

„Wir haben 2020 durchaus ordentlich abgeschlossen“



Bei Vauen stand die Ideenwerkstatt auch während der Corona-Pandemie nicht still und liefert 2021 „so manches Schmankerl“ für den Handel

NÜRNBERG // Auch Martin Ramsauer war als Geschäftsführer der Traditionsmanufaktur Vauen in den vergangenen Monaten herausgefordert, sein Unternehmen durch die Pandemie zu navigieren. Wie ihm das gelungen ist, erzählt er im DTZ-Rückblick.



Vauen-Chief Martin Ramsauer setzt weiter auf die bewährte Partnerschaft mit dem Tabakwaren-Fachhandel.

» Herr Ramsauer, Corona hat das Jahr 2020 geprägt. Wie hat sich dies aus Ihrer Sicht auf den RBA-Markt ausgewirkt? Martin Ramsauer: Natürlich ist die Corona-Pandemie auch für unsere Branche eine harte Belastungsprobe. Mit all den Einschränkungen und Lockdown-Konzepten fordert es täglich Handel und Hersteller zugleich. Wir sehen beim Handel aber doch deutliche Unterschiede: Händler, die bereits zukunftsorientiert ausgerichtet waren, mit einer guten Online- bzw. Social-Media-Präsenz oder einem eigenen Online-Shop, schlagen sich deutlich besser in dieser Krise.

In welchem Ausmaß war Ihr Unternehmen von der Corona-Pandemie betroffen?

Ramsauer: Unser Vertriebsteam in der DACH-Region war, soweit möglich, beim Handel vor Ort präsent. Im Exportgeschäft kompensierten wir den fehlenden persönlichen Kontakt mit Videokonferenzen. Bis jetzt sind wir ohne größere Probleme durch diese Pandemie gekommen. Unsere Lieferkette konnte gesichert und die Produktion aufrechterhalten werden. In einigen Produktbereichen haben wir uns verschiedene Sicher-

heitspuffer geschaffen, sollte es zu einem längeren Ausfall in der Produktion kommen.

Wie sieht Ihre Bilanz des Jahres 2020 insgesamt aus?

Ramsauer: Das Wichtigste ist, dass alle Mitarbeiter gesund sind und wir bisher keinen Corona-Fall in unserem Unternehmen hatten. Geschäftlich haben wir die Auswirkungen der Schließungen im Handel natürlich auch zu spüren bekommen. Insbesondere in der Pfeifenproduktion wurden die Kapazitäten entsprechend angepasst. Unterstützt durch die Verbreiterung der Verkaufsmög-

lichkeiten, Click- und Collect und innovative Lieferideen von verschiedenen Händlern, haben wir, im Gegensatz zu anderen Branchen, das Jahr 2020 durchaus ordentlich abschließen können.

Was war Ihr erfolgreichstes Produkt und wie erklären Sie sich diesen Erfolg?

Ramsauer: Tatsächlich konnten wir mit unserer Herbstserie „Burgund“ im letzten Jahr einen echten Überraschungserfolg erzielen. Dieses puristische Pfeifenmodell be-

„Ich glaube, in dieser schwierigen Zeit ist es wichtig, den Kopf nicht in den Sand zu stecken, sondern als Hersteller mit frischen Ideen und frohen Mutes unseren Fachhandelpartnern neue Modelle und Produkte an die Hand zu geben, um den Verbrauchern in einer Phase mit ‚Urlaub daheim‘ die Möglichkeit zu geben, sich was Schönes zu gönnen.“

steht durch seine matte Oberfläche und einen hochwertigen Naturkorkring. Dieser Erfolg bestätigt uns, dass unsere Strategie „Tradition, Experimentierfreudigkeit, Innovation und Qualität Handmade in Germany“ für uns der richtige Weg in die Zukunft ist.

Was erwarten Sie von den kommenden Monaten?

Ramsauer: Die nächsten Monate werden sicherlich nicht einfach werden für die RBA-Branche. Neben einer funktionierenden Impfstrategie inklusive der dafür notwendigen Bereitschaft wird aber auf Sicht wieder

eine Erleichterung eintreten, verbunden mit erweiterten Möglichkeiten im Handel unsere Kunden und Verbraucher wieder persönlich begrüßen und bedienen zu können.

Haben Sie schon Ideen, mit welchen Produkten Sie den Markt in nächster Zeit gestalten wollen?

Ramsauer: In unserer Vauen-Ideenwerkstatt ist natürlich auch in Pandemiezeiten immer Betrieb und wir werden dem Handel und unseren gemeinsamen Kunden wieder einige „Schmankerl“ vorstellen. Ich glaube, in dieser schwierigen Zeit ist es wichtig, den Kopf nicht in den Sand

zu stecken, sondern als Hersteller mit frischen Ideen und frohen Mutes unseren Fachhandelpartnern neue Modelle und Produkte an die Hand zu geben, um den Verbrauchern in einer Phase mit „Urlaub daheim“ die Möglichkeit zu geben, sich was Schönes zu gönnen.

