



**NEU: Inkl.  
Puro  
Dominicano**

**VASILIJ RATEJ & SAM REUTER**

# **DAVIDOFF BLACK BAND COLLECTION**

**DIE GEBURT EINER NEUEN ÄRA**



Ein silbriger Schriftzug. Ein schwarzer Ring. Eine Entscheidung ohne Zurück. Wie aus einem Entschluss eine neue Ära entstand:

### *Die Geburt der Davidoff Black Band Collection .*

Ein Blick hinter die Kulissen von Mut, Design und Tabakkunst – erzählt von dem Menschen, der dabei war.

## MUTIGER AUFBRUCH

Die Geschichte der Davidoff Black Band Collection beginnt mit der klaren Erkenntnis, dass sich der Markt verändert – und mit dem Mut, sich selbst weiterzuentwickeln. DAVIDOFF hat bewusst Neuland betreten, um nicht nur Schritt zu halten, sondern neue Genussmomente zu gewinnen.

- Vasilij Ratej, Herausgeber  
Dezember 2025

Während ich am Manuskript zur Davidoff Black Band Collection arbeite, genieße ich die 10 Years Anniversary Edition – ein perfekter Begleiter für dieses besondere Kapitel der Geschichte.



# PROLOG

*2012. Alles steht auf Anfang.*

---

«Warum hat man  
damals  
entschieden, die  
Black Band  
überhaupt zu  
machen?» frage ich.

Davidoff, Inbegriff makelloser Eleganz, öffnet ein neues Kapitel seiner Identität – mutig, überraschend und anders, als es die Aficionados je erwartet hätten.

Der weisse Ring mit goldener Schrift bleibt – doch ein neuer, schwarzer Ring mit silbriger Schrift tritt hinzu. Zwei Welten, eine Marke. Ein Moment, der alles verändert.

**Dieser Moment trägt einen Namen:  
Davidoff Black Band Collection.**

Ein einziger Entschluss, geboren aus Mut und Vision. Niemand weiss, ob daraus Triumph oder Scheitern wird. Nur eins ist sicher: Es gibt kein Zurück.



Dieser Prolog ist eine Ouvertüre. Die Vorbereitung auf das, was folgt: die wahre Geschichte hinter der Davidoff Black Band Collection, erzählt von jenem, der dabei war.

Ein Julitag 2025. Zwei Männer. Zwei Zigarren. Ein Raum voller Erwartung in der Zigarrenlounge von Oettinger Davidoff in Basel.

Von Oettinger Davidoff: Sam Reuter. Und der Zweite im Bund? Ich, Herausgeber von Zigarren.Zone.

Bevor das grosse Gespräch beginnt, liegt Stille im Raum. Nur das Knistern brennender Zigarren füllt die Luft – rhythmisch, fast meditativ.

Dieser Prolog ist eine Ouvertüre. Die Vorbereitung auf das, was folgt: die wahre Geschichte hinter der Davidoff Black Band Collection, erzählt von jenem, der dabei war.

Wir sprechen über jenen Moment, der Davidoff neu definierte – über Geschichte, Wagemut und die Erweiterung einer Identität, die Grenzen nie als Limit, sondern als Einladung verstand.

Das Aufnahmegerät läuft, aber nicht für die Öffentlichkeit – nur für die Transkription. «Das Audio wird nicht veröffentlicht», sage ich ruhig. «Es wird nur für die Transkription gebraucht.» Ein zustimmendes Nicken. «Ist das so?», fragt Sam Reuter mit einem Augenzwinkern. «Ja, sicher», antworte ich.

Damit ist alles geklärt. Der Genuss darf beginnen. Ein Gespräch, das mit Rauch beginnt. Sam lehnt sich zurück. «Wir machen hier keine Gespräche ohne



Zigarre, das ist selbstverständlich.» Ich lächle. «Selbstverständlich!»

Dann legt er zwei Zigarren auf den Tisch. Zwei Belicosos, ohne Zigarrenring, in Cellophan verpackt. Man erkennt es sofort: Das Cellophan ist an den Rändern vergilbt, leicht wellig, mit der Patina der Zeit. Diese Zigarren haben Geschichte – und Geduld.

«Ich dachte, wir könnten etwas Spezielles anbieten», sagt Sam und erklärt:

«Wir reden ja über die Discovery Line – Black Band Collection von Davidoff. Diese Belicosos haben wir 2013 mit der Nicaragua Linie eingeführt.»

Er hält die Zigarre zwischen den Fingern, dreht sie langsam im Licht. «Damals gab es einen pyramidenförmigen Humidor, und nur dort wurde die Belicoso verkauft. Diese zwei Exemplare sind über 13 Jahre alt – gerollt im Jahr 2012.»

**Diese Belicoso Zigarre ist etwas ganz Seltenes – kaum jemand kennt sie noch.**

Ich staune. «13 Jahre also – perfekt gelagert.» Sam nickt. «Schau dir nur das Cellophan an ... Diese Zigarre ist etwas ganz Seltenes – kaum jemand kennt sie noch. Es waren 250 Humidore, also etwas ganz exklusives.»

Sam scrollt auf seinem Handy, findet ein altes Foto. Darauf: der Sonderhumidor in pyramiden-Form. Davidoff – und doch anders. Dunkel unten, hellmetallisch oben, geheimnisvoll im Ausdruck. Ein Stück Designgeschichte, das heute kaum einer mehr kennt.

Wir nehmen die Zigarren aus dem Cellophan. Jetzt sieht man es deutlich: das Material vergilbt, vom Alter goldfarben durchzogen – 13 Jahre haben diese Zigarren gearbeitet. Wir sind gespannt, wie sie schmecken werden.

Anschneiden. Anzünden. Die ersten Züge – wow. Für einen Moment herrscht absolute Stille. Der Rauch legt sich wie ein sanfter Nebel über unsere Köpfe. Dicht, diffus, aromatisch.

Und genau in diesem Moment beginne ich, das offizielle Gespräch über die Davidoff Black Band Collection zu eröffnen – ein Gespräch, das bald zur Chronik einer Zeitenwende werden soll. Dann fällt eine Frage, unscheinbar – und doch der Beginn von allem.

«Warum hat man damals entschieden, die Black Band überhaupt zu machen?» frage ich.



Limited Edition, Spezialhumidor aus dem Jahr 2013. Die Belicosos gab es exklusiv in diesem Humidor.

# KAPITEL 1

## DER MOMENT DER VERÄNDERUNG

*Als Davidoff das Udenkbare wagte –  
und der erste Funke einer Revolution entzündet wurde.*



«Wir Zigarrenenjiesser kannten vorher die Davidoff White Band. Und plötzlich – schwarz?» frage ich.

Sam lehnt sich vor. «Vor 2012 war vieles ganz anders als heute. Der Masterblender machte eine schöne Zigarre, wir probierten sie in Basel, fanden sie gut – und sagten: Okay, machen wir. Seit 2012 haben wir eine globale Marketingabteilung. Und ab hier lief plötzlich alles komplett anders.»

Er lächelt, zieht an seiner Zigarre. «Wir merkten: So geht es nicht mehr und radikale Änderungen müssen her. Wir müssen verstehen, was der Konsument will.»

Mit dem neuen CEO im Jahr 2011 begann ein Umdenken. «Wir haben gesagt: Wir können nicht einfach Sachen kreieren, die wir gut finden. Wir müssen hören, was der Markt will. Also bauten wir eine globale Marketingabteilung auf. Wir wollten Emotionen, Abenteuer, andere Geschmackserlebnisse.»

Die Menschen, welche die Marke Davidoff machten, fingen an, sich Fragen zu stellen: Was will der Kunde? Was sind die Trends? Was können wir anders machen?

Sam sagt: «Wir hatten dann die Idee, die Black Band zu positionieren. Black Band ist das Gegenteil von White Band.»

Ich nicke.

«Das heisst: Wir wären plötzlich in einer ganz anderen Welt!», sagt Sam.

