

CIGAR JOURNAL

Ausgabe No. 36
Februar 2009

Habanos
DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

Aktueller Newsletter der

5TH AVENUE PRODUCTS

OFFIZIELLER ALLEINIMPORTEUR VON HABANOS IN DEUTSCHLAND

„2. Habanos Day“ im Juni 2009

Aficionados treffen sich zum gemeinsamen Genießen in Schloss Unsleben

Am 20. Juni 2009 versammeln sich Aficionados aus ganz Deutschland zum „2. Habanos Day“ in Schloss Unsleben. Beim ersten Ereignis dieser Art im Jahre 2007 begrüßten die Initiatoren Astrid Rothaut und Tobias Schreiber mehr als 100 Gäste. Vor Jahren hatten die beiden eine ähnliche Veranstaltung in Italien erlebt und brachten die Idee und die Begeisterung für deren Umsetzung nach Deutschland mit.

Hauptsponsor der Veranstaltung ist die 5TH Avenue Products GmbH, die Organisation liegt in den erfahrenen Händen von amagi Public Relations. Veranstaltungsort ist das Schloss Unsleben, es stammt aus dem 12. Jahrhundert und liegt im Herzen Deutschlands, am Rande der Rhön im Tal der Streu zwischen Bad Neustadt an der Saale und Mellrichstadt. Den Veranstaltern war es sehr wichtig, einen Ort zu finden, der für möglichst viele Aficionados Deutschlands gut zu erreichen ist. Das Schloss bietet noch dazu das entsprechende Ambiente für eine solche Veranstaltung und genügend Räume, in denen geraucht werden darf. Die Veranstaltung beginnt um 13 Uhr; ab 12 Uhr werden die Gäste im Schloss erwartet.

Am Nachmittag ist, wie schon beim ersten „Habanos Day“, für ein interessantes Veranstaltungsprogramm rund um das Thema Cigarre gesorgt.

Die Wünsche der Teilnehmer des 1. Habanos Day fanden dabei Beachtung. Und so stehen Themen wie die Lagerung von Cigarren, Refe-

HABANOS DAY 2009, GERMANY

rent ist der erfolgreiche Befeuchtungsspezialist für Humidore Marc Andre, und die Reifelagerung auf dem Programm. Wie man eine Cigarre rollt, und dass dies noch wesentlich schwieriger ist, als es auf den ersten Blick aussieht, kann man ebenfalls erfahren. Der erfahrene Torcedor Lázaro Alberto García Peláez, er ist „Jefe de galera“ in der berühmten Cohiba-Manufaktur El Laguito, steht als fachkundiger Lehrer zur Verfügung.

Eine Cigarren-Blindverkostung bietet Gelegenheit, die sensorischen Fähigkeiten zu schulen. Dort können dann vielleicht auch die „Habanos Experten“ (die Gewinner des gleichnamigen Wettbewerbs werden am Abend ausgezeichnet) ihre Fähigkeiten unter

Beweis stellen. Eine ganz besondere Freude ist es, Simon Chase, Marketing-Direktor des britischen Traditionsunternehmens und gleichzeitig Generalimporteure von Habanos S.A. in Großbritannien, Hunters&Frankau, an diesem Abend begrüßen zu dürfen. Er macht die Teilnehmer mit Details der Markenhistorie von Montecristo und H.Upmann vertraut, jenen Marken, die über mehrere Jahrzehnte vor der Revolution in

der Hand des britischen Unternehmens waren. Über Neuigkeiten aus Havanna informiert der neue Repräsentant von Habanos S.A. in Deutschland, Antonio de Dios.

Im stimmungsvollen Loungebereich können die Gäste des Tages an einem Tasting von Ziegler-Produkten teilnehmen. Die Firma Liebherr präsentiert außerdem einen neuartigen Humidor und der Hersteller für Cigarrenaccessoires Wolfertz stellt Accessoires für Cigarrenliebhaber vor.

Die Internetseite www.habanosday.de hält weitere aktuelle Informationen zur Veranstaltung bereit und steht Aficionados bereits im Vorfeld zu regem Austausch zur Verfügung.



