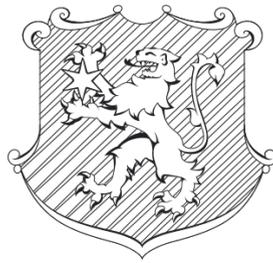


Premium News



Premium-News - die Zeitung für Freunde des guten Lebens

Im Internet unter: www.premium-shops.ch

Kreativer Connaisseur Gespräch mit Musiker und Starwerber Frank Bodin

Frank Bodin ist CEO der Werbeagentur Euro RSCG Schweiz und Präsident des Werbeverbands «bsw leading swiss agencies». Für seine Kreativität hat er unzählige Auszeichnungen erhalten. Im Gespräch mit Premium-News spricht Frank Bodin über Kreativität, den Reiz grosser Marken und seine persönlichen Genussvorlieben.

Herr Bodin, als Werber haben Sie über 500 nationale und internationale Auszeichnungen gewonnen. Was ist Ihr Erfolgsrezept?

Ich glaube es sind drei Faktoren, die es braucht, um erfolgreich kreativ zu sein: Ein angeborenes Talent, Passion, die einem vielleicht durch das Umfeld mitgegeben wurde, und Disziplin. Kreative sind Querdenker, die immer versuchen, Sachen neu zu betrachten. Und bis zu einem gewissen Grad kann man Kreativität auch managen. Das ist eine der Aufgaben einer Marketingagentur.

In einer Agentur arbeiten künstlerisch begabte Leute mit sehr rational denkenden Marketingplanern und Strategen zusammen. Die Schwierigkeit besteht darin, in diesem Spannungsfeld zu bestehen. Am besten gelingt dies, wenn die Mitarbeitenden in einer Agentur gerne und in einem guten Umfeld zusammenarbeiten.

Sie haben Musik und Jura studiert, bevor Sie in die Werbung gegangen sind. Sind Sie ein Schöngest ohne Skrupel?

Geplant habe ich den Schritt in die Werbung nicht. Aber als ich vor sechzehn Jahren über Nacht erfahren habe, dass ich doppelter Vater werden würde, musste ich überlegen, wie ich zu einem geregelten Einkommen kommen könnte. Die Werbung hat mir diese Möglichkeit damals geboten.

Dann habe ich gemerkt: Es entspricht mir. Ich habe in mir zwei Seiten: Eine kreative, und eine sehr rationale – übrigens zwei Eigenschaften die man auch als klassischer Musiker braucht. Am wichtigsten für den Erfolg ist aber die innere Überzeugung. Ohne Bezug und Leidenschaft für die Zigarre können Sie auch keine Havannas verkaufen!

Braucht auch ein gutes Produkt krea-

Übersicht

Cohiba Maduro 5

Linea Maduro 5 heisst die neue Zigarrenserie Cohiba. In der Schweiz feierten die exklusiven Zigarren Weltpremiere. 2

Der Zigarren-Doktor

Ein Schweizer erobert Berlin: Dr. Maximilian Herzog führt die zwei bekanntesten Zigarrenhäuser Berlins. 3

Lord of Glencairn

Lord of Glencairn stimmt in seiner Kolumne ein Loblied auf die Lust an. 3

Rauchzeichen in Bern

Zigarren-Aktion für einen Nichtraucher-schutz mit Augenmass. 4



Frank Bodin: «Warum nicht einen Espresso trinken und über die Dächer von Paris blicken?» (Bild A. Utzinger)

tive Werbung?

Unbedingt. Denn Kommunikation macht letztlich den Unterschied aus.

Warum braucht gerade ein gutes Produkt eine Marke? Es gibt unzählige Produkte, die irgendetwas von sich behaupten. Aber eine gute Marke zeichnet sich durch einen Mythos aus. Die Aufgabe von Werbung ist es, Bekanntheit mit einem Mythos zu schaffen. Wenn ich «Cohiba» höre, hat dieses Wort für mich einen gewissen Mythos, der auf Grund einer speziellen Historie, vielleicht durch Leuten, die eine Cohiba-Zigarre in der Hand hatten und Geschichten, die sie um die Marke ranken, entstanden ist. Selbst Anfänger wie ich wissen: Cohibas kommen aus Kuba.

Aber der Kenner würde auch ohne Marke auskommen?

Das denke ich nicht. Auch für den Kenner wird die Geschichte eines Produktes, die von der Marke transportiert wird, zu einem Teil des Genusserlebnisses. Menschen funktionieren nicht rational. Der rationale Mensch muss nur geboren werden, sich fortpflanzen und abtanken. Aber so ist das Leben ja nicht.

Durch die Marke wird ein gutes Produkt mit einem Lebensgefühl umgeben. Als Werber verbinden wir Information und Emotion. Die Emotionen einer Marke machen den kleinen Unterschied aus. Selbstverständlich muss die vermittelte Information der Wahrheit entsprechen. Schönmalen oder Dinge besser darstellen, als sie in Wirklichkeit sind, das funktioniert nicht. Ob Cohiba oder Porsche – hinter grossen Marken stehen immer auch grosse Leistungen.