**Sam Reuter, Head Of Product Innovation bei Oettinger Davidoff: «Schon als Kind war Zino Davidoff ein Reisender: Argentinien, Kuba, Brasilien ... ein Pionier. Und wir wollten diesem Geist folgen. Warum also nur dominikanischen Tabak? Warum nicht Neues wagen?»**

## «Wir wollten radikal sein. Schwarz – nicht grau. Schwarz steht für Emotion, Abenteuer, ein bisschen sexy... Das war mutig, aber es fühlte sich richtig an.»

Ich sehe, wie diese Erinnerungen etwas in ihm auslösen – sein Blick wird lebendig, fast jugendlich. «Wir wollten Emotionen wecken», erzählt er weiter.

Zino Davidoff selbst sei das Vorbild gewesen, sagt Sam. «Schon als Kind war er ein Reisender: Argentinien, Kuba, Brasilien ... ein Pionier. Und wir wollten diesem Geist folgen. Warum also nur dominikanischen Tabak? Warum nicht Neues wagen?»

Ich nicke zustimmend. «Also nicht eine sanfte Evolution, sondern ein radikaler Schnitt – eine Revolution?», frage ich.

«Genau», sagt Sam. «Wir wollten radikal sein. Schwarz – nicht grau. Schwarz steht für Emotion, Abenteuer, ein bisschen sexy... Das war mutig, aber es fühlte sich richtig an.»

Das Projekt wurde sein erstes als Head of Product Innovation. «Vorher war ich Produktmanager, dann konzentrierte ich mich auf Produktinnovation – und das war mein Einstieg.»

Er lacht kurz. «Ich war noch keine 30, und plötzlich sollte ich den Masterblendern erklären, warum wir etwas ganz anderes machen. Das war spannend und eine wirklich sehr grosse Herausforderung für mich.»

Dieses radikale Denken betraf nicht nur Verpackungs-Design und Zigarrenring, sondern auch den Blend selbst. Alles musste neu sein – komplett anders.

«Das war mein erstes Projekt», sinniert Sam. Er zieht an der Zigarre, lässt den Rauch langsam aufsteigen. «Ich kann mich erinnern, als ob es gestern war: Es brauchte sehr, sehr viel Überzeugungskraft, um dieses radikale Vorhaben unseren Masterblendern zu vermitteln.»

«Davor war es einfach», erzählt er. «Der Masterblender hatte eine Idee, stellte sie uns vor – wir sagten Ja oder Nein. Jetzt kam aber unser neues Global Marketing zuerst.»

Marktforschung bei Zigarren war damals schwierig. Aber Davidoff hatte eigene Läden, viele Konsumer-Events, viel Feedback. Sam weiter: «Und wir sahen: Nicaragua wird immer stärker – mehr Produktion, mehr Tabakqualität. Das Land war im Kommen.»

Anstatt nur ein bisschen Nicaragua zu verwenden, entschieden sie sich für den grossen Sprung. «Wir wollten nicht halbherzig sein. Also sagten wir: All in. 100 % Nicaragua-Tabak.»

Ein Jahr lang suchte Sam nach dem perfekten Blend. «Ich war jung, neu, wollte beweisen, dass das Konzept funktioniert.»

Er wird nachdenklich. «Ich bin jetzt 41 Jahre alt, und damals war ich nicht einmal 30. Und dann komme ich als Neuer zu den Masterblendern und sage ihnen, wie sie es in Zukunft machen sollen.»

Ich lehne mich zurück und spüre, welchen Druck, aber auch welche Neugier und Freude dieser Moment getragen haben muss – die Lust, etwas völlig Neues zu erschaffen.

«Das war also kein evolutionärer Schritt – sondern eine Revolution,» wiederhole ich nachdenklich und bin fasziniert von diesem Gedanken.

«Ganz genau», antwortet Sam. «Und das spürst du bis heute in jeder Black Band Zigarre.»

Ich sehe Sam an. Die Zigarre glüht ruhig, die Luft ist dicht vom Aroma dieses Moments.

«Damals, als diese Revolution entschieden wurde», frage ich, «wie lange hattest du da schon bei Davidoff gearbeitet?»

Er lacht, ein kurzer Blick zurück in die Vergangenheit. «Ich habe im März 2009 angefangen und war im Bereich der Longfiller Premium Zigarren als Produktmanager für den Markt Schweiz zuständig.»

Noch bevor er weiter spricht – und vom Wagnis erzählen wird – spürt man: Jetzt kommt der Teil, den nur wenige kennen. Der Moment, in dem Davidoff nicht einfach eine neue Zigarre schuf, sondern ein neues Kapitel seiner Identität.

**Anstatt nur ein bisschen Nicaragua zu verwenden, entschieden sie sich für den grossen Sprung.**

**«Wir wollten nicht halbherzig sein. Also sagten wir: All in. 100 % Nicaragua-Tabak.»**

# KAPITEL 2

DER BLEND, DAS RISIKO UND DER DURCHBRUCH

*Die Geburt der Davidoff Nicaragua – und der Anfang einer neuen Ära.*



adiat iorum de-  
lessini molle to  
re adit ches si  
nisi adit, en  
nisi enim que  
repe nis rest al-  
lumer Xim qui  
tem quis aut rei-  
cipsanis alibus  
in parcipsuntio  
enia



Ich sehe Sam an und frage: «Wie bist du an die Arbeit gegangen, als du das grüne Licht bekommen hast? Wie lief das ab?»

Der Rauch hängt ruhig im Raum. Die Glut seiner Zigarre pulsiert gleichmässig, als würde sie auf das nächste Kapitel warten. Für einen Moment sagt niemand etwas. Dann lehnt er sich zurück, ein leises Lächeln.

«Damals war das alles noch viel pragmatischer. Heute haben wir längere Innovationszyklen, trotzdem beginne ich immer gleich: Ich brauche zuerst das Konzept.»

Er nimmt einen kleinen Notizblock, als würde er das Szenario noch einmal durchleben.

«Wir hatten ein Konzept mit der Marketingabteilung – was wollen wir erreichen? Die Richtung war: Neue Geschmackserlebnisse, Emotionen, Abenteuer. Und das Stichwort war Nicaragua.»

Sam erzählt, wie er den sogenannten Cigar Brief schrieb – ein Dokument, das die Idee auf den Punkt bringt: Ziel, Herkunft, Stärke, Menge, Format.

«Damit der Masterblender einen Rahmen hat – aber immer noch frei bleibt. Er ist der Künstler. Ich will ihn nicht einschränken.»

Die ersten Versuche? «Blend 1 war dominikanischer Tabak mit etwas Nicaragua. Das war für alle neu. In der Fabrik hatte man so etwas noch nie gemacht, die Masterblender hatten keine Erfahrung mit nicaraguanischem Tabak und wie er sich mit dominikanischem Tabak verhält.

Aber schon da merkte man: spannend – da passiert was! Die Zigarre schmeckt



**Auch für erfahrene Masterblender war Nicaragua ein Neuland. «Das war für viele ein Augenöffner», erinnert sich Sam. «Sie merken: Der Tabak ist unglaublich, er ist ja richtig gut! Komplex, kraftvoll, aber wenn man ihn richtig behandelt, elegant.»**

anders in der Würze und anders in der Komplexität.»

Einige Blends landeten in der sogenannten Blend Library – einer Art Schatzkammer für künftige Projekte. «Aber bald war klar: Wenn wir das machen, dann richtig. 100 % Nicaragua-Tabak. Wir wollten glaubwürdig sein.»

Die Entscheidung war mutig. Auch für die erfahrenen Masterblender war



Nicaragua ein Neuland. «Das war für viele ein Augenöffner», erinnert sich Sam. «Sie merkten: Der Tabak ist unglaublich, er ist ja richtig gut! Komplex, kraftvoll, aber wenn man ihn richtig behandelt, elegant.»

Er grinst. «Und dann waren die Masterblender plötzlich selbst begeistert. Ich musste sie nicht mehr überzeugen – sie waren dabei.» 2012 wurde der finale Blend abgesegnet. «Ich habe mit diesem Blend zusätzlich externe Tastings gemacht», sagt Sam. «Wir hatten zwar intern ein starkes Panel, aber niemand kannte Nicaragua-Zigarren wirklich. Also habe ich mit Art of Smoke zusammen 50 Personen ausgewählt – verschiedene Altersgruppen, verschiedene Rauchgewohnheiten. Sie wussten nicht, was sie da probierten. Und das Feedback war sensationell.»

