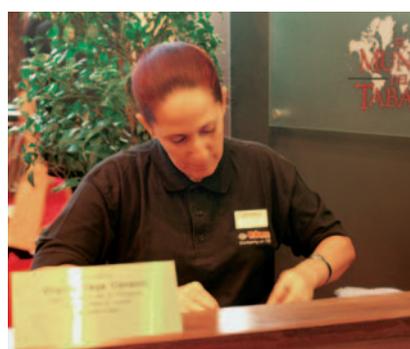


Eine erfolgreiche Messe für 5TH Avenue 27. Inter-tabac in Dortmund 2005



Die Tore der 27. Inter-tabac 2005 in Dortmund haben sich wieder geschlossen. An insgesamt drei Tagen, vom 23. bis 25. September 2005, besuchten über 4600 Fachgäste die Messe, wie die Messeleitung berichtet. Damit ist ein Besucherplus von 4% gegenüber dem Vorjahr zu verzeichnen. Im Gegensatz zu den vorangegangenen Jahren präsentierte sich die Messe diesmal mit einem neuen Konzept. Der „Tabak-Boulevard“ wurde von einer sehr großen Mehrheit der Messebesucher positiv aufgenommen. 81,4% der Fachbesucher urteilten, er erhöhe die Attraktivität der Inter-tabac. Der Boulevard verband 2005 erstmals die beiden Messehallen miteinander. Am Ende des Tabak-Boulevards befand sich – auch dies eine Neuerung – die Inter-tabac-Lounge als zusätzlicher Kommunikationspunkt.

Der Stand der 5TH Avenue erwies sich in dieser Konzeption als Besuchermagnet. „Wir sind sehr zufrieden mit dem Verlauf der Messe. Es gab sehr gute Gespräche mit den Fachhändlern. Der enge Kontakt ist uns überaus wichtig

und solch eine Messe ist die beste Gelegenheit, diese zu intensivieren. Wir möchten uns bei allen Fachhändlern für ihren Besuch bedanken“, betont Heinrich Villiger, Geschäftsführer der 5TH Avenue Products Trading GmbH (Foto oben Mitte: im Gespräch mit Barbara Ullrich). Eine Torcedora der Kategorie 9 aus der Cigarrenmanufaktur Romeo y Julieta, Virginia Vega Cansino, präsentierte den Gästen am Stand die Fertigung einer Habano totalmente a mano, vollständig von Hand gefertigt.

Bei der diesjährigen Vergabe der „Inter-tabac-Stars“, einem Wettbewerb, der vom Branchenblatt „Tabakzeitung“ verliehen wird, konnte die „Montecristo Puritos“ in der Kategorie „Kleine Cigarre/Cigarillo“ überzeugen. Als interessanteste Produktneuheit in dieser Kategorie wurde die Montecristo Purito durch eine Befragung unter Fachhändlern ausgewählt. Ricardo Salas, Promocigar-Marketing-Manager, nahm die Auszeichnung erfreut entgegen (Foto links unten: links im Bild).

Bei der vom „European Cigar Cult Journal“

(ECCJ) inzwischen zum sechsten Mal veranstalteten „Cigar Trophy“ wurde unter anderem wieder jeweils eine Marke pro Herkunftsland prämiert. In der Kategorie „Beste cubanische Marke“ erhielt die Marke „Partagás“ den Preis. In der Kategorie „Beste Cigarre“ (diese Kategorie umfasst sämtliche Cigarrenprodukte) gewann überzeugend die Cohiba Siglo VI. Fernando Lopez, Generaldirektor von Tabacuba, dem Verbund der cubanischen Tabakindustrie, bedankte sich für die Auszeichnung (Foto rechts unten: Fernando Lopez, Mitte, mit Dr. Helmut Rome´, rechts, Herausgeber des ECCJ).



