

BLICK

delikat

Branchenmagazin für Produktion und Verkauf von Fleisch, Wurst & Feinkost

07. August 2009

UNTERNEHMEN & KONZEPTE

Cornelius-Duett gibt Gas

Der Fleischwarenmarkt birgt viele kleine **Nischen**, die von gut geführten mittelständischen Unternehmen erfolgreich besetzt sind. Bestes Beispiel hierfür ist Cornelius aus Hockenheim, Anbieter von Pfälzer Wurstspezialitäten. Geführt wird das Unternehmen von den Geschwistern Peter Cornelius und Petra Cornelius-Morjan.



Führen erfolgreich ein kleines, aber feines Unternehmen: Petra Cornelius-Morjan und Peter Cornelius.

Nicht nur die Vornamen-Ähnlichkeit der beiden Geschwister zeigt die Verbundenheit zueinander, auch der Auftritt der beiden demonstriert den gemeinsamen Wunsch, ein kleines, aber feines Unternehmen konsequent nach vorne zu bringen. 2008 verbuchte das Unternehmen einen Umsatzzuwachs von 18 Prozent auf gut 7 Millionen Euro (2007: 5,9 Millionen Euro). Auch der Absatz legte mit zehn Prozent zweistellig zu.

Flaggschiff im Sortiment ist die Pfälzer Leberwurst, die traditionelle Spezialität von Cornelius. Allein dieses Segment konnte in unterschiedlichen Abpackungen ein Wachstum von über zehn Prozent verzeichnen. Ebenso erfolgreich präsentierte sich



auch der Klassiker im trendgemäßen Kleid, die Leberwurst im Convenience-Becher.

Der Schwerpunkt der Distribution liegt im klassischen Lebensmitteleinzelhandel mit 60 Prozent Absatzanteil, auf den Discount entfallen gut 20 Prozent, und der Rest wird über den Großverbraucherbereich abgesetzt. Wie Peter Cornelius erläutert, wird auch der Export ein zunehmend wichtiger Absatzkanal für das Unternehmen. Hier haben sich vor allem in Spanien interessante Geschäftsbeziehungen entwickelt, denn Pfälzer Leberwurst ist in dem klassischen Urlaubsland Spanien nicht nur bei Touristen ein gefragtes Produkt.

Wie gut die Zusammenarbeit zwischen den beiden Geschwistern klappt, zeigt auch das erfolgreiche Engagement bei „Bio“ und „light“. Petra Cornelius-Morjan: „Unser Wachstum resultiert aus vielen kleinen Teilbereichen. Der Absatz unserer „Light-Produkte“ hat sich im vergangenen Jahr mehr als verdoppelt. Unsere Bio-Ware werden wir mit Sicherheit in Bio-Supermärkten platzieren können.“

Ohne Kühlung lagerfähige Spezialitäten

„Qualität hat höchste Priorität. Das ist unser Anspruch und dafür stehen wir im Handel. Wir setzen auf Premium, das gilt gerade für regionale Spezialitäten wie Pfälzer Wurstwaren“, erklärt Peter Cornelius das Erfolgsgeheimnis des Unternehmens. Den Erfolg im Handel führt das Geschwisterpaar auch darauf zurück, dass in der Regel bei der Produktion auf Laktose, Gluten, Zusatzstoffe und Geschmacksverstärker verzichtet wird. Dennoch sind diese Spezialitäten ohne Kühlung lagerfähig.

