

„Oasen“ des Cigarrenenusses

Reaktionen auf ein bevorstehendes Rauchverbot in der Gastronomie

In den europäischen Ländern Italien, Norwegen und Irland existiert seit einigen Monaten striktes Rauchverbot in der Gastronomie. Zur Verhinderung eines solchen Rauchverbotes in Deutschland hat der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) eine freiwillige Selbstverpflichtung gegenüber dem Bundesgesundheitsministerium abgegeben.

Demzufolge bleibt das Rauchen in deutschen Restaurants vorerst erlaubt. Nichtraucher sollen aber zukünftig besser geschützt werden. Die Vereinbarung mit dem Bundesgesundheitsministerium hat das Ziel, in einem mehrstufigen Prozess einen gewissen Anteil der Plätze in einem Restaurant für Nichtraucher zu reservieren. Im Jahr 2008 sollen in 90 Prozent der Restaurants mehr als die Hälfte der Plätze Nichtrauchern vorbehalten sein. Betroffen sind alle Gastronomiebetriebe, die regelmäßig Speisen anbieten, mehr als 75qm Grundfläche und mehr als 40 Sitzplätze haben. Eine ähnliche Lösung wird derzeit in Österreich umgesetzt.

DEHOGA-Präsident Ernst Fischer erklärte sich zufrieden mit dieser Lösung. „Damit

sind wir einem drohenden Rauchverbot zuvorgekommen.“ Die rigiden Gesetze in anderen europäischen Staaten hätten in vielen Gaststätten zu teilweise dramatischen Einbußen geführt.

Umstritten ist, inwieweit diese Selbstverpflichtung in Deutschland Wirkung zeigen wird. Kritiker befürchten, dass zu wenige Gaststättenbetriebe überhaupt Mitglied in der DEHOGA sind und außerdem die Regelung zu viele Gaststätten von der Selbstverpflichtung ausnimmt.

Wie die Entwicklung in Deutschland weitergeht, ist unklar. Zunehmend geraten Raucher und Nichtraucher in Konflikte, sowohl die eine wie auch die andere Seite fühlen sich diskriminiert und an den Rand gedrängt.

Ein Ausweg aus dieser schwierigen Situation könnten „Cigarren - Lounges“ sein. Räume, die Aficionados die Möglichkeit geben, ungestört und in entsprechendem Ambiente ihrem Genuss zu frönen. Jüngstes Beispiel ist die in Neuss am 28. Oktober 2005 eröffnete „Habanos Smokers Lounge“ im Cigarrengeschäft Ullrich. Der Tabakwarenfachhändler Ullrich hat die neue Smokers - Lounge direkt

in sein Fachgeschäft integriert. An der Eröffnung waren neben 5THAvenue-Geschäftsführer Heinrich Villiger auch die cubanische Torcedora Virginia Viga Cansino aus der weltbekannten Cigarrenmanufaktur „Romeo y Julieta“ in Havanna anwesend. 5THAvenue begrüßt derartige Initiativen. Heinrich Villiger wünscht sich die Eröffnung weiterer „Habanos Smokers Lounges“ in Deutschland.

Die Maßnahmen zum Schutz von Nichtrauchern gehören zum „Framework Convention on Tobacco Control“ (FCTC), das jetzt in Kraft getreten ist. Es handelt sich um das erste weltweite Gesundheitsabkommen und wurde durch die World Health Organization (WHO) initiiert. Der „Pakt gegen das Rauchen“ wurde von 168 Ländern unterzeichnet und von 57 ratifiziert. Diese Länder müssen entsprechende Änderungen an ihrer Gesetzgebung vornehmen. Das Abkommen beinhaltet Warnungen zu den Gefahren des Rauchens auf Zigarettenpackungen, das Verbot von Tabakwerbung und das Rauchverbot in öffentlichen Räumen.



