

Die Zigarre – Werbung und Beratung am Point of Sale müssen erhalten bleiben

Der Bundesverband der Zigarrenindustrie (BdZ) fordert, dass Beratung am Point of Sale auch in Zukunft Orientierung und Information für Konsument/innen ermöglicht!

Die Zigarre ist weit mehr als ein Tabakprodukt – sie steht für Genuss, Tradition und bewusste Entschleunigung. Als Symbol für Stil und Kultur ist sie seit Jahrhunderten eng mit gesellschaftlichem Austausch und besonderen Momenten verbunden. Dabei bleibt die Zigarre ein Genussmittel für Erwachsene, ohne jugendgefährdende Verbreitung. Der Mikrozensus 2021 zeigt, dass unter 45-Jährige kaum Zigarren konsumieren¹. Zugleich sank der Zigarrenverbrauch laut DHS Jahrbuch Sucht 2024² zwischen 2005 und 2023 um über 40 %. Diese Zahlen unterstreichen, dass Zigarren ein Nischenprodukt für erwachsene Genießer/innen bleiben.

Zigarrengeschäfte sind oft mit begehbaren Humidoren ausgestattet. Beim Verkauf von Zigarren gewähren Fachhändler Zutritt, präsentieren ausgewählte Produkte und sprechen individuelle Empfehlungen aus. Dieser Austausch ist für persönliche und vertrauensvolle Kundenbeziehungen essenziell. Konsument/innen suchen gezielt Händler auf, die sie schätzen, um sich beraten zu lassen und von deren Erfahrung und Expertise zu profitieren.

Der BdZ fordert aus folgenden Gründen nachdrücklich, dass die Beratung am Point of Sale erhalten bleibt:

- **Kompetenz und Expertise:** Zigarren erfordern individuelle Beratung durch Fachhändler, die die Auswahl erläutern und Konsument/innen dabei unterstützen, ein besonderes Produkt nach dem persönlichen Geschmack zu finden.
- **Schutz der Vielfalt:** Einschränkungen bei Präsentation und Beratung gefährden besonders kleine Manufakturen, die sich auf individuelle und besonders qualitative Produkte spezialisieren. Sie könnten neben der Marktdominanz weniger großer Anbieter schwer bestehen.
- **Wahrung kultureller Werte:** Zigarren sind keine Massenware, sondern Kulturgüter. Der persönliche Austausch mit Fachhändlern und die Präsentation der Produkte sind unersetzlich, um Informationen zur Herkunft und Herstellung, zur Handwerksarbeit und zum kulturellen Wert zu liefern.

Der BdZ spricht sich für den Erhalt der bestehenden Rahmenbedingungen aus:

Werbung und Beratung am Point of Sale dienen nicht der aggressiven Vermarktung, sondern der Orientierung und Information erwachsener Konsument/innen. Regulierungen, die diese Möglichkeiten einschränken, gefährden die Vielfalt, Qualität und kulturelle Bedeutung der Zigarrenlandschaft. Der BdZ ruft dazu auf, den Zugang zu diesem traditionsreichen Kulturgut zu sichern und eine realitätsnahe Regulierung zu gewährleisten.

Über den BdZ:

Der Bundesverband der Zigarrenindustrie (BdZ) repräsentiert 19 Unternehmen mit 1600 Arbeitsplätzen und trägt jährlich 593 Millionen Euro zur deutschen Wertschöpfung bei. Der Verband setzt sich für den Schutz von Handwerkskunst und Tradition ein und fordert differenzierte Regelungen, die der besonderen Stellung der Zigarre gerecht werden.

¹ <https://www.zigarren-verband.de/die-zigarrenbranche-wirtschaftliche-kennzahlen/>

² https://www.dhs.de/fileadmin/user_upload/pdf/Jahrbuch_Sucht/DHS_Jahrbuch_Sucht_2024.pdf