



## HINTER FEINDLICHEN LINIEN

Einige amerikanische Geschäftsleute, die Anfang Dezember auf Besuch in Australien waren, sahen zum ersten Mal Zigarren in standardisierten Verpackungen. Sie fragten: „Was ist in diesem Land passiert?“

*A*ls ich 2006 meinen ersten Beitrag für das European Cigar Cult Journal (wie es damals noch hieß) schrieb, berichtete ich über die kleine, aber aufstrebende Zigarren-Szene in „Down Under“. Trotz der hohen Tabakeinfuhrzölle waren die australischen Zigarrenhändler mit der Marktsituation und der relativen Freiheit, die ihre Kunden genossen, zufrieden. Wie sich die Zeiten geändert haben!

Seit 1. Dezember 2012 halten sich Tabakhändler an das sogenannte Plain-Packaging-Gesetz (Tobacco Plain Packaging Act). Dieses wurde mit der Absicht geschaffen, den australischen Tabakkonsum von derzeit 15% zu reduzieren und betrifft in erster Linie Zigaretten, die den Großteil davon ausmachen. Obwohl Premiumzigarren nur 0,011% des gesamten Tabakkonsums Australiens ausmachen, haben die Anti-Tabak-Gesetze nie zwischen den verschiedenen Arten von Tabak unterschieden.

Noch lange bevor der Oberste Gerichts-

hof Australiens die von führenden Tabakkonzernen, darunter British American Tobacco, Philip Morris und Imperial Tobacco, eingebrachte Klage zurückwies, arbeiteten Zigarrenvertreiber in Australien, wie die Pacific Cigar Company und Scandinavian Tobacco Group, fieberhaft daran, zu gewährleisten, dass ihre Produkte den neuen Gesetzen entsprechen und Einzelhändler mit Zigarren versorgt werden würden, die sie legal verkaufen durften.

Die im September 2012 eingeführten Rechtsvorschriften hinsichtlich der Nutzung des Internets haben ebenfalls beträchtliche Auswirkungen auf Einzelhändler. Diese dürfen keinerlei Bildmaterial von Zigarren auf ihre Website stellen und auch keine Geschmacksbeschreibungen wie „Kaffeenoten“ verwenden, da nun beides als eine Form von Werbung gilt. Alle Websites dürfen nur Name, Format und Preis der Zigarren auflisten.

Im Gegensatz zu den Anstrengungen von Organisationen wie Cigar Rights of



## AUSTRALIA

Text und Fotos von · Text and Photos by  
SAMUEL SPURR



**Norman Stein: „Suspekte Zigarren hat es schon in der Vergangenheit am australischen Markt gegeben und diese Gesetzgebung macht das Auftauchen von Fälschungen nur noch leichter.“**

**Norman Stein: “Suspect cigars have previously made it onto the Australian market and this legislation simply makes it easier for fake cigars to hit the market.”**

# BEHIND ENEMY LINES

Some American businessmen visited Australia in early December and saw plain packaged cigars for the first time. They asked: “What has happened to your country?”

Writing my first piece for the European Cigar Cult Journal (as it was called) in 2006, I reported on the small but thriving cigar scene Down Under. Despite high tobacco import duties, Australian cigar retailers were content with the state of the market and the relative freedom their customers enjoyed. How times have changed. Tobacco retailers have complied with the Plain Packaging legislation (Tobacco Plain Packaging Act) since December 1, 2012. Intending to lower the rate of tobacco consumption in Australia from the current rate of 15%, the legislation primarily targets cigarettes, which make up the bulk of Australia’s tobacco consumption. Despite premium cigars contributing just 0.011% of total tobacco consumption in Australia, tobacco control legislation has never distinguished between different forms of tobacco.

Well before the Australian High Court rejected the challenge mounted by ma-

major tobacco companies, including British American Tobacco, Philip Morris, and Imperial Tobacco, cigar distributors in Australia, including the Pacific Cigar Company and Scandinavian Tobacco Group, worked frantically to en-

sure that their products would comply with the new laws and ensure retailers would have cigars they could legally sell.

