

## BDTA-Jahrestagung in Dresden

**KONGRESS** Am 8. und 9. Mai findet die diesjährige Jahrestagung des Bundesverbandes Deutscher Tabakwaren-Großhändler und Automatenaufsteller (BDTA) wieder im Taschenbergpalais in Dresden statt. In die Fachtagung am Mittwoch, 8. Mai ab 14.00 Uhr wird, wie gewohnt, der BDTA-Vorsitzende Michael Reisen mit einer Grundsatzrede einführen. Überdies wird der BDTA, wie schon in den beiden vergangenen Jahren, eine anregende Podiumsdiskussion führen, in diesem Jahr mit dem

Thema „Einzelhandel 2025: NGP Branded Stores“. Moderiert wird diese Diskussionsrunde vom stellvertretenden Vorsitzenden Paul Heinen. Traditionell wird die Tagung durch einen Vortrag eines externen Referenten abgerundet. In diesem Jahr steht dafür Professor Georg Nolte von der Humboldt-Universität zu Berlin zur Verfügung. Am Donnerstag, 19. Mai ab 9.30 Uhr treffen dann die Mitglieder des BDTA zur ordentlichen Mitgliederversammlung zusam-

men. Hier stehen neben der Behandlung der Regularien Neuwahlen zur Besetzung des BDTA-Vorstandes auf der Tagesordnung. Zum Abschluss der zweitägigen Tagung werden die Geschäftsführer Andreas Landwehr und Sascha Waltemate ihren Tätigkeitsbericht über die Arbeitsschwerpunkte des BDTA vortragen. Weitere Informationen zur Tagung in Dresden sind über die Geschäftsstelle des BDTA in Köln abrufbar. *pnf*



Dresden ist auch 2019 wieder Veranstaltungsort der BDTA-Jahrestagung.

Fortsetzung von Seite 1

## „EU dreht ein großes Rad für ein relativ kleines Problem“

Ladenlokale und eine Beschränkung der Kinowerbung auf Filme ab 18 Jahren vor. Bei der Plakatwerbung soll es nun einen Bestandsschutz für bestehende Werbeverträge geben, allerdings längstens nur bis 2024. Auch die Plakatwerbung für tabakfreie E-Zigaretten und tabakfreie Nachfüllbehälter könnte demnach weiter erlaubt sein.

Dass die Anti-Tabak-Lobby bei der Politik mehr Gehör als die Tabakbranche finde, habe sich zuletzt im Dezember bei der öffentlichen Anhörung zum Thema Tabakwerbung gezeigt. Seitens der Branche war lediglich Jan Mücke, Geschäftsführer beim Deutschen Zigarettenverband (DZV), eingeladen gewesen. „Dieses Ungleichgewicht habe ich in einem Schreiben an den zuständigen Ausschuss für Ernährung und Landwirtschaft zum Ausdruck gebracht“, berichtet Goetschel, und er unterstreicht: „Tabakerzeugnisse, E-Zigaretten und Tabakerhitzer sind legale Produkte, für die auch Werbung erlaubt sein muss.“

Gleichzeitig appelliert der MUT-Vorsitzende an die politischen Entscheider in Berlin, Pfeifentabak, Zigarren und Zigarillos nicht mit der Zigarette in einen Topf zu werfen, sondern den Markt für Tabakerzeugnisse differenziert zu betrachten. Pfeifentabak sowie Zigarren und Zigarillos

### DIE SACHE WIRD AUFGEBAUSCHT

seien Genussprodukte, die ausschließlich von Erwachsenen konsumiert würden. „In der Regel sind ihre Liebhaber älter als 30 Jahre. Mit anderen Worten: Ein Jugendschutzproblem besteht bei diesen Produkten überhaupt nicht“, so Goetschel. Aber auch bei der Zigarette sei die Quote jugendlicher Raucher eindeutig rückläufig. Der MUT-Chef weist hier auf eine Statistik von Eurostat aus dem Jahr 2014, der zufolge Deutschland mit einem Raucher-Anteil bei den 15- bis 19-Jährigen von nur noch 7,0 Prozent in der Eu-

ropäischen Union den viertletzten Platz belegte. „Und das zu einer Zeit, als es noch keine Schockbilder auf Zigarettenpackungen gab.“ Lediglich in Dänemark, Schweden und Rumänien rauchten noch weniger Minderjährige, was aber auch damit zusammenhänge, dass in Schweden und Dänemark der rauchlose Snus weit verbreitet sei. Zum Vergleich: Bei den beiden Spitzenreitern rauchte jeweils jeder fünfte Jugendliche, und im EU-Durchschnitt lag der Anteil bei 9,7 Prozent.

