



18.06.2014 - 11:00 Uhr

## Oettinger Davidoff AG weiterhin auf Erfolgskurs

Basel (ots) -

Verkaufs- und Produktionsrekord mit 39 Mio. handgerollten Cigarren - Signifikante Marktanteilsgewinne mit Davidoff Cigarren in einem rückläufigen Markt - Leichter Umsatzrückgang, bedingt durch Devestition im Nicht-Kerngeschäft, aber weiter gesteigerte Ertragskraft - Erfolgreichste Produkt lancierung der letzten 25 Jahre - Hohe Investitionen in die Erschliessung des globalen Wachstumspotenzials

Die im Premium Cigarren-Geschäft weltweit führende Basler Oettinger Davidoff AG hat im vergangenen Geschäftsjahr 2013 ihre globale Marktposition festigen und trotz einem teilweise schwierigen Marktumfeld erneut Marktanteile gewinnen können. Bedingt durch Devestitionen im Nicht-Kerngeschäft fiel zwar der Umsatz der Gruppe um 2 Prozent auf CHF 1,206 Mia. Zum ersten Mal seit Bestehen der Oettinger Davidoff AG wurden hingegen knapp 40 Mio. (38.9 Mio.) eigene Marken-Cigarren produziert, was einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr um 24 Prozent entspricht. Mit dazu beigetragen hat die ausserordentlich erfolgreiche Lancierung der «Davidoff Nicaragua», einer Premium-Cigarre aus nicaraguanischen Tabaken.

Mit der Neuorganisation des Bereichs Grosshandel und Logistik und dem Verkauf des Schweizer Zigarrenautomaten-Geschäfts der ZOPAG AG sind die strategischen und strukturellen Bereinigungen innerhalb der Oettinger Davidoff AG planmässig weiter voran getrieben worden. Die Gruppe unter der Führung von CEO Hans-Kristian Hoejsgaard ist nun strategisch klar auf ihr globales Kerngeschäft im Bereich Cigarren und Raucheraccessoires und in der Schweiz auf die Generalvertretungen und das Grosshandelsgeschäft im Bereich Tabak- und Süswaren ausgerichtet. Die Ertragskraft des Unternehmens hat sich als Ergebnis dieser Massnahmen und zusätzlicher Kostensenkungsprogramme erneut verbessert.

Trotz weiterer gesetzlicher Einschränkungen des Tabakkonsums in Europa und Russland sowie der staatlichen Antikorruptionsmassnahmen in China, welche sich auf die Verkäufe von Luxusgüter auswirkt, rechnet Oettinger Davidoff im laufenden Geschäftsjahr 2014 mit einem wieder wachsenden Umsatz im Kerngeschäft und einer erneuten Verbesserung der Erträge. Dies insbesondere vor dem Hintergrund einer steigenden Nachfrage in Asien, den USA, im Travel Retail and Duty Free-Geschäft, weiteren erwarteten Marktanteilsgewinnen in Europa sowie aufgrund neuer Produkte, die den Geschmack der Cigarrenliebhaber auf der ganzen Welt treffen. Erfolgreichstes Geschäftsjahr der Geschichte für die Marke Davidoff.

«Die im 2012 eingeleitete strategische Fokussierung auf unser Cigarren-Kerngeschäft hat sich bereits im letzten Geschäftsjahr insbesondere in der Entwicklung der Verkaufszahlen der Marke Davidoff deutlich niedergeschlagen», erläutert CEO Hans-Kristian Hoejsgaard den Jahresverlauf 2013. «Das vergangene Jahr war das bisher erfolgreichste in der Geschichte von Davidoff mit einer Steigerung unserer weltweiten Verkäufe der Marke Davidoff um 14 Prozent im 2. Halbjahr.»