Für etliche Genussmittel werden zurzeit Werbeverbote diskutiert. Wie stehen Sie als Werber zu dieser Frage?

Gegen Werbeverbote wehre ich mich entschieden. In einer liberalen Gesellschaft muss der Mensch das Recht auf Information haben. Freiwillige Selbstbeschränkungen, wie sie die Tabakbranche

kennt, sind sicher sinnvoll. Aber solange man im Laden ein Produkt legal erwerben kann, muss man darüber informieren dürfen. Dies gilt umso mehr, wenn man bedenkt, dass ein Werbeverbot vor allem grossen Konzernen hilft, die so ihre Marktanteile zementieren und ihren Profit erhöhen.

Werbung ist allgegenwärtig und heischt um unsere Aufmerksamkeit. Fühlen Sie sich als Werber mitverantwortlich für die zunehmende Hektik, für die Beschleunigung des Lebens?

Nun, wir alle sind nur ein Teil des Ganzen. Auch neue Technologien, das Internet oder die Medialisierung tragen zu dieser Entwicklung bei. An diesen äusseren Umständen kann man nichts ändern. Die Menschen müssen lernen, damit umzugehen.

Wir haben kürzlich festgestellt, dass sich die Produktivität in den Werbeagenturen in den letzten zehn Jahren verdoppelt hat. Der Mitarbeiter muss also in acht Stunden doppelt so viel leisten wie noch vor zehn Jahren. Das geht an die Substanz und muss kompensiert werden – sei es mit Ferien, mit dem Konsum eines Genussmittels oder anderen Dingen.

Ich glaube, es wird immer wichtiger, dass man sich im Alltag kleine Oasen und Freiräume schaffen kann. Es ist nun einmal so: Der Mensch entwickelt sich nicht so schnell weiter wie Computerspeicher.

Und Hektik und Kreativität verstehen sich wahrscheinlich auch nicht besonders gut?

Das ist absolut richtig. Ich selber schaffe mir meine Freiräume auf verschiedene Weise. Wichtig ist mir das Wochenende, das immer für mich und die Familie reserviert ist. Beim Abschalten hilft mir auch die Musik. Sitzt man am Klavier und spielt, vergisst man sehr schnell alles um sich herum. Wahrscheinlich hat mir das Klavier bisher den Gang zum Psychiater erspart.

Seit einigen Jahren versuche ich auch,

meinen Alltag im Geschäft etwas zu beruhigen. Warum nicht auf Geschäftsreisen einfach einen Flieger später nehmen und die Zeit nutzen, um eine Ausstellung zu besuchen, oder auf der Dachterrasse des Centre George Pompidou einen Espresso zu trinken und über die Dächer von Paris zu blicken? Solche Dinge geniesse ich.

Ist Frank Bodin auch ein kulinarischer Geniesser?

Als ich meinen ersten Vertrag als Creative Director unterzeichnete, wurde ich zu einem Essen eingeladen. Dort haben wir einen Wein getrunken, einen piemontesischen Gaja, der mich sehr beeindruckt hat. Ein Erlebnis, das mir geblieben ist. Und so habe ich die Freude an guten Weinen entdeckt. Seither subscribiere ich Bordeaux und mache hier und da mit Freunden eine Flasche auf.

Und wie sie sehen, steht in meinem Büro ein Humidor. Ich geniesse es sehr, im Sommer zusammen mit Freunden im Garten eine Zigarre zu rauchen. Die Gelegenheiten dazu sind aber eher rar – man braucht eben die Ruhe dazu.

Angenommen, Ihnen würde ein Budget für eine Werbekampagne nach Wahl zur Verfügung stehen. Wofür würden Sie werben?

Unsere Agentur macht immer wieder Werbung für gemeinnützige Zwecke. So unterstützen wir zum Beispiel das Zürcher Kammerorchester.

Mit einem freien Budget würde ich gerne eine Kampagne machen, die für die kleinen Gesten im Alltag wirbt, mit denen Menschen sich gegenseitig etwas Gutes tun können. Egal ob ein Engagement bei der Feuerwehr oder auch nur ein freundliches Wort – sehr viele Menschen leisten in irgendeiner Art Freiwilligenarbeit. Aber es besteht ein noch viel grösseres Potential. Wenn sich jeder von uns täglich fragen würde: Wem kann ich heute einfach so etwas Gutes tun, dann wäre das ein unglaublicher Wert.

Luxus Zeit

Voller Eifer stürzen wir uns jeden Tag in die Aufgaben, die das Leben für uns bereit hält. Schreiben Mitteilungen und Berichte, konferieren und telefonieren. Und beiläufig informieren wir uns im grenzüberschreitenden Internet über die neusten Geschichten aus aller Welt. Das Leben scheint sich zu beschleunigen. Was wir tun, soll immer schneller werden, immer besser, in allen Bereichen des Lebens. Langeweile – wer kennt das noch?