In Sachen Track & Trace, also der Rückverfolgbarkeit sämtlicher Tabakerzeugnisse, betont Goetschel, dass es bei Pfeifentabak und Zigarren überhaupt keinen Schmuggel gibt. „Demnach ist Track & Trace zur Schmuggelbekämpfung bei diesen Produktgruppen so überflüssig wie ein Kropf.“ Auch bei der Zigarette stellt Goetschel die Sinnhaftigkeit in Frage: „Ich glaube nicht, dass durch Track & Trace eine Zigarette weniger geschmuggelt wird.“ Ironisch fügt er hinzu: „Die Zigarettschmuggler sind ja leider nicht in dieses EU-Projekt eingebunden.“

Im Übrigen würden von jenen jährlich zirka 15 Milliarden nicht in Deutschland versteuerten Zigaretten etwa elf Milliarden Stück ganz legal von Konsumenten aus dem Ausland mitgebracht. Lediglich zirka vier Milliarden Stück seien Schmuggel- und Schwarzmarkt-Zigaretten. „Das sind gerade einmal gut fünf Prozent des Zigarettenmarktes in Deutschland“, rechnet Goetschel vor. „Demnach dreht die EU ein großes Rad für ein relativ kleines Problem“, meint der MUT-Vorsitzende und erklärt abschließend: „Statt sinnlose und überflüssige Bürokratiemonster aufzubauen, sollten sich Brüssel und Straßburg lieber um die wirklich großen Herausforderungen der EU kümmern, zum Beispiel um eine gemeinsame Außen- und Verteidigungspolitik.“ *da*

## MUT tagt in Dortmund

**MITGLIEDERVERSAMMLUNG** Die diesjährige Tagung der Organisation MUT (Mittelständische Unternehmen der Tabakwirtschaft) findet am 9. April in Dortmund statt. Veranstaltungsort ist das Hotel Mercure, das in unmittelbarer Nähe der Westfalenhallen liegt. Die Jahrestagung beginnt voraussichtlich um 13 Uhr. Vorgelagert ist eine Vorstands- und Beiratssitzung. Neben dem Tätigkeitsbericht des MUT-Vorsitzenden Horst Goetschel stehen Beiträge von

MUT-Berater Franz-Peter Marx und von Peter Schweinschwallner, dem neu gewählten Präsidenten des Europäischen Tabakwaren-Einzelhandelsverbandes (CEDT), auf der Tagesordnung. Marx beleuchtet die aktuelle Situation in Sachen Regularierungen in Deutschland, während Schweinschwallner sich mit diesem Thema auf europäischer Ebene auseinandersetzt. MUT hat derzeit rund 80 Mitglieder, die zirka 3000 Shops repräsentieren. *da*

## Super-Bowl-Ereignis mit Superzigarren

Gelungene Veranstaltung in Miguels Private Cigar Lounge in Berlin

**BERLIN // In der Nacht vom 3. zum 4. Februar versammelten sich 30 footballinteressierte Aficionados in der Cigar Lounge von Fachhändler Torsten Reich in Berlin. Gemeinsam verfolgten sie die Übertragung des 53. Super Bowls zwischen den New England Patriots mit ihrem schon legendären Quarterback Tom Brady und den Los Angeles Rams.**



Fachhändler Torsten Reich (l.) und Agio-Außendienstmitarbeiter Jens Buhne hatten die Idee für die Zigarrennacht zum Super Bowl.

Die Idee dazu kam Reich und seinem Mitarbeiter sowie Agio-Außendienstrepräsentant Jens Buhne bei einem gemütlichen Zigarrenabend in der Vorweihnachtszeit. Für die lange Nacht – sie endete erst um 4.30 Uhr morgens – hatte Buhne, der seit 2018 für Agio tätig ist, vier Zigarrenmarken mitgebracht. Von der Marke Balmoral gab es die Anejo XO Rothschild, von Drew Estate hatte er die kleinere Kentucky Fire Cured Chunky dabei. Außerdem hatte der Außendienstler die Undercrown (Maduro) Corona Doble und die Liga Privada T 52 Toro im Gepäck. Passend zu dem amerikanischen Sport-Event hatte Reich ein amerikanisches Buffet serviert. So gab es Spareribs, Meatballs, Cole-Slaw-Salat und Baguette. Als Aperitif erhielt jeder Teilnehmer einen Whisky Sour. So stand einer „sportlichen Zigarrennacht“ nichts mehr im Weg. Jeder konnte auf seinen Favoriten setzen und das Endergebnis oder die einzelnen Quarter tippen. Als Preis stiftete Jens Buhne ein Metallkistchen von Drew Estate, das es so in Europa nicht zu kaufen gibt. Enthalten war ein Zigarrenascher, eine Zigarrenbank und ein Etui aus Edelstahl für drei Zigarren.



