

Gut geplant für
starken Umsatz

**Tabakwaren
weiterhin
Frequenzbringer im
Convenience-Shop**

Die Zeiten sind für Raucher schwieriger geworden, dennoch sind Tabakwaren weiterhin der Frequenzbringer in Convenience-Shops. Der Umsatzanteil von Tabakwaren liegt nicht selten bei über 50 Prozent. Gerade in Zeiten von Steuererhöhungen, Rauchverböten und Schmuggel ist es für Shopbetreiber besonders wichtig, einen verlässlichen Partner an seiner Seite zu haben.

Lekkerland bietet Ihnen die Kompetenz und den Service, den Sie benötigen, um erfolgreich zu sein.

Ein tiefes und breites Tabakwaren-Sortiment mit attraktiven Preisen, einer flexiblen Logistik und das nötige Know-How machen Ihren Erfolg aus.

Wir informieren Sie regelmäßig über aktuelle Trends, neue Produkte und beraten Sie gerne bei allen Fragen, die das Sortiment betreffen - und natürlich auch bei der Shop und Regalplanung.

Entwicklung Gesamtmarkt
2010

Volumenentwicklung in
Milliarden Stück

Quelle: JTI

Anteilsberechnung in
Prozent

Quelle: JTI

Volumenentwicklung nach
Packungsart

Quelle: JTI

Zusammenfassung: Gesamtmarkt 2010

Der versteuerte Zigarettenabsatz ging im Jahr 2010 um 1,9 Prozent zurück. Handelsmarken haben sich positiv entwickelt und zeigen ein deutliches Absatzplus von 6,9 Prozent auf.

Zudem greift der Raucher immer öfter zu den Big- und Maxi-Packungen, zu Lasten der Original-Packungen. Mittlerweile ist jede zweite verkaufte Packung eine Big-Pack oder Maxi-Pack. Der Konsument kauft auch weiterhin verstärkt die preiswerten Markenprodukte wie JPS, PallMall, L&M. Dies geht zu Lasten der besser kalkulierten Produkte wie Marlboro oder Lucky Strike.

Die Konsumenten greifen verstärkt zu OTP. Der Feinschnittabsatz zeigt ein Plus von 1,6 Prozent auf. Hier werden vor allem die Großdosen und niedrigpreisigen Feinschnitte nachgefragt. Die Marke "Buffalo" unterstützt den Trend zur preisbewussten Alternative am Markt und punktet dabei mit hoher Qualität für wenig Geld. Ecocigarillos verlieren weiterhin, bedingt durch die Anpassung der Steuerdefinition im 2008, 0,9 Prozent Absatz.

Bedrohlich ist weiterhin der sehr hohe Schmuggelanteil, der bei circa 20 Prozent liegt. Etwa jede fünfte Zigarette, die in Deutschland geraucht wird, trägt nicht die deutsche Steuerbanderole.

Chancen erkennen und nutzen

Die aktuelle Marktentwicklung zeigt auf, dass 30 Prozent der Feinschnitt-Produkte preiswerte Produkte sind, die überwiegend im Discount oder LEH verkauft werden.

Der Konsument ist derzeit sehr preissensibel, die Marke ist dabei zweitrangig. Tankstellen und Fachgeschäfte gehen zurzeit noch an diesem Trend vorbei. Erweitern Sie Ihr Sortiment im Feinschnittbereich, zeigen Sie Kompetenz in diesem stetig wachsendem Segment.

Lekkerland bietet Ihnen mit der Eigenmarke Buffalo eine starke Alternative zu den Handelsmarken, die zudem noch eine gute Spanne liefert. Der Konsument muss also zukünftig nicht mehr in den LEH/Discount, um

preiswert rauchen zu können.

- Vermeiden Sie Fehlartikel, stocken Sie Ihre Reserve auf.
- Verbessern Sie die Platzierungen und passen Sie diese dem veränderten Kaufverhalten an.
- Der Kunde greift immer öfter zur Big-Pack, beziehungsweise zu Maxi-Packungen. Schaffen Sie Platz für die Produkte und trennen Sie sich von Langsamdrehern.