

# Trendy, wählerisch, genussorientiert

**So groß die Vielfalt und Auswahl der OTP-Produkte, so bunt und vielfältig auch die Charaktere ihrer Konsumenten. Lebensmittelhändler, die genau hinsehen, erkennen in ihnen eine anspruchsvolle, genussfreudige und markenorientierte Zielgruppe.**

Es stimmt nach wie vor: Die größte Verbraucherbasis der OTP-Produkte rekrutiert sich aus den preissensiblen Konsumenten mit geringerem Einkommen. Diese Basis ist durch die Steuererhöhungen in den letzten Jahren sogar kontinuierlich gewachsen. Seit einigen Jahren treten als neue OTP-Konsumenten aber auch zahlreiche Verbraucher auf, die so gar nicht in das alte Raster der Pfennigfuchser passen. Viele Lebensmittelhändler bestätigen die Beobachtung, dass ihre OTP-Kunden heute aus praktisch allen Verbraucherschichten kommen.

Zu den neuen OTP-Verwendern zählt zunächst einmal die jüngere Altersgruppe, die offen für Trends ist, aber auch in ihrem Konsumverhalten eigene Trends setzen will. Sie sucht nicht das Preis-Leistungs-Verhältnis, sondern ein „trendiges“, natürliches oder spezielles Nischenprodukt. Gleichzeitig wächst die Anzahl weiblicher Konsumenten stetig an. Diese erreicht der Handel am ehesten mit innovativen, leichten und kleinformatischen Cigarillo-Produkten sowie mit Make-your-own-Produkten.

Auch die Konsumenten von Premium-Cigarren und -Cigarillos sind eine interessante Zielgruppe. Sie sind überwiegend männlich, im Alter zwischen 35 und 55 Jahren, haben eine überdurchschnittlich hohe Bildung und obendrein ein überdurchschnittlich hohes Einkommen. Zunehmend begeistern sich aber auch jüngere Raucher (ab 30 Jahren) und Frauen (wenn auch noch zu einem geringen Anteil) für Premium-Cigarillos und -Cigarren. Allen ist eines gemeinsam: Sie zeichnen sich durch eine überdurchschnittliche Genussaffinität und Konsumfreudigkeit aus.

Interessant sind die Typologien der Feinschnittverwender. Bei der Unterscheidung dieser Zielgruppe in „Dreher“ (RYO) und „Stopfer“ (MYO) zeigt sich deutlich, dass die Dreher schwerpunktmäßig im Alter zwischen 18 und 30 Jahren sind und von Männern dominiert werden. Die

Stopfer hingegen, also die Verwender von Hülsen, sind meist älter. Mit passenden Angeboten wie Menthol, Airstream und Aktivkohle-Filterhülsen wechseln auch immer mehr Frauen zum Stopfen.

Neben dem Vorteil, Geld sparen zu können, spielen beim Feinschnitt zunehmend andere Motivationen eine Rolle. Bei den Drehern stehen häufig Aspekte wie Geschmack, Individualität und bewusster Genuss im Vordergrund. Bei den Stopfern ist der Hauptgrund zwar der Preis, allerdings bedeutet das nicht, dass sie ausschließlich auf die billigen Angebote fokussiert sind. Im Gegenteil: Gerade die Markenprodukte zeigen in diesem Bereich eine positive Entwicklung.



## Die LOHAS

Unter LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability) versteht man Menschen, die einen Lebensstil auf der Basis von Gesundheit und Nachhaltigkeit pflegen. LOHAS verfügen über ein überdurchschnittliches Einkommen und interessieren sich für unverfälschte, natürliche Produkte, unter anderem für naturbelassene Tabakwaren.

Fest steht: Die Struktur der OTP-Verwender hat sich in den letzten Jahren verändert. Das eröffnet dem LEH die große Chance, mit einem kompetenten OTP-Sortiment unterschiedlichste Zielgruppen erreichen und binden zu können. OTP-Hersteller benutzen seit längerem den Begriff „Smart Smoker“, wenn sie von dem Personenkreis sprechen, der preiswert, aber dennoch markenbewusst genießen möchte. Das ist für Hersteller und Handel gleichermaßen eine der interessantesten Zielgruppen, da für sie Markenprodukte generell einen hohen Stellenwert besitzen.

Grundsätzlich trifft die Feststellung zu, dass das Selbstfertigen von Zigaretten heute einen viel besseren Ruf genießt als noch vor einigen Jahren.

## Die Dualverwender

Verbraucher, die je nach Lust und Laune Cigaretten, Cigarillos, RYO und MYO genießen. Die Zahl der Dualverwender hat sich in den vergangenen Jahren deutlich erhöht.



## Die Smart Smoker

Ein wachsender Personenkreis, der preiswert, aber dennoch markenbewusst genießen möchte. Smart Smoker interessieren sich vor allem für Marken-Feinschnittprodukte und -Zubehör.

## Die Genießer

Sie sind in der Regel älter als 30, verfügen über eine überdurchschnittliche Ausbildung und hohes Einkommen. Die Genießer, darunter auch immer mehr Frauen, sind die typischen Konsumenten von Premium-Cigarren und -Cigarillos.

Dies liegt zum einen daran, dass es immer mehr „neue“ Verwender gibt. Das liegt zum anderen aber auch am wachsenden Angebot an Markenprodukten für individuellen Rauchgenuss. So honoriert beispielsweise die kritische und wählerische Gruppe der LOHAS das zunehmende Angebot an unparfümierten, natürlichen Tabakprodukten.

Fazit: Bei den Verwendern findet man seit geraumer Zeit kein sauber strukturiertes Konsumentenbild mehr vor. Der Wandel vom Monoverwender hin zum Dualverwender, der je nach Lust und Laune Cigaretten, Cigarillos, RYO und MYO genießt, hat sich deutlich erhöht und zeigt, dass OTP „in der Mitte der Gesellschaft“ angekommen ist. ■

## Die Sparsamen

Die für OTP noch immer wichtigste Kundengruppe aus allen Altersgruppen. Die Sparsamen rauchen gern, konsumieren aber statt Markencigaretten No-Name-Cigaretten oder die besonders preiswerten OTP-Produkte.

