

„Darf ich Ihnen eine Cigarre anbieten?“

2. Deutscher Wettbewerb zum Habanosommelier 2003

Bereits zum zweiten Mal fand am 12./13. Oktober 2003 in der Casa del Habano im Hotel Savoy in Berlin der „Deutsche Wettbewerb zum Habanosommelier“ statt.

Gewinner des Wettbewerbs und damit Deutscher Habanosommelier ist, genau wie im Jahr zuvor, der Berliner Matthias Martens. Sein souveräner Auftritt sowohl in den theoretischen wie auch den praktischen Disziplinen überzeugte die fünfköpfige Jury. Vize-Habanosommelier wurde der Hamburger Hendrik Thoma, einer der profiliertesten Sommeliers Deutschlands. Uwe Naumann aus Jena, Vize-Habanosommelier des vergangenen Jahres, wurde 3. Preisträger.

Zu den Mitgliedern der Jury zählten unter Vorsitz von Evangelos Pattas, Vizepräsident der Sommelier-Union Deutschland (auf Bitte und in Vertretung von Heinrich Villiger übernahm dieser die Präsidentschaft), Dr. Helmut Romé, Verleger des European Cigar Cult Journal, Kolja Kleeberg, Inhaber und Küchenchef des Gourmet-Restaurant VAU in Berlin, Dr. Maximilian Herzog, Inhaber der Casa del Habano in Berlin und Alain Langlois, Geschäftsführer der Edelobstbrennerei Ziegler.



Beim Wettbewerb gab es in diesem Jahr doppelt so viele Teilnehmer wie im Jahr zuvor. Auch drei Frauen waren unter den Wettstreitenden. Das alles hat deutlich gezeigt, dass dieser Wettbewerb Resonanz und



Matthias Martens

Beachtung in der Gastronomie gefunden hat. Denn es geht vor allem darum, dem Cigarrens-service in der Gastronomie mehr Aufmerksamkeit zu verschaffen. Der cubanische Handelsattaché Raúl Becerra, der in Vertretung des cubanischen Botschafters anwesend war, betonte in seiner Ansprache die Bedeutung des Tabaks für Cuba und für wie wichtig er es erachtet, dass gerade in der Gastronomie entsprechend sorgfältig mit dem Premium-Produkt Habanos umgegangen wird.

Die Anforderungen an die Teilnehmer waren im Vergleich zum Vorjahr wesentlich höher. Aufgrund dessen und wegen der regen Beteiligung unterteilte sich der Wettbewerb in ein Halbfinale und ein Finale. Das Halbfinale fand am Sonntag statt. Es beinhaltete den theoretischen und einen praktischen Teil, bei dem die Teilnehmer ihr perfektes Können auf dem Gebiet des Cigarrens-service

unter Beweis stellen konnten. Dazu gehörte auch ein in englischer Sprache geführtes Beratungsgespräch. Nach einem Abendessen, bei dem der cubanische Spitzen-Torcedor Reynaldo Gonzalez Jimenez frische Cigarren rollte, wurden dann die Teilnehmer des Finales bekannt gegeben.

Beim Finale am Montag kredenzt die sechs Finalisten der Jury eine eigene Kreation aus dem Bereich Spirituosen, Cocktails oder Wein in Kombination mit einer Habano. Blindproben von Cigarren, Weinen und Spirituosen rundeten das Anforderungsprofil ab.

Der Berliner Matthias Martens wird im kommenden Jahr für Deutschland im Internationalen Habanosommelier-Wettbewerb im Rahmen des „Festival del Habano“ in Havanna gegen die Welt-Elite antreten.

Am 17./18. Oktober 2004 erwartet die 5th Avenue Products Trading-GmbH beim „3. Deutschen Wettbewerb zum Habanosommelier 2004“ wieder interessierte Teilnehmerinnen und Teilnehmer.

Inhalt:

Marken-ABC:

Montecristo – En garde! **Seite 2**

Cigarrensprache

Was sind „maduro“ und „claro“?
Seite 3

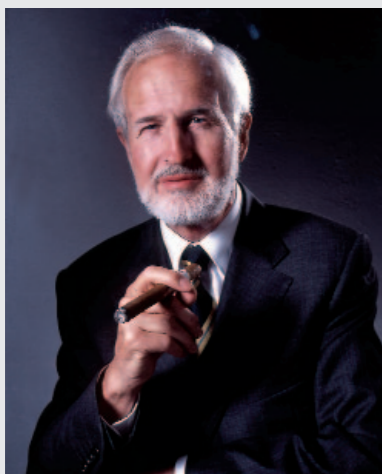
Dia-Vortrag:

Tobias Hausers „Magie der Habanos“
Seite 3

Habanos-Ticker

H.Upmann Majestic
Neue Vitolas der Marke Trinidad
Neu: Habnos Selección Piramides
Seite 4

EDITORIAL



Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Geschäftsfreunde,

die letzte Ausgabe für dieses Jahr soll Anlass für einen kleinen Rückblick sein.