In dieser Ausgabe der Premium-News machen wir uns auf die Suche nach der verloren gegangenen Langsamkeit. Für den Starwerber und Musiker Frank Bodin sind Gelassenheit und ein freier Geist die Grundvoraussetzung für seine Arbeit. Inspirieren lässt sich der kreative Geniesser durch seine Musik, ein feines Glas Wein oder die Zeit, die er mit seiner Familie verbringt. Im Premium-News-Interview spricht der kreative Kopf und CEO der Werbeagentur Euro RSCG Schweiz über den Reiz grosser Marken, über Werbeverbote und über die Schönheit von Paris. Und er erzählt, wie es ihm immer wieder gelingt, die Hektik des Alltags hinter sich zu lassen.

Geduld und viel Zeit sind auch die Ingredienzen für eine aussergewöhnliche Zigarrenneuheit, die im vergangenen Sommer vorgestellt wurde: Die Cohiba Linea Maduro 5. Genios, Mágicos, und Secretos heissen die drei neuen Formate, die das Angebot der legendären Zigarrenmarke Cohiba ergänzen. Die exklusiven Havannas werden aus dunklen, fünf Jahre gereiften Tabakblättern gerollt. So entsteht ein aussergewöhnliches Luxusprodukt, das den Geniesser mit einer seltenen Finesse und aromatischen Komplexität beschenkt. In dieser Premium-News-Ausgabe berichten wir über die Maduro 5-Weltpremiere in Zürich und stellen die neue Zigarrenlinie vor.

Auch für den Zigarrenhändler Dr. Maximilian Herzog aus Berlin hat der Genuss einer Zigarre viel mit Entspannung und Langsamkeit zu tun. Das Spezialgebiet des promovierten Psychologen mit Schweizer Wurzeln, der in der deutschen Hauptstadt zwei Zigarrenhäuser betreibt, ist die phänomenologische Psychologie. Riechen, Schmecken, Fühlen, Tasten – die Welt der «niederen Sinne». Wir haben den Zigarren-Doktor in Berlin besucht und stellen ihn im Portrait vor. Die lange Reise nach Berlin haben wir auch aus einem anderen Grund angetreten: Nach bald sieben erlebnisreichen Jahren im Schweizer Markt wagen wir mit unserem Zigarrengeschäft den Schritt nach Deutschland. Partner unseres neuen Online-Shops Premium-cigars.eu ist Herzogs renommierter Zigarrengeschäft Zigarren-Herzog aus Berlin.

Eine feine Zigarre, ein duftender Espresso oder ein gutes Glas Wein können uns fantastische Genusserlebnisse schenken. Indem uns Genussmittel helfen, zu Ruhe zu kommen und zu entspannen, können sie uns aber auch die Tore zu einem anderen kostbaren Gut öffnen. Zum vielleicht wertvollsten Luxus dieser Tage: Zeit.

Manuel Fröhlich, Geschäftsführer Premium-Handelswaren GmbH



Kostbares Kleid: Die drei Formate der neuen Linie Cohiba Maduro 5 werden von einem fünf Jahre gereiften, dunklen Deckblatt umhüllt. (Bilder Intertabak AG)

Magie, Genie und Geheimnis

Maduro 5 – die neue Zigarrenlinie von Cohiba

Das legendäre Zigarrenlabel Cohiba erhält Zuwachs. Erstmals haben die kubanischen Zigarrenspezialisten mit der neuen Cohiba Línea Maduro 5 eine reguläre Zigarrenlinie auf der Basis von dunklen Maduro-Deckblättern vorgestellt. In Zürich feierte die exklusive Neuheit ihre Weltpremiere.

In Kuba ticken die Uhren etwas langsamer. In den bedächtigen, staatlich kontrollierten Zigarrenmanufakturen entstehen Tag für Tag wundervolle Zigarren, die Aficionadas und Aficionados auf der ganzen Welt begeistern. Neuheiten und Innovationen bringt die kubanische Zigarrenindustrie seit der Machtübernahme durch Fidel Castro und die Verstaatlichung der Manufakturen dagegen eher selten hervor. Entsprechend gross war die Aufregung unter den Zigarrenliebhabern, als Kuba die neue Zigarrenlinie Cohiba Línea Maduro 5 ankündigte.

Lebende Legende

Cohiba, der Inbegriff der Havan-

na-Zigarre, gilt als das exklusivste Zigarrenlabel Kubas. Die Cohiba ist die Zigarre Fidel Castros. Kurz nach der Revolution wurde der «Maximo Líder» auf eine Zigarre aufmerksam, die sein Leibwächter Chicho rauchte. Dessen Freund fertigte die exquisiten Havannas für den eigenen Gebrauch. Castro war begeistert und liess die Zigarren fortan für sich herstellen. Zuerst nur ein Format: Die legendäre Cohiba Lanceros, eine schlanke Vitola mit einem charakteristischen Zöpfchen am Kopfende.