Neu eröffnete „Habanos Smokers Lounge“ im Cigarrengeschäft Ullrich in Neuss

Inhalt:

Marken-ABC: Seite 2
Saint Luis Rey - Only for Britain

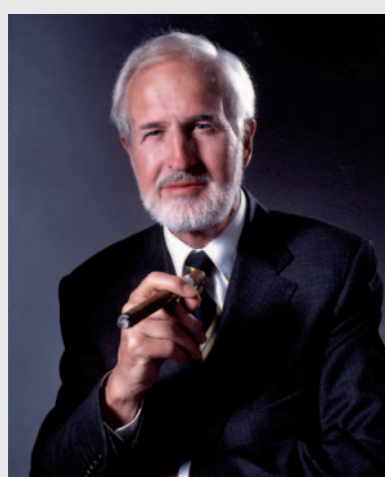
Cigarrensprache: Seite 3
Folge 16: Was sind „Cubierta“, „Vista“ und „Bofetón“?

VIII. Festival del Habano 2006 Seite 3

Habanos-Ticker Seite 4

Rauch...Geschichten Seite 4

EDITORIAL


**Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Geschäftsfreunde,**

wieder liegt ein ereignisreiches Jahr fast hinter uns. Wir danken Ihnen für die gute Zusammenarbeit!

Wie Sie an unserem Titelthema ersehen können, beschäftigt uns nach wie vor das politische Umfeld für unsere Branche. Die Europäische Richtlinie zum Tabakwerbeverbot wird sicher irgendwann auch in Deutschland umgesetzt werden. Außerdem drohen Rauchverbote in der Gastronomie. Wir müssen uns deshalb rechtzeitig Gedanken machen, wie man Möglichkeiten schaffen kann, dass Aficionados auch in Zukunft noch genussvoll Cigarren außerhalb ihrer privaten Räume genießen können. Hier sind wir alle gefragt, kreative Lösungen zu entwickeln.

Vor einiger Zeit haben wir eine Umfrage zu Ihrer Zufriedenheit mit unserem Cigar Journal begonnen. Vielen Dank bereits jetzt für die rege Beteiligung der Fachhändler. Wir werden nun die von Ihnen gegebenen Anregungen und Wünsche aufnehmen, damit Sie auch in Zukunft weiterhin viel Freude bei der Lektüre unseres Cigar Journals haben.

Unsere guten Wünsche sollen Sie über Weihnachten gemeinsam mit Ihren Familien und ins Neue Jahr hinein begleiten,

Heinrich Villiger

Ihr Heinrich Villiger.

MARKEN ABC

Saint Luis Rey - Only for Britain



Eingeführt wurde die Marke „Saint Luis Rey“ um das Jahr 1940 herum von der britischen Firma „Zamora and Guerra“. Ein entsprechender Eintrag der Marke findet sich im offiziellen Export-Register von 1940. Die Firma hatte ihren Sitz damals auf der Calle Maximo Gómez 810 in Havanna. Es gibt zwei Versionen über den Ursprung des Namens. Laut der ersten Version war bei der Namensfindung das Stück „Die Brücke von San Luis Rey“ von Thornton Wilder maßgebend. Erschienen ist es 1927. Dieses Stück wurde besonders durch den 1944 gedrehten gleichnamigen Film berühmt. Die zweite Version allerdings ist wahrscheinlicher: Der Name setzt sich zusammen aus dem Namen der sehr bedeutenden Tabakanbauregion San Luis in der Vuelta Abajo und dem Begriff „König“, spanisch: el Rey. Vielleicht ist mit dem Namen auch die Stadt San Luis gemeint, Hauptstadt der gleichnamigen Region. Auch heute noch ist diese Region in erster Linie wegen des Anbaus ausgezeichneter Deckblätter für Habanos bekannt. Die zweite Version ist auch deshalb wahrscheinlicher, weil die Vista der Marke eine typische Ansicht einer Tabakplantage in der Vuelta Abajo zeigt.

Die Marke Saint Luis Rey ist eine „englische“ Marke, der Name interessanterweise eine Kombination englischer und spanischer Wörter: Saint (englische Schreibweise), Luis und Rey (spanische Schreibweise). Gemäß eines Vertrages von 1940 wurde die Marke ausschließlich auf dem britischen Markt vertrieben. Handelspartner war die Firma „N.R. Silverstone Cigar Limited“. Während der Revolution konnte die Produktion ununterbrochen fortgesetzt werden. 1960 wurde ein neuer Vertrag geschlossen zwischen Cubatabaco und der Firma „N.R. Silverstone Cigar Limited“

über die Distribution in England. Auch dieser Vertrag sah die exklusive Distribution der Marke in Großbritannien vor. Der Weiterexport der Cigarren dieser Marke in andere Länder war untersagt.