Auf Schloss Unsleben treffen sich im Juni Aficionados aus ganz Deutschland zum „2. Habanos Day“

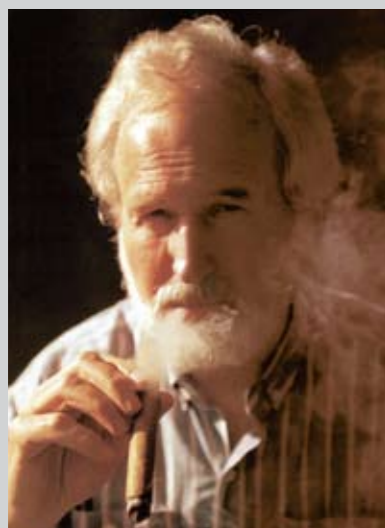
Inhalt:

Ein Rauchzeichen für die Freiheit Seite 2

Auf den Spuren der Habanos – Manufakturen Seite 3

Teil 14: Die Manufaktur „Romeo y Julieta“ des Don Pepin

Habanos-Ticker Seite 4



Sehr geehrte Damen und Herren,

das neue Jahr beginnt, zumindest in der Cigarrenwelt, recht unterhaltsam. Die Idee, einen ganz normalen Besuch in einer Gaststätte als Kunstereignis zu deklarieren und, Rauchverbote hin oder her, nach Lust und Laune zu rauchen, ist wirklich originell. Daran kann man aber auch sehr gut erkennen, zu welchen Mitteln Menschen zu greifen gezwungen sind, um ihrer Leidenschaft in Zeiten einer zunehmenden Verbotskultur frönen zu können. Nach Aussagen der Beteiligten war dies jedenfalls ein sehr gelungener Abend. Und es soll nicht der letzte gewesen sein.

Der „Habanos Day 2009“ im Juni wirft seine Schatten voraus. Wir freuen uns, dass sich eine sehr schöne Lokalität als Veranstaltungsort finden ließ, die einerseits das entsprechende Ambiente bietet, andererseits auch sehr zentral in Deutschland gelegen ist. Wir hoffen, möglichst viele Aficionados an diesem Tag begrüßen zu können.

Begrüßen können wir außerdem einen neuen Repräsentanten von Habanos S.A. in Deutschland. Antonio de Dios, der vielen Fachhändlern und Aficionados bereits gut bekannt ist, war in den letzten Jahren als Market Supervisor unter anderem für Deutschland zuständig und ist deshalb mit diesem Markt vertraut. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit mit ihm. Nun aber wünschen wir Ihnen viel Freude bei der Lektüre unseres Cigar Journals und beim Genuss einer Habano!

Heinrich Villiger.

Ihr Heinrich Villiger.

Ein Rauchzeichen für die Freiheit

Künstlerische Freiheit ist im Artikel 5 Absatz 3 des Grundgesetzes festgehalten. Das sagte sich eine Künstlergruppe aus Mainz, allen voran Autor Michael Bardong unter Mitgestaltung von Horst Herold und Ernst Seitz, und fühlte sich zu einem Stück der ganz besonderen Art inspiriert. Ein Rauchzeichen für die Freiheit sollte gesetzt werden. Gespielt wurde das Stück unter der Regie von Thomas Meyer nicht auf den Brettern, die die Welt bedeuten, sondern mitten im richtigen Leben. Es erinnerte ein wenig an eine Reise in längst vergangene Zeiten, als Rauchen in geschlossenen Räumen noch nicht beinahe flächendeckend unter Strafe gestellt war. Ähnlich ergeht es einem, wenn man im Fernsehen einen Film sieht, in dem die Protagonisten noch nach Lust und Laune rauchen, und sei es im Hallenbad oder am Krankenbett eines Patienten im Krankenhaus.

Aber zurück in die Gegenwart. Kulisse für das Stück und dessen Welturaufführung am 15. Januar 2009 bildete eine, aus früheren Tagen bekannte und mit Rauchartikeln und Aschenbechern großzügig ausgestattete Lokalität, die man auch als gastronomische Einrichtung bezeichnen könnte: das L'arcade in Mainz in der Leichhofstraße, eine Gaststätte, wie man sie überall in Deutschland finden kann.