Wir blicken auf ein insgesamt recht bewegtes Jahr zurück, die Umstände für den Tabakhandel in Deutschland haben sich verändert. Ob Steuererhöhungen oder überdimensionierte, unattraktive Gesundheitswarnungen, für die Zigaretten bereits eingeführt – das Geschäft ist nicht leichter geworden.

Wir, als Offizieller Alleinimporteur von Habanos, werden dank Ihres Engagements für unsere Produkte dennoch kein schlechtes Ergebnis einfahren. Viele Veränderungen in der cubanischen Tabakindustrie greifen inzwischen, was sich in deutlichen Qualitätsverbesserungen und neuen, marktgerechten Produkten zeigt. Weitere Kleinpackungen und Sortimentsgebände erlauben es nun auch kleineren Fachhandelsgeschäften, ein breites und damit attraktiveres Habanos-Sortiment anzubieten. Die überragende Qualität und Klasse der diesjährigen Edición Limitada begeisterte die Aficionados. All dies trug zu einem insgesamt zufriedenstellenden Ergebnis bei.

In unserer Markengeschichte stellen wir in dieser Ausgabe die weltweit bekannteste Habanos-Marke vor – Montecristo. Wir haben sie ausgewählt, weil sie anlässlich der diesjährigen Inter-tabac von Ihnen, liebe Fachhändler, zur „Cigarre des Jahres“ gekürt wurde. Dafür an dieser Stelle noch mal vielen Dank. Auf der Titelseite berichten wir von dem von uns veranstalteten Habanosommelier-Wettbewerb, der in seinem zweiten Jahr bereits zu einem wichtigen Ereignis für die Top-Gastronomie geworden ist.

Wir wünschen Ihnen ein frohes Weihnachtsfest und ein gutes Neues Jahr und freuen uns darauf, Sie auch im nächsten Jahr wieder begrüßen zu dürfen!

Ihr *Heinrich Villiger*

Heinrich Villiger

MARKEN ABC

Montecristo – En garde!



Zur Gala des II. Festivals del Habano 2000 in Havanna stand am Eingang ein Schauspieler, gekleidet wie der Graf von Montecristo, während zwei Mitglieder seines Gefolges Montecristo „Panetelas“ verschenkten. Der Grund für diese Auf-führung war schnell klar: Montecristo ist die bekannteste und am meisten verkaufte Cigarre während des 20. Jahrhunderts. Auch in Deutschland erfreut sich die Montecristo größter Beliebtheit. Zum zweiten Mal in Folge belegte die Montecristo beim Wettbewerb der „Besten Cigarre des Jahres“ (Pipe&Cigar) den ersten Platz. Montecristo stellt den Maßstab dar, nach dem viele Habanos-Raucher andere Marken beurteilen.

Alonso Menéndez war ein wohlhabender Spanier, entstammte einer bedeutenden Familiendynastie und hatte im Tabakgeschäft in New York und Florida gearbeitet, bevor er nach Cuba kam. Alonso hatte einen guten Draht zu Pepe Garcia, einem wahren Kenner des Tabaks. Oft trafen sie sich bei ihm und immer ging es um eine Sache: ein Produkt zu schaffen von höchster Rauchqualität, präsentiert in Luxus und vollendeter Perfektion. Mehr als ein Jahrzehnt reiften ihre Ideen. Im Jahre 1935 dann wurde die Marke Montecristo registriert, deren Logo sechs gekreuzte Degen und in der Mitte die „Lilie“ zeigt.

Es existieren zwei Versionen, wie es zur Namensgebung der Marke kam. Die erste Version wurde von den Vorlesern der Cigarrenmanufakturen verbreitet. „Jedes Mal, wenn wir „Der Graf von Montecristo“ von Alexander

Dumas lasen“, sagte einer von ihnen, „war die Begeisterung der Arbeiter überwältigend. Deshalb mussten wir irgendwann das ganze Jahr dieses Buch lesen und immer war es ein großer Erfolg, der größte aller hier gelesenen Romane.“ Die zweite Version berichtet, dass sich die Familie Menéndez auf eine Reise zu dem Berg Altube begeben hatte und von da aus einen wunderbaren Ausblick und ein aromatisches Getränk namens Lágrima Christi genossen. „Lágrima Christi!“ rief Alonso Menéndez, und das Echo warf seinen Ausspruch vielfach zurück: „Lágrima Christi! Montecristo!“.