Inhalt:

Marken-ABC: Seite 2
Punch –
das englische „Kasperle“

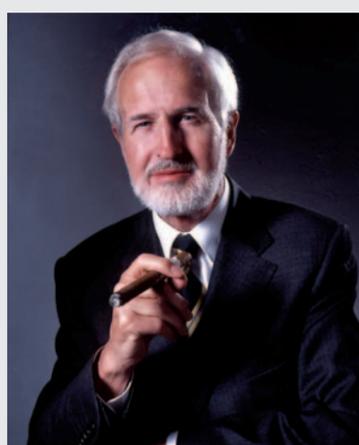
Cigarrensprache: Seite 3
Folge15: Was sind „Cervante“,
„Corona“ und „Minuto“?

**4. Habanos-Experten-
Wettbewerb** Seite 3

Habanos-Ticker Seite 4

Rauch...Geschichten Seite 4

EDITORIAL



Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Geschäftsfreunde,

die Inter-tabac 2005 ist vorbei. Wir haben die Gelegenheit genutzt, um diese wichtige Messe in Gedanken nochmals Revue passieren zu lassen. Es war aus unserer Sicht wieder eine gelungene Messe! Auch die konzeptionelle und räumliche Umgestaltung der Messe ist unserer Meinung nach gelungen.

Gefreut haben wir uns natürlich sehr über die Preise, die unsere Produkte gewonnen haben. Allen voran der „Inter-tabac Star“ für die Montecristo Puritos. Obwohl erst seit kurzer Zeit auf dem Markt, haben sie bereits derart großen Zuspruch gefunden. Sie als Fachhändler haben uns durch die Auszeichnung gezeigt, dass dieses Produkt durch seine Qualität, sein Image und den Preis absolut überzeugend ist. Auch die Marke Partagás als beste cubanische Marke hat ihren Preis verdient, begeisterte doch gerade die letzte Neueinführung von Habanos in diesem Jahr, die Partagás Serie P No. 2, die Aficionados. Und, last but not least, die Cohiba Siglo VI, die als beste Cigarre überhaupt ausgezeichnet wurde.

Mit „Rita“ ist bereits ein weiterer, verheerender Hurrikan über Cuba hinweggefegt. Die angerichteten Schäden sind im Vergleich zu den vorangegangenen Hurrikans relativ gering. Hoffen wir, dass auf Cuba jetzt wieder ein wenig Ruhe einkehrt. Wir wünschen Ihnen nun viel Freude bei der Lektüre unseres Cigar Journal,

Heinrich Villiger.

Ihr Heinrich Villiger.

MARKEN ABC

Punch – das englische „Kasperle“



Punch ist eine Habanos-Marke, die von Anfang an eine starke Ausrichtung auf den britischen Markt hatte. Daher ist der Ursprung des Namens auch im englischen Sprachgebrauch zu finden. „Punch“: zu deutsch der Hofnarr, der Clown, der Hanswurst oder das Kasperle.

Die „Vista“, die farblich gestaltete Lithographie auf der Innenseite des Deckels der Cigarrenkiste der Marke Punch zeigt auch heute noch Mr. Punch sitzend mit einer Cigarre in der Hand und einem Hund als Begleiter. Allerdings ist unklar, wer das wahre Vorbild für diese Figur auf der Cigarrenkiste und der Namensgeber der Marke ist.

Es gibt zwei unterschiedliche Theorien darüber. Einerseits soll Mr. Punch einem britischen Puppenspiel entlehnt sein, das bei Gründung der Marke in England sehr populär war. Andererseits soll Mr. Punch das Titelbild einer satirischen Wochenzeitschrift geziert haben, das ebenfalls in England erschienen ist.

Verschiedene Fakten sprechen für die eine oder die andere Theorie: Einen ersten Eintrag der Marke Punch gibt es bereits aus dem Jahr 1840, vorgenommen von einem Deutschen namens Stockmann. Über diesen ist allerdings nichts bekannt. Man weiß nur, dass im Jahr 1874 die Marke von Luis Corujo übernommen wurde

und die Adresse der damaligen Fabrik in der Calle Gervasio No.38 war. Vorbild bei der Namensgebung soll eben jene Figur aus dem Puppenspiel sein. Das Puppenspiel hat es im Jahre 1840 bereits gegeben, die satirische Wochenzeitschrift dagegen erschien erstmals 1841. Als Namensgeber der Marke Punch wird aber allgemein Don Manuel López Fernández

angesehen. Er führte diese Marke mit Blick auf den gewinnbringenden britischen Markt ein. In England war zu dieser Zeit, 1855, gerade die satirische Zeitschrift „Punch“ sehr in Mode. Andere Quellen datieren die Firmenübernahme durch Don Manuel erst auf das Jahr 1884.