Ich notiere mir etwas und hebe dann den Blick.

«Wann war klar: Das ist der Blend?»

«Das dauerte etwa ein Jahr. Das Blending selbst, mit allen Testphasen, dauerte 12 bis 14 Monate. Danach startete die Produktion. Insgesamt waren es fast zwei Jahre. Aber das Ergebnis ... das war es wert.»

Er deutet auf seine Belicoso Zigarre aus dem Jahr 2012, zieht langsam. «Du siehst es an der Farbe: das Rosado-Deckblatt – perfekt. Die Pfeffernoten am Anfang, dann die Cremigkeit. Das war die Balance, die wir suchten.»

«Wie war das damals mit der Produktion, ich meine, Blending, Zigarren produzieren, Kistendesign, neuer Zigarrenring, etc. – wie lief das ab?», frage ich.

«Parallel», antwortet Sam. «Während wir noch an der Kiste und am Ring-Design arbeiteten, lief das Blending weiter. Wir mussten alles koordinieren: Boxgrösse, Ringe, Formate, Lagerung. Damals haben wir noch in unseren Lagerhäusern konfektioniert – heute läuft alles direkt in der Fabrik vor Ort.»



## DAVIDOFF



Die Manufaktur in der Dominikanischen Republik. Zum Portfolio gehören Marken wie Davidoff, AVO, Camacho, Cusano, Griffin's, Private Stock, Zino und Zino Platinum. Die Gruppe betreibt ein internationales Netzwerk von 65 Flagship-Stores und Vertragshändlern in über 130 Ländern – ein Symbol für Qualität, Handwerk und Beständigkeit.





## FEUER UND HERKUNFT

Diese Bildsprache war damals völlig neu in der Zigarrenwelt: kraftvolle Farben, dramatische Kontraste und eine Inszenierung, die unmittelbar die Energie der Natur spürbar machte. Die glühende Lava steht sinnbildlich für die vulkanischen Böden Nicaraguas – jene Ursprungskraft, die den Charakter der neuen Davidoff Nicaragua innerhalb der Black Band Collection entscheidend mitprägt.

Es war eine logistische Meisterleistung. «Wir mussten genau wissen, wann die Bestellungen eintreffen, wann das Material gebraucht wird. Und natürlich: Wann wir lancieren. Die vielen Produktionspunkte in der Timeline wurden immer wieder angepasst, das ist normal.»

Die Deadline war klar, erinnert sich Sam: «IPCPR Las Vegas, Juli 2013. In unserem grössten Markt, den USA, sollte der grosse Paukenschlag erfolgen.»

### Die Wichtigkeit der IPCPR

Las Vegas. 42 Grad. Eine Halle voller Rauch - klimatisiert. Händler, Hersteller, Journalisten – sie alle drängen sich zwischen glänzenden Humidoren,

dichten Schwaden, lauten und leisen Gesprächen. Hier, in diesem vibrierenden Mikrokosmos, schlug über Jahrzehnte das Herz der amerikanischen Zigarrenwelt: die IPCPR, die International Premium Cigar & Pipe Retailers Association.

Sie war das Schaufenster der Branche – ein Ort, an dem Marken geboren, Partnerschaften geschlossen und Ideen gefeiert wurden. 2019 änderte sich ihr Name. Aus der IPCPR wurde die Premium Cigar Association (PCA). Ein Schritt, der mehr bedeutete als ein neues Logo: Er stand für eine neue Haltung. Für die Anerkennung, dass Premiumzigarren keine Massenware sind, sondern Kultur, Handwerk und Freiheit zugleich.

Inmitten des geschäftigen Treibens fiel ein Name immer wieder auf – Davidoff. Kein grelles Licht, kein überladener Stand, sondern Ruhe. Präzision. Stil. Der Auftritt war wie die Zigarren selbst: durchdacht, klar, kompromisslos.

Mit der Black Band Collection setzte Davidoff ein Zeichen. Schwarz statt Weiss. Mut statt Nostalgie. Ein Manifest für jene, die nicht zurückblicken, sondern weitergehen.

Die IPCPR, später PCA, war dafür die Bühne: ein Ort, an dem Geschichte, Design und Anspruch ineinandergriffen. Und während über den Gängen der Rauch langsam aufstieg, blieb eine Erkenntnis: Tradition ist kein Stillstand.

Ich nicke. «Die Deadline war definiert und alle hatten einen gewissen Druck, damit alles rechtzeitig fertig war. Und wenn ihr zu spät gewesen wärt?»

Sam lacht. «Das wäre der Horror. Out of stock beim Launch – das darf nie passieren!»

Ich ergänze: «Und zu viel produzieren ist genauso schlimm. Also jongliert man, oder? Du machst Forecasts, sprichst mit den Märkten – aber niemand weiss genau, wie es laufen wird.»

«Genau!», erwidert Sam.

Einmal tief durchatmen – dann fährt Sam leise fort:

«Wir hatten keine Ahnung, wie gut es wirklich laufen würde. Natürlich hatten wir weltweit mit unseren Importeuren und Händlern gesprochen, Bestellungen aufgenommen, Prognosen gemacht.

Aber die grosse Frage war: Wie reagiert der Zigarrengeiesser? Wird ein Markt zu wenig Zigarren haben – und ein anderer zu viel? Wir haben uns tagelang den Kopf zerbrochen, gerechnet, diskutiert. In dieser Phase steckte unglaublich viel Herzblut, Leidenschaft und Risiko. Jede Kiste, jede Zigarre musste sitzen.»

Ich lehne mich vor, denn ich finde das alles sehr spannend. «Aber die Märkte – wussten die überhaupt, dass etwas Neues kommt? Und wie viel sie bestellen sollen?»

Sam nickt. «Ja, sie wussten, dass etwas kommt. Aber was genau – das wussten sie nicht.»

Er lacht kurz. «Früher hatten wir unsere grossen International Marketing Days – da haben wir alle eingeladen: unsere Partner, Händler, Büros aus aller Welt. Wir haben das Konzept

**«Wie reagiert der Zigarrengeiesser? Wird ein Land zu wenig Zigarren haben – und ein anderes zu viel? Wir haben uns tagelang den Kopf zerbrochen, gerechnet, diskutiert. In dieser Phase steckte unglaublich viel Herzblut, Leidenschaft und Risiko. Jede Kiste, jede Zigarre musste sitzen.»**

vorgestellt, alles unter strengster Vertraulichkeit.»

«Und das ist nie durchgesickert?» Sam schmunzelt. «Nein. Kein Halfwheel, kein Cigar Aficionado – niemand. Bis heute. Das war sensationell. Wir wollten sie einbinden, aber gleichzeitig durfte nichts raus. Ein echter Spagat.»

Er zieht an seiner Zigarre, lässt den Rauch aufsteigen. «Stell dir das vor: Du kommst von der White Band – elegant, kultiviert, klassisch. Und dann präsentierst du plötzlich etwas Radikales. Schwarz. Neues Packaging. Neues Format. Feuer, Vulkane, Nicaragua. Das war ein Schock – im wahrsten Sinn des Wortes.»

Ich nicke und bin fasziniert. «Damit man es versteht: Diese Forecasts, von denen du sprichst – das waren also interne Prognosen aus euren eigenen Vertriebsgesellschaften pro Land?»

«Genau. Intern, aber auch mit grossen externen Importeuren», erklärt Sam. «In den USA haben wir unsere eigene Vertriebsgesellschaft. Die rechnete mit, was ihre Händler und Partner brauchen könnten – aber ohne, dass jemand im Detail wusste, was kommt. Du kannst nicht zu früh zu den Fachhändlern gehen, sonst weiss es am nächsten Tag die ganze Branche.»

Er lehnt sich zurück. «Und vergiss nicht – 2013 war Social Media noch kein Thema wie heute. Da konntest du Geheimnisse tatsächlich wahren. Heute? Unmöglich. Ein falsches Foto, und die Sache ist draussen.»

Ich grinse. «Wie bei Apple – wo immer jemand etwas durchsickern lässt, damit der Markt heiss wird?»

