

**Rolf Styger ist Unternehmer, Künstler, Lebemann – und in allem enorm erfolgreich. Wie macht er das? Und was können wir von ihm lernen? Ein Gespräch über Klausuren mit sich selbst, konsequentes Vorgehen und wieso man immer eine Wahl hat.**

JEAN-PIERRE RITLER Text und Fotos

# DER MACHIER

**S**o richtig schlau wird man nicht aus diesem Mann, der zur Begrüssung keinen Handschlag akzeptiert, sondern die Menschen umarmt. Ist er der Lebemann, der immer perfekt gekleidet Golf spielt, Zigarren raucht und lässig an einem Champagnerglas nippt, während er gekonnt Konversation mit den oberen Zehntausend betreibt? Oder der knallharte Geschäftsmann, der Katzenfutter verkauft und dabei mit Rabattschlachten Erfolge feierte? Oder dann doch der sensible Künstler, der stundenlang kleinste Mosaiksteinchen zu gewaltigen Kunstwerken vereint?

Auf jeden Fall ist Rolf Styger ein Mann der Kontraste. Und wie er jetzt auf dem Sofa in seiner modernen Villa im Aargau sitzt und von seinem Leben erzählt, wirkt er wie jemand, der seine innere Ruhe und Bestim-

mung gefunden hat. Auch wenn er nicht wirklich tiefenentspannt ist. Eine leichte Anspannung ist auch in seiner Gelassenheit immer zu spüren.

## **Der Vollblutunternehmer**

Was sicher ist: Der heute 57-jährige ist ein Vollblutunternehmer, von dem viele lernen könnten – und es auch sollten. Wie er seine Geschäfte zum Erfolg führt, zum Beispiel. «Den wichtigsten Anteil daran haben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die muss man mindestens so gut behandeln wie die Kunden», erklärt er sein eigentlich einfaches Rezept – und geht gleich ins Detail: «Du darfst keinen betrügen, sei zu allen fair. Der Erfolg von Fressnapf beruhte in erster Linie auf einer grossartigen Unternehmenskultur. Jeder war in die



Rolf Styger in seinem selbst gestalteten Mosaik-Gartenhaus mit gläserner Decke, in dem er im Sommer auch öfters übernachtet.



Oben: Der Macher vor seiner modernen Villa im Aargau.

Unten: Aus Tausenden von Mosaiksteinchen kreiert der Künstler Rolf Styger grossflächige Kunstwerke wie hier das beeindruckende Gästebad in seinem Haus.



Firma eingebunden, konnte mitreden und wusste, wohin die Reise geht. Das hat dazu geführt, dass das Team einer Filiale irgendwo im Wallis, die du ja aus Zürich nicht unter Kontrolle hattest, einfach Gas gegeben hat. Es wurde viel mehr verkauft, viel weniger gestohlen. Alles Sachen, die du sonst in einem Filialbetrieb als Kollateralschaden hast.»

Sollte eine solche Einstellung nicht Standard sein? Styger runzelt die Stirn. «Ich war mal so naiv und dachte, dass es nur eine Frage der Zeit wäre, dann merken das auch die anderen Unternehmer. Aber wenn ich heute in die Welt schaue, bin ich enttäuscht. Nicht viele Firmen behandeln ihre Mitarbeiter so, wie sie es sollten.» Diese Vision der Unternehmensführung hatte er schon zu Beginn seiner Karriere, die im beschaulichen Schlieren bei Zürich begann. Rolf Styger hat das Unternehmer-Gen in die Wiege gelegt bekommen. Sein Grossvater führte ein Lederwarengeschäft, der Vater übernahm und stieg in den Grosshandel mit Hunde- und Katzenartikeln ein. Dazu kam jetzt der junge Rolf, der die Verkaufsleitung übernahm. Grosse Namen wie Migros, Coop oder Manor standen auf der Kundenliste.

