



FPLT



Theodoros Mallios

Präsident der griechischen Föderation der Tabakwarenhändler. Seit Februar 2011 Präsident des Athener Verbandes und seit November 2014 Präsident der Föderation. Er wurde Anfang November 2017 für drei Jahre und 2022 ein drittes Mal wiedergewählt. Theodoros Mallios übt seinen Beruf seit Dezember 1991 aus und betreibt zwei Kioske, von denen sich einer im Stadtzentrum auf dem Syntagma-Platz vor dem Parlament und der andere unterhalb der Akropolis befindet. Außerdem besitzt er einen Souvenirladen in der Plaka, einem bei Touristen besonders beliebten Stadtteil Athens. Vor Kurzem wurde er als Vertreter der Branche im Generalverband der griechischen Freiberufler, Handwerker und Händler wiedergewählt und ist Mitglied des Vorstands der Athener Handwerkskammer. Seit 1993 ist er für den Verband und als Selbständiger in der Tabakbranche tätig.

GRIECHISCHE TABAKHÄNDLER

PRÄSENTATION DER GRIECHISCHE BERUFSVEREINIGUNG DER KIOSKMIETER

Die Griechische Berufsvereinigung der Kioskmieter ist das einzige Berufsverbandsmitglied, das die Kategorie Kioskbesitzer - Tabakwarenhändler in ganz Griechenland vertritt. Es besteht aus 10 Primärverbänden, von denen der Athener Verband der größte ist. Er umfasst 30 % der noch vorhandenen 6.000 Verkaufsstellen, während es vor Ausbruch der Wirtschaftskrise im Jahr 2010 noch 11.000 Verkaufsstellen gab.

Unsere Föderation wurde 1985 mit dem Ziel gegrün-

det, die Interessen der Fachleute der Tabakbranche gegenüber Regierungsbeamten, Herstellern und Vertreibern von Produkten und Dienstleistungen zu verteidigen und alle Tabakwarenhändler in den Berufsverbänden des tertiären Sektors, wie z.B. dem Allgemeinen Berufsverband der Freiberufler, Handwerker und Händler, der Handwerkskammer usw., zu vertreten.

Die Kommunikation mit den Kollegen erfolgt über die monatlich erscheinenden Zeitschriften der Verbände.

- Finanzielle Ressourcen. Die Föderation bezieht derzeit nur eine kleine finanzielle Unterstützung seitens der drei größten Gewerkschaften, vor allem jener von Athen. In den Büros der Athener Gewerkschaft am zentralen Syntagma-Platz vor dem Parlament hat die Föderation auch ihren Sitz. Die FPLT vertritt nur Tabakhändler, die Besitzer von Kiosken sind: Sie legen den größten Zusammenhalt in der Kategorie der Tabakhändler an den Tag.



TABAKVERTRIEBSSYSTEM

a. Logistik

Tabaklieferanten betreiben zugelassene und zerti-fizierte Lager unter Zollkon-trolle. Nach Aufhebung der Zollaussetzung (Besteuer-ung) sind Steuern (Steuern und Verbrauchsteuern) fäl-lig und werden von den Tabaklieferanten innerhalb eines Monats bezahlt. Der Vertrieb erfolgt über Allein-händler im ganzen Land.

b. Einzelhandel

1. VERKAUFSSTELLEN

Bis 2011 wurden nahezu 90 % des Tabakeinzelhandels über Kioske abgewickelt. Vor 2011 wurde das Recht, Tabakerzeugnisse zu ver-kaufen, fast ausschließlich vom Staat durch Verfas-sungskonsolidierung und Sondergesetzgebung an Behinderte und Kriegsofper gewährt. Nach 2012 kam es – mit der eingeführten, fortschreitenden Liberal-isierung – zu einer chaotischen Entwicklung, die noch immer anhält.