Gemeinschaftserlebnis: American Football gucken und dabei Zigarren genießen.

Der sportliche Favorit, die Patriots aus Boston, siegte am Ende klar mit 13:3. Da half es auch nichts, dass die Los Angeles Rams in der Publikums-

gunst vorne lagen. Für Torsten Reich stand bereits in der Nacht fest: 2020 soll es wieder einen Zigarrenabend zum Super Bowl geben. *fnf*

## Bargeld ist immer noch das günstigste Zahlungsmittel

Bundesbank-Studie: Bestnote auch bei der Bezahldauer

**FRANKFURT //** „An der Ladenkasse ist die Barzahlung noch immer das schnellste und kostengünstigste Zahlungsmittel“, sagt Bundesbank-Vorstand Johannes Beermann. Laut einer Studie der Bundesbank in Zusammenarbeit mit dem EHI Retail Institute ist Bargeld pro Transaktion für den Handel weiterhin das günstigste Zahlungsmittel. Hier fallen an Kosten pro Transaktion rund 24 Cent an. Zum Vergleich: Bei Girocard sind es knapp 33 Cent und beim Elektronischen Lastschriftverfahren (ELV) mit Unterschrift 34 Cent. Viel teurer ist es bei Kreditkarten, nämlich 97 Cent bei Kreditkarten mit PIN-Eingabe beziehungsweise rund einen Euro bei Kreditkarten mit Unterschrift. Wegen seiner ziemlich hohen Händlergebühren belegen Kreditkarten den letzten Platz. Für die Studie ließ die Bundesbank mehr als 3000 Bezahlvorgänge auswerten. Auch bei der jeweiligen Bezahldauer schlägt die Barzahlung die Karte eindeutig. Mit 22,3 Sekunden dauert die Bezahlung mit Münzen und Scheinen am kürzesten. Am längsten Zeit (38,6 Sekunden) in Anspruch nimmt

das Elektronische Lastschriftverfahren.

Dem EHI zufolge werden nach Daten aus dem Jahr 2017 rund 77 Prozent aller Transaktionen sowie rund 50 Prozent des Umsatzes im Einzelhandel in bar getätigt. Allerdings wird Bargeld allmählich zurückgedrängt – sein Anteil am gesamten Zahlungsverkehr ist in der jüngeren Vergangenheit jährlich um zirka 1,5 Prozentpunkte gesunken. Die Verdrängung von Münzen und Geldscheinen könnte sich in Zukunft beschleunigen. Denn das mobile, kontaktlose Bezahlen per NFC-Dienst, zum Beispiel via Smartphone, ist auf dem Vormarsch.

Immer häufiger können Kunden im deutschen Handel übrigens ihr Smartphone zücken, wenn es ans Bezahlen geht. Dabei hat ein schneller und einfacher Bezahlvorgang bei den Kunden hohe Priorität, und zwar für jeden Betrag, egal ob groß oder klein.

Einer repräsentativen Umfrage des EHI Retail Instituts zufolge würde die große Mehrheit der Konsumenten (63 Prozent) jeden Betrag mit ihrem Smartphone begleichen. Der Wunsch, Klein- und Kleinstkäufe zum Beispiel beim Bäcker oder im Kiosk mobil zu bezahlen, steht allerdings relativ weit am Ende der Präferenzliste. Nur 14 Prozent der Befragten würden auch ihre Brötchen mit dem Smartphone bezahlen. Besonders bei Kleinbeträgen ist eine immer noch hohe Affinität zu Bargeld zu erkennen. Zurzeit möchten Verbraucher offensichtlich lieber Hemd und Hose im Textilhandel mobil bezahlen als Kaugummi und Zigaretten am Kiosk. Diese einschränkende Einstellung der Verbraucher könnte sich jedoch mit zunehmender Praxisanwendung von Mobile-Payment – wie in anderen Ländern bereits erlebt – in Zukunft ändern. Übrigens: 90 Prozent der Verbraucher würden mobiles Bezahlen nicht nutzen, wenn es kostenpflichtig wäre. Nur ein sehr geringer Anteil wäre dazu bereit, dafür Gebühren zu entrichten. *pnf*

### KLEINBETRÄGE AM LIEBSTEN BAR