

GRUNDSATZPAPIER DES BUNDESVERBANDS DER ZIGARRENINDUSTRIE

GENUSS, FREIHEIT, VERANTWORTUNG



Bundesverband der
Zigarrenindustrie

Vorwort

Im Bundesverband der Zigarrenindustrie e. V. (BdZ) sind Unternehmen zusammengeschlossen, die Zigarren herstellen, importieren und vertreiben. Seit mehr als 60 Jahren repräsentiert der BdZ die Ziele der deutschen Zigarrenindustrie und tritt ein für den Erhalt dieses traditionsreichen Handwerks. Der Verband setzt sich für die Belange der Mitgliedsunternehmen ein und fungiert als Schnittstelle zwischen Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit.

Das vorliegende Grundsatzpapier enthält umfangreiche Informationen zum Zigarrenengenuss und zur deutschen Zigarrenindustrie und schildert die Positionen des BdZ zu wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und politischen Fragen, die die deutsche Zigarrenindustrie betreffen.

Bonn, im Mai 2010

Bundesverband der Zigarrenindustrie e. V.

– Der Vorstand –

Inhalt

I Genuss und Ausstrahlung – Die Zigarre	4
§1 Die Zigarre – ein besonderes Tabakprodukt	4
§2 Genuss und Gesellschaft	5
§3 Genuss und Gesundheit	6
II Tradition und Qualität – Die deutsche Zigarrenindustrie	7
§1 Die deutsche Zigarrenindustrie	7
§2 Produktionsmerkmale der Zigarrenindustrie	7
§3 Ziele des BdZ	8
a) Wirtschaftliche Ziele	8
b) Politische Ziele	8
c) Gesellschaftliche Ziele	9
III Freiheit und Verantwortung – Die Positionen des BdZ	10
§1 Rauchverbote	10
§2 Jugendschutz	11
§3 Gesundheitsprävention	12
§4 Warnhinweise	13
§5 Werbeverbote	14

I Genuss und Ausstrahlung – Die Zigarre

DIE ZIGARRE – §1 EIN BESONDERES TABAKPRODUKT

Die Zigarre ist ein besonderes Tabakprodukt. Die Zigarre ist ein einzigartiges Naturprodukt mit langer Tradition und unverwechselbarer Identität. Wie kein anderes Genussmittel strahlt sie Symbolkraft und Gravitas aus, verkörpert Souveränität, Charisma und die Freiheit des Geistes. Die Zigarre ist mehr als ein Genussmittel. Sie ist ein Kulturgut und steht für den Ausdruck eines individuellen Lebensgefühls.

Die Zigarre gilt als die älteste Form des Tabakgenusses. Mit der Entdeckung der neuen Welt durch Kolumbus fand die Zigarre ihren Weg nach Europa. Ab dem beginnenden 19. Jahrhundert entwickelte sich Deutschland zu einem der wichtigsten Produktionsstandorte. Der Genuss von Zigarren gehörte fortan zum öffentlichen Leben und zum gesellschaftlichen Beisammensein.

Die Zigarre vermochte es, vielfältigen kulturellen und politischen Umwälzungen zu trotzen. So wurde die wirtschaftliche Existenz der Zigarre nach dem Ende des Ersten Weltkriegs durch die Entwicklung der Zigarette herausgefordert. Mit der maschinellen Fertigung, den damit verbundenen Preiseinsparungen und einer kürzeren Konsumzeit entsprach die Zigarette dem Zeitgeist einer sich in Beschleunigung und Rationalisierung befindlichen Lebenswelt.

Jedes Kulturgut ist auch Teil einer politischen und gesellschaftlichen Diskussion. Seit Jahrzehnten führt die Zigarrenindustrie den Dialog mit der Politik. Das Ziel dieses Austauschs liegt seit jeher in der Erreichung eines Interessenausgleichs zwischen den verschiedenen beteiligten gesellschaftlichen Gruppen.

**GENUSS UND §2
GESELLSCHAFT**

Seit Jahrtausenden kommen Menschen in allen Kulturen der Welt zusammen, um sich gemeinsam dem Genuss zu widmen. Genuss ist seit jeher ein integraler Bestandteil von Kultur und Freizeitgestaltung. Kultur lebendig zu halten ist nur möglich, wenn Raum bleibt für Genuss. Gerade in der heutigen Zeit, in der religiöse und ideelle Bindungen zunehmend an Bedeutung verlieren, stellt sich die Frage nach den Kräften, die Gemeinschaft zwischen Menschen schaffen und die Gesellschaft als solche zusammenhalten.