Introduced in September 2012, legislation affecting retailers’ use of the



**Nachdem die gold-rot-weiße Banderole der legendären Hoyo de Monterrey Marke durch Pantone 448C ersetzt wird, müssen Konsumenten größeres Vertrauen in ihre lokalen Zigarrenhändler setzen**  
**With the gold, red, and white band of the legendary Hoyo de Monterrey marca being replaced by Pantone 448C, consumers must now place even greater trust in their local cigar retailer**



**L.:** Gary Kuper: „Ich bin enttäuscht, dass man Zigarren auf eine Ebene mit illegalen Drogen stellt.“

**R.:** Alle Blickfänge und Kunstwerke, die einst zum Reiz des Kaufs von Zigarrenkisten beitrugen, darunter Echtheitsiegel und -zertifikate der Hersteller, sind nun illegal

**L.:** Gary Kuper: “I’m disappointed that cigars have been put into the same category as illicit drugs.”

**R.:** Once adding to the allure of buying boxes of cigars, all vistas and artwork – including manufacturer’s seals of authenticity and certification, are now illegal

America (CRA) und International Premium Cigar & Pipe Retailers Association (IPCPR), die die Interessen von Millionen Zigarrenliebhabern in Nordamerika vertreten, war die kleine Gruppe der lokalen Zigarren-Gemeinschaft, die ihre Anliegen vorbrachte, eine winzige Bremsschwelle, die von der Regierung leicht ignoriert werden konnte. Vorlagen, Petitionen und Briefe von Zigarrenvertreibern, Zigarrenhändlern und Konsumenten vermochten es kaum, Regierungsvertreter, von denen viele politischen Selbstmord begehen würden, wenn sie ihren eigenen Tabakkonsum öffentlich zugeben würden, zugunsten der Unterstützung der Industrie umzustimmen. Die unbeabsichtigten Folgen, die das Gesetz für australische Zigarrenhändler haben wird – die meisten davon kleine Unternehmen im Familienbesitz – wurden beiseitegeschoben.

Da Zigarren, die online für den persönlichen Konsum gekauft werden, nicht den Zorn des Plain Packaging erregen, hat sich ein führender australischer Händler geschäftlich im Ausland niedergelassen, und bleibt zugleich auf heimischem Boden präsent. Durch diesen doppelten Schlag des Gesetzes könnten die Todesglocken für einige kleinere australische Einzelhändler läuten, die gezwungen sind, mit internationalen Händlern zu konkurrieren.

### BEEINTRÄCHTIGUNG DER REDEFREIHEIT

„Ich bin nicht glücklich. Meine Redefreiheit mit meinen Konsumenten ist beeinträchtigt“, erklärt Norman Stein, Inhaber des

Bogart’s House of Fine Cigars & Tobacco in Sydney. „Ich persönlich bin der Auffassung, dass man bei Zigarren und Pfeifentabak zu weit gegangen ist.“

Er gibt zu, dass durch die Einhaltung des Gesetzes ein Teil der Leidenschaft verschwunden ist: „Das Wunderbare an der Zigarrenkultur hat an Wert verloren.“ Außerdem meint er, dass sein Geschenkartikelmarkt darunter leiden wird, weil er denkt, dass jene, die individuelle Zigarren als Geschenke kaufen, von den exzessiven Warnhinweisen auf den Tubos abgeschreckt werden. Darüber hinaus argumentiert Stein: „Der große Verlust für Kunden ist, dass sie nicht mehr stolz präsentieren können, welche Zigarre sie genießen.“