Der Wirt, gespielt von Dirk Zylla, im richtigen Leben Geschäftsführer des L'arcade, betrachtete mit Vergnügen das offensichtliche Wohlbefinden des Ensembles, in diesem Fall Gäste und Angestellte der Lokalität, sämtlich Laiendarsteller. Die Handlung war nicht vorgegeben, sondern frei zu improvisieren. Jeder der Anwesenden, und das waren überwiegend Raucher, paffte, was das Zeug hielt. Nichtraucher wurden vor der Aufführung dringend vom Besuch

derselben abgeraten, da, wie die Veranstalter erklärten, gesundheitsschädigende Rauchpartikel in die Atemluft gelangen könnten. Nebenher konnten die Gäste Videosequenzen anschauen, welche die Problematik der Raucherdiskriminierungsgesetzgebung phantasievoll auf den Punkt brachten.

Das Fazit des Abends: Alle erlebten eine gelungene Vorführung, amüsierten sich gut und rauchten, nach Lust und Laune, vorwiegend



Auch Dirk Zylla (in der Rolle des Wirts), Geschäftsführer des L'arcade, machte aus seinem Vergnügen keinen Hehl.

cubanisch, und in einer Menge, wie es früher einmal üblich war.

In welcher Form das Nichtraucherschutzgesetz europäisch geregelt werden wird, ist immer noch offen. Wie dieses Theaterstück und viele andere Initiativen, manches Mal auch Kniffe und Tricks, zeigen, ist das Bedürfnis, über gewisse Aspekte des Lebens selbstbestimmt zu entscheiden, groß. Es lag auch im Ansinnen der Protagonisten dieses Stückes zu provozieren, wie modernes Theater es nach deren Ansicht tun sollte. Vielleicht regt es auch an der richtigen Stelle zum Nachdenken an.



Horst Herold (links) und der Autor des Stückes, Matthias Bardong, genossen sichtlich die Uraufführung des Stückes. (Fotos: Konradin Selection / A. Damberger)

Teil 14: Die Manufaktur Romeo y Julieta des Don Pepin



Nur die Fassade des einst prächtigen Gebäudes steht noch.

Die Manufaktur des Don Pepin, des legendären Inhabers der Marke Romeo y Julieta, befindet sich auf der Calle Bellascoian 2 B (heute heißt die Straße Calle Padre Varela) in Havannas Stadtteil Centro Habana. Wie viele Jahre dieses Gebäude die Heimstätte von Romeo y Julieta war, ist nicht bekannt.

Wie bereits angedeutet, ist Don Pepin, mit bürgerlichem Namen José Rodríguez Fernández, nicht der Gründer der auch heute noch weltberühmten Marke. Das waren dreißig Jahre vor ihm im Jahr 1873 Inocencio Álvarez Rodríguez und José »Manin« García. Don Pepin war jedoch mit Abstand der bedeutendste und außerdem ein sehr illustrierter Besitzer der Marke. Die Manufaktur ließ Don Pepin im Jahr 1905 fertig stellen, wie oben am Giebel des Hauses auch heute noch zu lesen ist. Er war ein Mann



Die ehemalige Manufaktur „Romeo y Julieta“. Lläuft man die Straße in dieser Richtung hinauf, kommt man nach wenigen hundert Metern zum Malecon.

mit viel Erfahrung im Cigarrengeschäft. Der Zeitpunkt, zu dem Don Pepin mit einer eigenen Marke sein Glück versuchte, schien nicht unbedingt günstig zu sein. War doch der Unabhängigkeitskrieg gerade erst beendet, die Cigarrenindustrie Cubas ziemlich fest in der Hand amerikanischer Monopolisten, die politische und die Lage auf dem Tabakmarkt immer noch unsicher. Doch von all dem ließ Don Pepin sich nicht schrecken.

1903 startete er, gemeinsam mit zwei Spaniern, seine Unternehmungen. Zeitgenossen bezeichneten Don Pepin einerseits als arglos, gleichzeitig als kühn. Aber genau diese Kombination verlieh ihm vielleicht in gewisser Weise die Freiheit, den Mut und die manchmal dafür notwendige Sorglosigkeit bei der Umsetzung seiner Ideen. Einem Kinde ähnlich, hielt er an diesen fest und setzte sie mit unumstößlichem Willen in die Realität um. Als Geschäftsmann mit guten Verbindungen war er ebenso geschätzt wie als romantischer Träumer verschrien.