Im November 2012 und

April 2014 gab es grundle-gende gesetzliche Änderun-gen bei der Vergabe von Kiosk-lizenzen. Alle

Zuständigkeiten für Lizen-zen und die Vergabe öf-fentlicher Flächen wurden ausschließlich den Gemein-den übertragen. Seit Mai 2015 haben die Verträge eine verbindliche Laufzeit von zehn Jahren. Ältere Lizenzen bleiben im Besitz behinderter Personen und werden nach deren Tod an den Ehepartner und er-wachsene, behinderte Kin-der vererbt, sofern der Grad der Beeinträchtigung 67% übersteigt. Wenn es keine Erben gibt, fällt das Recht der zuständigen Gemeinde zu, an die die Gebühren bis zum Ablauf des vom Verstorbenen abgeschlossenen Mietvertrages zu zahlen sind. Mit dem neuen Gesetz hat die Gemeinde die Möglichkeit, den Kiosk nach Ablauf des Mietvertrags zu beseitigen oder an eine andere Stelle zu verlegen oder auch neue Standorte

festzulegen. In den letzten Jahren ist es uns in vielen Gemeinden gelungen, von Rechts wegen eine Fläche von 15 m² zu erlangen und einen entsprechenden Tol-eranzrahmen durchzuset-zen. Es gibt auch Gemein-den, die Flächen bis zu 30 m² gewähren, während in der Provinz noch größere Flächen zugelassen wer-den.

2. RECHTLICHER RAH-

MEN

Es sind keine beson-deren Genehmigungen er-forderlich, was sowohl auf dem Markt als auch bei den zuständigen Behörden zu großer Verwirrung führt. Wenngleich der Kunde für Tabakwaren auch längere Wege in Kauf nehmen würde, ist das Interesse am Vertrieb in anderen Län-den und Supermärkten äußerst begrenzt, da die Gewinnmarge mit 4% sehr gering ist.

3. ARBEITSZEITEN

Alle Kioske sind sieben Tage in



der Woche, 18 Stunden am Tag geöffnet – einige sogar an 365 Tagen im Jahr rund um die Uhr. Aus diesem Grund sind Kioske in Griechenland sehr beliebt und haben gute Umsätze, da sie einerseits den Verbrauchern umfassende Dienstleistungen bieten und andererseits nach wie vor wichtige Anlaufstellen für Informationen jeglicher Art sind. Neben der einheimischen Bevölkerung profitieren auch Touristen von der gesamten Leistungspalette der Kioske.

4. GEWINNMARGE Die Gewinnmarge des Händlers betrug bis 1993 9,1% des Verkaufspreises.

Zu Beginn des Jahres 2010, als die Wirtschaftskrise ausbrach, lag der durchschnittliche Gewinn bei 6,7%, während wir heute, nach



ständigen und übermäßigen Steuererhöhungen, bei 4% angelangt sind. Auf Presseerzeugnisse entfallen 6% in den Großstädten bzw. 4,5

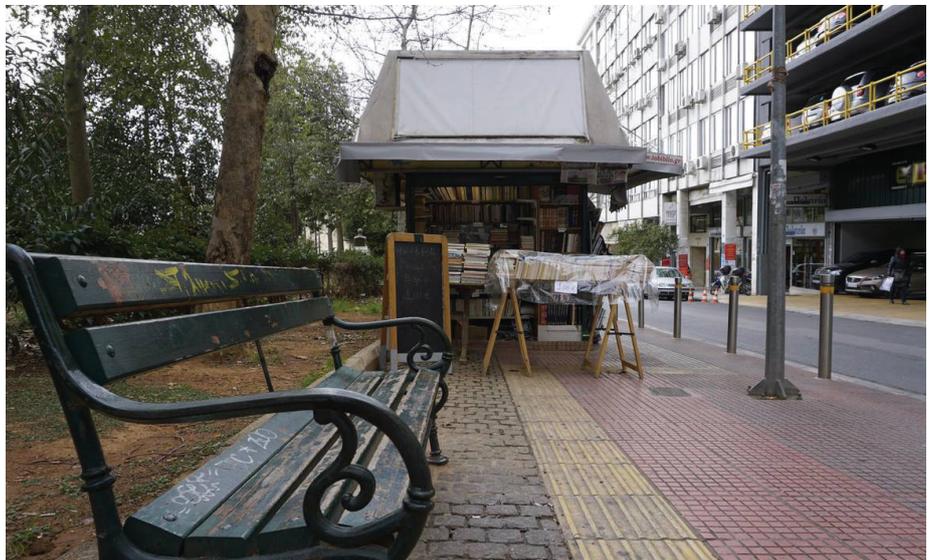
% in den übrigen Landesteilen, auf Telefonkarten 2%, auf Fahrkarten für den Nahverkehr 4% und auf Rubellose 6%.

WER SIND DIE TABAKWARENHÄNDLER?