Bei Don Manuel López Fernández handelt es sich um den Bruder von Fernando López Fernández, der gemeinsam mit anderen die Firma „Juan Valle y Cia.“ gegründet hatte.

Manuel López Fernández zog sich 1924 aus dem Geschäft zurück und starb 1925. Esperanza Valle Comas wurde dann der neue Eigentümer der Marke Punch. Der britische Markt, Hauptabsatzmarkt der Marke Punch, brach 1929 aufgrund der Weltwirtschaftskrise zusammen. Infolge dessen, im Jahr 1930, wurde die Firma von „Fernández & Palacio y Cia.“ übernommen.

Die Marke Punch stand damit gemeinsam mit den Marken Belinda, Hoyo de Monterrey und La Escepción unter Führung dieser Firma. 1940 erfolgte der Eintrag ins Exportregister. Der Sitz der Firma war damals die Calle Maximo Gomez No.51 in Havanna. Während der Zeit der Revolution war die Punch eine gut verkaufte Cigarre, besonders auf dem britischen Markt. Die Produktion konnte ununterbrochen fortgesetzt werden. In den siebziger Jahren rangierte die Punch wahrscheinlich unter den bekanntesten Habanos-Marken an fünfter Stelle, hinter Montecristo, Partagás, Romeo y Julieta und H.Upmann.

Die Punch zählt heute zu den mittelkräftigen Cigarren.



CIGARRENSPRACHE

Folge 14: Was sind „Cervante“, „Corona“ und „Minuto“?

„Cervante“, „Corona“ und „Minuto“ sind Habanos-Formatbezeichnungen für Cigarren mit dem Ringmaß 42, dem geläufigsten Ringmaß bei Habanos. Es existieren neben diesen drei Formaten 9 weitere mit diesem Ringmaß. Eine „Cervante“ ist mit 165 mm die längste Cigarre mit dem Ringmaß 42. Sie ist vor allem unter dem Begriff „Lonsdale“ bekannt. Die berühmteste „Lonsdale“ ist die der Marke „Rafael González“. Die Legende besagt, dass sich in den 30er Jahren des letzten Jahrhunderts der fünfte Earl of Lonsdale, Hugh Cecil Lowther, für seinen persönlichen Bedarf Cigarren nach seinen eigenen Wünschen und in einem besonderen Format fertigen ließ, dem heute auch unter diesem Namen bekannten Lonsdale-Format (Ringmaß 42, Länge 165 mm). Der Earl of Lonsdale galt zu seinen Lebzeiten

als ein großer Gourmet, der nach dem Ersten Weltkrieg internationale Pferderennen und Segelregatten organisierte.

Eins der bekanntesten Cigarrenformate überhaupt ist die „Corona“ mit einer Länge von 142 mm. Corona bedeutet auf spanisch die „Krone“. Eine „Corona“ als Formatbezeichnung ist eine Art Referenzmaß, von dem aus sich verschiedene andere Formate ableiten. Wie zum Beispiel die „größere“ Schwester, die „Corona Grande“ mit 155 mm Länge. Daneben gibt es auch die „kleinere“ Schwester, und diese sogar in zwei verschiedenen Ausführungen: die „Petit Corona“ mit einem etwas spitzeren Kopf (allerdings nicht so spitz wie bei einer Figurado) und die „Mareva“, eine ganz normale Parejo (runder, flacher Kopf). Beide Ausführungen haben eine Länge von 129 mm.