Mit einem Umsatzzuwachs von 4.6 Prozent erzielte die Oettinger Davidoff AG mit allen von ihr vertriebenen Marken im um 5 Prozent rückläufigen europäischen Markt ein herausragendes Resultat. Auch in den USA nahmen die Verkäufe in einem bescheiden wachsenden Gesamtmarkt um hohe 6.2 Prozent zu. Sowohl in Europa als auch in den USA, den beiden grössten und wichtigsten Märkten, hat Oettinger Davidoff damit Marktanteile gewonnen. Das Wachstum in Asien wurde hingegen in China, dem grössten Absatzmarkt in Asien, von den einschränkenden staatlichen Regulierungen für Luxusprodukte erheblich belastet. Mit der Premium Marke Davidoff verzeichnete die Oettinger Davidoff AG mit plus 18 Prozent ein eindrucksvolles Wachstum in den USA, mit plus 11 Prozent in Europa sowie mit plus 7 Prozent in dem ebenfalls strategisch wichtigen globalen Travel Retail and Duty Free Markt. Die Duty Free-Shops stellen auch für die über 100 Millionen chinesischer Touristen einen attraktiven offshore-Markt dar, von dem Oettinger Davidoff AG mit ihren zahlreichen und weiter zunehmenden Verkaufsstellen profitiert.

Veränderte Konsumgewohnheiten in Europa und Rekordergebnisse in den USA

Die international weiter zunehmenden gesetzlichen Restriktionen in praktisch allen Märkten beeinflussen das Marktverhalten. So hat sich unter anderem die Saisonalität des Konsums vor allem in Europa verändert. Es wird im Sommer mehr geraucht als früher. Ebenso kristallisiert sich ein klarer Trend zu kürzeren Cigarren heraus. Schliesslich lässt sich auch feststellen, dass in den Altersgruppen zwischen 28 und 40 Jahren eine Premium Cigarre immer häufiger ebenso zum Genuss gehört wie ein gutes Glas Wein oder gutes Essen.

Zu einem einzigartigen Erfolg in der jüngeren Geschichte des Unternehmens entwickelt sich die letztes Jahr lancierte Davidoff Nicaragua Linie, die Kontinent übergreifend sofort den Geschmack einer begeisterten Cigarrengemeinde getroffen hat. Es handelt sich um die erfolgreichste Produkt lancierung seit der Neuausrichtung des Unternehmens nach dem Rückzug aus Kuba im Jahre 1983. Die Nachfrage übertraf phasenweise die budgetierte Produktion um fast das Doppelte, was entsprechend zu vorübergehenden Lieferengpässen führte. Dieser ausserordentliche Erfolg und die Neulancierung der in den USA eine lange Tradition aufweisenden Camacho-Cigarre haben dazu beigetragen, dass Oettinger Davidoff in den USA das beste Jahr ihrer 25-jährigen Geschichte in Nordamerika verzeichnen konnte.

Organisatorische Massnahmen greifen

Die Stärkung und der weitere Ausbau ihrer global führenden Marktstellung als Produzentin und Vermarkterin von Premium-Cigarren stellt für die Organisation der Oettinger Davidoff AG eine permanente Herausforderung dar. Die Oettinger Davidoff schlagkräftiger und effizienter zu machen war das Ziel der Strukturbereinigungen und der Fokussierung des Unternehmens auf seine globalen und schweizerischen Kernkompetenzen. Im Zuge der entsprechenden Massnahmen hat das Unternehmen im vergangenen Jahr das Grosshandelsgeschäft in der Schweiz in einem Unternehmen zusammengefasst und im Tabakbereich eigene Niederlassungen in Österreich und Russland gegründet, die Übernahme des bisherigen Handelspartners in Spanien eingeleitet und den Vertrieb in Zentralasien und Afrika ausgebaut. Im Rahmen des im vorletzten Jahr angekündigten Retailkonzepts wurden u.a. auch Shops in Tokyo und Seoul sowie an den Flughäfen von Hongkong, Taipei und JFK in New York dem neuen Design- und Markenbild angepasst. Eine Vielzahl von Produkt- und Marketinginitiativen haben sich schliesslich im letzten Quartal 2013 auch in deutlich wachsenden Umsätzen niedergeschlagen und der Marke Davidoff in einem rückläufigen Gesamtmarkt Marktanteilsgewinne gebracht.

