

„Fachhandel ist und bleibt erste und beste Anlaufstelle“

Interview mit Vauen-Chef Alexander Eckert über die Möglichkeiten, die Pfeife wieder mehr in den Fokus eines Fachgeschäfts zu rücken

NÜRNBERG // Wer in der Branche einen kompetenten Gesprächspartner sucht, um mit ihm über die Lage der Pfeife zu sprechen, hat zum Glück keine kleine Auswahl. DTZ entschied sich für das diesjährige Pfeifen-Spezial für Alexander Eckert, Geschäftsführer der Nürnberger Pfeifenmanufaktur Vauen.

» Was geht Ihnen als erstes durch den Kopf, wenn ich Sie ganz generell nach der aktuellen Marktlage für das Produkt Pfeife frage?

Alexander Eckert: Die Pfeife wird mehr und mehr nachgefragt, auch wenn seit ein paar Monaten – das Weihnachtsgeschäft eingeschlossen – ein gewisser Stillstand im Handel zu bemerken ist. Obwohl der Tabakverkauf sogar zunimmt – also mehr Pfeife geraucht wird –, hält sich der Verbraucher beim Pfeifenkauf im Moment zurück. Warum das so ist, kann ich nicht erklären. Eigentlich ist die Wirtschaftslage in Deutschland außerordentlich positiv. Außerdem hat der Verbraucher durch die letzten Lohn- und Gehaltssteigerungen, die nicht gering waren, mehr im Geldbeutel. Dennoch scheint er mit seinen „alten“ Pfeifen zufrieden zu sein.

Und nun?

Eckert: Um aus dieser Situation heraus zu kommen, ist es gerade jetzt sehr wichtig, dass der Handel weiterhin eine gute Auswahl von Pfeifen hat und diese attraktiv im Schaufenster zeigt, damit der Verbraucher auf den Geschmack kommt und sich eine Neue kauft.

Und wie sieht es hier speziell für Vauen aus?

Eckert: Wir haben uns in den letzten Jahren einen guten Ruf am Markt erarbeitet. Unsere Produkte sind hochwertig, und der Preis dafür ist ange-



Alexander Eckert ist passionierter Pfeifenraucher.

„Die jungen Leute sind stark vernetzt und kommen auf vielfältigste Weise mit dem Thema Pfeiferauchen in Berührung. Ich habe das Gefühl, dass bei den jüngeren Leuten das Pfeiferauchen als ‚cool‘ angesehen wird.“

messen. Wir bieten dem Handel in vielfältiger Weise unsere Hilfe an, um ihn bei seinen Verkaufsbemühungen zu unterstützen. In einer Schwächeperiode wie im Moment macht sich dies sehr positiv bemerkbar. Auch wir registrieren die derzei-

tige Abschwächung, jedoch wohl nicht so stark wie andere.

Verschiedentlich berichten Fachhändler davon, dass junge Menschen wieder vermehrt zur Pfeife greifen. Ist das tatsächlich so?

Eckert: Ja, das hören wir vermehrt vom Handel. Das ist ein Segen durch das Internet. Die jungen Leute sind stark vernetzt und kommen auf die vielfältigste Weise mit dem Thema Pfeiferauchen in Berührung. Außerdem habe ich das Gefühl, dass bei den jüngeren Leuten das Pfeiferauchen als „cool“ angesehen wird.

Versetzen Sie sich doch mal in die Situation eines Fachhändlers – was wären Ihre Argumente, um jemanden für die Pfeife zu interessieren?

Eckert: Zunächst ist es wichtig, dass der Fachhändler überhaupt die Möglichkeit erhält, jemanden zu überzeugen. Dazu muss er den möglichen Interessenten in sein Geschäft „locken“. Das kann er am besten mit einer entsprechenden Schaufenstergestaltung. Man kann an ein Plakat denken, auf dem sinngemäß steht „Pfeiferauchen – das macht richtig Spaß! Wir zeigen Ihnen wie es geht.“ Dazu werden ein paar schöne Pfeifen, Pfeifentaschen und Stopfer dekoriert. Als Händler sollte man sich vor das Fenster stellen und darüber nachdenken, wie dekoriert werden sollte, damit einem Betrachter „das Wasser im Munde zusammenläuft“. Vielleicht stellt er auch einen Bierkrug und eine große Breze dazu. Oder er findet ein schönes Bild von einem Biergarten. Ist der Interessent im Geschäft, würde ich ihn zunächst an verschiedenen Tabakmischungen riechen lassen, um ihm zu zeigen, dass er unter allen

denkbaren Düften auswählen kann. Dann kommt die richtige Pfeife ins Spiel. Auch sehr überzeugend ist es, wenn der Händler selbst raucht. Ich würde dem Interessenten die Individualität des Pfeiferauchens vor Augen führen und ihm vorschwärmen, wie schön es ist, sich eine kleine Auszeit zu gönnen und sich mit einer Pfeife und einer guten Lektüre einfach ein wenig hängen zu lassen.