Unter seiner Führung erlangte die Marke wirkliche Berühmtheit, denn er hatte die Notwendigkeit gezielter Marketingmaßnahmen und damit auch die Zugkraft des Markennamens erkannt. Während eines Empfangs erklärte Don Pepin einmal: „Man darf nicht außer acht lassen, wieberühmt und bekannt diese Figuren von Shakespeare sind. Die Qualität des Theaterstücks zwingt mich, bei meinen Habanos ebenso erfolgreich und gut zu sein. Wie sagte schon der „Barde von Avon“ (mit welchem er Shakespeare meinte): Es gibt keine Geschichte der Liebe, die trauriger ist als die von Romeo und Julia.“

Da er den Palazzo Capuleto in Verona, den Palazzo der echten Julia, nicht kaufen konnte, setzte er alles daran, das Gebäude auf der Belascoian 2B in Havanna in vielen Details dem Palazzo Capuleto ähnlich zu machen. Das ging so weit, dass er eine originalgetreue Kopie Julias Balkon an seinem Hause anbringen ließ. Glaubt man Augenzeugen, die den Balkon noch kannten, befand er sich an der Rückseite des Hauses. Anderen Quellen zufolge soll sich der Balkon im Innenhof befunden haben. Heute ist er jedenfalls nicht mehr vorhanden. Das Gebäude selbst ist in einem bedauernden Zustand. Das raue Meerklima hat der Bausubstanz immens zugesetzt. Der noch erhaltene linke Innenteil des Gebäudes dient einer Vielzahl von Menschen als Wohnstätte. Vom rechten Gebäudeteil steht nur noch die Fassade. Leere Fensteröffnungen geben den Blick auf den Himmel frei. Ganz in der Nähe

der Manufaktur befindet sich eines der bekanntesten Krankenhäuser Havannas, das Hospital „Hermanos Amejeiras“. Sicher wird sich die unmittelbare Umgebung der ehemaligen Manufaktur in den folgenden Jahren weiter verändern. Rund um das Gebäude wird bereits viel gebaut. Ob die Fassade dieses legendären Hauses noch lange erhalten bleiben wird, ist unklar.

Einstmals war das Gebäude wunderschön. Schmiedeiserne Balkons schmückten die gesamte Fassade und die Seiten auf zwei Etagen.



Der Name „Romeo y Julieta“ und die Jahreszahl 1905 sind noch gut zu lesen.

Zu Lebzeiten Don Pepins wurde die Dachterrasse des dreistöckigen Hauses übrigens von zwei furchterregenden Schäferhunden bewacht, einem Männchen und einem Weibchen. Don Pepin hatte ihnen, wie könnte es anders sein, die Namen Romeo und Julieta gegeben.



Der Teil des Gebäudes, der noch steht, wird als Wohnhaus genutzt. Der Zustand der Bausubstanz ist jedoch sehr schlecht.

Doch Don Pepin ging es nicht nur um Schönheit und einen guten Namen. Neben ihrer Schönheit zeichnete sich die Manufaktur auch durch eine sehr gute und effiziente Einrichtung aus. 1100 Arbeiter kamen jeden Tag in die Fabrik, davon waren 750 Torcedores. Die Abläufe in der Fabrik waren perfekt organisiert, bis hin zu einer betriebseigenen LKW-Staffel, die den schnellen Transport zum relativ nahe gelegenen Hafen sicherstellte.

Ein perfektes Geschenk für Aficionados

Selektionskisten von Partagás, H.Upmann und Hoyo de Monterrey

Von den weltweit bekannten Marken Partagás, H.Upmann und Hoyo de Monterrey gibt es jetzt jeweils eine Selektionskiste mit besonders beliebten Formaten dieser Marken. Jede dieser Kisten ist hochglänzend lackiert. Sie eignen sich wegen ihres Inhalts wie ihrer Präsentation perfekt als Geschenk für erfahrene Aficionados.

