

Hauptausgabe

Berner Zeitung AG  
3001 Bern  
031/ 330 33 33  
www.bernerzeitung.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Tages- und Wochenpresse  
Auflage: 49'605  
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich



Themen-Nr.: 729.002  
Abo-Nr.: 729002  
Seite: 19  
Fläche: 63'825 mm<sup>2</sup>

## Mit 84 Jahren noch immer im Tabakgeschäft



**Ruhestand?** Dieses Wort existiert für Heinrich Villiger nicht. Er arbeitet mit Leidenschaft sechs Tage die Woche. Dominik Plüss

**ZIGARENHERSTELLER Am Dienstag spricht der Unternehmer Heinrich Villiger am Brand- und Marketingtag in Bern über Erfolg trotz Gegenwind. Eine Begegnung mit einem aussergewöhnlichen 84-Jährigen.**

Andere Patrons haben Büros so gross wie Tanzsäle. Heinrich Villiger begnügt sich an seinem Arbeitsort im deutschen Waldshut-Tiengen mit einem kleinen Raum, dessen Pult vor Akten überquillt. Da das Büro optisch wenig hergibt, bittet er in ein Besprechungszimmer mit zahlreichen Devotionalien aus der Welt des Tabaks. Von oben schauen drei grosse Antilopenköpfe erstaunt auf die Besucher herunter. Villiger hat die Tiere selbst in Afrika geschossen, legal, auf ei-

ner Farm. Der 84-Jährige ist als begeisterter Jäger, Schnapsbrenner und Töfffahrer bekannt. Noch vor zwei Jahren durchfuhr er auf dem Motorrad Südafrika. Bemerkenswert ist auch, dass der Alleininhaber von Villiger Söhne noch immer als Verwaltungsratspräsident das Unternehmen führt.

### Feingeist statt Macho

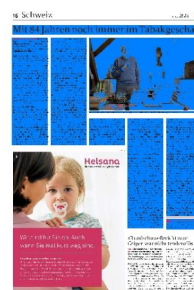
Bei den Hobbys würde man ein Macho-Raubein erwarten, doch Villiger ist ein feiner älterer Herr mit vollendeten Manieren. Der fragt, ob er für die Fotos Kravatte und Veston anlegen soll. Er tritt bescheiden, fast schon leise auf. Trotz seines Erfolgs. Er baute die vom Grossvater im luzernischen Pfeffikon gegründete Stumpfenfabrik zu einem Schwergewicht in der europäischen Tabakbranche aus. Noch heute werden in Pfeffikon Zigarren und Zigarillos für die Schweiz und Nicht-EU-Staaten hergestellt. Hier ist auch Sitz der Holding, zu der die beiden Gesellschaften Villiger Söhne AG (Pfeffikon) und Villiger Söhne GmbH (Waldshut-Tiengen) gehören. Insgesamt arbeiten für Villiger Söhne rund 1450 Mitarbeiter in der Schweiz, in Deutschland und Indonesien. 1,5 Milliarden Zigarren und Zigarillos wurden 2013 verkauft und 225 Millionen Franken Umsatz erzielt. Als sein Grossvater Jean 1888 Unternehmer wurde, gab es Dutzende Zigarrenfabriken in der Schweiz. Heute ist Villiger Söhne neben der Burger Söhne AG der einzige noch existierende einheimische Zigarrenhersteller. Mit seiner Frau, die

wicht in der europäischen Tabakbranche aus. Noch heute werden in Pfeffikon Zigarren und Zigarillos für die Schweiz und Nicht-EU-Staaten hergestellt. Hier ist auch Sitz der Holding, zu der die beiden Gesellschaften Villiger Söhne AG (Pfeffikon) und Villiger Söhne GmbH (Waldshut-Tiengen) gehören. Insgesamt arbeiten für Villiger Söhne rund 1450 Mitarbeiter in der Schweiz, in Deutschland und Indonesien. 1,5 Milliarden Zigarren und Zigarillos wurden 2013 verkauft und 225 Millionen Franken Umsatz erzielt. Als sein Grossvater Jean 1888 Unternehmer wurde, gab es Dutzende Zigarrenfabriken in der Schweiz. Heute ist Villiger Söhne neben der Burger Söhne AG der einzige noch existierende einheimische Zigarrenhersteller. Mit seiner Frau, die

Hauptausgabe

Berner Zeitung AG  
3001 Bern  
031/ 330 33 33  
www.bernerzeitung.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Tages- und Wochenpresse  
Auflage: 49'605  
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich



Themen-Nr.: 729.002  
Abo-Nr.: 729002  
Seite: 19  
Fläche: 63'825 mm<sup>2</sup>

aus der Burger-Dynastie stammt, ist Villiger seit 56 Jahren glücklich verheiratet. Von 1966 bis 1989 arbeitete er mit Bruder Kaspar zusammen. Beide hielten je 50 Prozent am Gesamtunternehmen. Als der Jüngere Bundesrat wurde, verkaufte er die Anteile an den Älteren.

