

Inhaltsverzeichnis

- 6 **Neuerburg in Trier – Tabak und Zigarren von der Mosel (1850–1908)**
- 8 Von grobem Leder zu feinen Zigarren – Wie alles begann
- 17 Haus Neuerburg – Mit Zigaretten in die Zukunft

- 22 **„Güldenring“ und „Ravenklau“ –
Edle Orientzigaretten von der Mosel (1908–1918)**
- 24 „Wie ein Herz und eine Seele“ oder: Geschäftsleitung brüderlich geteilt
- 25 Zigaretten „Made in Germany“
- 30 Das Geschäftsprinzip während des Ersten Weltkriegs: Qualität vor Umsatz

- 36 **„Overstolz“ – Expansion nach Deutschland (1919–1928)**
- 38 Eine Güldenring für 250 Mark oder: „Eine Erhöhung der Verkaufspreise war nicht zu umgehen ...“
- 43 „Unser Umsatz stieg von Jahr zu Jahr, es ist mir keine Stockung erinnerlich“
- 47 „Reklame ist keine Hexerei“ – Das Erfolgsprodukt „Overstolz“

- 52 **„Zuban“ & „Waldorf-Astoria“ – Konzentration der Zigarettenbranche
(1928–1945)**
- 54 Eine folgenreiche Kooperation: Aus Haus Neuerburg und Reemtsma entsteht ein Zigaretten gigant
- 58 Notausstieg 1933 oder: Folgenreiche Kooperation Teil II
- 63 Haus Neuerburg in der NS-Zeit

- 70 **„Onkel Tom“ meets „Overstolz“ – Entflechtung und Neubeginn
(1945–1960)**
- 72 Erst gemeinsam, am Ende getrennt: Der Neuanfang nach dem Krieg
- 77 „Wiedersehen nach langen Jahren“ – Die Rückkehr der „Overstolz“
- 84 Den Anschluss verpasst – Filterzigaretten von Haus Neuerburg

- 90 **„Camel“ – Neuer Schwung aus Amerika (1960–1973)**
- 92 Annäherung aus Übersee: Der Tabakriese Reynolds steigt ein
- 94 Rettung mit Höcker – Die Einführung der Erfolgsmarke „Camel“ (1968)
- 100 „Wetten?“ oder: Ein neues Werk in Trier

- 104 **„Extra lang“ oder „mild“ – Die Zigarette wird vielfältig (1973–1988)**
- 106 Das Ende des Familienunternehmens: RJR übernimmt Haus Neuerburg
- 110 Exportschlager aus Trier – Millioneninvestitionen in Ausbau
- 113 Konkurrenzlos billig – Der Preiskampf mit den Handelsmarken
- 120 **Von RJR zu JTI: Als Weltunternehmen an der Schwelle zum 21. Jahrhundert (1988–1999)**
- 122 Die Wende oder: Willkommen im „Club“
- 128 „Rauchlose“ Zigarette & Trier statt Berlin: Die Zeit der Restrukturierungen
- 133 Die Übernahme durch Japan Tobacco (1999)
- 136 **Neue Stärke trotz Gegenwind: JTI verdoppelt seine Größe (1999–2008)**
- 138 Nichtraucherschutz & Steuerlast: Europäische Rahmenbedingungen für ein internationales Unternehmen
- 144 Neue Größe und neue Marken: Die Übernahme von Gallaher durch Japan Tobacco (JT)
- 148 Als Nummer Drei auf Wachstumskurs: JTI Germany im 21. Jahrhundert
- 150 **Anhang**
- Dank
 - Quellen
 - Literatur (Auswahl)
 - Bildnachweis