Die Marke war von Anfang an ein großer Erfolg. Nicht zuletzt deshalb, weil das Haus „Dunhill“ an der Lancierung der Cigarrenmarke beteiligt war. Im Jahr 1937 kaufte Menéndez aus den Verkaufserlösen der Montecristo die H.Upmann-Fabrik und ließ die Montecristo von da an dort fertigen.

Ursprünglich gab es nur fünf verschiedene Formate, die Montecristo No.1 bis No.5. Ab 1969, als von Cohiba die Lanceros, die Coronas Especiales und die Panetelas (Laguito No. 1 bis No.3) hergestellt wurden, ergänzte Menéndez das Portfolio um Especial No.1 bis No.3. Diese entsprachen vom Format den drei Cohiba-Cigarren. Etwa 1971 kamen dann die Montecristo A und B hinzu.

Heutzutage umfasst die Auswahl alles, was das Herz des Zigarrenrauchers begehrt, von der majestätischen Montecristo A bis zur kleinen Joyita. Seit Juni diesen Jahres präsentiert sich die Montecristo mit einer neuen, stärker glänzenden Anilla (Bauchbinde; im Bild rechts). Die Montecristo hat sogar bereits Geschichte gemacht, denn sie stand im „Guinnessbuch der Weltrekorde“ als die teuerste Cigarre der Welt.



CIGARRENSPRACHE

Folge 5: Was sind „maduro“ und „claro“?

Maduro und Claro bezeichnen jeweils unterschiedliche Farben der Deckblätter von Cigarren.

Klassifizierung der Grundfarben



Claro



Colorado claro



Colorado



Colorado Maduro



Maduro

Die Grundfarben, nach denen unterschieden wird, sind: Claro (hellbraun, teilweise ein leicht grünlicher Ton), Colorado Claro (helles Braun), Colorado (Braun), Colorado Maduro (dunkles Braun) und Maduro (Dunkelbraun). Die Deckblätter werden wäh-

rend ihrer Reife ganz besonders betreut. Etwa 10 bis 20 Tage nach dem Verpflanzen und dem Beginn des Wachstums werden die Felder vollständig mit speziellen Gewebbahnen



Sortierer bei der Arbeit

(tela tapado) abgedeckt. Dadurch sind sie nicht der direkten Sonne ausgesetzt. Anschließend bindet man die Pflanze an einen Draht, der horizontal unter den Stoffbahnen verläuft. Dies gibt der Pflanze optimale Wachstumsbedingungen. Aus den oberen Blättern der Pflanze gewinnt man die dunkleren Deckblätter, die unteren Blätter weisen eine hellere Färbung auf. Die Farbe des Deckblattes ist rein natürlich, es werden kei-

ne künstlichen Farbnuancen hergestellt.

Die Sortierer in den Fabriken (escogedores) sind bemüht, dass alle Cigarren in einer Cigarrenkiste jeweils die gleichen Farbtöne haben. Die Sortierer werden unter den erfahrensten Arbeitern der Fabriken ausgewählt. Sie arbeiten paarweise, um die gleiche Farb-tönung der Deckblätter in einer Kiste oder einem Bündel von 25 oder 50 Habanos zu garantieren. Ein Sortierer wählt jeweils eine Partie Cigarren aus und ordnet sie mit Hilfe einer speziellen Farb-Schablone nach Farben und Farbabstufungen in jeder Farbe ein. Die Farbschablone kann durchaus mehr als 60 präzise voneinander unterscheidbare Farbabstufungen aufweisen.

Der zweite Sortierer wählt dann innerhalb jeder Farbe die Cigarren für eine Kiste aus und ordnet sie so an, dass in der Kiste ein gleichmäßiger Farbverlauf gewährleistet ist: links das dunkelste Deckblatt, nach rechts hin in gleichbleibenden farblichen Abständen heller werdend. Der Sortierer legt auch die Anordnung der Cigarren in der Kiste fest. Er weist außerdem alle Cigarren zurück, die nicht das entsprechende Aussehen haben.

Dia-Vortrag: Tobias Hausers „Magie der Habanos“

Der renommierte Cubafotograf, Fotojournalist und Buchautor Tobias Hauser begeisterte mit seinem neuen Diavortrag „Magie der Habanos“ das Publikum der Internationalen Tabakmesse in Dortmund (Cigar Journal No.3/2003).

Dieser live dokumentierte und durch Einspielung von Interviews bereicherte Vortrag überzeugt durch seine farbenprächtige Bilderflut. Er kombiniert fachliches Wissen mit einfühlsamen, lebendigen und meisterhaft fotografierten Bildern.

