategie. Sie erklärt auch die Bedeutung der eigenen Distribution und die beträchtlichen Investitionen, welche die Gruppe in die Entwicklung und Umsetzung des neuen Ladenkonzeptes steckte. Dieses ist letztes Jahr mit der Eröffnung des Davidoff Flagship Store im Zentrum von Basel erstmals auch in einer Citylage umgesetzt worden, nachdem die duty free-Version davon bereits im

Flughafen Zürich Premiere feierte.

#### Zuversichtlicher Ausblick

Die Oettinger Davidoff Group hat im Zuge ihrer Konzentration auf das Tabak-Kerngeschäft die bestehende Organisation optimiert. Zudem wurden im Mai des laufenden Jahres die nicht zu diesem Geschäft zählenden Aktivitäten der zur ODG gehörenden Contashop AG, welche 45 Tankstellen-Shops betreibt, an die SPAR Gruppe verkauft. Die Gesamtheit der Massnahmen zur Umsetzung der neuen Strategie sollte sich im laufenden Jahr positiv niederschlagen. Für 2012 rechnet die Oettinger Davidoff Group mit einem wieder etwas wachsenden Markt, zwar mit einem weiterhin herausfordernden Umfeld in Europa, aber mit leicht über dem Durchschnitt liegenden Umsätzen und Absatzvolumen in USA, Asien und dem duty free-Bereich.

#### Oettinger Davidoff Group in Kürze

Die Oettinger Davidoff Group mit einem Umsatz von 1,3 Milliarden Schweizer Franken und circa 3'700 Beschäftigten auf der ganzen Welt kann ihre Wurzeln bis auf das Jahr 1875 zurückführen und ist bis heute ein Familienbetrieb mit zwei unterschiedlichen Geschäftszweigen geblieben: Ein Geschäftszweig ist im Grosshandels-, Vertriebs- und Logistikbereich im Schweizer Markt tätig, der andere widmet sich dem Kerngeschäft, der Herstellung, der Vermarktung und dem Verkauf von Premium Cigarren, Tabakprodukten und Accessoires im Einzelhandel. Das Geschäft mit Premium Cigarren umfasst die Marken Davidoff, AVO, Camacho, Cusano, Griffin's, Private Stock, Zino, Zino Platinum und Winston Churchill. Die Oettinger Davidoff Group ist stark in der «crop-to-shop»-Philosophie verwurzelt und verfolgt damit den Ansatz einer vertikalen Integration, von den Tabakfeldern in der Dominikanischen Republik und in Honduras bis hin zu dem weltweiten Netzwerk von 65 Davidoff Flagship Stores. Basierend auf ihrer Vision Innovation.Passion.Integrität möchte die Oettinger Davidoff Group der unverzichtbare Partner sein in allen Geschäftszweigen, in welchen sie aktiv ist: Premium Cigarren, Tabakwarenaccessoires, Detailhandel, Generalvertretungen im Tabak- und Süßwarenereich, Distribution und Logistik.

#### Kontakt:

Oettinger Davidoff Group  
Paloma Szathmary, Senior Vice President  
Corporate Communications  
Nauenstrasse 73  
CH-4002 Basel  
Tel.: +41/61/279'36'24  
E-Mail: paloma.szathmary@davidoff.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100005129/100720040> abgerufen werden.