Sam lacht. «Ja, genau. Aber wir wollten keine Gerüchte. Wenn du etwas geheim halten willst, dann kannst du das. Und Davidoff sollte überraschen, nicht spekulieren.»

«Wie viele Formate kamen damals eigentlich raus?»

«Drei», antwortet Sam. «Robusto, Short Corona und Toro. Ein paar Monate später kam dann die Diadema. Und das, was wir jetzt rauchen – die Belicoso – war eine Limited Edition.»

Er lächelt. «Ein Risiko, das sich gelohnt hat.» Als die Nicaragua 2013 endlich auf den Markt kam, explodierte die Nachfrage. «Wir haben das Dreifache verkauft, was wir geplant hatten», erinnert sich Sam. «Das war Wahnsinn. Wir haben Auszeichnungen bekommen, Top-Ratings, Cigar

Aficionado – überall 93, 95 Punkte.»

Die Zigarren waren sofort ausverkauft!  
«Die Leute haben sie geliebt. Es war wie eine Revolution: Eine Davidoff, die anders schmeckt. Für viele ein Schock, für andere pure Begeisterung.»  
Ich frage: «Es war der grösste Launch in der Geschichte der Marke, stimmt das?» Sam zieht an seiner Zigarre und erklärt: «Ja, die Zigarrenraucher waren völlig überrascht – und fasziniert. Sie kannten Davidoff bis dahin als Marke der Eleganz, der Ruhe, der Perfektion. Und plötzlich stand da diese Davidoff Nicaragua – intensiv, würzig, anders. Für viele war das wie eine Offenbarung. Es war unglaublich!»

Ich nicke «Absolut! Eine neue Ära.»

Der Rauch hängt noch in der Luft, als Sam in der Hälfte seiner Zigarre angekommen ist. Eine feine erste Hälfte der Zigarre – fast wie das Echo eines Kapitels, das gerade Geschichte geschrieben hat.

Der Rauch hängt sanft in der Luft, als Sam die Belicoso aus dem Jahr 2012 zwischen den Fingern dreht.  
«Diese zwei Zigarren,

die wir jetzt gemeinsam geniessen, wurden 2012 gerollt.»

«Wie alt war der Tabak damals? Sechs, sieben Jahre alt?» frage ich.

Sam lächelt. «Ja, richtig. Also ist die die Zigarre mit dem Tabak eigentlich fast 20 Jahre alt.»

Er zieht langsam, lässt den Rauch wirken. «Schau, das ist das Faszinierende. Diese Zigarren entwickeln sich wunderschön. Kraftvoll – und trotzdem weich. Ich finde, sie haben immer noch Power. Aber auch Cremigkeit, Tiefe, Balance.»

Ich nicke zustimmend.

«Die Leute haben sie geliebt. Es war wie eine Revolution: Eine Davidoff, die anders schmeckt. Für viele ein Schock, für andere pure Begeisterung.»

#### TOP RATINGS

Ein starkes Zeichen dafür, wie erfolgreich der neue Geschmacksstil aufgenommen wurde.



«Die Zigarrenraucher waren völlig überrascht – und fasziniert. Sie kannten Davidoff bis dahin als Marke der Eleganz, der Ruhe, der Perfektion. Und plötzlich stand da diese Davidoff Nicaragua – intensiv, würzig, anders. Für viele war das wie eine Offenbarung. Es war unglaublich!»

Ein Blick zwischen zwischen uns, wortloses Einverständnis. Man spürt, was unausgesprochen bleibt: Jede Revolution trägt bereits die Saat der nächsten in sich. Was, wenn der nächste Schritt noch gewagter wird?

«Ja, und nichts wirkt langweilig oder flach.»

«Genau», sagt Sam. «Das ist der Punkt. Authentizität. Die Black Band-Zigarren haben diesen öligen, dichten Tabak – etwas dicker, voller Leben. Sie eignen sich hervorragend zur Lagerung, obwohl wir ja schon gereiften Tabak in ihnen verwenden. Das macht sie so besonders.»

Er betrachtet das Deckblatt, fast ehrfürchtig. «Siehst du dieses Rosado? Wunderschön. Warm, seidiger Glanz, kaum Adern. Das ist, was ich an diesen Zigarren liebe – sie altern, aber sie verlieren nie ihren Charakter.»

### Das Rosado-Deckblatt – leuchtend, rosa-rötlich, seidig.

Ein Hauch Sonne in jeder Faser.

Durch natürliche Fermentation und Licht entsteht dieser warme Farbton, der an reife Erde erinnert. Sein feiner Ölglanz, die leichte Würze – das macht es so unverwechselbar. Ein Deckblatt mit Charakter, geboren aus Geduld und Licht.



„Moment der Stille. zwei Zigarren, dreizehn Jahre Geschichte – und der Rauch erzählt sie weiter.

«Mit der Black Band haben wir die Tür geöffnet», sagt er leise. «Aber wir wussten – das war erst der Anfang.»

Ein Blick zwischen zwischen uns, wortloses Einverständnis. Man spürt, was unausgesprochen bleibt: Jede Revolution trägt bereits die Saat der nächsten in sich. Was, wenn der nächste Schritt noch gewagter wird?

Wenn nach Feuer und Erde (Nicaragua) plötzlich Wasser und Rhythmus kommen?

Sam lächelt.

«Weisst du, was das Verrückte ist?», sagt er. «Kaum war Nicaragua draussen, sassen wir schon wieder zusammen. Engelberg, Winter 2014, Schnee bis zum Knie – und die Frage: Wohin reisen wir als Nächstes?» Er lehnt sich vor, pafft an seiner Zigarre.

Der Rauch steigt langsam auf – dichter, lebendiger, als wüsste er, dass ein neuer Gedanke Gestalt annimmt.

Ein kurzer Blick zu mir.  
«Und dann fiel das Wort, das alles in Bewegung setzte.»

Er lächelt, fast verschwörerisch.  
«Brasilien.»

Für einen Moment herrscht Stille. Nur das leise Knistern der Glut.

Sam lehnt sich zurück. «Da wussten wir: Jetzt brechen wir auf zu etwas völlig Neuem - erneut. Nicht einfach die Fortsetzung – der nächste Aufbruch.»  
Die Davidoff Black Band Collection Nicaragua hatte das Feuer entfacht.

Doch was nun folgte, pulsierte im Rhythmus von Rio.

# KAPITEL 3

## ESCURIO: DER RHYTHMUS VON RIO

*Von den Feuern Nicaraguas zu den Klängen Brasiliens – wie Davidoff den Mut fand, eine zweite Revolution zu entfachen.*



### DIE RATINGS:

Erneute Bestnoten für die Neuheit:  
Davidoff Escurio.

Wir zwei Männer lachen, als wir uns an die frühen Jahre erinnern.

Sam erzählt, wie sie in alten Archiven stöberten. «In den 70ern hatte Davidoff bereits eine ‚Do Brasil‘ – grüne Banderole, vergessene Tradition.»

Er lächelt. «Wir wollten das wiederbeleben, aber moderner. Damals, in den 1970er Jahren, war brasilianischer Tabak im deutschsprachigen Raum sehr beliebt.»

Ich nicke. «Und dann kam die Idee, das wieder aufzugreifen?»

«Genau», sagt Sam. «Brasilianischer Tabak – das war wieder mal eine andere Herkunft. Ich habe recherchiert – und bis heute gibt es kaum Premium-Marken, die ihn wirklich verwenden. Das hat uns gereizt. Pioniergeist!»

Er zieht an seiner Zigarre, spricht weiter.

«Ein rein brasilianischer Puro war unmöglich. Der Benchmark von Nicaragua war zu hoch. Dort hattest du schon etablierte Top-Zigarren – aber Brasilien war Neuland. Wir wussten: Wenn wir das wagen, dann sind wir wieder Pioniere, wie Zino es gewesen wäre.»

Ich nicke. «Das war erneut mutig. Ein komplett anderes Terrain.»

«Ja», sagt Sam, «und das Spannende war – brasilianischer Tabak hat je nach Region völlig unterschiedliche Geschmacksbilder. Manche kräftig, andere weich, manche mit einer fast salzigen Note.»