Ihren grossen Namen haben sich die Zigarren von Cohiba während ihrer über vierzigjährigen Geschichte erarbeitet. Der Ruhm der Havannas mit der berühmten orange-schwarz-weissen Bauchbinde mit dem Indianerkopf gründet auf einer überragenden Qualität der verarbeiteten Tabake. Anders als alle anderen Havannas wird der Tabak für die Cohibas einer dritten Fermentation unterzogen. Zudem geniessen die Mischer der Cohiba-Manufaktur El Laguito das Recht, als erste aller Zigarrenhersteller Tabakblätter einer neuen Ernte auszuwählen. So konnte die Premium-Qualität der legendären Cohiba-Zigarren immer gewährleistet werden.

Das Wort Cohiba stammt aus der

Zeit der präkolumbianischen Indianer. In ihrer Sprache bedeutete Cohiba «Tabak». Wie die Marke Trinidad hat auch die Cohiba eine Vergangenheit als Diplomatenzigarre. Bevor die erste Cohiba auf den Markt kam, wurde sie von der Regierung Fidel Castros an Diplomaten und Regierungsvertreter verschenkt. Bis heute umgibt die Marke Cohiba einen Hauch von Weltpolitik und Macht.

Weltpremiere in Zürich

Im vergangenen Sommer wurde in Zürich der rote Teppich ausgerollt. Zum ersten Mal überhaupt wurde der Schweiz die Ehre zuteil, der Welt eine neue Havanna-Zigarre präsentieren zu dürfen. Gespannt warteten geladene

Die Línea Maduro 5 setzt der Königin der Havannas die Krone auf.

Gäste und viel Zigarrenprominenz auf die Weltpremiere der neuen Cohiba-Zigarren. Nach einem exquisiten Diner, das vom Schweizer Habanos-Importeur

Intertabak ausgerichtet wurde, hatten die drei Maduro 5-Formate unter dem Beisein der kubanischen Botschafterin in der Schweiz, Señora Ana María Rovira, ihren ersten grossen Auftritt.

Dunkles Geheimnis

Das Geheimnis der Línea Maduro 5 sind die kostbaren, fünf Jahre gereiften Deckblätter. Das dunkle Kleid erhalten die Zigarren durch einen natürlichen Fermentationsprozess, der eine Reifezeit von mindestens zwei Jahren voraussetzt. Nur die dicksten Blätter vom obersten Teil der Tabakpflanze eignen sich für dieses Verfahren. Insgesamt reift der Tabak fünf Jahre – deshalb der Name Cohiba Maduro 5. Das Resultat der aufwendigen und kostspieligen Herstellung ist mehr als überzeugend: Die Zigarren begeistern mit komplexen Aromen, süssen Noten und einem abgerundeten, feinen Geschmack.

Cohiba – die ungekrönte Königin Kubas. Nach dem Willen der Verantwortlichen von Habanos SA, der kubanischen Vertriebsgesellschaft, welche die Havanna-Produktion kontrolliert, soll der legendären Marke mit der Línea Maduro 5 die Krone aufgesetzt werden.

Die Namen der drei Formate – Genios, Mágicos und Secretos – sollen an das erinnern, was eine kubanische Zigarre ausmacht: An das Genie der Menschen, die in den Verarbeitungsprozess involviert sind. An die Geheimnisse des Tabakanbaus. Und an das kleine bisschen Magie, das eine Havanna von einer normalen Zigarre unterscheidet.

Gewinnspiel

Exklusiv verlosen wir drei 10er Kistchen Cohiba Maduro 5 Mágicos mit einem Gesamtwert von über SFr. 800.00. Die wundervollen Havannas begeistern mit einem eleganten Geschmack und einer komplexen Aromatik.

Sichern Sie sich Ihre Gewinnchancen: Aus der Schweiz unter www.premium-cigars.ch.ch/maduro5, aus Deutschland unter www.premium-cigars.eu/maduro5. Teilnahmeschluss ist der 30.11.2008. Viel Glück!

Degustation

Cohiba Maduro 5 Mágicos

Wenn die legendäre Havanna-Manufaktur Cohiba eine neue Zigarrenserie lanciert, sind die Erwartungen hoch. Die Cohiba Maduro 5 Mágicos macht ihrem grossen Namen vom ersten Zug an alle Ehre. Über den Geniesser brechen exotische Fruchtaromen herein, vergleichbar vielleicht mit dem Geschmack von getrockneten Bananen. Die ersten Eindrücke muten cremig und dunkel an. Erinnerungen an die legendäre Cohiba Sublimes werden wach.

Was folgt ist ein wahres Feuerwerk der Aromen. Röstaromen, Vanille-Noten, leicht süsslich, tauchen auf. Mit

jedem Zug entwickelt sich der Mágicos-Geschmack. Der Rauch wird würziger, feine Pfeffernoten gesellen sich entfernt hinzu, bis sich die Aromen schliesslich zu einem komplexen Gesamtkunstwerk vermischen und vermengen.