Wer das Ringmaß 42 bevorzugt, aber nur wenig Zeit zum Rauchen hat, dem bietet die „Minuto“ mit einer Länge von 110 mm Rauchvergnügen von einer reichlichen halben Stunde. Habanos hat das Portfolio durch verschiedene Minutos erweitert. Inzwischen gibt es die El Principe von San Cristobal, von Partagás die Partagás Shorts, die Small Club Corona von Ramon Allones und die Coronas Junior von Bolívar. Zwei Figurados haben das Ringmaß 42: die „Generoso“ (Cuaba „Generosos“) mit einer Länge von 132 mm und die „Favoritos“ (Cuaba Tradicionales“) mit 120 mm Länge.

Es existieren außerdem vier weitere Formate mit einem 42er Ringmaß: die „Eminentes“ mit 132 mm Länge (von H.Upmann die Coronas Major im Tubo), die „Brevas“ mit 133 mm Länge (José L. Piedra Brevas), die „Nacionales“ mit einer Länge von 134 mm (José L. Piedra Nacionales) und die „Cosacos“, die 135 mm lang ist (Fonseca Cosacos). Mit dieser Länge rangieren sie zwischen einer „Corona“ und einer „Petit Corona“/„Mareva“.



San Cristobal El Principe - Minuto



Montecristo No.3 - Corona



Rafael González Lonsdale - Cervante

4. Habanos-Experten-Wettbewerb

Auch in diesem Jahr wird vom Internetmagazin „The Art of Smoke“ der in den letzten Jahren sehr beliebte aber auch anspruchsvolle Habanos-Experten-Wettbewerb veranstaltet. Ziel des Wettbewerbes ist es, eine Habano „blind“ zu erkennen. Neben den korrekten Maßen kommt es dabei auf den Geschmack an. Bestimmt werden müssen die Marke, der Handelsname und die Vitola de Galera. Der Wettbewerb wird von vielen Fachhändlern intensiv unterstützt. Teilnehmer können sich direkt beim Händler die Wettbewerbscigarre abholen. Einige Fachhändler nutzen die Gelegenheit, eigens für den Wettbewerb einen Tasting-Abend zu veranstalten. Wer möchte, kann sich die Cigarre auch zusenden



lassen. Nähere Informationen darüber findet man auf www.the-art-of-smoke.de. Pro Cigarre werden 9 Euro berechnet.

Der Wettbewerbszeitraum läuft vom 14. bis

31. Oktober 2005. Jeder, der die drei geforderten Angaben, Markenname, Handelsname und Vitola de Galera, richtig erkannt hat, bekommt den Titel eines Habanos-Experten verliehen.

Als zusätzliche Aufgabe kann außerdem das Boxingdate erraten werden. Jeder Teilnehmer mit einer richtigen Antwort nimmt an der Verlosung teil. Diejenigen, denen beim Boxingdate eine richtige Angabe gelingt, haben doppelte oder gar dreifache Chancen bei der späteren Verlosung. Zu gewinnen gibt es auch in diesem Jahr attraktive Preise, wie einen Habanos Humidor von Michel Perrenoud, eine Kiste Cohiba Seleccion Reserva und eine 25er Kiste H.Upmann Magnum 46 Cabinet.

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

Montecristo Puritos

Zum Star der Inter-tabac in Dortmund ist dieses Jahr die Montecristo Purito gewählt worden. Dieses neue Cigarillo-Produkt (Mini Cubanos) ist erst seit kurzem auf dem Markt



und hat schon regen Zuspruch gefunden. Montecristo ist ein Name, der für Qualität steht, schließlich ist sie die bekannteste Habanos-Marke weltweit. Um den Genuss einer Montecristo auch in kürzerer Zeit erleben zu können, wurden bereits vor einiger Zeit die Montecristo Mini und Club geschaffen, ein klassisches und ein etwas größeres Cigarillo-Format, das ebenfalls maschinell gefertigt wird und zu 100% aus cubanischem Tabak besteht.

Die neue Montecristo Purito ist ein Cigarillo mit großem Volumen. Eine Länge von 112 mm und ein Durchmesser von 10,6 mm machen die Puritos schon beinahe zu einer kleinen Cigarre für Zwischendurch.

Verfügbar sind die Montecristo Puritos in Kartonpackungen zu 5 und 25 Stück. Für den Fachhandel stehen hochwertige Verkaufshilfen, wie Acryl-Verkaufsdysplays für je zehn 5er Packungen, Deckenhänger, Aufsteller und Tragetaschen zur Verfügung.