Dem Genuss kommt hier eine wesentliche gesellschaftliche Funktion zu. Sei es das Glas Wein am Feierabend mit Freunden, der Besuch eines guten Restaurants oder das Rauchen einer erlesenen Zigarre – beim gemeinsamen Genuss finden Menschen zusammen: Gerade in unserer schnelllebigen Zeit fungiert Genuss zunehmend als sozialer Kitt, der die Gemeinschaft erhält und damit als identitätsstiftendes Moment wirkt.

Die gegenwärtige berufliche Lebenswelt vieler Menschen ist von Stress und Druck geprägt. Die globale Konkurrenz hat zur Entwicklung einer unbedingten Leistungsgesellschaft geführt. Neue Informationstechnologien garantieren dauerhafte Erreichbarkeit. Die von vielen Menschen empfundene Beschleunigung der Lebenswelt führt zu einem steigenden Bedürfnis nach Ruhe und Muße. Der Genuss bietet für viele Menschen die Möglichkeit des Innehaltens inmitten der Hektik des Alltags.

GENUSS UND GESUNDHEIT §3 Der Konsum von Tabakwaren kann der Gesundheit schaden. Die Mitgliedsunternehmen und der Vorstand des BdZ erkennen diese Tatsache ohne Vorbehalte an und bekennen sich der gesellschaftlichen Verantwortung, die hiermit einher geht.

Der Genuss von Zigarren unterscheidet sich deutlich vom Konsum anderer Tabakprodukte. Zigarren liegen als hochwertiges Naturprodukt fast immer in einem anderen Preissegment als Zigaretten und Feinschnitttabak. Das Genießen einer Zigarre kann bis zu einer Stunde in Anspruch nehmen. Im Gegensatz zu anderen Tabakprodukten wird der Rauch einer Zigarre aufgrund seiner Beschaffenheit nicht inhaliert. Diese Produktcharakteristika setzen in aller Regel einen bewussten und maßvollen Konsum voraus.

II Tradition und Qualität – Die deutsche Zigarrenindustrie

DIE DEUTSCHE ZIGARRENINDUSTRIE §1

Die deutsche Zigarrenindustrie hat eine lange Tradition. Seit Beginn des 19. Jahrhunderts werden in Deutschland Zigarren produziert. Seit den 50er Jahren des letzten Jahrhunderts ist der Absatz von Zigarrenprodukten in Deutschland rückläufig. Dieser Trend setzt sich – zwar langsam, aber stetig – bis heute fort.

Die deutsche Zigarrenindustrie ist von kleinen und mittelständischen Betrieben geprägt. Die Unternehmen befinden sich fast ausnahmslos in Familieneigentum und sind zum großen Teil bis heute eigentümergeführt. Produziert wird weitgehend in strukturschwachen Regionen. Die deutsche Zigarrenindustrie zeichnet sich durch eine große Produktvielfalt aus. Derzeit gibt es mehr als 1200 Zigarrenmarken auf dem deutschen Markt.

Nach Jahren rückläufiger Absätze erfreut sich die Zigarre mittlerweile wieder eines neuen Images und wird wieder als Begleiter genussvoller Momente wahrgenommen. Zudem wird die deutsche Zigarre mittlerweile nicht nur in heimischen Gefilden, sondern in mehr als 100 Ländern weltweit genossen, was sich in den seit Jahren steigenden Exportzahlen bemerkbar macht. Diese Entwicklung bestätigt die hohen Ansprüche der heimischen Zigarrenindustrie an Qualität und Geschmack.

PRODUKTIONSMERKMALE §2 DER ZIGARRENINDUSTRIE

Die Produkte der deutschen Zigarrenindustrie sind von hoher Qualität und erfordern einen entsprechenden Einsatz in der Herstellung. Vielerorts sind die Produktionsabläufe noch immer zu einem beträchtlichen Teil mit Handarbeit verbunden. Im Verhältnis zu anderen Bereichen der Tabakindustrie ist die Zigarrenindustrie deshalb sehr personalintensiv und stellt in den Regionen, in denen sie angesiedelt ist, einen nicht zu unterschätzenden Faktor auf dem Arbeitsmarkt dar. 2010 stellen die Mitgliedsunternehmen des BdZ ca. 1300 Arbeitsplätze bereit.