Die Partagás Selección enthält je zwei der bekanntesten Formate der Marke Partagás – die Robustos „Serie D No. 4“ (L: 124 mm, R: 50) und die Piramides „Serie P No.2“ (L: 156 mm, R: 52).

Die H.Upmann Selección beinhaltet eine „H.Upmann Petit Corona“, dem Format nach eine Marevas (L: 129 mm, R: 42), eine „H.Upmann No.2“, eine Piramide (L: 156 mm, R: 52). Außerdem gehören eine „H.Upmann Magnum 46“, eine Corona Gorda (L: 143 mm, R: 46) und eine „H.Upmann Magnum 50“ (L: 160 mm, R: 50) dazu.

In der Hoyo de Monterrey Selección finden sich drei Cigarren der Epicure-Serie. Das sind einmal die „Hoyo de Monterrey Epicure No.2“, eine Robusto (L: 124 mm, R: 50) und eine „Hoyo de Monterrey Epicure No.1“, dem Format nach eine Corona Gorda (L: 143 mm; R: 46). Die dritte Cigarre ist noch nicht allzu lange auf dem Markt. Es handelt sich um die „Hoyo de Monterrey Epicure Especial“, eine Gordito mit 141 mm Länge und einem Ringmaß von 50. Eine Cigarre, die bei kürzerer Rauchdauer vollen Genuss verspricht und hält und seit ihrer Einführung von Aficionados sehr geschätzt wird. Alle drei Selecciones werden in limitierter Auflage angeboten.



Selección Partagás



Selección H.Upmann



Selección Hoyo de Monterrey

H.Upmann Magnum 46 in einer Porzellan-Dose

Für eines der schönsten Formate der Marke H.Upmann lässt Habanos nun eine traditionelle Präsentationsform wieder aufleben – die Magnum 46 kommt in einer edlen Porzellan-Dose in den deutschen Tabakwarenfachhandel.

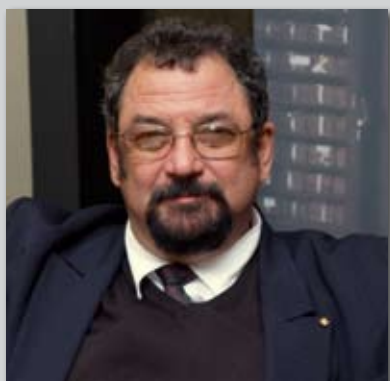
Porzellan-Dosen zur Aufbewahrung von Cigarren haben eine lange Tradition in der Cigarrenindustrie Havannas. Um 1920 ließen die Besitzer der Marke Partagás eine limitierte und nummerierte Auflage von 1.000 Keramik-Gefäßen im spanischen Sevilla herstellen. Diese Keramikköpfe zählen heute zu gefragten Raritäten. Neben Partagás

gab es einen solchen Keramikhumidor auch von Ramon Allones. Erst 1996 präsentierte Habanos S.A. anlässlich des 30-jährigen Jubiläums der Marke Cohiba wieder Cigarren in dieser edlen Verpackung.

Jede dieser Porzellandosen der Marke H.Upmann enthält 30 Stück des Klassikers Magnum 46, eine Cigarre, die kürzlich vom renommierten Cigarrenmagazin „L'amatour de cigare“ als eine der besten Habanos der gegenwärtigen Produktion ausgezeichnet wurde. Die Dosen verfügen zur optimalen Lagerung der Cigarren über ein Befeuchtungselement im Deckel.



Antonio de Dios neuer Repräsentant von Habanos S.A. in Deutschland



Seit Januar 2009 ist Antonio de Dios neuer Repräsentant von Habanos S. A. in Deutschland. Er ist der Nachfolger von Jorge Hernández, der die letzten fünf Jahre in Deutschland weilte. Antonio de Dios Lorente studierte Ende der siebziger Jahre in Berlin und arbeitet seit einigen Jahren für Habanos S.A. Zwei Jahre lang war er beispielsweise Geschäftsführer der „Casa del Habano“ im Hotel „Melia Cohiba“ in Havanna. Er ist verheiratet und hat zwei erwachsene Söhne.

Impressum

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

Händlerstempel: