



**ZUSAMMENGEFASST**



**Von der Elektro-Shisha bis zur goldummantelten Zigarre wird auf der Fachmesse Inter-tabac in Dortmund alles feilgeboten, was das Raucherherz erfreut. Einen hohen Stellenwert hat traditionell die handgerollte Zigarre. Hersteller aus aller Welt nützen die Gelegenheit, ihre Neuheiten zu präsentieren. Folgend einige Höhepunkte.**

Text & Fotos: Manuel Fröhlich

**H**umidor-Hersteller **Adorini** aus Deutschland präsentierte dieses Jahr neue Accessoires. Der Adorini Slim Cutter wird in Solingen hergestellt. In einer Gold- und einer Keramik-Variante überzeugt das hauchdünne Schneidwerkzeug mit einer Klingenhärte von 54 Rockwell. Schärfer gehts nicht. Umorganisiert hat Adorini den Vertrieb im Heimmarkt Deutschland. Für diesen ist neu die Firma Wolfertz zuständig. «Wolfertz vertritt unsere Produkte mit ihrem Aussendienst ideal», erklärt Adorini-Geschäftsführer Felix Spohn die neue Partnerschaft. Inzwischen ist das immer noch junge Unternehmen weltweit in 42 Märkten vertreten.

Über 30 Jahre dauert bereits die Partnerschaft zwischen **Joya de Nicaragua** und dem Schweizer Importeur Säuberli an. Joya de Nicaragua wurde 1968 gegründet und ist damit die älteste Zigarrenmarke Nicaraguas. Bekannt ist Joya de Nicaragua für kräftige Mischungen, erzählt Geschäftsführer Juan I. Martinez: «Wir waren ein Pionier im

Bereich der gehaltvollen Zigarren.» Mit der recht milden Linie Joya Red betritt die Marke jetzt Neuland. Alle Tabake der Mischung stammen aus Nicaragua. Die Kombination aus geschmacklicher Intensität und zurückhaltender Stärke soll insbesondere den europäischen Geniesser ansprechen. Wie erlebt das alteingesessene Unternehmen den aktuellen Nicaragua-Boom? «Der Tabakanbau hat sich enorm weiterentwickelt in den letzten Jahren. Neue Hersteller, die nach Nicaragua gekommen sind, sorgten für mehr Wettbewerb. Beides zusammen führte zu einem Qualitätssprung.»

Auf einer Erfolgswelle reitet auch dieses Jahr **Davidoff**. Zwei Produktlinien machen dem Unternehmen mit Sitz in Basel besonders viel Freude: Die Davidoff Nicaragua räumte alle wichtigen Preise der Branche ab, sorgte für ein zweistelliges Wachstum der Absatzzahlen und für über 400 neue Arbeitsplätze in der Dominikanischen Republik. Mit der grossen Davidoff Nicaragua Diadema und den Davidoff

Betritt Neuland: Juan I. Martinez, Geschäftsführer von Joya de Nicaragua



Nicaragua Primeros soll der Nicaragua-Blend für «neue Genuss-Situationen» verfügbar werden, sagt Albert Manzone, Senior Vice President Europe von Davidoff. Die zweite herausragende Neulancierung von Oettinger Davidoff ist der Relaunch von Camacho. «Die Zigarrenlinie spricht neue Kundengruppen an», erklärt Manzone den Erfolg. Nach einem fulminanten Start in der Schweiz, Deutschland und Frankreich wird Camacho nun in allen europäischen Ländern eingeführt.

Die Firma **Wolfertz** sicherte sich in den letzten Jahren einige Perlen der Boutique-Zigarren-Szene. In Deutschland vertreibt das Unternehmen neben Oliva auch Alec Bradley und die Marken von Ernesto Perez Carrillo. Dieser präsentierte auf der Inter-tabac persönlich seine neuen Projekte. Die kunstvolle Vista der «La Historia»-Linie zeigt seine Mutter und seine Tochter. Sie erzählt die Geschichte seiner Familie, die Wurzeln in Kuba hatte. Als Importeur von Alec Bradley darf sich Geschäftsführer Thorsten Wolfertz jedes Jahr auf eine

Vielzahl von Neulancierungen freuen. Die spektakulärste Neuheit dieses Jahr: die Alec Bradley Texas Lancero mit einem 70er-Ringmass. Wer sich diese texanische Art des Zigarrengenusses zutraut, muss zugreifen, bevor es zu spät ist. Die Auflage ist klein und limitiert. Zwei Höhepunkte aus der Accessoires-Abteilung von Wolfertz: Der Hygrometer «Puro Temp» von Xikar kann mit drei Satelliten-Messstationen mehrere Humidore gleichzeitig überwachen. Die Messwerte werden auf einer zentralen Konsole zusammengeführt. Und der neue Cutter «Xikar X8» bewältigt Zigarren mit einem Ringmass von bis zu 75.