ZIELE DES BDZ §3 Der Bundesverband der Zigarrenindustrie e. V. (BdZ) vertritt die Interessen der größten deutschen Hersteller, Vertreiber und Importeure von Zigarrenprodukten. Die Ziele und Aktivitäten des Verbands liegen an der Schnittstelle zwischen Wirtschaft, Politik und Gesellschaft.

a) Wirtschaftliche Ziele

Das primäre Ziel des BdZ liegt in der Erhaltung der wirtschaftlichen Grundlagen der deutschen Zigarrenindustrie und ihrer Arbeitsplätze. Die Mitgliedsunternehmen des BdZ repräsentieren gemeinsam über 80 Prozent des Zigarrenabsatzes in Deutschland. Der BdZ steht für die Fortführung der 200-jährigen Tradition der Zigarrenindustrie in Deutschland.

b) Politische Ziele

Der BdZ vertritt die Interessen seiner Mitgliedsunternehmen gegenüber der Politik. Ausgestattet mit einem über Jahrzehnte gewachsenen Fachwissen steht der BdZ politischen Entscheidungsträgern als kompetenter Ansprechpartner und innovativer Ideengeber zur Verfügung. Gegenüber der Politik verfolgt der BdZ das Ziel, einen konstruktiven Dialog zu etablieren, in dessen Rahmen der Verband die Besonderheiten der Zigarre verdeutlichen will.

ZIELE DES BDZ §3 c) Gesellschaftliche Ziele

Der BdZ setzt sich für die Freude an einem verantwortungsvollen und bewussten Genuss ein. Die Verwirklichung dieses Leitmotivs setzt die Achtung der individuellen Freiheit und den Eintritt für gesellschaftliche Toleranz voraus. Menschen sollen frei – ohne Bevormundung – unter Rücksichtnahme auf das Wohl ihrer Mitmenschen darüber entscheiden dürfen, wie sie ihr Leben gestalten möchten. Der BdZ tritt dafür ein, dass diese Grundregel des gesellschaftlichen Miteinanders auch für den Konsum von Genussmitteln gilt. Dies setzt eine Aufgabe voraus, die der Verband aktiv annimmt: die transparente Information und Aufklärung der Verbraucher.

III Freiheit und Verantwortung – Die Positionen des BdZ

RAUCHVERBOTE §1 Der Nichtraucherschutz ist ein wichtiges gesundheitspolitisches Ziel für die Europäische Union und die deutsche Bundesregierung. Bei der Umsetzung dieses Ziels plädiert der BdZ dafür, zwischen öffentlichen und privaten Räumen zu unterscheiden. An Orten, zu deren Aufsuchen es keine Alternative gibt – etwa Schulen, Ausbildungsstätten, Behörden und Bahnhöfe – sind Rauchverbote aus Sicht des BdZ durchaus begrüßenswert. Anders ist dies im Hinblick auf Orte, die freiwillig aufgesucht werden: Hier sollte die Entscheidung, ob geraucht wird oder nicht, den Bürgern selbst überlassen werden – dies natürlich unter strikter Berücksichtigung des gesetzlichen Jugendschutzes.

Politisch umstritten ist die Regelung des Nichtraucherschutzes in der Gastronomie, da sie eine rechtliche Abwägung gesundheitspolitischer Ziele und persönlicher Freiheitsrechte erfordert. Die meisten Bundesländer praktizieren gegenwärtig die Regelung, die Erlaubnis des Rauchens in kleinen Gaststätten mit einer Fläche unter 75 Quadratmetern der Entscheidung der Wirte zu überlassen. Ferner dürfen die Inhaber größerer Gaststätten über die Einrichtung abgetrennter Raucherräume entscheiden. Diese Kompromisslösung hat sich als praktikabler Interessenausgleich bewährt, der sowohl unter den Nichtrauchern wie auch den Rauchern eine hohe Zustimmung findet.