Hurrikan „Rita“ – 17. Wirbelsturm der Saison

Von Hurrikan „Rita“ war diesmal der Norden Cubas besonders betroffen. Im Gegensatz aber zu den Hurrikans zuvor, wie zum Beispiel „Dennis“, waren die Schäden deutlich geringer. Als der Hurrikan über Cuba „fegte“, war er noch deutlich schwächer als später, als er die Küste der USA erreichte. Die Straßen Havannas standen nach Angaben des Nachrichtensenders CNN dennoch unter Wasser, Bäume wurden entwurzelt, Stromausfälle waren zu verzeichnen. Nach cubanischen Rundfunkberichten wurden ca. 230.000

Menschen aus den gefährdeten Gebieten im Norden in Sicherheit gebracht, etwa 18.000 kamen in provisorischen Lagern unter, der Rest bei Freunden oder Verwandten. Aus niedrig gelegenen Gegenden wurden Vieh und Erntevorräte in höher gelegene Regionen gebracht. Über Opfer und größere Schäden wurde nichts bekannt.

„Rita“ ist der 17. tropische Wirbelsturm der Saison und der fünfte Hurrikan von verheerender Stärke. Der „Rekord“ liegt bei 21 im Jahr 1933.

Rauch...Geschichten

Rauchen

Das Ehepaar, an ihrer Haltung und ihrer Vertraulichkeit zueinander war dies deutlich zu erkennen, saß am Ende eines anstrengenden Tages in der Bar und trank Cocktails. Ganz offensichtlich befanden sie sich nicht an ihrem Wohnort, eher machten sie den Eindruck, aus einem Ort zu kommen, der etwas ruhiger war als diese Metropole. In dieser Bar aber fanden sie die Ruhe, die sie sich den ganzen Tag über schwer verdient hatten.

Plötzlich klingelte das Telefon. „Es ist deine Mutter“, meinte er mit einem leichten Seufzer und gab ihr das Handy. „Uns?... Uns geht es gut. ... Ja, wir sind gut angekommen. Und wir haben auch schon einiges gesehen, es war toll. ... Wo wir jetzt sind? Wir sind in so einer, wie heißt das noch mal (fuhr sie an ihren Mann gewandt fort) Raucher... wie heißt das? Raucherlounge und trinken einen Cocktail. ... Ja, er raucht eine Cigarre. ... Ich? Nein, bewahre, ich rauche doch keine Cigarre!“

Ziegler-Brände nicht mehr im Sortiment

Im Nicht-Tabakwaren-Sortiment der 5thAvenue haben sich Veränderungen ergeben. Seit 2003 hatte die 5thAvenue in ihr Sortiment die drei Cigarrenbrände der „Edelobstbrennerei Ziegler“ aufgenommen und im deutschen Tabakwarenfachhandel angeboten.

Aufgrund einer Sortimentsausweitung im Bereich der Nicht-Tabakwaren (z.B. cubanischer Rum und Kaffee) hat die 5thAvenue gemeinsam mit der Firma Ziegler entschieden, dass diejenigen Kunden, die bereits Ziegler-Produkte von 5thAvenue bezogen haben, diese künftig direkt bei Ziegler ordern.

Die genannten Ziegler-Produkte können noch bis zum Jahresende von 5thAvenue bezogen werden. Danach wird darum gebeten, Bestellungen von Obstbränden direkt an die Firma Ziegler unter folgender Adresse zu senden: Gebr. Josef & Matthäus Ziegler GmbH, Hauptstraße 26, 97896 Freudenberg. Die 5thAvenue dankt der „Edelobstbrennerei Ziegler“ für die gute Zusammenarbeit und wünscht weiterhin viel Erfolg!

Ausverkauf: Cohiba-Krawatten

Wie die Herstellerfirma Aldeasa, Produzent der Cohiba-Krawatten in Lizenz von Habanos S.A., mitteilte, wird die Produktion von Cohiba-Krawatten zum Ende des Jahres eingestellt. 5thAvenue wird vorhandene Bestände abverkaufen.



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