Vergleicht man die Cohiba Maduro 5 Mágicos mit den klassischen Cohiba-Formaten, so ähneln sich die beiden Mischungen in manchem, unterscheiden sich aber in ihrer geschmacklichen Konsistenz. Während die Cohibas der Siglo-Linie einen eher fettigen, vollen Körper haben, gibt sich die Maduro-Linie zurückhaltender und bietet dem Geniesser

bis zum Schluss ein leichtes, aber sehr aromatisches Rauchvergnügen.

Die Cohiba Maduro 5 Mágicos will als Solistin genossen werden, am Nachmittag, wenn die Geschmacksnerven noch aufnahmebereit sind. Nach dem Kauf ist etwas Geduld gefragt. Bisherige Erfahrung zeigen, dass die Zigarren der Cohiba Maduro 5 Linie wenn möglich einige Wochen im Humidor ruhen sollten, wenn sie frisch aus Kuba in der Schweiz eingetroffen sind. Dann bietet die Cohiba Maduro 5 Mágicos dem Geniesser einen wirklich einzigartigen, magischen Rauchgenuss.



Der Zigarren-Doktor

Ein Schweizer Zigarrenhändler erobert Berlin

Der gebürtige Schweizer Dr. Maximilian Herzog ist der Inhaber von Zigarren-Herzog in Berlin. Sein Geschäft gehört zu den besten Zigarrenhäusern Deutschlands. Neben seiner Arbeit als Zigarrenhändler befasst sich der promovierte Psychologe mit der Psychologie des Zigarrengenusses.

«Rauchen hat viel mit Rhythmus zu tun. Jeder Mensch hat einen eigenen Rhythmus – der gestresste Mensch einen anderen als der entspannte. Beim Rauchen gibt die Zigarre den Rhythmus vor: Man kann nicht beliebig an ihr ziehen oder zu lange warten. Nur wenn man den richtigen Rhythmus gefunden hat, schmeckt sie optimal. In der Regel ist der Rhythmus der Zigarre viel langsamer als derjenige von uns Menschen. Das Ergebnis: Ein wunderbarer Entspannungseffekt.»

Der Mann, der dies sagt, weiss, von was er spricht. Dr. Maximilian Herzog ist nicht nur passionierter Aficionado und engagierter Zigarrenhändler. Das Spezialgebiet des promovierten Psychologen mit Schweizer Wurzeln ist die phänomenologische Psychologie. Riechen, Schmecken, Fühlen, Tasten – die Welt der «niederen Sinne».

Genussinsel in Berlin

Nach Berlin kam Herzog durch einen Lehrauftrag der technischen Universität Berlin. Vor fünfzehn Jahren entschied sich Herzog dann, seine Zigarren-Passion zum Beruf zu machen, und eröffnete in Berlin ein eigenes Zigarrenhaus.

Heute ist das Geschäft am Ludwigs-

kirchplatz eine ruhige Genussinsel, mitten in Berlin. Der Herr des Hauses führt den Besucher vom hellen Entree in den grossen begehbaren Humidor. Hier stapeln sich auf hohen Regalen Zedernholzkisten, in denen die kostbaren Zigarren lagern. Herzog verkauft nur handgerollte Premium-Zigarren. Seine Sortimentspolitik ist einfach: «Ich kaufe ein, was mir auch selber schmeckt».

Neben der Kasse lodert das «ewige Licht des Zigarrengenussers», eine kleine, gasbetriebene Flamme, immer bereit, um eine Zigarre zum Leben zu erwecken. Ein Fundstück aus den 1920-er Jahren. Im angrenzenden Rauchersalon liegt ein aromatischer Duft in der Luft. Bequeme Stühle laden zum Verweilen ein. Was Maximilian Herzog über den Rhythmus des Zigarrenrauchens sagt, liegt hier greifbar in der Luft.

Zeit – der wahre Luxus

Die Leidenschaft für den Zigarren-genuss hat dem Schweizer in Berlin viel Renommee eingebracht. Vor neun Jahren konnte Herzog in Berlin mit der Casa del Habano, einem Geschäft für kubanischen Zigarren-Spezialitäten, sein zweites Geschäft eröffnen. Und als Maximilian Herzog zum Hombre Habano del Año nominiert wurde, gab es eine anerkennende Umarmung von Fidel Castro persönlich.

Was macht für Maximilian Herzog die Faszination der Zigarre aus? «Zigarrenrauchen hat viel mit dem Entdecken von komplexen Aromen zu tun. Es geht um Genuss und um den Luxus, genügend Zeit dafür aufbringen zu können.»

Wir sitzen am schweren Holztisch im Salon. Der Rauch der Havannas füllt langsam den Raum. Fürwahr: Hier lässt es sich gut sinnieren.



Zwei Schweizer in Berlin: Manuel Fröhlich von der Premium-Handelswaren GmbH (l.) und Dr. Maximilian Herzog von Zigarren-Herzog.