Sie kombinierten brasilianischen Tabak mit dominikanischem – eine Mischung, die niemand kannte. Ich erinnere mich an meine erste Escurio: «Ich weiss noch», sinniere ich, «als ich die erste Escurio geraucht habe, ohne zu wissen, was drin ist – da war so eine salzige Note. Später habe ich



«Der salzige Einfluss vom Meer, 120 Kilometer entfernt. Der Wind, die Feuchtigkeit, der Boden – das alles prägt den Tabak. Wie beim Whisky in Schottland. Die salzige, jodige Note, die vom Meer kommt – das wollten wir in der Zigarre spürbar machen.»

verstanden, das kommt von der Luft aus der Bucht Todos os Santos.» Sam nickt begeistert. «Genau! Der salzige Einfluss vom Meer, 120 Kilometer entfernt. Der Wind, die Feuchtigkeit, der Boden – das alles prägt den Tabak. Wie beim Whisky in Schottland. Die salzige, jodige Note, die vom Meer kommt – das wollten wir in der Zigarre spürbar machen.» Er wird ernst. «Der Blend war ein Experiment. Brasilianischer und dominikanischer Tabak – das gab eine Dynamik, die niemand kannte. Du weisst nicht, was passiert, wenn du die beiden Welten kombinierst. Und genau das war faszinierend.»

«Du hast auch wieder externe Tastings gemacht?», frage ich Sam.

«Ja», nickt Sam. «Niemand wusste, was sie rauchen – und niemand konnte sagen, woher die Zigarre stammt. Das war das Spannendste. Sie war unberechenbar, aber harmonisch.»

Der Name Escurio war schnell gefunden. «Er trägt die drei Buchstaben R-I-O», sagt Sam.

«R – für Rhythmus, weil die Zigarre lebt, pulsiert, tanzt.

I – für Intrigue, weil du nie weisst, was als Nächstes kommt.

O – für Originality, weil sie etwas völlig Neues ist.»

Ich grinse. «Das ist clever. Und gleichzeitig steckt darin das Wort Rio.»

«Ja», lacht Sam, «aber erklär das mal einem Händler. Nicaragua war einfach – 100 % Nicaragua, Punkt! Bei Escurio musstest du erzählen: Brasilien, Bahia, Samba, Wasser. Es war eine sehr grosse Challenge.»

Ich frage: «Ist das nicht eine Kannibalisierung?» Sam antwortet: «Ja, etwas, das ist normal. Viele Nicaragua-Fans probierten Escurio, manche blieben, manche kehrten zurück. Aber

## «Sie tanzt immer noch», sagt Sam mit Stolz. «Jede Zigarre ist anders, jede hat ihren eigenen Tag.»

so ist das – eine neue Linie braucht vier bis fünf Jahre, bis sie sich etabliert.» Heute hat Escurio Kultstatus.

«Sie tanzt immer noch», sagt Sam mit Stolz. «Jede Zigarre ist anders, jede hat ihren eigenen Tag.»

Ich lehne mich zurück und denke an meine Anfänge mit Zigarren.Zone. «Eines meiner ersten Medien-Releases war zu Escurio. Damals gab es einen animierten Clip – grüne Linie, Lounge-Musik, hypnotisch. Die Leute wollten

wissen, wie das Musikstück heisst – aber es war nicht erhältlich. Ich bekam Dutzende Anfragen.»

Sam lacht. «Das passt perfekt – etwas Geheimnisvolles. Escurio war immer ein bisschen anders. Unvorhersehbar. Und das hat sie so besonders gemacht.»

Er lehnt sich zurück, lässt die Zigarre langsam erlöschen. Der Rauch bleibt im Raum stehen, als würde er das Gesagte bewahren.

«Nach Escurio wussten wir: Wir haben Feuer und Wasser gemeistert», sagt er leise.

Ein kurzer Blick zu mir. Ein Nicken.

«Aber da war noch etwas. Etwas, das uns keine Ruhe liess.»

Er sieht mich an, und in seinen Augen liegt etwas, das grösser ist als Erinnerung.

«Die Erde», sagt er. «Rot. Uralte Kraft. Kein Ort für Kompromisse.» Der Rauch zieht langsam durch den Raum, als würde er die Zeit selbst anhalten.

Dann senkt Sam die Stimme.

«Wir dachten, wir hätten alles gesehen – bis Yamasá uns gezeigt hat, was Erde wirklich bedeutet.»



# KAPITEL 4

## YAMASÁ: DIE ERDE RUFT

*Zwanzig Jahre, ein Boden voller Eisen – und der Wille, das Unmögliche möglich zu machen. Wie Davidoff das Land zähmte, das niemand haben wollte.*

---



## YAMASÁ

«Das Land war tot. Alle sagten, dort wächst nichts. Aber unsere Agronomen sahen etwas, das niemand sonst sah: Potenzial. Sie begannen, Stück für Stück, Bodenprobe für Bodenprobe. Sie sagten: Wenn wir die Erde verstehen, wird sie uns eines Tages etwas zurückgeben.»



Der Rauch aus der letzten Zigarre hängt noch in der Luft, als Sam schweigt. Dann sagt er leise: «Und dann kam Yamasá.» Seine Stimme klingt anders jetzt – fester, nachdenklicher, fast ehrfürchtig.

Ich sage nachdenklich: «Das war kein neues Kapitel. Das war ein weiteres Wagnis für Davidoff.»

«Oh, ja!» ergänzt Sam, fast ehrfürchtig.

Das Yamasá-Tal liegt in der Dominikanischen Republik, etwa eine Stunde nördlich von Santo Domingo. Als Davidoff dort zu experimentieren begann, war den Agronomen klar, dass der Boden sehr grosses Potenzial hat und es eine grosse Herausforderung wird, den Boden für Tabak urbar zu machen. Doch genau das reizte die Agronomen von Davidoff.

Bereits in den 1990er-Jahren begannen sie, das Land Stück für Stück urbar zu machen: Entwässerung, Kalkbeigaben, jahrelange Bodenanalysen, neue Anbaumethoden. Er brauchte über 20 Jahre, um den Boden zu zähmen.

Sam lehnt sich zurück, betrachtet die Glut seiner neuen Zigarre, als wäre sie ein Stück dieser Erde. «Weisst du», sagt er, «wir dachten, wir hätten schon alles erlebt – Feuer in Nicaragua, Wasser und Rhythmus in Brasilien. Aber Yamasá war anders. Yamasá war Widerstand.»

Ein Moment Stille. Dann erzählt er. «Das Land war für Tabak unfruchtbar. Alle sagten, dort kann kein Tabak wachsen! Aber unsere Agronomen sahen etwas, das niemand sonst sah: Potenzial. Sie begannen, Stück für Stück, Bodenprobe für Bodenprobe. Sie sagten: Wenn wir die Erde verstehen, wird sie uns eines Tages etwas zurückgeben.»

Zwanzig Jahre vergingen.

Entwässerung, Kalk, neue Saaten, Rückschläge, Erdbeben, Stürme. Manchmal, sagt Sam, sei es gewesen, als würde die Erde selbst zurückschlagen. «Aber unsere Agronomen gaben nie auf, denn sie wussten: Die Erde prüft uns. Wenn sie uns annimmt, wird sie uns belohnen.» Sam denkt nach und sagt: «Als die ersten Pflanzen endlich stark genug waren, wussten wir: Das ist nicht einfach ein neuer Tabak. Das ist ein Wunder aus Geduld. Es war die Rückkehr nach Hause. Aber auf einem Boden, der uns alles abverlangt hat.»

Nach Nicaragua, dem Feuer, und Escurio, dem Wasser, fehlte das dritte Element. «Wir sagten: Jetzt bleiben wir mal bei uns», erzählt Sam. «Nicht mehr in der Ferne suchen – die Erde selbst ruft.»

So entstand also Yamasá.

Ich frage: «Und das Ziel waren Deckblätter?»

«Ja, aber nicht nur», antwortet Sam. «Heute steckt Yamasá-Tabak auch im Filler. Das Klima ist brutal – Feuchtigkeit vom Sumpf, dann wieder extreme Sonne. Deshalb alles Shade-Grown. «Neue Curing-Barns, modernste Trocknungsmethoden. Der Geschmack – erdig, tief, lang. Durch den Eisengehalt im Boden entsteht dieser endlose Abgang. Perfekt zu einem Whisky.»

