



17.06.2020 - 14:35 Uhr

Dank Innovation und digitalem Engagement ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2019 für Oettinger Davidoff



Basel (ots) -

Oettinger Davidoff konnte 2019 ihre Stellung als führender Anbieter am globalen Premium-Zigarrenmarkt weiter stärken. Während der Gesamtumsatz des Finanzjahres 2019 mit 453 Millionen CHF (-9.4%) rückläufig war, ist es dem Unternehmen gelungen, die finanziellen Ziele zu erreichen und insbesondere die Cash-Performance gegenüber Vorjahr deutlich zu verbessern. Dies dank erfolgreichen neuen Innovationen im Bereich von Limited Editions, verstärkter Brand Awareness durch Fokussierung auf digitales Konsumentenengagement sowie den positiven finanziellen Auswirkungen der im 2018 lancierten "Way Forward Transformation Roadmap".

Im Eigenmarkenbereich verzeichnete das Basler Familienunternehmen einen Rückgang von -3.6% gegenüber Vorjahr. Dies nach einem starken 2018, in dem die Marken Davidoff und AVO Jubiläen feierten, welche mit verschiedenen Produkten und Aktivitäten zelebriert wurden. Die Marke Davidoff konnte mit einem Wachstum von +1.6% weiter Marktanteile im Super-Premiumbereich ausbauen, während Camacho (-2.9%) und AVO Cigars (-12.6%) bereinigt stabil blieben. Der Rückgang des konsolidierten Gesamtumsatzes des Unternehmens wurde grösstenteils durch den Verlust des Rack-Jobbing-Geschäfts im Schweizer Süsswarenmarkt (Cruspi SA) verursacht. Auf vergleichbarer Basis ging der Nettoumsatz um 1.0% zurück. Der Verkaufsverlauf wurde durch ein schwieriges Geschäftsumfeld in den USA beeinflusst, wo die Premium-Zigarrenindustrie beispiellosen Rabatten sowie Programmen zur Reduzierung der Lagerbestände von Schlüsselkunden ausgesetzt war. Zusätzlich wirkten sich die sozialen Unruhen in Hongkong nicht nur auf den lokalen Einzelhandel, sondern auch auf das Duty Free Geschäft in der gesamten Region aus. Die bessere Umsatzentwicklung der Drittmarken, insbesondere der Generalvertretungen, war ein wichtiger Leistungspfeiler im Jahr 2019.

Oettinger Davidoff setzt weiter auf Pioniergeist und Innovation

Oettinger Davidoff hat die Kunden und Konsumenten auch im 2019 mit neuen Produktlancierungen und vielfältigen neuen Geschmackserlebnissen überrascht. Die Kernmarke Davidoff setzte den Schwerpunkt auf die Davidoff Winston Churchill Limited Edition 2019, die Davidoff Robusto Real Especiales 7 sowie Ende Jahr auf die Davidoff Year of the Rat. Zudem lancierte das Unternehmen in Kooperation mit Künstlern zwei Masterpiece Humidore: einerseits der von der Künstlerin Rose Saneuil entworfene Masterpiece Humidor Terroirs und der Masterpiece Humidor Royal Release, welcher von der französischen Feder-Künstlerin Emilie Moutard-Martin kreiert wurde. Die Marken AVO und Camacho trugen mit den Produkt-lancierungen AVO Improvisation Series, Camacho Distillery Edition und der Camacho Diploma Robusto Black erfolgreich zur Erweiterung des Produktportfolios der Oettinger Davidoff bei.