Premium-cigars.eu

Die Premium-Handelswaren GmbH wagt den Schritt nach Deutschland. Partner des neuen Online-Shops www.premium-cigars.eu ist das Zigarrenhaus Zigarren-Herzog aus Berlin.

Vor sechs Jahren hat das junge Schweizer Unternehmen Premium-cigars.ch mit der Eröffnung eines einfachen Internet-Shops seine Geschäftstätigkeit aufgenommen. In der bedächtigen Tabakindustrie stiess das Jungunternehmen mit seinen Ideen zu Beginn auf taube Ohren. Dem Internet konnten die Zigarren-Importeure kaum etwas Gutes abgewinnen. Aus der Not machte Premium-cigars.ch eine Tugend: Das Unternehmen schloss sich mit einem etablierten Zigarren-Fachhändler, dem Unternehmen LaCorona aus Rapperswil, zusammen. Ein Geschäftsmodell, das den Erfolg brachte. Gemeinsam mit dem Partner aus dem Fachhandel hat sich Premium-cigars.ch auf dem Schweizer Markt etabliert.

Zusammen mit dem renommierten Zigarrenhaus Zigarren-Herzog aus Berlin wagt das virtuelle Zigarren-Unternehmen, das inzwischen zur Premium-Handelswaren GmbH gehört, jetzt den Schritt nach Deutschland. Zigarren-Herzog, eine der besten Adressen im deutschen Zigarren-Geschäft, ist der Garant dafür, dass das Kunden-Versprechen von Premium-cigars.eu - erstklassige Qualität, hohe Liefergeschwindigkeit und ein sprichwörtlicher Premium-Service - jederzeit eingelöst werden kann.

www.premium-cigars.eu



Palacio Real – Madrid: Die Madrilenen als grosse Meister des Hedonismus (Bild Ch. Höfliger)

Lord of Glencairn

Lust am Leben

Glücklich ist der tüchtig handelnde Mensch. Diese Ansicht vertrat zumindest der griechische Philosoph Aristoteles. Sokrates und Platon dagegen waren der Meinung, dass derjenige glücklich sei, der über eine harmonische Seele verfüge. Etwas Wichtiges sei dabei unberücksichtigt geblieben, stellte dazu einige Jahre

später Epikur fest: «Das Ziel des Lebens ist die Lust (griech. hedoné)».

Hedonismus, ein Unwort für viele, wenigstens wenn es so interpretiert wird, wie wir es heute in der Regel tun. Uneingeschränkte Genussucht ohne Rücksicht auf Gesundheit und Mitmenschen. Lassen wir die Sucht weg und bleiben wir

beim Genuss. Was braucht es denn wirklich dazu? Nicht viel, wie uns das obige Bild der drei Madrilenen im Park des Palacio Real beweist. Eine Sitzgelegenheit, ein Platz an der Sonne und vielleicht noch ein kleines Transistor-Radio (Ja die gibts noch! Mindestens in Spanien), um sich ein wenig berieseln zu lassen vom neuesten Klatsch über die Königsfamilie und Real Madrid. Mehr nicht. Ist doch eigentlich ganz einfach, oder nicht? Überhaupt schien es mir auf meiner ausgedehnten Reise durch Spanien, dass dort, trotz Teuro, alles noch etwas anders läuft, et-

was bedächtiger und nicht so vom Geld besessen. In der königlichen Kirche in Madrid habe ich ein klassisches Konzert mit Bach-Kantaten gehört, auf hohem Niveau wohlgeartet, nicht einfach eine offene Probe des Madrider Hausmänner-Orchesters. Wo gibt es soetwas noch?

Die Lust am Genuss hat nichts mit dem grossen Geld zu tun, viel mehr damit, dass man offen ist. Offen für das, was auf einen zukommt und was einem das Leben alles bietet. Versuchen Sie einmal, einen Sonntagnachmittag mit einem Fünfliber zu verbringen und beobachten

Sie, was dann passiert. Oder machen Sie's wie ich: Vergessen Sie von Zeit zu Zeit Ihre Brieftasche in der anderen Jacke, – ja genau, in der, die sie gestern an hatten – das zwingt Sie dazu, einen freien Tag nur mit etwas Münz auszukommen. Kramen sie die letzten Rappen und Franken aus der Hosentasche: «Ha, just 4 Franken 80, das reicht gerade für ein Säckli Marroni». Und glauben Sie mir: Es werden die besten Marroni sein, die Sie seit langem gegessen haben.

Besuchen Sie den Lord of Glencairn im Internet unter www.glencairn.ch

Vermischte Meldungen

Premium-blog.ch

Der Rauch von Zigarren hat grosse Geister beflügelt, dem Kaffee wurden Gedichte und Kantaten gewidmet. Genussmittel haben eine eigene Kultur. Themenblogs lassen diese Kultur im Internet wieder aufleben.