Er lehnt sich zurück. «Das sind Technologien, um Feuchtigkeit und Temperatur präzise zu steuern – jede

Phase kontrolliert, jede Nuance bewahrt.»

Ich lächle. «Ich erinnere mich – mein erster Zigarren-Event war die Yamasá-Lancierung in der Schweiz.»

Sam lacht. «2016. Sonne, gute Stimmung. Yamasá war die letzte Linie der Black-Band-Trilogie.»

Ich erinnere mich und ergänze. «Und es war mehr als nur ein Blend. Es war ein Symbol. Nach dem Feuer und dem Wasser stand Davidoff vor der Frage: Wie wird Davidoff Erde zeigen? Und die Antwort war Yamasá.»

Sam nickt: «Wir haben alles angepasst. Verpackung, Farbe, Sprache. Dunkelrot, schwarze Banderole, das Logo – roh, fast archaisch. Unsere Kommunikation war klar: Born from the red soil of Yamasá.»

Ich sehe ihn an. «Das war nicht nur ein Marketingprojekt.»

«Nein», sagt Sam. «Es war der Höhepunkt einer Vision. Ein Ort, den alle aufgegeben hatten, wurde zum Ursprung eines neuen Geschmacks. Es war unsere Rückkehr zu den dominikanischen Wurzeln – aber auf einem Boden, der uns alles abverlangt hat.»

Ich frage: «Wann wurde sie lanciert?»

«2016, IPCPR Las Vegas», sagt Sam. «Drei Jahre nach der Nicaragua und ein Jahr nach Escurio. Das Motto war: It took us 20 years to make one cigar («Wir haben 20 Jahre gebraucht, um eine Zigarre herzustellen»). Und

das war keine Übertreibung. Zwanzig Jahre Arbeit, um einen Boden zum Leben zu bringen. Der Launch war leiser als bei Nicaragua, fast ehrfürchtig. Aber alle wussten: Das war der Abschluss. Feuer, Wasser, Erde. Die Black-Band-Trilogie war vollendet.»

Er lehnt sich zurück, betrachtet den letzten Rest seiner Zigarre. «Wenn du Yamasá rauchst, spürst du das. Diese Spannung, diesen Stolz, diesen Kampf. Sie ist kräftig, ja – aber ehrlich. Sie zeigt dir, was sie ist: Rot. Stolz. Unnachgiebig.»

Ein kurzer Blick zu mir. Ein Nicken. «Aber da war noch etwas», sagt Sam leise. «Etwas, das uns keine Ruhe liess.»

Er legt die Zigarre ab, der Rauch steigt spiralförmig in die Höhe.

«Die Erde hatte gesprochen – aber sie wollte gehört werden.»

Nicht einzeln, nicht getrennt – sondern als Teil eines Ganzen.»

Er sieht mich an, ernst, fast feierlich.

«Jetzt hatten wir: Feuer. Wasser. Erde. Drei Kräfte – aber noch kein Gleichgewicht. Wir wussten: Wenn wir sie vereinen, entsteht etwas Neues.» Ein Moment Stille. Nur das leise Knistern der Glut.

Dann dieser Satz – ruhig, aber mit Nachdruck, wie ein Versprechen:

«Und so begann unsere Suche nach der Zusammenführung aller Elemente: Discovery.»



# TASTE THE ELEMENTS

ESCURIO

NICARAGUA

YAMASA



# KAPITEL 5

## DISCOVERY: FEUER, WASSER, ERDE

*Wenn Reife zur Offenbarung wird – zehn Jahre,  
drei Elemente, ein Vermächtnis.*



**TASTE THE ELEMENTS** – mit der Discovery-Kampagne vereinte Oettinger Davidoff 2022 erstmals die charakteristischen Kräfte der drei Linien in einem gemeinsamen Erlebnis: Escurio mit seiner lebendigen Frische des Wassers, Nicaragua mit der glühenden Intensität des Feuers und Yamasá mit der tiefen Erdverbundenheit seiner Böden. Drei Welten, drei Ursprünge – und ein Genuss, der die Elemente spürbar macht.

Ein paar Jahre sind vergangen, seit Yamasá die Trilogie vollendete.

«Und dann», sagt Sam, «kam Discovery.»

Er lehnt sich leicht vor, die Glut seiner Zigarre ist erloschen und sie liegt ruhend im Aschenbecher.

«Wir wollten die drei Elemente wieder vereinen. Nicaragua steht für Feuer, Escurio für Wasser, Yamasá

für Erde. Daraus entstand 2022 die Discovery-Kampagne.»

Ich nicke. «Ich erinnere mich. Das war stark – die Farben, die Dramaturgie.»

Sam lächelt. «Ja. Die letzte Edition, entstanden aus allen drei Linien. Eine Art Wiedergeburt der Black-Band-Idee – Feuer, Wasser, Erde. Wir haben sie zusammengeführt und als

Erlebnis inszeniert.»

Sam ergänzt: «Es war spannend, weil wir diesmal alles über das Terroir erklärt haben – nicht über Marketing, sondern über Ursprung. Jeder Blend steht für eine Naturkraft, und diese Energie wollten wir sichtbar machen.»

Ich frage: «War das die Präsentation in Luzern?»

Sam lacht. «Genau. Unsere

### DIE KAMPAGNE & DIE LIMITED EDITION

Die Kampagne markierte zugleich einen strategischen Schritt: Sie schuf eine klare, visuelle Kommunikation für drei eigenständige Linien und machte ihre Herkunftswelten intuitiv erfassbar. Mit kraftvollen Farben, dynamischen Kompositionen und einer modernen Bildsprache setzte Davidoff einen neuen Standard – und öffnete den Weg für eine kommunikative Identität, die Genuss nicht nur beschreibt, sondern inszeniert.

Es gab auch eine Limited Edition, welche die "Haupttabake" aus allen Linien beinhaltete.

Hausmesse für Fachhändler. Drei Räume, abgeschottet voneinander. Du betrittst den ersten – Hitze, Licht, Rauch. Das war Nicaragua. Dann gehst du weiter – kühle Luft, Wassergeräusche, blaues Licht: Escurio. Und schliesslich dieser dumpfe, erdige Raum – Yamasá. Alles mit Sound, Duft, Temperatur. Discovery war nicht nur eine Präsentation. Es war eine Inszenierung für alle Sinne.»

Ich erinnere mich. «Emotion pur. Das war der Punkt – du konntest Feuer, Wasser, Erde fühlen. Nicht lesen, nicht hören, sondern spüren. Das war unglaublich. Endkonsumenten sahen nur Fotos und Videos, aber live – das war ein Erlebnis. Du warst mittendrin.»

«Genau», sagt Sam. «Das Erlebnis war exklusiv. Nur Fachhändler, keine Öffentlichkeit. In Las Vegas hatten wir es auch, an der IPCPR. Und später an der InterTabac in Dortmund – dort kamen auch einige Konsumenten rein. Aber grundsätzlich war Discovery für den Handel gedacht, für die, die unsere Geschichte weitererzählen.»

Ein Moment Stille. Der letzte Rauch unserer Zigarren hängt über dem Tisch wie eine Erinnerung. Dann sagt Sam: «Und nach

Discovery kam der nächste Schritt. 2023 – zehn Jahre Nicaragua.»

Ich lächle. «Die Limited Edition.»

«Ja», sagt Sam. «Und das Spannende war», erklärt er, «mit der Winston Churchill Limited Edition 2016 begann eine neue Ära. Zum ersten Mal machten wir eine Limited Edition innerhalb einer bestehenden Linie. Früher – also vor 2016 – waren unsere Editionen eigenständige Projekte: Chefs Edition, Art Edition, Year of ... Jede für sich, ohne Verbindung zu einer bestehenden Linie.»

Er lehnt sich leicht vor. «Die Winston Churchill – The Raconteur war die erste, die aus einer bestehenden Serie heraus entwickelt wurde. Eine Limited Edition, die auf dem bestehenden Charakter der Linie aufbaute – und ihn weiterentwickelte. Seitdem haben wir dieses Konzept konsequent weitergeführt. Und 2023 kam dann die Davidoff Nicaragua 10 Years Limited Edition – das erste Jubiläum innerhalb der Davidoff Black Band Collection.»