Der BdZ unterstützt diese Praxis. Die von einigen Parteien geforderte Einführung totaler Rauchverbote ist angesichts eines Raucheranteils von fast 30 Prozent in der deutschen Bevölkerung nicht angemessen. Die Einführung totaler Rauchverbote ohne entsprechende Ausnahmen schränkt nicht nur wesentliche persönliche Freiheitsrechte ein, sondern führt auch zu hohen finanziellen Verlusten und einem Abbau von Arbeitsplätzen im Fachhandel, der Gastronomie und der deutschen Zigarrenindustrie.

JUGENDSCHUTZ §2 Zigarren werden oft an speziell hierfür vorgesehenen Orten, etwa in Zigarrenlounges bei Fachhändlern und in Hotels, geraucht. Nichtraucher besuchen diese Orte nicht, da sie ausschließlich zum Zwecke des Zigarrengenusses existieren. Ein Nichtgewähren solcher Ausnahmen dient nicht dem Nichtraucherschutz, sondern schränkt die Entscheidungsfreiheit der Bürger ein, vernichtet Arbeitsplätze und grenzt gesellschaftliche Gruppen aus.

Der BdZ unterstützt staatliche Institutionen aktiv in der Umsetzung eines effizienten Jugendschutzes und befürwortet Maßnahmen des Gesetzgebers, um Kinder und Jugendliche vor dem Konsum von Genussmitteln zu schützen.

Ein beträchtlicher Teil der restriktiven Gesetzgebung zur Bewerbung, dem Verkauf und dem Konsum von Tabakprodukten wird mit Erwägungen des Jugendschutzes begründet. Auch die Zigarre ist hiervon betroffen.

Ein explizites Jugendschutzproblem liegt für die deutsche Zigarrenindustrie jedoch nicht vor, da Zigarren fast ausschließlich von Personen im Alter von über 35 Jahren konsumiert werden. Zigarren sind ein Genussmittel für verantwortungsvolle, mündige Bürger.

Das unternehmerische Handeln der Mitgliedsunternehmen des BdZ orientiert sich ausdrücklich an den Zielen und Bestimmungen des Jugendschutzes. Dies schließt die selbstaufgelegte Verpflichtung der Mitgliedsunternehmen ein, auf Werbung, die Jugendliche und Kinder anspricht, zu verzichten. Die Marketing-Maßnahmen und die Produktpolitik der Mitglieder zielen darauf ab, dass Zigarren einem erwachsenen Genuss vorbehalten bleiben.

GESUNDHEITSPRÄVENTION §3 Der BdZ begrüßt die Aufklärungsarbeit des Staates über gesundheitliche Folgen des Genussmittelkonsums. Auch Maßnahmen, die auf die Vermeidung eines übermäßigen Konsums von Tabakwaren abzielen, finden die Unterstützung des Verbands.

Die staatlichen Strategien der Gesundheitsprävention zur Reduzierung des Tabakkonsums sehen in der Regel jedoch keine differenzierte Behandlung von Zigarren und anderen Tabakprodukten vor. Dabei existieren erhebliche Unterschiede: Zigarren genießer zeichnen sich in der Regel durch einen maßvollen und bewussten Genuss aus.

Der BdZ setzt sich für das Leitbild des „mündigen Verbrauchers“ ein. Dies findet seinen Ausdruck in der Entscheidungsfreiheit des Individuums auf der Basis objektiver Informationen. Vielfach zielen die Kampagnen und Maßnahmen der staatlichen Gesundheitsprävention jedoch eher auf Abschreckung denn auf bewusstseinsbildende Aufklärung ab. Viele Zigarren genießer fühlen sich hierdurch in unverhältnismäßiger Art und Weise bevormundet, da sie Zigarren nur gelegentlich und wohlwissend um die gesundheitlichen Folgen konsumieren.

Der BdZ begrüßt die Wahrnehmung einer öffentlichen Fürsorgepflicht für die sachliche Information der Verbraucher, setzt sich jedoch vehement gegen jede Form paternalistischer Bevormundung von erwachsenen Bürgerinnen und Bürger ein.