### Klausur mit sich selbst

Das ging gut, bis Mitte der 90er-Jahre beim grössten Kunden eine neue Strategie eingeführt wurde. «Plötzlich wurde alles von einer Zentrale geleitet, wir mussten noch günstiger liefern.» Da regte sich Widerstand bei Styger, inzwischen der Geschäftsführer im Familienbetrieb. «Fremdbestimmung ist das Schlimmste, was mir passieren kann. Ich weiss das, seit ich in der Rekrutenschule war. Und ich wollte mich nicht zum Sklaven eines Grosskunden machen.»

Er löste das Problem auf seine Weise. «Ich machte meine erste Klausur mit mir selbst. Irgendwo auf einem Hügel, damals noch mit Papier, ohne Laptop.» Styger machte eine Auslegeordnung. Hat von sich wegzoomt, Abstand gewonnen. Und fein säuberlich aufgeschrieben, was eigentlich wichtig ist im Leben. «Die Fragen waren: Was ist meine Bedeutung auf dieser Welt? Was kann ich bewirken? Was will ich wirklich?» Diese Klausuren mit sich selbst macht er seither jedes Jahr.

Das Resultat der ersten Retraite ist schnell erzählt: Styger entschied, ins Fachmarkt-Business einzusteigen. In Deutschland traf er den «Fressnapf»-

Gründer Torsten Toeller. 2,5 Stunden redeten die beiden, am Schluss gab es einen Deal per Handschlag. Styger konnte Fressnapf in der Schweiz auf eigene Faust aufbauen.

## Der Outperformer

13 Jahre später: Fressnapf Schweiz boomt. 36 Läden, 300 Mitarbeiter, 100 Millionen Umsatz und pro Quadratmeter doppelt so viel wie die Konkurrenz. Das Erfolgsrezept neben den motivierten Mitarbeitern? Die Augen des Unternehmers blitzen auf. «In jedem Markt gibt es drei Teile: 20 % der Anbieter können es nicht. 60 % machen es gut, sind aber nur Durchschnitt. Und 10 % bis 20 % sind Outperformer. Ich wollte immer einer von denen sein, bei allem, was ich mache. Etwas anderes interessiert mich nicht.» Schneller und konsequenter sein, dazu eine glasklare Strategie ohne Kompromisse verfolgen: So geht Erfolg à la Styger.

Sein Grundantrieb war immer die Kreation. «Als Kind baute ich mit Lego neue Sachen. Und danach konnte ich Fressnapf aufbauen. Und auch in der Kunst ... etwas Schönes, Nachhaltiges zu erschaffen, das ist meine Leidenschaft.»

Fressnapf war jetzt vollbracht, es war Zeit für Neues. Styger verkaufte seine Anteile und hatte mit 43 Jahren plötzlich ein dickes Bankkonto und viel Zeit. «Ich habe Freunde besucht oder auch mal zwei Tage lang Games auf dem Computer durchgespielt.» Und sich der Kunst des Mosaiklegens hingeeben; in Haus und Garten entstehen farbenfrohe Installationen aus Tausenden kleinen Steinen.

## «Wir haben immer eine Wahl!»

Doch das Unternehmer-Gen liess ihn nicht in Ruhe. Styger wurde Business-Angel für Start-ups und coachte Manager, «bevor sie ihren Burn-out bekommen». Allen erzählt er das Gleiche: «Wir haben immer eine Wahl! Als Mensch haben wir das Privileg, dass wir jeden Tag neu entscheiden können: Ob ich heute gut zu mir schaue. Ob ich heute positiv auf die Menschen zugehe. Ob ich heute etwas beende, das ich gar nicht mehr machen will. Ob ich heute etwas anpacke oder den Tag laufen lasse und früher in den Feierabend gehe. Ob ich einen Freund anrufe. Man kann jeden Tag neu entscheiden und sein Leben verbessern.»

Auch Styger ist für neue Inputs immer empfänglich. Vor sieben Jahren erzählten ihm Freunde von der Idee eines Restaurants mit Metzgerei im Stil der 1920er-Jahre. «Ich sah sofort das Potenzial. Wir lagen damit voll im Trend.»