Heute besteht das Netz aus ca. 20.000 Tabakverkaufsstellen, von denen ca. 6.000 die von uns vertretenen Kioske sind, die mit ca. 55% mehr als die Hälfte des Tabakumsatzes erzielen. Kioske

profitieren vor allem davon, dass sie sich an zentralen, stark besuchten Orten, auf Gehwegen, an Fußgängerüberwegen, Plätzen usw. befinden, wo Spontaneinkäufe getätigt werden, sowie davon, dass sie

als kleines Familienunternehmen betrieben werden, das die persönliche Beziehung zu den Kunden pflegt und trotz des begrenzten Platzangebotes eine große Vielfalt an Produkten bietet.



STEUERLICHE ASPEKTE DES TABAKS

Seit Januar 2010 haben sich die Steuern verneunfacht und liegen nun bei rund 86% (Verbrauchssteuern und MwSt.), womit sie zu den höchsten in der EU gehören. In Griechenland ist Tabak das am höchsten besteuerte Produkt. Überhöhte Steuern, lange Seegrenzen, unzureichende Personalabdeckung und begrenzte technische Ressourcen sowie die Verschiebung enormer Beiträge durch den Tabakwarenschmuggel haben zu

einem Anstieg des Schmuggels von 3% im Jahr 2009 auf rund 24% im Jahr 2021 geführt. Seit 2010 ging der legale Verbrauch an Zigaretten um mehr als 50% zurück, und trotz einer enormen Steuererhöhung und eines starken Anstiegs des Einzelhandelspreises, sind in Griechenland die öffentlichen Einnahmen aus Tabakwaren um rund 6,5% zurückgegangen. Mit der letzten Steuererhöhung vom 01.01.2017 betragen die Verkauf-

spreise nun zwischen 3,60€ und 4,60€ für Zigaretten, und zwischen 7,0€ und 8,0€ für eine 30g Packung Schnittabak. Derzeit sind mehr als 300 Marken (Zigaretten und Tabak) im Verkauf verfügbar, was für einige Kollegen aufgrund der hohen Anschaffungskosten einer umfassenden Produktpalette ein Problem darstellt. Seit 2010 hat der Konsum von Schnittabak vor allem bei jungen Menschen stark zugenommen.

VIELFALT VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN

Neben den oben genannten Tabakprodukten, Produkten für Mobiltelefonie, griechischer und ausländischer Presse, Fahrkarten für öffentliche Verkehrsmittel und Rubbellosen sind Kühlschränke ein ausgesprochen wichtiger Faktor für Kioske: Griechenland hat einen langen Sommer und ist stark vom Tourismus abhängig – zusätzlich werden gekühlte Produkte stark beworben. Ein Kühlschrank ermöglicht den Verkauf von abgefülltem Wasser, Erfrischungsgetränken, alkoholischen Getränken, Kaffeegetränken, Milchprodukten, Sandwiches und natürlich verpacktem Eis.

Eine weitere wichtige Produktgruppe sind Süßwaren wie Schokolade, Kaugummi, Bonbons, Snacks wie Chips, Kekse, Croissants und dergleichen. Da sich der Kiosk aufgrund seiner Natur und seines Charakters den Bedürfnissen und Anforderungen der Verbraucher vor Ort an-

passt, kann ein tüchtiger Händler auch für die entsprechenden Produkte werben. In Fremdenverkehrsorten, Einkaufsstraßen, Schulen, Krankenhäusern oder Häfen bieten immer mehr Kollegen moderne elektronische Dienstleistungen und Zahlungsverfahren an.



NATIONALE GESETZGEBUNG ZUR REGULIERUNG DER KATEGORIE

- verbot des Tabakverkaufs an Personen unter 18 Jahren;
- verbot von Zigarettenwerbung. Werbung ist nur an Kiosken erlaubt, und auch dort nur mit Einschränkungen.

ECKDATEN

- 3,2 Milliarden Euro Jahresumsatz;
- 2,8 Milliarden Steuereinnahmen (2,1 Milliarden Verbrauchsteuern + 0,7 Milliarden MwSt.);
- 5% des Staatshaushalts stammen aus der Tabakbesteuerung;
- rund 55.000 Einzelhändler.



10, Othonos str,
Athens - Greece 10557
T. +30 2103229500
E: gfr1985@gmail.com
Web: www.peripteranews.gr