Blogs sind im Trend. In unregelmässigen Abständen werden in so genannte Blogs online Beiträge zu ganz unterschiedlichen Themen publiziert. Leserinnen und Leser haben die Möglichkeit, das Geschriebene zu kommentieren. Der Name Blog leitet sich vom englischen Weblog ab, was soviel wie Internet-Tagebuch bedeutet.

Seit über einem Jahr nutzen auch die Premium-Shops das zukunfts-trächtige Medium Blog. In unserem Kaffee Blog publizieren wir Beiträge zu Themen rund um den Kaffeegenuss. Vor einigen Monaten haben wir zudem den etablierten Cigar Blog übernommen. Geschichten, News, Forschungsergebnisse oder Fundstücke aus dem Internet – die Blogs leben die Genussskultur und bieten Geniesserinnen und Geniessern eine Plattform für den gegenseitigen Austausch.

Das neue Internet-Portal Premium-blog.ch fasst jetzt die neusten Nachrichten und Kommentare aller Premium-Blogs zusammen.

www.premium-blog.ch

The Cigar Wiki

Die Online-Enzyklopädie Wikipedia ist jedem Internetbenutzer ein Begriff. Das geniale Funktionsprinzip von Wikipedia: Die Beiträge werden von den Benutzern geschrieben, jeder Leser kann mit seinem Fachwissen zur Weiterentwicklung beitragen. Mit The Cigar Wiki ist jetzt eine Enzyklopädie nur für Zigarren gestartet.

The Cigar Wiki soll – wie das grosse Wikipedia – als Gemeinschaftswerk wachsen und Interessierten eine kompetente Anlaufstelle zu allen Themen rund um den Zigarrengenuss werden. Die Grundlage hierzu wurde mit der Unterstützung des Projekts durch die Habanosimporteure von Deutschland und der Schweiz und den Branchendoyen Heinrich Villiger bereits gelegt. Die Supporter haben für das nicht-kommerzielle Projekt mutig und entschlossen ihr Archiv geöffnet und unzähliges Material zur Verfügung gestellt.

Initiant des innovativen Projekts ist der Web 2.0 Pionier Hans Fischer, der Gründer des bekannten Cigar Blogs. The Cigar Wiki, so die Vision von Initiant Hans Fischer, soll dem Kulturgut Zigarre im deutschsprachigen Internet den Platz einräumen, der ihm gebührt. Der Grundstein dafür ist mit der Gründung des Cigar Wikis gelegt.

www.cigar-wiki.com

Impressum

Premium-News

Kundenzeitung des Unternehmens Premium-Handelswaren GmbH mit den Online-Shops Premium-cigars.ch, Premium-cigars.eu, Premium-kaffee.ch und Premium-wein.ch

Herausgeber

Premium-Handelswaren GmbH
Zürcherstrasse 203, 9014 St.Gallen
Telefon +41 (0)71 534 08 95
www.premium-shops.ch

Redaktion und Texte

Manuel Fröhlich und Christian Höfliger (Lord of Glencairn).

Copyright

Alle Rechte vorbehalten. Jede Verwendung der redaktionellen Texte bedarf der schriftlichen Zustimmung durch den Herausgeber.

Rauchzeichen für die Zigarre

Für einen Nichtrauchererschutz mit Augenmass



Zigarrenlounge vor dem Bundeshaus: Parlamentarier geniessen eine Premium-Zigarre. (Bild Hugphotos)

Im Oktober hat der Schweizer Nationalrat das Gesetz zum Schutz vor Passivrauch beraten. Anders als von Kommission und Bundesrat vorgesehen, hat sich der grosse Rat für eine liberale Umsetzung des Gesetzes ausgesprochen. Ihre Finger mit im Spiel hatten dabei auch die Zigarrenhändler Premium-cigars.ch und LaCorona.

«Dürfen wir Ihnen nach dem Essen in unsere Smokerlounge eine feine Zigarre offerieren?» Dieses Angebot haben Anfang Oktober Andreas Stachl vom Zigarrengeschäft LaCorona und Manuel Fröhlich von Premium-cigars.ch

den Parlamentariern in Bundesbern gemacht. Die Lounge, in die geladen wurde, stand Mitten auf dem Bundesplatz.

Mit dieser Aktion setzten sich die zwei Fachhändler gegen die drohenden restriktiven Rauchverbote in der Gastronomie ein. Im Visier hatten die beiden Zigarrengeniesser das Gesetz zum Schutz vor Passivrauch, das nach dem Willen der vorberatenden Kommission und des Bundesrates ein ausnahmsloses Rauchverbot in öffentlichen Räumen, am Arbeitsplatz und in der Gastronomie vorsah. Ein Gesetz, von dem auch die Zigarre betroffen gewesen wären: Auch in Smokerlounges und Fachgeschäften mit integriertem Loungebetrieb wäre der Genuss einer Zigarre nicht mehr erlaubt gewesen.