Nur im Hinterzimmer und den wichtigsten Kunden zeigte **Woermann Cigars** die «Aging Room M20 fortissimo». Der Grund für die Heimlichtuerei auch hier: eine extrem limitierte Auflage. Am liebsten würden die Amerikaner ihre Filetstücke wohl gar nicht nach Europa schicken, doch die deutschen Importeure kämpfen für ihre Kunden. In grösseren Stückzahlen verfügbar und deshalb für

*Albert Manzone, Senior Vice  
President Europe von Davidoff*



alle Besucher sichtbar präsentierte Woermann die weiteren Neuheiten von Aging-Room-Macher «Boutique Cigars»: Die «Aging Room Bin No. 1», die «Swag Black» sowie die «La Bohème». Eine Herzensangelegenheit von Geschäftsführer Thomas Strickrock ist die neue Vertretung für die kanarische Marke «El Sitio» – eine bemerkenswert cremige und vollmundige Zigarre (siehe «Aufgefallen», Seite 1). Woermann hat mit diesem Deal seine Position als Kanaren-Spezialist weiter gefestigt.

Geheimnisvoll gab man sich am Stand von **Villiger**, wo sich die Neuauflage der «Celebration 125th Anniversary» begutachten liess. Über die Herkunft der Tabake oder den Herstellungsort wollte Geschäftsführer Peter Witzke keine Auskunft geben. Gerüchte besagen jedoch, dass die neue Villiger-Manufaktur in Brasilien bei der Herstellung eine Rolle spielt. Bereits vor zwei Jahren hat Villiger diese Zigarre zum 125-Jahr-Firmenjubiläum erstmals produziert. Eigentlich als limitierte Auflage, doch der Erfolg war so durchschlagend,

dass Villiger die Zigarre mit dem weichen und milden Geschmack nun fix ins Sortiment aufnimmt. Eine ähnliche geschmackliche Charakteristik weist die neue Villiger-1492-Linie aus der Dominikanischen Republik auf. Als «weich und cremig» beschreibt Peter Witzke ihren Geschmack. Villiger präsentierte an der Inter-tabac ausserdem die Marke Vega Fina mit der Neuheit «Vega Fina Nicaragua».

Die kubanische Vertriebsorganisation **Habanos SA** feiert dieses Jahr ihr 20-Jahr-Jubiläum. An der Inter-tabac richtete sie zum Geburtstag ein Dinner aus (siehe «Aus der Branche», Seite 71). Auf der Messe gab es die neuen «Por Larrañaga Picadores» und «Le Hoyo de San Juan» zu sehen. Im Allgemeinen folgt Habanos jedoch einer eigenen Agenda und präsentiert seine Neuheiten jeweils im Februar in Kuba.

Europäischen Geniessern ist **Drew Estate** als Hersteller von Marken wie Liga Privada, Undercrown oder exzentrischen Projekten wie «My Uzi weighs

*Nur im Hinterzimmer: Thomas Strickrock von Woermann Cigars*



a ton» bekannt. Zur Inter-tabac brachte Drew Estate aber die Acid-Linie mit – jene Marke, die in den USA den Grundstein für den Unternehmenserfolg gelegt hatte. Die Zigarren werden in einem geheimen Verfahren mit künstlichen Aromen veredelt und sind Geschmacks-sache. Diese Tradition führt Drew Estate mit der neuen «Tabak»-Linie weiter, die mit Kaffeenoten «infundiert» wird. Mit der «Kentucky Fire Cured»-Linie präsentierte Drew Estate ausserdem die erste Premium-Zigarre mit feuertrockneten Tabaken. Das Verfahren kommt sonst bei Pfeifen-, Schnupf- und Kautabak zur Anwendung. «In den USA ist ein grosser Hype um diese Zigarre entstanden; wir glauben, dass sich daraus eine grosse Marke entwickelt», sagt David Salem, International Sales Manager von Drew Estate.

Zum Platzhirsch unter den Zigarrenherstellern Costa Ricas hat sich **Brun del Ré** gemausert. Inzwischen ist das Unternehmen mit Wurzeln in St. Gallen in 14 Ländern präsent. Besonders gut läuft das Geschäft in den USA, in Asien und

im Heimmarkt Schweiz. An der Inter-tabac stellte die Firma die Premium Limited Edition mit einem Costa-Rica-Connecticut-Deckblatt vor; sie ist in den Formaten Churchill und Robusto erhältlich.

Bei **August Schuster** weiss man, wie der Hase läuft. Das traditionsreiche Unternehmen brachte einen ganzen Neuheiten-Strauss mit nach Dortmund. Die klassische «Casa de Torres»-Serie wird um ein trendiges 60x6-Format erweitert, dazu erscheint als Limited Edition ein Gran-Perfecto-Format. Originell die «Casa de Torres Pipa Nicaragua» in Pfeifenform. Eine Zigarre mit «Jö»-Faktor ist die «Ibis Mini»-Robusto mit einem Stückpreis von zwei Euro. Stolz präsentierte Geschäftsführer Philipp Schuster die «The Vintage Collection» von Maria Mancini und das zugehörige, selber entwickelte Kistchen. Das Unternehmen fungiert auch als Distributor für die Marke La Flor Dominicana. Das unbestrittene Highlight dieser Marke: ein Jar in der Form eines Bierkrugs, kreiert zum 20-Jahr-Firmenjubiläum.

*Auf Wachstumskurs: Carlos und Marcello Corazza von Brun del Ré*