Sie sind ja ausdrücklich der Partner des Fachhandels. Wie kann diese Zusammenarbeit noch intensiver werden?

Ramsauer: Ich bin davon überzeugt, dass wir als Hersteller mit dem Handel in Zukunft noch intensiver zusammenarbeiten können. Es wird wieder eine Zeit geben, in der Veranstaltungen und Treffen möglich sind. Wichtig dabei ist, dass wir uns alle auf die Bedürfnisse unserer heutigen und zukünftigen Kunden entsprechend ausrichten. Dazu laden wir herzlich ein.

Herr Ramsauer, vielen Dank für das Gespräch und viel Erfolg für die kommenden Monate.

Das Interview führte Jan-Geert Wolff



Im vergangenen Jahr lief bei Vauen die Serie „Burgund“ – hier eine klassische Halbent – am besten.

Bestechendes Design im Kopf Neuer Volumentabak

Vauen legt limitierte Jahrespfeife 2021 in verschiedenen Ausführungen vor

„Marlboro Crafted Selection“ in zwei Formaten / Namenstausch

NÜRNBERG // DTZ berichtet bereits darüber, dass Vauen von der Holzbildhauerin Maria Lüddecke eine wahre Designkünstlerin beschäftigt, die bereits mit der Kreation der Auenland-Pfeife „Almar“ für Gesprächsstoff gesorgt hat. Auch die Jahrespfeife 2021 wurde von ihr entworfen.

„Eine Idee kann auf dem Reißbrett noch so toll aussehen – was zählt, ist die Haptik“, weiß Vauen-Chief Martin Ramsauer. Sei auch bei einer Serienpfeife unglaublich viel Handarbeit nötig, gelte das erst recht für die Erstlinge einer Pfeife: „Bei der

Pfeifenproduktion hingegen sind Fingerspitzengefühl sowie genauestes Augenmaß gefragt. Und eine enge Beziehung zum Werkstoff Holz.“

Den hat Maria Lüddecke auf jeden Fall, wie die neue Jahrespfeife beweist: Ihre Form ist extravagant und ihre schwingungsvolle, asymmetrische, wie extrava-

gante Kopfform besticht durch eine außergewöhnliche Linienführung, die ein besonderes Feingefühl in der Pfeifenmanufaktur erfordert.

„Solch eine anspruchsvolle Formensprache findet man in der Regel nur bei Handmades in Form von Einzelstücken“, erklärt Ramsauer. Der Ring aus Sterlingsilber im floralen Muster fügt sich dabei elegant in die ergonomische Form des Pfeifenkopfes ein. Als Gütezeichen wurden die gekreuzten Pfeifen aus Sterlingsilber von Hand in das Mundstück eingelassen.

Für Vauen entschied sich Maria Lüddecke übrigens, weil hier großer Wert auf Tradition gelegt werde. „Die Firma und ihr Produkt stehen doch im krassen Gegenteil zur digitalen, automatisierten und vor allem schnelllebigen Lebensart unserer westlichen Welt. Irgendwie scheint das Pfeiferauchen wie ein Überbleibsel aus einer früheren, aber besseren Zeit, wo der Genuss und die damit einhergehende Ruhe einen viel größeren Stellenwert hatten“, ist die Künstlerin überzeugt. *pi/red*

Die Jahrespfeifen sind limitiert und einzeln nummeriert. Der Verkaufspreis liegt je nach Ausführung zwischen 199 und 225 Euro.



GRÄFELFING // Zigarettenhersteller Philip Morris hat Mitte Februar das Marlboro-Feinschnitt-Sortiment der Marke Marlboro um zwei neue Volumentabak-Produkte erweitert: Unter der Produktbezeichnung „Marlboro Crafted Selection“ gibt es die Super-Box mit 270 Gramm Inhalt zum Preis von 49,95 Euro und den 130-Gramm-Beutel zum Preis von 24,95 Euro.

„Der Crafted-Selection-Feinschnitt wurde von unseren Tabakexperten sorgfältig ausgewählt und bietet da-

her Zigaretten-Drehern eine hochwertige Mischung in bewährter Marlboro-Qualität zu einem attraktiven Preis“, werben die Gräfelfinger.

HOCHWERTIGE MISCHUNG

Mit der Produktneueinführung reagiert Philip Morris auf die aktuell wachsende Nachfrage nach preisgünstigen Volumentabak-Angeboten.

Der Hersteller teilt auch mit, dass im Zug der kontinuierlichen Sortimentsanpassung das „Philip Morris White“-Angebot einen neuen Markenauftritt erhält. Seit Mitte Februar lautet der Produktname „Marlboro White“ und erscheint in einem hochwertigen, modernen Design. Der bewährte Geschmack und die Tabakmischung bleiben von der Maßnahme unverändert. Damit umfasst die Markenfamilie nun folgende Marlboro-Varianten: Red, Mix, Gold, Silver Blue, White und Simply. *pi*



Den neuen „Crafted Selection“-Feinschnitt gibt es im 130-Gramm-Beutel und in der 270-Gramm-Super-Box. Außerdem heißt „Philip Morris White“ jetzt „Marlboro White“.