Sam denkt nach und ergänzt:

«Bei Nicaragua 10 Years

haben wir älteren Tabak verwendet – insgesamt 45 Jahre, wenn man alle

Komponenten zusammenzählt.»

Ich werfe ein:

«Ja hör mal! Das verstehen die meisten Endkonsumenten nicht. Sie belächeln solche Ausdrucksweisen und nennen es Marketing-Gag. Wie können wir insgesamt 45 Jahre alten Tabak am besten erklären?»

Sam sagt: «Das war kein Marketing-Gag, sondern ein Hinweis auf die Reife. Je älter der Tabak, desto harmonischer, komplexer, subtiler. Wie bei Whisky – oder bei Musikern, die seit Jahrzehnten zusammenspielen.»

Ich versuche eine Erklärung zu finden: «Eine Metapher: Stell dir drei Bands vor – jede spielt dasselbe Stück – aber instrumental, zum Beispiel The Fate of Ophelia von Taylor Swift. In der ersten Band haben die Musiker drei, fünf, sechs, sieben und zwei Jahre Erfahrung – zusammen also 23 Jahre. In der zweiten Band spielen Musiker, die seit zehn, zwölf, fünfzehn, acht und neun Jahren musizieren – also 54 Jahre Erfahrung. Und in der dritten Band haben alle zusammen vielleicht über 70 Jahre auf der Bühne gestanden.»

Dasselbe Lied – aber es klingt anders. Reifer. Harmonischer. Ausbalancierter.

Und genau das bedeutet 45 Jahre Tabak total: Nicht, dass ein einzelner Tabak so alt ist, sondern dass das gesamte Zusammenspiel der verschiedenen Tabake diese Tiefe, diese Reife ergibt. Wie bei Musikern, die mit den Jahren lernen, nicht lauter zu spielen – sondern besser miteinander.»

Sam nickt. «Genau. Und beim Tabak ist es dasselbe. Alter bringt Harmonie. Du kannst es nicht erzwingen, du musst es wachsen lassen. Genauso wie wir Discovery wachsen liessen – aus Feuer, Wasser und Erde.»

«Und jetzt», sagt er, «stehen wir an einem neuen Punkt. 2025 feiern wir zehn Jahre Escurio.»

Ich lache. «Und 2026 ...» Sam hebt eine Augenbraue.

«Das weisst du nicht», sagt er und grinst.

Ich lache. «Whistleblower?»

«Vielleicht», sagt Sam. Mehr verrät er nicht.

Der Rauch verdichtet sich. Ein kurzer Blick zwischen uns – und man spürt, da kommt offenbar noch etwas.

Die Discovery-Kampagne zeigte, wie kraftvoll Herkunft inszeniert werden kann, wenn sie als Erlebnis gedacht wird. Sie brachte neue Dynamik in die Markenwelt und schuf einen unverwechselbaren visuellen Ausdruck. Bis heute gilt sie als Wendepunkt, der Davidoffs Innovationskraft klar sichtbar machte.

# KAPITEL 6

## DIE SUMME ALLER JAHRE

*Die Glut ist längst erschloschen, aber das Gespräch geht weiter.*

«Du riechst die Tiefe, die Zeit, die Erfahrung. Das ist kein Mythos – das ist ein Fakt.»

Sam lehnt sich nach vorne.

«Weisst du,» sagt er, «unsere Aufgabe ist es, das dem Konsumenten richtig zu erklären. Wenn du einfach nur sagst: 45 Jahre alter Tabak – dann klingt das nach Marketing. Aber bei uns ist alles authentisch. Wir würden nie etwas behaupten, das nicht stimmt.»

Ich nicke. «Ja, das ist der Punkt. Die Leute müssen verstehen, was das geschmacklich bedeutet.»

«Genau,» sagt Sam. «Darum ist es so wichtig, dass wir unsere Partner – den Fachhandel – gut informieren. Damit sie dem Konsumenten erklären können, was es bewirkt: Wie sich Reife auf Aroma und Balance auswirkt. Sonst bleibt es eine Zahl ohne Seele.»

Kurze Stille. Nachdenken, in Erinnerungen verweilen.: «Es ist wie beim Whisky,» erzählt Sam weiter, «ein 18-jähriger

Diese Belicoso hat beeindruckende 13 Jahre Reifung hinter sich. Sie stammt aus dem pyramidenförmigen Sonderhumidor von 2012, dem Jahr der Lancierung der Davidoff Nicaragua Black Band Collection. Sam und ich durften diese außergewöhnliche Zigarre während unseres Gesprächs in vollen Zügen genießen.



Während der Korrekturlesung des Manuskripts gönnte ich mir eine Davidoff Nicaragua 10th Anniversary. Eine ideale Begleiterin; inspirierend, das ich für den letzten Feinschliff brauchte.

Whisky schmeckt anders als ein jüngerer Whisky. Du riechst die Tiefe, die Zeit, die Erfahrung. Das ist kein Mythos – das ist ein Fakt. Oder wie beim Käse. Wir haben das einmal mit Parmigiano gemacht – ein junger, ein mittelalter, ein gereifter. Du schmeckst sofort den Unterschied. Dasselbe gilt für Tabak: Reife verändert alles.»

Er wird ernster. «Darum sind unsere 2'600 Tonnen gelagerter Tabak Gold wert. Jede Kiste, jedes Blatt ist ein Stück Geschichte. Das gibt uns eine Vielfalt, die unglaublich ist – über sieben Millionen mögliche Blends.»

«Sieben Millionen?», frage ich.

«Ja,» sagt Sam. «Das ist unser Spielraum, unsere Schatzkammer.»

Ich frage: «Wird der Tabak eigentlich zentral gelagert oder an mehreren Orten – falls es mal brennt?»

Sam lächelt. «Mehrere Lagerhäuser. Feuer wäre das Schlimmste. Aber das Wichtigste, was wir schützen, sind unsere Samen. Nur drei Personen haben Zugriff auf die Datenbank. Die sind unser wahres Erbe.»

Ein kurzer Moment Stille. Der Rauch steht ruhig in der Luft. Dann lehne ich mich zurück. «Komm, fassen wir noch einmal zusammen.

**Die Jahre der Lancierungen:**

- 2013 – Davidoff Nicaragua.
- 2015 – Davidoff Escurio.
- 2016 – Nicaragua Box Pressed.
- 2016 – Davidoff Yamasá.»

**Limited Editions:**

- 2022 - Discovery
- 2023 - 10th Anniversary Nicaragua
- 2025 - 10th Anniversary Escurio



Sam nickt. «Und 2026?», frage ich. Er lächelt geheimnisvoll. Ich sage mit einem Lächeln: «Yamasá Limited Edition. Zehn Jahre.»

Sam hebt die Augenbrauen. «Psscht! Woher weißt du das?» Sogleich zwinkert er und hebt beide Hände abwehrend in die Höhe. «Nein, es wird etwas anderes sein.»

Ich merke, wie sich das Gespräch schließt – und gleichzeitig etwas Neues öffnet.

Die Black Band ist mehr als eine Serie. Sie ist eine Bewegung. Sie war eine Revolution für Davidoff: Feuer, Wasser, Erde – und nun Zeit selbst.

Ein Vermächtnis aus Geduld, Wissen und einem unerschütterlichen Glauben daran, dass wahre Reife nicht mit Jahren gemessen wird – sondern mit dem Mut, sie zuzulassen.