Im Trend? Ein Fleischrestaurant in Zeiten, in denen Veganer überall lauthals auf die Barrikaden gehen? Styger lacht. «Ja. Wir essen immer weniger Fleisch. Aber wenn wir es tun, dann ist Genuss und Qualität die erste Priorität, und zudem wollen wir ein möglichst gutes Gewissen dabei haben. Das ist definitiv ein Trend.» Also gründete Styger zusammen mit dem Gastronomen Phil Oehler, Gregory Knie aus der Circus-Dynastie und dem Luma-Gründer Lucas Oechslin (siehe Seite 42) das Williams ButchersTable – mit gewaltigem Erfolg. Es ist nicht nur die beliebteste Metzgerei Zürichs, sondern steht auch auf Platz 51 der besten Steakrestaurants in der Welt.

Und weil Rolf Styger ein Marketingprofi ist, gibt es zum Restaurant auch ein grosses Golfturnier, das ButchersTable Classic (siehe nächste Seite). Wie er schmunzelnd sagt: «Ich mag es gerne gross.»

## «Sag im Zweifelsfall einfach Ja.»

Gross denken, konsequent sein, die Menschen gut behandeln – klingt nach einem einleuchtenden Erfolgsrezept. Was gibt es da zu ergänzen? Styger überlegt nicht lange. «Im Zweifelsfall muss man immer Ja sagen. Hast du Lust auf ein Luma-Pork-Kotelett? Sag Ja! Sitzt du abends gemütlich vor dem Fernseher und ein Freund ruft an, weil er ein Bier mit dir trinken will? Dann sag Ja! Überlege nicht, verlasse immer wieder deine Komfortzone. Nur so erlebt man spannende Sachen und kommt weiter.»

Es ist spät geworden. Rolf Styger kann gut erzählen, ist voller Ideen und überraschender Erkenntnissen. Am Schluss des Gesprächs gibt es natürlich eine herzliche Umarmung und die tröstende Erkenntnis, dass erfolgreiche Unternehmer keine zynischen Abzocker sein müssen. Auch anständig sein, Freundlichkeit, Leidenschaft und Genuss können zum Erfolg führen.

Und aus der Kombination von Künstler, Unternehmer und Lebemann muss man nicht schlau werden. Sondern sich schlicht freuen, dass es sie gibt.



# DER KLASSIKER

Auch dieses Jahr verwandelte sich der malerische Golfplatz Kyburg bei Winterthur in eine der coolsten Locations für eines der speziellsten Golfturniere der Schweiz.



Die vierte Auflage des ButchersTable Classic zog am 3. und 4. September 168 Teilnehmende an, die in den charmanten Outfits der Goldenen Zwanziger die historische Atmosphäre des Platzes zum Leben erweckten.

Insgesamt traten 42 Flights gegeneinander an, die sich in zwölf Sonderwertungen und einem besonderen Hickory-Contest messen mussten.

Zu gewinnen gab es Preise im Wert von über 50'000 Franken, die von Sponsoren wie Porsche Winterthur, Porsche Classic oder Lohri Uhren & Schmuck aus Zug zur Verfügung gestellt wurden. Das spektakuläre Highlight und eine echte Herausforderung war

die zehn Meter hohe Hebebühne am ersten Loch, von der aus die Spieler ihren Abschlag aufs Fairway setzten. Die erstklassige Verpflegung von Luma (siehe Seite 42) und dem Williams ButchersTable in Zürich trug zu einem rundum gelungenen Event bei.

Als Mediensponsor sorgte MEN für einen weiteren Glanzpunkt: Alle Teilnehmenden wurden für ein persönliches MEN-Cover fotografiert, das sie abends gerahmt mit nach Hause nehmen konnten.

Die nächste Ausgabe des ButchersTable Classic findet am 2./3. September 2025 statt.

> [www.butcherstable-classic.ch](http://www.butcherstable-classic.ch)