Erst während der neunziger Jahre wurde diese Exklusivität aufgehoben. Im Jahr 1993 begann Habanos mit dem weltweiten Export dieser Marke. Einige Jahre behielt die Firma „N.R. Silverstone“ den Vertrieb der Cigarren der Marke „Saint Luis Rey“ in Großbritannien unter ihrer Führung. Alle anderen cubanischen Cigarrenmarken wurden damals schon von der Firma „Hunters and Frankau“ in England vermarktet. Seit 2002 besitzt „Hunters and Frankau“ die Exklusivvertriebsrechte für alle cubanischen Marken.

Die Cigarren der Marke Saint Luis Rey erfreuen sich eines hervorragenden Rufes unter Cigarrenliebhabern aufgrund des intensiven und kräftigen Geschmacks aller Formate. Sie werden aus Blättern der Vuelta Abajo hergestellt.

Eine Anmerkung zum Schluss: Es existierte eine Marke sehr ähnlichen Namens, nämlich „San Luis Rey“. Die beiden Marken dürfen aber nicht verwechselt werden, denn sie haben nichts miteinander zu tun. Der Name „San Luis Rey“ wurde in den späten 80er Jahren für ein Cigarillo-Produkt in Zusammenarbeit mit der Firma Villiger-Söhne eingeführt. Heute existiert diese Marke allerdings nicht mehr, im Jahr 2002 stellte man die Produktion ein.



CIGARRENSPRACHE

Folge 16: Was sind "Cubierta", „Vista“ und „Bofetón“?

„Cubierta“ und „Vista“ sind Bezeichnungen für die Abbildungen innen und außen auf dem Deckel der so genannten habilitierten Cigarrenkiste (siehe Cigar Journal Nr.9, Cigarrensprache). „Bofetón“ ist die Bezeichnung für das Schutzpapier im Inneren der Kiste. Bereits seit Mitte des 19. Jahrhunderts gibt es verzierte Cigarrenkisten. Cuba war damals das erste Land, in dem dies eingeführt wurde.

Die „Cubierta“ bezeichnet die Abbildung auf der Außenseite des Deckels. Die deutsche Übersetzung des Begriffes „Cubierta“ (span.) lautet: der Deckel. Die „Cubierta“ erinnert in ihrer Art an frühere Zeichen, die mit einem heißen Eisen noch direkt auf die Kiste eingegraben wurden. Davon leitet sich die Idee eines Markenzeichens (brand) ab.

Die „Vista“ (zu dt.: Blick oder Aussicht) ist die Abbildung auf der Innenseite des Kisten- deckels. Dabei handelt es sich oftmals um wunderschöne Lithographien, die bildlich den Namen der Marke wiedergeben. Die Marke „Bolivár“ beispielsweise zeigt das Porträt jenes Freiheitskämpfers, die „Vista“ der Marke „Fonseca“ ziert der Gründer der Marke. Romantische Motive, wie bei Romeo y Julieta die berühmte Balkonszene aus Shakespeares



Cubierta



Vista

gleichnamigem Stück, lassen eindeutige Rückschlüsse auf den Namen der Marke zu. Als Motiv waren Figuren aus der griechischen Mythologie sehr beliebt. Heroen auf von Pferden oder gar Löwen gezogenen Kampfwagen (verwendet bei den Marken „Sol“ und „Filoteo“, beide existieren nicht mehr) sind zu finden. Ebenfalls eine Darstellung der „Sirenen“ bei der gleichnamigen aber nicht mehr existierenden Marke „La

Sirena“, denen Odysseus auf seiner Irrfahrt begegnet ist. Aber auch Putten, kleine nackte Knäblein mit Engelsflügeln, sehr verbreitet in der Zeit des Barock, (zum Beispiel bei den Marken „El Flor del Fumar“, existiert nicht mehr und bei „La Gloria Cubana“) sind beliebt. Nicht selten ist ein orientalischer Einfluss zu erkennen (wie bei der Marke „La Oriental“; die Vista zeigt leicht bekleidete orientalische Tänzerinnen). Ebenso gern werden Frauenfiguren in allen möglichen Posen dargeboten.