# DAVIDOFF BLACK BAND COLLECTION



ENTDECKEN SIE EINE AUSSERGEWÖHNLICHE REIHE VON ZIGARREN MIT IHREN EINZIGARTIGEN AROMEN

TIME BEAUTIFULLY FILLED

## ESCURIO

SÜSS & WÜRZIG



INTENSITÄT



RG / Ø  
LÄNGE  
FORMAT  
GENUSS

50 / 2.0 cm  
3 1/4", 8.3 cm  
PETIT ROBUSTO  
30-45 MINUTEN

46 / 1.8 cm  
6", 15.2 cm  
CORONA GORDA  
35-50 MINUTEN

54 / 2.2 cm  
4 1/2", 11.4 cm  
ROBUSTO  
45-65 MINUTEN

50-61 / 2.0-2.4 cm  
5", 12.7 cm  
GRAN PERFECTO  
55-70 MINUTEN

58 / 2.3 cm  
5 1/2", 14.0 cm  
GRAN TORO  
60 MINUTES

## NICARAGUA

BITTERSÜSS



INTENSITÄT



RG / Ø  
LÄNGE  
FORMAT  
GENUSS

46 / 1.8 cm  
3 3/4", 9.5 cm  
SHORT CORONA  
20-35 MINUTEN

50 / 2.0 cm  
5", 12.7 cm  
ROBUSTO  
45-60 MINUTEN

54 / 2.2 cm  
5 1/2", 14.0 cm  
TORO  
60-80 MINUTEN

50 / 2.0 cm  
6 1/2", 16.5 cm  
DIADEMA  
70-85 MINUTEN

## YAMASA

ERDIG & WÜRZIG



INTENSITÄT



RG / Ø  
LÄNGE  
FORMAT  
GENUSS

48 / 1.9 cm  
4", 10.2 cm  
PETIT CHURCHILL  
20-35 MINUTEN

50 / 2.0 cm  
5", 12.7 cm  
ROBUSTO  
45-60 MINUTEN

52 / 2.1 cm  
6", 15.2 cm  
TORO  
60-80 MINUTEN

52 / 2.1 cm  
6 3/8", 15.6 cm  
PIRAMIDES  
60-80 MINUTEN

# DAVIDOFF BLACK BAND COLLECTION



ENTDECKEN SIE EINE AUSSERGEWÖHNLICHE REIHE VON ZIGARREN MIT IHREN EINZIGARTIGEN AROMEN

TIME BEAUTIFULLY FILLED

## YAMASA

ERDIG & WÜRZIG



RG / Ø	LÄNGE	FORMAT	GENUSS	INTENSITÄT
48 / 1,9 cm	4", 10.2 cm	PETIT CHURCHILL	20-35 Minuten	●●●●●
50 / 2,0 cm	5", 12.7 cm	ROBUSTO	45-60 Minuten	●●●●●
52 / 2,1 cm	6", 15.2 cm	TORO	60-80 Minuten	●●●●●
52 / 2,1 cm	6 7/8", 15.6 cm	PIRAMIDES	60-80 Minuten	●●●●●

## PURO DOMINICANO

CREMIG & WÜRZIG



RG / Ø	LÄNGE	FORMAT	GENUSS	INTENSITÄT
52   2,1 cm	4 1/2"   11.5 cm	SHORT ROBUSTO	30-45 Minuten	●●●●●
44   1,8 cm	5 7/8"   14.8 cm	CORONA LARGA	40-60 Minuten	●●●●●
50   2,0 cm	5 1/2"   14.0 cm	PERFECTO	60-70 Minuten	●●●●●

# EPILOG

## DIE GEBURT EINER NEUEN ÄRA

***Der Nachmittag liegt über Basel wie ein goldener Schleier. Sonnenstrahlen brechen durch die grossen Fenster, treffen die Tische in der Zigarrenlounge, auf dem zwei Zigarren langsam ausglimmen. Der Rauch steht still im Raum – dicht, blau, fast greifbar. Er bewegt sich träge, wie Zeit, die nicht vergehen will.***

Niemand sagt etwas.

Nur das leise Summen des Strassenverkehrs.

Durch die Wand dringen gedämpfte Stimmen aus dem Meetingraum nebenan –unverständlich, fern, fast wie ein anderes Leben.

Der Moment hängt in der Luft – unbewegt, ruhig, vollkommen.

Sam sitzt im Halbschatten, eine Zigarre zwischen den Fingern. Er wirkt ruhig – aber in seinen Augen glimmt noch das Feuer der Erinnerung. Er atmet aus, der Rauch steigt in dünnen Spiralen auf, verschmilzt mit dem Licht.

«Die Black Band Collection war kein Schritt – es war ein Sprung», sagt er leise. «Wir haben eine Tür aufgestossen, hinter der niemand wusste, was kommt. Es war, als würden wir die Regeln zerreißen und neu schreiben – mit Rauch, Erde und Leidenschaft. Und genau dort begann alles, was heute die Davidoff Black Band Collection ausmacht – die mutigste Seite unserer Geschichte.

Das Licht wandert langsam über die Gesichter. Sam lächelt, fast nachdenklich.

«Manchmal», sagt er, «beginnt Innovation dort, wo Perfektion unbequem wird. Black Band war Marketing, klar, mit sehr viel Wagemut – und mit Seele, mit Haltung. Wir wollten keine Trends. Wir wollten Spuren hinterlassen.»

Ich lehne mich zurück.

Draussen flimmert die Hitze über den Dächern von Basel. Man hört in der Ferne das Summen der Stadt, das Leben, das weitergeht, als wäre nichts geschehen.

Aber hier, in diesem Raum, fühlt sich alles anders an – dichter, schwerer, echter. Jede Asche erzählt von einer Idee, jeder Rauchfaden von einem Risiko, das sich gelohnt hat.

Sam steht auf, öffnet das Fenster. Ein warmer Wind dringt herein, malt flüchtige Wellen in den Rauch, trägt ihn hinaus in das gleißende Licht. Für einen Moment scheint es, als würde die Sonne selbst durch die Asche scheinen – golden, lebendig, endlos.

Er dreht sich um, lächelt und sagt:

«Es war nie einfach nur eine Zigarre. Es war ein Neuanfang in Schwarz und Silber.» Ich nicke.

«Und das Schönste?», sagt er. «Die Geschichte ist noch nicht zu Ende.» Wäre das hier ein Film, würde sich jetzt die Kamera langsam zurückziehen, durch den Raum hinaus gleiten.

Zwei Männer, zwei Zigarren, goldenes Licht, ein Fenster weit offen, der Rauch zieht hinaus – verliert sich über den Dächern, steigt höher, löst sich auf. Kein Abspann. Kein Schluss.

Nur der Duft einer Idee und einer Revolution, die bleibt.

## Davidoff Black Band Collection - Das war die Geburt einer neuen Ära.



# IMPRESSUM

## HERAUSGEBER

Crazycat Media GmbH  
Spinnlerstrasse 2  
4410 Liestal, Schweiz  
☎ +41 79 305 21 45  
✉ [info@crazycat-media.com](mailto:info@crazycat-media.com)  
🌐 [crazycat-media.com](http://crazycat-media.com)

## IM AUFTRAG VON

Oettinger Davidoff AG  
Nauenstrasse 73  
4052 Basel, Schweiz  
☎ +41 58 219 36 36  
✉ [info@oettingerdavidoff.com](mailto:info@oettingerdavidoff.com)  
🌐 [oettingerdavidoff.com](http://oettingerdavidoff.com)

## Die gemeinsame Arbeit – Geschichte in Worte gefasst

Die Erstellung dieses E-Booklets war ein äusserst spannender Prozess, bei dem ich Sams Erinnerungen, Gedanken und Designphilosophie in eine klare, nachvollziehbare Form gebracht habe. Ziel war es, nicht nur zu dokumentieren, sondern zu erzählen: Warum diese Linie entstand, wie sie gedacht wurde und wie sie geprägt wurde.

Sam Reuter ist dabei viel mehr als ein Gestalter. Er ist ein Chronist des modernen Davidoff-Genusses. Und seine Perspektive macht dieses Werk einzigartig.

Ich danke Sam herzlich für seine Zeit, seine Einblicke und seine sorgfältigen Korrekturlesungen. Mein besonderer Dank gilt zudem Gerhard Anderlohr, Geschäftsführer Davidoff Schweiz, sowie Kerin Guscelli, Product Manager Davidoff Schweiz, für ihre Zeit, ihre wertvollen Inputs und ihr Vertrauen in dieses Projekt.

Ich wünsche dir viel Genuss beim Lesen, natürlich mit einer Davidoff aus der Black Band Collection 😊

Vasilij Ratej, im Dezember 2025



Davidoff