Die Papierstapel auf dem Pult sind keine Staffage. Villiger fährt an sechs Tagen in der Woche von seinem Wohnort Full-Reuenthal AG nach Waldshut-Tiengen, einen Steinwurf von Bad Zurzach entfernt. Wo seine Grossmutter 1910 ein Tochterunternehmen gründete, führt er heute die Geschäfte. In dem alten Fabrikgebäude sind Verwaltung, Einkauf, Verkauf und Marketing untergebracht, aber es werden auch Spezialitäten wie Kopfzigarren oder Krumme gefertigt. Überall liegt feiner Tabakduft in der Luft. In einem riesigen Humidor lagern Cohibas, Montecristos und Romeo y Julietas, verpackt in Kistchen. Die Millionenwerte gehören 5th Avenue, einer Importfirma für kubanische Zigarren, an der Villiger zu 45 Prozent beteiligt ist.

Wie es ihm gelungen ist, trotz restriktiver Gesetzgebung Erfolg zu haben, darüber spricht der 84-Jährige am 21. Oktober am Brand- und Marketingtag in Bern. Im Gespräch erklärt er, wie er es schaffte die Marke Villiger gross zu machen. Sich den eleganten, schmalen Herrn als knallharten Geschäftsmann mit Ellbogen aus Stahl vorzustellen, fällt schwer. Leute, die mit ihm zu tun haben, bezeichnen ihn als Grandseigneur. «Ich bin kein harter Mann», bestätigt Villiger. «Ich habe aber früh erkannt, wie wichtig Marketing ist, und das stets zur Chefsache gemacht.» Zigarren zu rollen, sei einfach, sie zu verkaufen schwierig.

Zum Marketingtalent kam bei Villiger ein Riecher für Gelegenheiten. Etwa 1962, als zwei Kubaner an seine Tür

klopfen. Nachdem die USA ein Handelsembargo gegen Kuba verhängt hatten, verlor der Inselstaat über Nacht den wichtigsten Abnehmer von Rohtabak und Zigarren und suchte woanders Alternativen. Villiger griff zu. 1989 nutzte er erneut eine Chance, die dazu führte, dass er heute Alleinimporteur von kubanischen Zigarren in Deutschland, Österreich, Polen und in der Schweiz ist. Die Generalvertretungen laufen als separate Firmen getrennt von Villiger Söhne.

### Misserfolg und Restriktionen

Nicht alle Unternehmungen waren erfolgreich. Etwa der Abstecher ins Fahrradgeschäft. Der begeisterte Velofahrer Villiger hatte 1991 mit den Diamant-Fahrradwerken in Chemnitz den zweitgrössten Fahrradhersteller der ehemaligen DDR gekauft. «Es gab Probleme im Management, aber vor allem sind wir nicht gegen die günstigere Konkurrenz aus Asien und die Grossverteiler angekommen», sagt er. 2002 verkaufte er die Firma an den US-Velohersteller Trek.

Villiger bleibt leise, selbst wenn er über das geplante Tabakproduktegesetz spricht. Es sieht unter anderem Einschränkungen beim Sponsoring von Veranstaltungen vor, eine der wenigen verbliebenen Werbemöglichkeiten der Tabakbranche. «Uns Zigarrenfabrikanten stört, dass in der Schweiz nicht zwischen Zigaretten und Zigarren unterschieden wird», sagt er. 95 Prozent des Welttabakverbrauchs gehe auf Zigaretten zurück. «Somit verkaufen wir ein Nischenprodukt. Auch wird bei Zigarren in der Regel nicht auf Lunge geraucht», sagt er. Den Ärger über den neuen Gesetzesentwurf verpackt er in druckreife Sätze.

Hinter den kontinuierlichen Verschärfungen steht für ihn die Weltgesundheitsorganisation (WHO), die am

liebsten jeglichen Tabakgenuss ausmerzen wolle. «Dabei leben weltweit 30 Millionen Menschen vom Tabakanbau. Uns stört, dass die WHO die wirtschaftliche Komponente ausser Acht lässt», so Villiger. Gewaltig stört ihn auch, dass die WHO den Tabakkonsum als grösste vermeidbare Todesursache bezeichnet. «Ich bestreite nicht, dass Rauchen ungesund ist, aber angesichts der Tatsache, dass viele Millionen Menschen pro Jahr an Hunger sterben, sind diese ständigen Verschärfungen unverhältnismässig.» Zusammen mit dem Verband der Schweizerischen Zigarrenfabrikanten kämpft er auf politischer Ebene gegen den Entwurf.

Wer wird sein Nachfolger? Der Finanzexperte und Delegierte des Verwaltungsrats Clemens Gütermann, den er vor zwei Jahren in die Firma holte. Ihn sehe er eher als Überbrückung, so Villiger. Seine vier Kinder sind Ärztin, Krankenschwester, Lehrerin und Landwirt geworden. Nur die Medizinerin ist im Verwaltungsrat. Villiger hoffe, so heisst es, dass eines der neun Grosskinder einmal übernehmen werde. Dazu sagt er: «Am allerwichtigsten ist, dass potenzielle Nachfolger entsprechend qualifiziert sind.» Zwei Enkelinnen studierten Betriebswirtschaft. Man werde sehen.

Seinen Töff hat Heinrich Villiger jetzt schweren Herzens verkauft. Dass er im Geschäft weiter Gas gibt, darauf deutet ein Satz beim Abschied hin. Er wolle so lange Verwaltungsratspräsident bleiben, wie es gesundheitlich gehe. *Juliane Lutz*

**Brand- und Marketingtag 2014:**  
21. 10., 10–18 Uhr, Kursaal Bern.  
Weitere Redner sind u. a. Daniel Bloch und Sascha Lobo, [www.bmt.ch](http://www.bmt.ch)