Erhaltene Auszeichnungen, goldene Münzen, königliche Wappen und historische Ansichten komplettieren die „Vista“ zusätzlich. Daher wirken sie oftmals beinahe „überladen“.

Der „Bofetón“ ist ein dünnes Blatt beschichtetes Papier im Inneren der Kiste, das dem Schutz der Cigarren dient. Auch der Bofetón ist mit einer Abbildung versehen, die meist der der Vista entspricht. „Bofetón“ bedeutet im Spanischen eigentlich „Ohrfeige“. Warum gerade diese Bezeichnung für das Schutzpapier benutzt wird, ist leider nicht bekannt.



Bofetón

Ankündigung: „VIII. Festival del Habano“ 2006

Zum „VIII. Festival del Habano“ in Havanna lädt Habanos S.A. diesmal in der Zeit vom 27. Februar bis 3. März 2006 ein. Das Festival ist den Marken Cohiba und Romeo y Julieta gewidmet.

Cohiba als Spitzenmarke von Habanos begeht ihr 40jähriges Jubiläum. Im vergangenen Jahr war der 130. Geburtstag der Marke Romeo y Julieta, der nun in diesem Jahr feierlich bedacht werden soll. Bei dieser Gelegenheit wird auch eine neue Vitola dieser Marke vorgestellt.

Bestandteile des Festival-Programms sind wie in jedem Jahr die Internationale Habanos-Messe im „Palacio de las Convenciones“, der Internationale Habanosommelier-Wettbewerb und der „Whisky & Cigar Challenge“-Wettbewerb. Die Besichtigung von Tabakplantagen und Trockenhäusern in der Vuelta Abajo (Pinar del Rio) und der berühmten Cigarrenmanufaktur „El Laguito“, Wiege der Cohiba, stehen außerdem auf dem Programm.

Eröffnet wird das Festival diesmal mit

einem „Welcome-Dinner“ in der beeindruckenden Kulisse des „Gran Teatro“ von Havanna.

Am 1. März 2005 lädt der Alleinimporteur aus Italien zur „Nacht der Distributeure“ ein. Höhepunkt des Festivals ist das Gala-Dinner zum 40jährigen Jubiläum der Marke Cohiba.

Interessierte, die am Festival teilnehmen möchten, können sich noch bis zum 09. Januar 2006 bei 5th Avenue anmelden.

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

Cohiba Leder-Etui

Ab sofort ist ein neues Cohiba Leder-Etui für drei Cigarren erhältlich. Dieses Etui fasst Cigarren bis zum Format der Siglo VI und ermöglicht damit auch den Transport von Habanos mit großem Ringmaß. Das Leder ist in den charakteristischen Farben der Habanos-Spitzenmarke Cohiba gestaltet und außen mit der typischen Gitterstruktur geprägt. Das Oberteil verziert der goldfarbene Indio-Kopf des Cohiba-Logos, der aus Metall gefertigt wird. Das Unterteil erleichtert mit seiner geschwungenen Form am oberen Rand das Herausnehmen der Cigarren.

Das Etui wird in einer hochwertigen Geschenkverpackung aus Karton mit gold-

farben geprägtem Markenlogo angeboten. Zum Schutz des edlen Leders steckt es zusätzlich in einer Baumwollhülle, die ebenfalls das goldfarbene Cohiba-Logo trägt.



Habanos Gewinnspiel

5thAvenue veranstaltet noch bis zum Ende des Jahres ein Habanos Gewinnspiel. Ziel ist es, je einen Cigarrenring der Marken Cohiba, Montecristo, Romeo y Julieta, Partagás, Hoyo de Monterrey und Quintero zu sammeln. Diese müssen dann auf die dafür vorgesehenen und markierten Stellen auf den Teilnahmekarten aufklebt werden. Attraktive Preise warten auf die Gewinner. Dazu gehören ein Perrenoud-Humidor, eine 25er-Kiste Cohiba Double Coronas, eine 25er-Kiste Montecristo C und insgesamt 10 Habanos Enzyklopädien. Die Teilnahmekarten erhalten Sie bei ihrem Fachhändler. Einsendeschluss ist der 31. 12. 2005.