In Bern setzten sich Fröhlich und

Stachl für einen Nichtrauchererschutz mit Augenmass ein. Andreas Stachl: «Wir wollten zeigen, dass wir nicht einverstanden sind mit dem staatlich diktierten Gesundheitswahn». Und Fröhlich ergänzt: «Die Zigarre ist ein Genussmittel. Wer verantwortungsvoll mit Tabak umgeht, soll auch rauchen dürfen.»

Dieser Ansicht war offensichtlich auch ein beachtliches Grüppchen von Parlamentariern, welches das Angebot der engagierten Zigarrenhändler annahm und vor dem Bundeshaus eine Zigarre paffte. Gut möglich, dass die aromatischen Rauchschwaden den einen oder anderen Volksvertreter versöhnlich stimmten. Der Entscheid des Schweizer Parlaments: Smokerlounges und Fumoirs mit Bedienung sind weiterhin erlaubt.



Genussmenschen

No sports?

Sport und und das gute Leben – das sind die beiden Welten, in welchen sich der Sportmodehändler Otto «Otti» Büsler bewegt. Mit dem Lifestyle-Sportlabel «Luis Trenker» bringt er seine bei-

den Leidenschaften unter einen Hut. Im Bild genießt der passionierter Zigarrenliebhaber eine Partagas Série P No. 2 mit einem vierzehnjährigen Bunnahabain Single Malt Whisky.

Einladung zum Genuss

Werden Sie nächster Genussmensch. Premium-News lädt ein zum gemütlichen Gespräch mit Zigarre und Getränk nach Wahl. Interessiert? Schreiben Sie uns auf genussmenschen@premium-shops.ch. Wir freuen uns!

Premium-News

Premium-cigars.eu

Der Schweizer Online-Shop Premium-cigars.ch kommt nach Deutschland. Der neue Online-Shop Premium-cigars.eu bedient in Partnerschaft mit dem renommierten Zigarrenhaus Zigarren-Herzog aus Berlin Zigarrenliebhaberinnen und -liebhaber aus Deutschland. Dem Konzept von Premium-cigars.ch bleibt der deutsche Shop treu: Im Mittelpunkt steht eine exklusive Produktauswahl und der sprichwörtliche Premium-Service.

Degustations-Aktionen

Über den Geschmack kann man, je nach Interpretation, nicht, oder eben vortrefflich streiten. Ob ein genussvolles Produkt persönlich schmeckt, lässt sich am besten herausfinden, wenn man es probiert. Deshalb führen die Premium-Shops regelmässig Degustationsaktionen durch. So haben Sie die Gelegenheit, neue Produkte aus unserem Sortiment unverbindlich kennen zu lernen. Informationen über laufende Degustationen finden Sie in unseren Internet-Shops.

Sommer-Wettbewerb

Bei der zweiten Auflage des Premium-Shops Sommerwettbewerbs haben noch mehr Teilnehmer um noch attraktiveren Preise gespielt. Insgesamt durften wir Sachpreise im Wert von über 4000 Franken verlosen. Den vom Unternehmen Germing Frey (www.germingfrey.com) offerierte Hauptpreis, eine Woche Traumferien im Koyao Island Resort auf der Insel Koh Yao in Thailand, hat Frau Dittrich aus Köln gewonnen. Zusammen mit ihrem zukünftigen Ehemann wird sie in Thailand ihre Flitterwochen verbringen.

Neue Produkte

Das Sortiment von Premium-Shops ist um einige genussvolle Produkte erweitert worden. Cum-pay heisst eine Zigarrenrouvaille aus Nicaragua. Die aromatischen Zigarren werden von der erfolgreichen Zigarrenproduzentin Maya Selva hergestellt. Auch die Zigarren der Bock y Ca. Golden Edition, eine vollmundige Entdeckung aus der Dominikanischen Republik, haben wir in unser Sortiment aufgenommen. Neu in der Schweiz erhältlich ist auch die mild-aromatische Classic-Linie von AVO. Exklusive Accessoires der Schweizer Manufaktur Caran d'Ache findet der Zigarrenliebhaber neu in der Zuebhörabteilung von Premium-cigars.ch. Das Kaffeesortiment haben wir mit zwei neuen Marken ergänzt: Von Blaser Café, der traditionsreichen Rösterei aus Bern, führt Premium-kaffee.ch die beiden Spitzenröstungen. Exklusiv in die Schweiz importiert Premium-kaffee.ch die Espresso-Röstungen der neapolitanischen Rösterei Izzo Caffè.

Lounge-Verzeichnis

Zigarrengeniesserinnen und -geniessern weht in diesen Tagen mancherorts ein rauer Wind entgegen. «Zigarrengeniesser willkommen!» heisst es garantiert in allen Lokalen, die im neuen Smokerlounge-Verzeichnis von Premium-cigars.ch eingetragen sind. Inzwischen umfasst das Verzeichnis einige Dutzend zigarrenfreundliche Restaurants, Bars und Lounges aus der ganzen Schweiz. Zu finden ist das Verzeichnis auf www.premium-cigars.ch im Menu «Information».