

# Schweisinger Zeitung Hockenheimler Tageszeitung

16. Mai 2009

**Unternehmensbilanz:** Cornelius GmbH steigert Umsatz um 18 Prozent auf sieben Millionen Euro und rechnet weiter mit Zuwachs

## Leberwurst-Geschäft läuft wie geschmiert

Von unserem Redaktionsmitglied  
**Matthias Mühleisen**

Das Geschäft mit der Pfälzer Leberwurst läuft bei der Cornelius GmbH auch in Zeiten der Wirtschaftskrise wie geschmiert. Das mittelständische Unternehmen mit Sitz im Talhaus verbuchte im vergangenen Jahr einen Umsatzzuwachs von 18 Prozent auf sieben Millionen Euro (2007: 5,9 Millionen Euro) und steigerte den Absatz um zehn Prozent. Geschäftsführer Peter Cornelius setzt auch im laufenden Jahr auf Zuwachs: „Unsere Kapazitäten sind gut ausgelastet – mehr geht immer“, sagte er gestern beim Pressegespräch im „Seehotel“ Ketsch und schätzte das Potenzial für das Jahreswachstum auf zwei bis sieben Prozent.

Gut zwei Drittel seines Geschäfts macht das Unternehmen mit der Pfälzer Leberwurst. Kommen dabei auch in der Produktion traditionelle Verfahren zum Einsatz, die es erlauben, bei den meisten Wurstspezialitäten auf Kühlung, Geschmacksverstärker und Konservierungsstoffe zu verzichten, so geht Cornelius bei Sortiment und Verpackung mit der Zeit.

### Convenience-Becher erfolgreich

So habe der Convenience-Becher als stabile und standfeste Verpackung seit seiner Einführung vor einem Jahr „die Erwartungen voll erfüllt“, sagte Peter Cornelius. Eine fettreduzierte Variante der Pfälzer Leberwurst, die das Familienunternehmen jetzt auf den Markt bringt, ver-

zichte auf 30 Prozent Fett, aber nicht auf vollen Geschmack und Konsistenz. Und schließlich will Cornelius weiter mit der ersten bundesweit vermarkteten „Pfälzer“ in Bio-Qualität punkten, die dem Wunsch der Verbraucher entgegenkomme, deren Anteil am Gesamtabsatz allerdings aktuell erst bei einem Prozent liegt.

Wichtigste Handelspartner für Cornelius sind weiter der Lebensmitteleinzelhandel und die Großmärkte: Rund 70 Prozent des Umsatzes werden dort getätigt. Im Export sieht der Geschäftsführer, der mit seiner Schwester Petra Cornelius-Morjan in dritter Generation die Cornelius-Geschicke leitet, weitere Wachstumschancen. Derzeit gehen unter ein Prozent der Wurstspeziali-

täten ins Ausland nach Spanien und Polen, Ziel seien vier bis fünf Prozent des Gesamtumsatzes.

### Schutzverband stagniert noch

Keine Fortschritte hat der von Cornelius angestoßene „Schutzverband für Pfälzer Wurstspezialitäten“ gemacht. „Wir werden uns weiter bemühen, diese große Idee Wirklichkeit werden zu lassen“, strahlte Peter Cornelius Zuversicht im Bemühen um die geschützte geographische Angabe (ggA) aus. Schwarzwälder, Thüringer und Nürnberger hätten das ja auch geschafft. Da sehr viele Institutionen von der Handwerkskammer bis zu Ministerien beteiligt seien, sei der Weg weit. Momentan darf „Pfälzer Leberwurst“ überall hergestellt werden.



Praktisch für den Verbraucher: Die Pfälzer Leberwurst im Convenience-Becher (hier bei der Abfüllung im Werk im Talhaus) erfüllte die Erwartungen von Cornelius. BILD: PRIVAT