Stein bemerkt, das nun das Risiko besteht, dass der Schwarzmarkt explodieren wird: „Suspekte Zigarren hat es schon in der Vergangenheit am australischen Markt gegeben und

diese Gesetzgebung macht das Auftauchen von Fälschungen nur noch leichter. Ich kann für meine Produkte bürgen; andere Tabakhändler können das vielleicht nicht. Zigarren sind ein Prestigeprodukt – können Sie sich etwa vorstellen, dass ein Premium-Whisky solchen Anforderungen unterliegt? In der Welt gibt es größere Probleme mit Drogen und Alkohol als mit Zigarren.“ Die amerikanischen Geschäftsleute, die Stein Anfang Dezember besuchten, bringen es letztlich am besten auf den Punkt. Als sie die Zigarren in standardisierten Verpackungen sahen, fragten sie: „Was ist in diesem Land passiert?“

#### PLAIN-PACKAGING-GESETZ IM ÜBERBLICK PLAIN PACKAGING LEGISLATION SUMMARY:

- Alle Außenflächen der Primär- und Sekundärverpackungen müssen die als Pantone 448C bekannte Farbe aufweisen.
- Alle Banderolen von individuellen Zigarren müssen verdeckt sein.
- Alle Zigarrenkisten müssen den Anforderungen hinsichtlich Farbe und grafischen Warnhinweisen entsprechen – im Wesentlichen bedeutet dies, dass traditionelle Zigarrenkisten nicht länger verkauft werden dürfen.
- Alle Tubos müssen den Anforderungen hinsichtlich Farbe und grafischen Warnhinweisen entsprechen.
- All outer surfaces of primary packaging and secondary packaging must be the colour known as Pantone 448C.
- All individual cigars must have their bands covered.
- All cigar boxes must meet the colour and graphic warning label requirements – in essence, traditional cigar boxes are no longer allowed to be sold.
- All tubes must meet the colour and graphic warning label requirements.



Rick Carter: „Ich liebe es, eine Zigarre zu kaufen und das Label zu bewundern. Nun hat der Genuss einer Zigarre einen Teil seiner Faszination verloren.“

Rick Carter: “I love buying a cigar and seeing the label – now enjoying a cigar has lost some of its excitement.”

internet is also taking its toll. Retailers cannot use any images of cigars on their websites, nor use any taste descriptors such as ‘coffee notes,’ as both are now considered a form of advertising. All websites can only list the name of the cigar, size, and price.

Unlike the efforts of organizations such as the Cigar Rights of America (CRA) and International Premium Cigar & Pipe Retailers Association (IPCPR), which lobby on behalf of millions of North American cigar lovers, the small size of the local cigar community that presented their case was a minuscule speed bump easily disregarded by the government. Submissions, petitions, and letter-writing from cigar distributors, retailers, and consumers did little to sway government representatives – many of whom would be committing political suicide for publicly acknowledging their own cigar consumption – to endorse the industry. The unintended consequences of the legislation that will impact Australian cigar retailers, most of which are small family-owned businesses, were cast aside.

Because cigars bought online for personal consumption do not attract the wrath of plain packaging, one major Australian retailer has set up his business off-shore while maintaining a presence on home soil. The legislation double whammy may spell the death knell for some smaller Aus-

tralian retailers who are forced to compete with international retailers.

#### **FREEDOM OF SPEECH IMPAIRED**

“I’m not happy. My freedom of speech with my customers is impaired,” states Norman Stein, owner of Bogart’s House of Fine Cigars in Sydney. “It’s my personal belief that it has gone too far with cigars and pipe tobacco.”

He is quick to admit that complying with the legislation has taken some of the passion away, saying that “the wonder of the culture is diminished,” and he notes that his gift-giving market is going to suffer. Those who buy individual cigars as gifts are, Stein believes, going to be driven away by the excessive health warnings covering tubes. On top of this, he argues, “the big loss for customers is that they can’t proudly display what cigar they are enjoying.”

Stein notes that the risk now is that the black market will explode: “Suspect cigars have previously made it onto the Australian market and this legislation simply makes it easier for fakes to emerge. I can guarantee my product; other tobacconists may not be able to. Cigars are a prestigious product – can you imagine a premium whisky being subject to these requirements? There are more problems with drugs and alcohol around the world than cigars.”

The last word is best put by US businessmen who visited Stein in early December. Upon seeing the plain packaged cigars they asked: “What has happened to your country?”