Die faszinierende Welt des Tabakanbaus wird sehr facettenreich dargestellt. Den Prozess, den eine Tabakpflanze durchläuft auf



ihrem Weg zu einer dieser beliebten Habanos, erlebt der Zuschauer eingebettet in interessante Geschichten über Menschen, die an diesem Prozess beteiligt sind. Spannende Berichte, beispielsweise über den Cigarrenschwarzmarkt, ergänzen diese Reportage. Tobias Hauser kreiert vor den Augen des Betrachters ein Kunstwerk, eine Hommage an die Habanos.

Ende des Jahres wird die Homepage www.magie-der-habanos.de fertiggestellt sein. Dort kann man sich dann ein genaues Bild von seiner gleichnamigen neuen Dia-Reportage verschaffen und in der Fotogalerie erste Eindrücke seiner Arbeit gewinnen.

Auch in den kommenden Jahren wird

Tobias Hauser verstärkt auf Cuba arbeiten und weiter versuchen, das Geheimnis der cubanischen Cigarren, das Magische der Habanos, zu ergründen. Die neu entstehenden Geschichten und Bilder lässt er in seine Produktion einfließen und kann so einen immer aktuellen Vortrag garantieren. Mehr Infos unter: www.tobias-hauser.de



+++ HABANOS-TICKER +++ HABANOS-TICKER +++ HABANOS-

Neue Vitolas der Marke Trinidad

Habanos S.A. hat neue Vitolas der Marke Trinidad angekündigt, die im ersten Quartal 2004 an die Distributeure versendet werden sollen. Die neuen Vitolas sind Reyes, Coloniales und Robusto Extra. Die Reyes hat ein Ringmaß von 40 und eine Länge von 110 mm, die Coloniales ein Ringmaß von 44 und eine Länge von 132 mm. Die Robusto Extra ist mit einem Ringmaß von 50 und einer Länge von 155 mm die größte der neuen Vitolas. Angeboten werden die neuen Vitolas in lackierten Holzkisten zu 12 und 24 Stück. Die Reyes und Coloniales wird es außerdem in 5er Kartonpackungen geben, die Robusto Extra in 3er Kartonpackungen.



NEU

Habanos Selección Piramides



Nach der erfolgreich eingeführten Selección Robustos bringt Habanos S.A. nun eine weitere Selektion von Habanos heraus, deren Format sich wachsender Beliebtheit erfreut – die Piramides.

Mit ihrer stattlichen Länge von 156 mm und dem großen Ringmaß von 52 werden diese auch Torpedo genannten Figuros besonders von erfahrenen Aficionados geschätzt, nimmt doch die Intensität des Aromas im Rauchverlauf zu.

Diese Auswahl von fünf der bekanntesten Habanos-Marken bietet nun eine große Bandbreite von Aroma und Stärke und machen sie damit für Einsteiger und Kenner gleichermaßen interessant.

Enthalten sind je eine Piramide der Habanos-Marken Cohiba, Partagás und Hoyo de Monterrey, alle bisher nur als Edición Limitada verfügbar, eine Piramide der Marke Montecristo und eine der Marke Romeo y Julieta, die erstmalig produziert wurde.

Die hochwertig gefertigte Kiste ist mit einer Befeuchtungseinheit ausgestattet.

ZITAT

*An den Cigarren, die sie rauchen und den Komponisten, die sie lieben,
werdet ihr die Beschaffenheit der Menschenseele erkennen.*

John Galsworthy

H.Upmann Majestic

Bei 5TH AVENUE sind jetzt die H.Upmann Majestic verfügbar. Der Geschmack und die Qualität der von Hand gefertigten Cigarre im Format Nacional mit einer Länge von 140 mm und einem Ringmaß von 40 ist eine außergewöhnliche Cigarre, die man, gemessen auch am Preisniveau, jedem empfehlen kann.

Neue Kleinpackungen

Wie bereits vor kurzem angekündigt sind jetzt neue Kleinpackungen eingetroffen. Die Partagás 8-9-8, die Montecristo No. 3 und die Montecristo No. 5 stehen ab sofort in 10er Kisten zur Verfügung. Die Montecristo Tubos und die Montecristo Petit Tubos sind in 3er Packungen erhältlich. Erstmals können wir jetzt auch Kleinpackungen der Marke Cuaba anbieten.

Die beiden größten Vitolas Generosos und Exclusivos gibt es in hochwertigen Kartonpackungen á fünf Stück.



Impressum

Redaktion und Copyright:
5TH AVENUE
PRODUCTS TRADING-GmbH
Postfach 20 11 66
D-79751 Waldshut-Tiengen
Texte: Claudia Puszkar-Vetter
Grafiken und Layout: Maier's Büro
Auflage: 20.000