



### Global

Off-Season-Früchte im  
Ganzjahres-Angebot S. 63



### International

Metro in Montreal -  
Mehr als ein Markt S. 20



### Überregional

Das Frühstücks-Angebot  
wird immer bunter S. 30

# LEBENSMITTEL PRAXIS

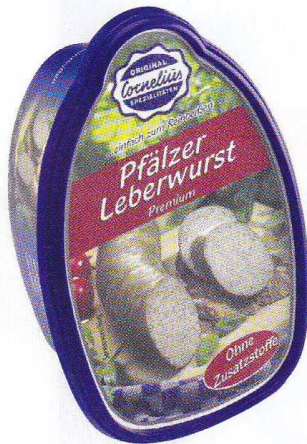
Ausgabe: 01 15. Januar 2010

**REGIONAL  
BADEN-WÜRTTEMBERG  
SETZT AKZENTE S.46**

15. Januar 2010

CORNELIUS WURSTWAREN

## In neuem Glanz



Etiketten, Verpackung, Internetauftritt: Die Marke Cornelius präsentiert sich nach einem Relaunch in neuem Glanz. Grundton bleibt das leuchtende Cornelius-Blau, das an die Wurzeln des Unternehmens erinnert,

doch insgesamt wurde der Auftritt zeitgemäßer gestaltet und mit modernem Lifestyle verknüpft.

Und auch bei den Produkten tat sich bei dem Hockenheimmer Traditionsunternehmen einiges: Beispielsweise die Einführung neuer Pfälzer Wurstspezialitäten wie der Delikatessleberwurst

in Bioqualität oder dem erfolgreich eingeführten Klassiker im neuen Kleid, dem Convenience-Becher. Inhaber Peter Cornelius: „Wir werden unsere Premium-Politik konsequent fortsetzen. Das ist unser Anspruch, dafür stehen wir im Handel und beim Verbraucher. Das gilt gleichermaßen für unser Flaggschiff, die Pfälzer Leberwurst, wie auch für die anderen regionalen Spezialitäten.“ Um nur einige zu nennen: Leberknödel, Leberrolle, Gänse- und Kalbsleberwurst, Pfälzer Bauernblutwurst sowie eine Bio-Leberwurst und eine Light-Linie.

Ein wichtiges Plus von Cornelius gegenüber den Wettbewerbern: Durch ein ganz spezielles Herstellungsverfahren benötigen die meisten Pfälzer Wurstspezialitäten keine Kühlung, keine Geschmacksverstärker und keine Konservierungsstoffe.

>>[www.cornelius-wurstwaren.de](http://www.cornelius-wurstwaren.de)