WARNHINWEISE §4 Der BdZ begrüßt die Aufklärung und Information der Verbraucher über mögliche Auswirkungen des Rauchens. Textliche Warnhinweise auf Tabakwarenverpackungen erfüllen diesen Zweck. Bebilderte Warnhinweise mit schockierenden Fotos zielen dagegen eindeutig auf die Abschreckung vom Konsum ab.

Insbesondere für Zigarrenraucher, die einen maß- und verantwortungsvollen Genuss pflegen, besteht keine Notwendigkeit zur Einführung bebildeter Warnhinweise. Da die Suchtproblematik und die Konsumfrequenz (viele Zigarrenkonsumenten rauchen nicht mehr als zwei bis drei Zigarren pro Woche) des Zigarrengenusses viel geringer ausgeprägt sind als bei anderen Tabakwaren, sind die Zigarren genießer kein legitimer Adressat solcher Maßnahmen. Der BdZ wendet sich daher strikt gegen eine Einführung bebildeter Warnhinweise.

WERBEVERBOTE §5 Im Sinne des Jugendschutzes und der Gesundheitsgefährdung, die vom Konsum von Tabakwaren ausgeht, ist eine rechtliche Einschränkung der Werbefreiheit für Tabakprodukte notwendig. Die derzeit bestehenden Werbeverbote für Tabakprodukte sind weitreichend, effektiv und erfahren die Unterstützung des BdZ.

Für eine weitere Verschärfung besteht im Bereich der Zigarrenprodukte keine Notwendigkeit. Weder Jugendschutz noch die Konsumgewohnheiten von Zigarrenenießern machen dies erforderlich.

Die Mitgliedsunternehmen des BdZ vertreiben derzeit rund 2500 verschiedene Produkte. Die Erhaltung dieser enormen Produktvielfalt und der damit verbundenen Arbeitsplätze im Fachhandel machen ein Mindestmaß an Kommunikation mit den Konsumenten erforderlich.

Die aufgrund der Vielfalt notwendige Differenzierung der Produkte bezieht sich auch auf die Verpackung. Da Zigarren mitunter im Hochpreissegment angesiedelt sind, ist eine hochwertige und repräsentative Verpackung seit jeher ein integraler Bestandteil von Zigarrenprodukten. Die Pläne von EU und WHO zur Einführung eines sogenannten „Plain Packaging“, weißer Einheitsverpackungen für alle Tabakwarenprodukte, lehnt der BdZ für Zigarrenprodukte deshalb strikt ab. Der Sinn dieser Maßnahme erschließt sich insbesondere bei einer Anwendung auf Zigarren nicht. Generische Einheitspackungen wären zudem mit dem grundgesetzlich garantierten Recht auf Eigentums-, Berufs- und Meinungsfreiheit schwerlich vereinbar.

Dasselbe gilt für die Pläne zur Einführung eines Verbots der Ladenpräsentation von Tabakwaren. Diese von der WHO geforderte und bereits in Norwegen eingeführte Praxis kommt einer vollkommenen Kriminalisierung des Kaufs von Tabakprodukten gleich.

Sowohl die Einführung weißer Einheitsverpackungen wie auch ein Verbot der Ladenpräsentation würden den Absatzmarkt für Zigarren stark betreffen. Aufgrund der großen Produktvielfalt und der wichtigen Rolle der Beratung im Fachhandel käme die Einführung der benannten Maßnahmen einem Aus für den nationalen Absatzmarkt gleich und würde einen massiven Verlust von Arbeitsplätzen in der Zigarrenindustrie und im Fachhandel nach sich ziehen. Insbesondere die Existenz der kleinen und mittelständischen Hersteller, die auf Nischenprodukte in kleinen Auflagen spezialisiert sind, wäre von diesen Maßnahmen bedroht.

Der BdZ tritt dafür ein, dass es auch in Zukunft möglich bleibt, in dem bestehenden – ohnehin stark beschränkten – Rahmen für legale Produkte zu werben. Des Weiteren lehnt der Verband Pläne zur Einführung weißer Einheitsverpackungen und Einschränkungen im Verkauf strikt ab.

Impressum:

Bundesverband der Zigarrenindustrie (BdZ)

Gotenstr. 27

53175 Bonn

Tel: 0228/364026

Fax: 0228/361659

V.i.S.d.P.: Rainer Göhner (Vorsitzender)