Um jemanden über ein Produkt zu informieren, muss man selbst erst mal etwas darüber wissen. Wie und wo können sich Fachhändler und vor allem ihre Angestellten schlau machen? Bietet Vauen hier auch etwas an?

Eckert: Erst jüngst war ein österreichischer Händler mit vier seiner Verkäufer bei uns zur Schulung. Ich habe eine Betriebsführung gemacht und den Wertegang vom Ausgraben der Bruyèreholzwurzel bis hin zur fertigen Pfeife erläutert. Sie haben das ja jüngst in der Tabak Zeitung und im SMOKERS CLUB anschaulich geschildert. Diese Möglichkeit bieten wir allen Händlern an, und wir sind sehr dankbar, wenn das in Anspruch genommen wird, denn nur gut informierte Verkäufer sind gute Verkäufer. Zudem haben wir eine Zusammenfassung in schriftlicher Form zur Verfügung, die wir gerne wissbegierigen Händlern und deren Verkaufspersonal überlassen. Zudem gibt es von uns eine DVD, auf der die Pfeifenfertigung und eine Anleitung, wie man eine Pfeife raucht und pflegt, zu sehen sind. Schließlich gibt es auf unserer Homepage genügend Informationen, sowohl über Pfeifen als auch über Filter. Weil die Pfeife ein beratungsinintensives Produkt ist, ist der Fachhandel die erste und beste Anlaufstelle.

Fühlen Sie sich noch mal als Geschäftsführer eines Tabakgeschäfts und verraten Sie mir, wie Sie die Pfeife hier in Szene setzen würden?

„Wir bieten erfolgreich Schulungen an, denn nur gut informierte Verkäufer sind auch gute Verkäufer.“

Eckert: Ich würde auf alle Fälle selbst Pfeife rauchen.

Und fallen Ihnen auch Aktionen rund um die Pfeife ein, mit der Sie für das Produkt werben würden?

Eckert: Besonders mit den von uns angebotenen Pfeifenanfängerseminaren haben die Händler großen Erfolg. Der Händler wird von unseren Vertretern dabei in Hinblick auf die richtige Organisation unterstützt. Sie halten aber auch einen Vortrag, der die Pfeifenfertigung anhand von Bild- und Filmmaterial veranschaulicht. Schließlich wird mit den Teilnehmern mit einer von uns gestellten Pfeife das Pfeiferauchen eingeübt. Die Teilnehmer haben dann alle Informationen, die sie benötigen, damit sie zu Hause eine ebensolche

PFEIFE

Freude am Pfeiferauchen erleben können.

Zurück nach Nürnberg und an Ihren Schreibtisch: Wie unterstützt Vauen den Fachhandel im täglichen Geschäft, und wie nimmt der diese Hilfe an?

Eckert: Durch eben diese Seminare. Leider scheuen Händler aber oft den Aufwand – hauptsächlich an Zeit –, der mit den Pfeifenanfängerseminaren verbunden ist, ohne zu bedenken, dass ein Großteil der Teilnehmer an einem solchen Abend zu überzeugten Pfeifenrauchern werden, die dann regelmäßig bei ihnen kaufen.

Die Pfeife ist offenbar ein zähes Produkt, denn obwohl in den letzten Jahren – und unsere schnelle Zeit tut ja Ihr Übriges dazu – immer wieder ein Abgesang auf sie angestimmt wurde, spielt sie im engagierten Fachhandel noch immer eine nicht unwichtige Rolle. Wo sehen Sie das Produkt in, sagen wir: zehn Jahren?

Eckert: Ich glaube fest an eine gute Zukunft der Pfeife. Das Rauchen wird sich aufgrund der Rauchverbote immer mehr auf die eigenen vier Wände beschränken. Unter allen Tabakgenüssen hat da aber die Pfeife die Nase vorn. Der gute Geruch wird sogar von nichtrauchenden Ehefrauen oder Freundinnen akzeptiert, ja, sogar geschätzt. Ich bin also der festen Überzeugung, dass sich das Pfeiferauchen als das Genussrauchen schlechthin nicht verbannen lässt.

Sie haben nach einem weiteren, seitens des Fachhandels schlecht besuchten Durchlauf der „Pipe&Cigar-Show“ in Frankfurt Ihren Rückzug aus der Reihe der Aussteller angekündigt. Bleibt es dabei?

Eckert: Ja, leider! Ich bin ein wenig traurig darüber, wenn Vauen nächstes Jahr in Frankfurt nicht mehr ausstellen wird. Eine Jahrzehnte währende Tradition geht damit zu Ende. Jedoch macht eine Teilnahme an einer Messe nur Sinn, wenn der Handel diese auch will und in Anspruch nimmt. Scheut der Handel aber den Besuch einer Messe aus den verschiedensten Gründen heraus, ist für die Teilnahme des Anbieters keine Rechtfertigung mehr gegeben.

Das Gespräch führte
Jan-Geert Wolff.



Nach Ansicht des Vauen-Chefs hat die Pfeife eine Zukunft.