Langfristige Investition in Handelspartner und Ausbau des digitalen Engagements

Um das Unternehmen auch in Zukunft erfolgreich auf die Herausforderungen des Marktes und die sich wandelnden Kundenbedürfnisse auszurichten, werden gute und langfristige Kooperationen mit dem Handel und den Geschäftspartnern kontinuierlich in den Fokus gestellt. Die im 2018 lancierte "Davidoff of Geneva Academy", das führende, globale online Trainingsprogramm der Branche, unterstützt dieses Bestreben und hat sich mittlerweile bei den Kunden und Partnern als unverzichtbares Tool etabliert. "Als Innovationsleader im Premium-Zigarrenbereich sind wir bestrebt, nicht nur innovative Produkte zu gewährleisten, sondern auch im kommerziellen Bereich, zusammen mit unseren Partnern und Kunden, innovative und einzigartige Omni-Channel Marken- und Einkaufserlebnisse zu ermöglichen," kommentiert CEO Beat Hauenstein. Im vergangenen Jahr hat das Unternehmen in St. Petersburg und Moskau (Russland) eine Davidoff Lounge und an den Flughäfen in Istanbul, Schanghai und Peking je zwei Walk-in Humidore eröffnet. Ausserdem hat Oettinger Davidoff im Herbst in Shenzhen (China) und im Frühling 2020 im Seminole Hard Rock Hotel & Casino in Hollywood, FL (USA) zusätzliche Franchise-Stores eingeweiht. Um der rasanten Entwicklung der Digitalisierung und dem neuen mobilen Einkaufs- und Interaktionsverhalten der Kunden zu entsprechen, welche sich im 2020 im Rahmen der Corona-Pandemie verstärkt und beschleunigt haben, wird Oettinger Davidoff das digitale Engagement weiter ausbauen. Neben der Investition in zusätzliche Onlineshops wird das Unternehmen vor allem den virtuellen Austausch mit Aficionados und der Zigarrencommunity durch online Tastings und Seminare intensivieren.

"Way Forward" und Ausblick auf 2020

Der im 2018 gestarteten Fünfjahresplan "Way Forward", mit dem Oettinger Davidoff ihre Führungsposition im handgerollten Premium-Zigarrenbereich und Grosshandel langfristig sicherstellen und weiter ausbauen will, hat im 2019 zu positiven finanziellen Resultaten geführt. Die Dynamik der Coronavirus-Pandemie hat aber auch für Oettinger Davidoff, als international breit aufgestellte Unternehmung, einen erheblichen Einfluss auf das Geschäft, insbesondere auf den Global Travel Retail Bereich. "Die Folgen dieser aussergewöhnlichen und beispiellosen Situation sind aus heutiger Sicht nicht klar absehbar. 2020 wird auch für uns ein herausforderndes Jahr sein. Dank unserer unternehmerischen Robustheit, die wir durch die Erfolge von "Way Forward" erreicht haben, und der rechtzeitig abgestimmten und wirkungsvollen Massnahmen hinsichtlich der Coronavirus-Pandemie sehen wir zuversichtlich in die Zukunft. Ausserdem erweist sich unsere langjährige Investition in die "Crop-to-shop" Philosophie als äusserst effizient und ermöglicht uns, unsere Kunden lückenlos und in gewohnt höchster Qualität zu beliefern und somit unseren Aficionados rund um den Globus weiterhin genussvolle "time beautifully filled" Momente zu gewährleisten. In Krisenzeiten ein verlässlicher Partner zu sein, ist für uns ein weiterer wichtiger Qualitätsaspekt," so Beat Hauenstein.

Über die Oettinger Davidoff

Die Oettinger Davidoff Gruppe mit einem Umsatz von rund 450 Millionen Schweizer Franken und 3100 Beschäftigten auf der ganzen Welt kann ihre Wurzeln bis ins Jahr 1875 zurückführen und ist bis heute ein eigenständiges Familienunternehmen. Sie widmet sich der Herstellung, der Vermarktung, dem Vertrieb und dem Detailverkauf von Premium-Zigarren, Tabakprodukten und Accessoires. Das Geschäft mit Premium-Zigarren umfasst die Marken Davidoff, AVO, Camacho, Cusano, Griffin's, Private Stock, Zino und Zino Platinum. Die Oettinger Davidoff Gruppe vertreibt zudem in mehreren Ländern in Generalvertretung zahlreiche Marken, darunter Haribo in der Schweiz und S.T. Dupont in den USA. Das Unternehmen ist stark in der "Crop-to-shop" Philosophie verwurzelt und verfolgt damit den Ansatz der vertikalen Integration, von den Tabakfeldern in der Dominikanischen Republik und in Honduras bis zum weltweiten Netzwerk von rund 70 Davidoff Flagship Stores und starken Vertragshändlern.

Pressekontakt:

Für weitere Informationen:

Nicole Kaufmann
Director Corporate Communications
Oettinger Davidoff AG
Nauenstrasse 73
CH - 4002 Basel, Schweiz
Tel. +41 58 219 3623
media@oettingerdavidoff.com
oettingerdavidoff.com
davidoff.com | @Davidoff_Cigars | facebook.com/DavidoffCigars1911

Medieninhalte



Maison Davidoff, Hauptsitz Oettinger Davidoff. Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100005129 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Oettinger Davidoff AG/@Oettinger Davidoff AG"