„Enzyklopädie postrevolutionärer Havanna-Zigarren“

Das „must have“ für jeden Aficionado, die „Enzyklopädie postrevolutionärer Havanna-Zigarren“ in der deutschen Ausgabe, ist noch in Restbeständen bei 5thAvenue erhältlich. In der englischen Version mit dem Titel "Illustrated Encyclopedia of post-revolutionary Havana Cigars" haben Adriano Martínez Rius und Min Ron Nee ein Referenzwerk in Sachen „Havanna-Zigarren“ geschaffen. Die deutsche Ausgabe ist überarbeitet, umfasst ca. 530 Seiten, wovon sich etwa 40 Seiten mit dem beschäftigen, was seit dem Erscheinen der engli-

schen Erstausgabe Anfang 2003 neu hinzugekommen ist.

Das Buch informiert umfassend über alle nach der Revolution hergestellten Habanos und ist damit einzigartig in seiner Fülle. Sämtliche Details, die im Zusammenhang mit der Entstehung und Entwicklung dieser Marken zu finden waren, sind in diesem Buch verarbeitet. Zu jeder Marke gibt es außerdem eine Übersicht der derzeit angebotenen Formate, ihres Geschmacks und vor allem ihres charakteristischen Reifungspotenzials.



Geschenktipp: Colección Cohiba Línea 1492

Anlässlich der Einführung der neuen Cohiba Siglo VI 5thAvenue eine Selektionskiste produziert, die je ein Stück der Vitolas Siglo I bis VI enthält. Jede Cigarre symbolisiert dabei ein Jahrhundert Cigarrengeschichte. Die Kiste ist mit Branddrucken auf Deckel und Boden versehen. Jeder Kiste ist ein hochwertiger Beileger mit Informationen über die Marke Cohiba und insbesondere die Línea 1492 (Siglo-Serie)

beigefügt. Eine Aussparung nimmt einen Pasatore-Rundschneider in den Cohiba Farben auf. Aufgrund der Zugabeverordnung für Tabakprodukte darf dieser nicht in der Kiste enthalten sein. Zu jeder Kiste muss dieser Rundschneider also separat dazu verkauft werden! Geliefert wird er in einer edlen Kartonschachtel in den Cohiba-Farben. Diese Colección ist ein perfektes Geschenk zu Weihnachten!



Rauch...Geschichten

Frohe Weihnacht

Die gesamte Familie ist um den Weihnachtsbaum versammelt. Die Kinder sind schon ganz aufgeregt, denn sie sehen die vielen Geschenke und können es kaum erwarten sie auszupacken. Was es wohl dieses Jahr gibt?

Auch die Eltern stehen neben dem Weihnachtsbaum. Nachdenklich schauen sie in das flimmernde Licht der Kerzen und denken zurück an das Jahr, das gerade seinem Ende zugeht. Es war nicht immer ein leichtes Jahr, manchmal hatten sie ganz schön zu kämpfen, auch zu streiten. Die Kinder beginnen mit dem Auspacken. Ein Paket, ein kleines, ist für sie beide gemeinsam. Eigentlich hatten sie ausgemacht, sich gegenseitig nichts mehr zu schenken. Es ist ein Geschenk von ihren Kindern. Als sie es aufmachen, finden sie ein Cigarrenetui mit zwei Cigarren darin. Ihre Tochter lächelt ihnen zu. „Immer, wenn ihr zusammen Cigarre raucht, streitet ihr nicht miteinander. Fröhliche Weihnachten!“

Impressum

Redaktion und Copyright:
5th AVENUE
PRODUCTS TRADING-GmbH
Postfach 20 11 66
D-79751 Waldshut-Tiengen
Texte: Claudia Puzskar-Vetter
Grafiken und Layout: Maiers Büro
Auflage: 15.000