

Zum Jubiläum im Geschäftsjahr 2008 ein Umsatzplus

11.06.2009, 17:31 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Stöhlker & Partner GmbH*

Presseagentur: *Stöhlker & Partner GmbH*

Waldshut-Tiengen/DE – Zum 120-jährigen Jubiläum legt die Villiger Gruppe zu. Der Jahresumsatz 2008 der Villiger Gruppe ist um 8,3 Prozent auf Euro 121,7 Mio. gestiegen (2007: Euro 112,4 Mio.). Wesentlicher Wachstumstreiber war das deutsche Inlandgeschäft. Auch das Schweizer Geschäft konnte durch die im Februar 2008 erfolgte Übernahme von „Wuhrmann Cigars“ ein Umsatzplus von 0,9 Prozent erzielen, dies trotz der zunehmenden Rauchverbote im Schweizer Markt. Lediglich der Export blieb hinter den Erwartungen zurück.

Die Villiger Gruppe trotz der anhaltenden Wirtschaftskrise und den verstärkt auftretenden Rauchverboten. „Die Neulancierung der 1888 Longfiller Premium Cigarre war ein Erfolg“, sagt Heinrich Villiger, Inhaber der Villiger-Gruppe. „Das Feedback der Kunden und Raucher ist positiv und bestätigt, dass wir den richtigen Kurs eingeschlagen haben“. Aber auch andere Klassiker wie die Original Krumme (in Deutschland unter dem Namen Curly & Culebras vermarktet) und das Cigarillo Sortiment zeigen Stärke in einem hart umkämpften Markt. Die 120-jährige Kompetenz in der Cigarrenmanufaktur hat sich bestätigt, sodass Villiger weiterhin auf Qualität und Innovation setzen wird.

Peter Witzke, Geschäftsführer der 840 Mitarbeiter zählenden Villiger-Gruppe, ist trotz des verhalten Absatzes in den ersten Monaten weiterhin optimistisch. Der Optimismus beruht auf einer Reihe von geplanten Neueinführungen im nationalen aber auch internationalen Markt. Trotz Anti-Raucher-Stimmung entwickelt sich der Schweizer Markt positiv. „Wir sind seit vielen Jahren ein führender Anbieter im Schweizer Cigarren- und Cigarillomarkt. Unsere strategischen Marken sind flächendeckend erhältlich und genießen einen sehr hohen Bekanntheitsgrad“, sagt CEO, Peter Witzke.

Die strategische Aufbauarbeit in den wichtigsten Exportmärkten geht weiter voran und soll mittelfristig 50 Prozent der Unternehmenserlöse einspielen. In Frankreich, dem wichtigsten europäischen Markt, ist Villiger seit Anfang 2006 in Paris mit einer eigenen Vertriebsorganisation vertreten und trägt damit der Bedeutung dieses Marktes Rechnung. „In weiteren wichtigen Märkten haben wir neue Partnerschaften geknüpft, um das Potential besser erschließen zu können“, so Peter Witzke. Aufgrund dieser Aufbauarbeit wurden die erwarteten Ziele im Exportgeschäft noch nicht ganz erreicht. „Die Ergebnisse bestätigen, dass wir uns auf dem richtigen Weg befinden, aber noch etwas Geduld üben müssen, bis die Aufbauarbeit abgeschlossen ist“, bestätigt Witzke weiter.

Markt Deutschland

In Deutschland stieg der Umsatz vor allem im Billigsegment der sogenannten Eco Cigarillos, was die Margen verringerte. Trotzdem wächst der Bekanntheitsgrad laufend und die Flächenabdeckung in Deutschland ist erfolgreich. „Durch die Integration der Longfiller Division El Mundo del Tabaco ab Oktober 2008 wurde das Ergebnis im vierten Quartal positiv beeinflusst“, sagt Peter Witzke.

Rauchverbote

Die anhaltenden Diskussionen über die Rauchverbote in der Gastronomie gehen nicht spurlos am Handel vorbei, wie die Zurückhaltung bei der Auftragserteilung für Tabakprodukte zu Anfang des Jahres 2008 gezeigt hat. „Die Genussraucher werden jedoch weiterhin Wege finden, eine gute Cigarre bzw. ein gutes Cigarillo entspannt zu rauchen“, sagt Peter Witzke. „Gegenüber der Zigarretten-Industrie haben wir den Vorteil, dass man die Cigarre genießt und nicht einfach mal schnell vor die Türe geht. Unsere Kunden sind Aficionados, die ihre Cigarren auch in den eigenen vier Wänden genussvoll rauchen“, so Witzke weiter.

Die Raucher werden durch die vielen Anti-Raucherkampagnen verwirrt und wissen nicht mehr, wo man rauchen darf und wo nicht. „Wir begrüßen eine Bundesregelung für den Nichtraucherschutz in der Gastronomie, die eine räumliche Trennung von Rauchern und Nichtrauchern vorsieht, aber zur Zeit gibt es noch eine Vielzahl von Bundesländern, die mit weiterreichenden Einschneidungen für den mündigen Bürger über das Ziel hinausschießen und somit zur gesellschaftlichen Ausgrenzung von einem Viertel der Bevölkerung führt“, sagt Peter Witzke. Es gilt also abzuwarten,

wie sich die politische Landschaft verändert.

Aussichten 2009

Die Lancierung der neuen Villiger Premium Aroma Linie mit den Geschmacksrichtungen Vanilla, Whisky und Aromatic war der Startschuss zu einer Produktoffensive, die sich über das Jahr hinweg weiter fortsetzen wird. Weitere innovative Produkte und Line Extensions von bestehenden erfolgreichen Marken werden in den kommenden Monaten lanciert. „Wachstum über Distributionsausbau und Neuprodukte ist unser Ziel. Vor allem im Export müssen wir aufholen“, sagte Peter Witzke.

Die 1888 gegründete Villiger-Gruppe ist ein Schweizer Familienunternehmen in der vierten Generation, das international tätig ist. Jährlich werden in den Werken über 600 Millionen Cigarren und Cigarillos produziert. Die Gruppe beschäftigt weltweit 840 Mitarbeiter und erzielte 2008 einen Jahresumsatz von Euro 121,7 Mio. Die Schweizer Produktion befindet sich in Pfeffikon/LU, die deutschen Herstellungsbetriebe in Waldshut-Tiengen und in Bünde/Westfalen. Darüber hinaus werden in der indonesischen Freihandelszone Ngoro Tabakdeckblätter für die Produktion in Europa aufbereitet.

Weitere Auskünfte

Peter Witzke
Geschäftsführung
Villiger Söhne GmbH
Schwarzenbergstrasse 3-7
D-79761 Waldshut-Tiengen

T: 07741 607 101

F: 07741 607 103

vsekretariat@villiger.de
www.villiger.ch

Portrait

Der Cigarrenspezialist aus Leidenschaft entdeckte auf der Suche nach neuen Ideen die Kunst des Cigarrenflechtens wieder neu. Die Culebras wurden zum großen Erfolg, ebenso wie Cigarillos, die mit eingearbeitetem Filter auf die zeitgemäßen Bedürfnisse des Tabakrauchers eingehen.

News-ID: 316913 • Views: 983 (Stand: 08.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/316913/Zum-Jubilaeum-im-Geschaeftsjahr-2008-ein-Umsatzplus.html>