#### Kulturelle Initiative als Teil nachhaltiger Unternehmenspolitik

Schliesslich hat Oettinger Davidoff mit einer umfassenden Überarbeitung ihres Firmenaufttritts und einem dynamischen Ausbau ihrer Partnerschaft mit der Art Basel auch ihr Profil als global tätiges, gesellschaftlich verantwortungsbewusst handelndes Unternehmen geschärft. Die Partnerschaft mit der Art Basel umfasst über die Zusammenarbeit bei den Messen in Basel, Miami Beach und Hongkong hinaus mit der Davidoff Art Initiative ein globales kulturelles Projekt. Die Davidoff Art Initiative unterstützt zeitgenössische Kunst und Künstler in der Karibik, stärkt Kunsteinrichtungen in der dominikanischen Republik, teilt ihr Wissen und Know-how zu zeitgenössischer Kunst und fördert den kulturellen Austausch zwischen der Karibik und dem Rest der Welt.

Im Mittelpunkt der Davidoff Art Initiative steht das Bestreben von Oettinger Davidoff AG, der Kulturgemeinschaft der Dominikanischen Republik, in der ein Grossteil der Produktion und viele Mitarbeiter des Unternehmens beheimatet sind, etwas zurückzugeben - indem Kunst und Kultur der Karibik gefördert und in den Mittelpunkt gerückt werden und das langjährige Engagement des Unternehmens für Kunst, Handwerkskunst, Gemeinschaft und Qualität ausgeweitet wird. Die vier globalen Programmbereiche der Davidoff Art Initiative sind: Davidoff Art Residency, Davidoff Art Dialogues, Davidoff Art Grants und Davidoff Art Editions. Vor kurzem erfolgte die Grundsteinlegung für die Davidoff Art Residency in La Romana im dominikanischen Altos de Chavón, wo ab 2015 jedes Jahr fünf internationale Künstler zu einem dreimonatigen Aufenthalt an der dortigen School of Design eingeladen werden.

#### Ambitionierter Ausblick

Es ist das erklärte Ziel von CEO Hans-Kristian Hoejsgaard, mit der Oettinger Davidoff AG im laufenden Jahr auch umsatzmässig im Kerngeschäft weiter zu wachsen. Mit einem starken Wachstum im zweistelligen Prozentbereich legte die Marke Davidoff in den ersten fünf Monaten die Basis für ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2014. Um das geplante Wachstum zu fördern werden sowohl in diesem wie im nächsten Jahr erhebliche Mittel in die Lancierung neuer bzw. in den Relaunch bestehender Marken mit hohem Wachstumspotenzial und in den Ausbau des bestehenden Produkt-Portfolios investiert. Symbolisch für diese Initiativen stehen die Einführung der in den USA sehr erfolgreichen Camacho-Cigarre in Europa und die Lancierung der ersten Davidoff Vintage Cigarre aus dem Jahr 2002, der teuersten bisher von Davidoff hergestellten Cigarre. In Frankfurt, New York und Kuala Lumpur werden 2014 neue Davidoff Flagship Stores eröffnet, in Spanien soll ein eigenes Unternehmen gegründet und in Dubai ein eigenes Büro in Betrieb genommen werden, um der stark wachsenden Bedeutung dieser Region Rechnung zu tragen. Darüber hinaus sollen bis Ende dieses Jahres weltweit über 200 Davidoff Shop-in-Shop bestehen. Das globale Absatznetz von Oettinger Davidoff erfährt dadurch einen substantiellen Ausbau. Der neue Produktionsrekord spiegelt auch das Vertrauen von Oettinger Davidoff in das Potenzial des globalen Marktes für Premium Cigarren von Davidoff.

#### Kontakt:

Oettinger Davidoff AG  
Paloma Szathmáry  
SVP Corporate Communications  
Hochbergerstrasse 15  
CH - 4002 Basel  
Tel. +41 (0)61 279 36 24  
media@oettingerdavidoff.com  
oettingerdavidoff.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100005129/100757770> abgerufen werden.