



PRESSEINFORMATION

Erfolgreich mit regionaltypischen Wurstspezialitäten

Cornelius, einer der führenden Hersteller von Pfälzer Wurstspezialitäten, plädiert für qualitätsorientierten Konsum. Branche erhebt Forderungen an die Politik.

Hockenheim, im September 2025. „Es ist unsere vordringlichste Aufgabe, die Wurstkultur, für die nicht allein die Pfälzer Spezialitäten stehen, zu sichern, zu pflegen und zukunftsfit zu machen“, sagt Peter Cornelius, dessen gleichnamiges Unternehmen zu den führenden Herstellern von Pfälzer Wurstspezialitäten in Deutschland mit Sitz in Hockenheim zählt. Und weiter: „Traditionelle Spezialitäten, die eine Geschichte erzählen, die regional verankert sind und die eine hohe Qualität aufweisen, geben Antworten auf die Fragen, die der Verbraucher an die Branche stellt. Fragen nach Authentizität, Herkunft, Transparenz.“

Cornelius ist mit diesem Konzept seit drei Generationen gut aufgestellt. 2024 wurde mit dem Sortiment an Pfälzer Wurstspezialitäten ein Umsatz von 9,5 Mio. Euro erwirtschaftet (+6,7 Prozent). Das Jahr 2025 präsentiert sich stabil.

Der Top-Seller des Unternehmens ist die Pfälzer Leberwurst, ergänzt um regionaltypische Spezialitäten wie die Pfälzer Bauernblutwurst, die Delikatessleberwurst, Leberrolle, Leberknödel und den Pfälzer Saumagen. Erhältlich ist das Sortiment bundesweit im Lebensmittelhandel und in Discountern.

Regionalität wird im Unternehmen großgeschrieben. Dies unterstreichen nicht allein die zahlreichen regionalen Veranstaltungen mit z. B. kulinarischen After-Work-Events, regionales Sponsoring und ein attraktiver Werksverkauf. Auch an regionalen Qualitätsprogrammen ist Cornelius beteiligt, so in Kooperation mit der REWE Group. Unter dem Aktionstitel „Landbauern Schweine“ vermarktet Cornelius Spezialitäten aus seinem Sortiment: die Pfälzer Leberwurst, Delikatessleberwurst mit Kalbfleisch.



Um sich noch besser aufgestellt zu sehen, aktualisiert Cornelius seinen Markenauftritt. Von der Überarbeitung des Logos, der Neugestaltung der Etiketten bis zur Neuaufstellung der Website, der ein eigener Online-Shop angegliedert wird. „Marketing hat für uns einen hohen Stellenwert,“ so Cornelius, „Kommunikation über alle relevanten Kanäle ist für uns nicht nur Selbstzweck. Wir wollen den Verbraucher hin zu einem qualitätsorientierten Konsum lenken, der langfristig der Branche wie der Gesellschaft nur von Vorteil sein wird.“

Auf dem Weg dahin seien, so Peter Cornelius, der dem Vorstand des Bundesverbandes der Wurst- und Schinkenproduzenten angehört, noch zahlreiche Hürden zu nehmen. „Wir stehen vor vielen Herausforderungen und fordern die Politik auf, entsprechende Maßnahmen zum Schutz und Wohle der Branche zu ergreifen.“ Ungerecht behandelt fühlten sich Unternehmen der Fleischbranche mit dem Gesetz zur Sicherung von Arbeitnehmerrechten in der Fleischwirtschaft (GSA Fleisch), das Werksverträge und Leiharbeit verbiete. „Das ist eine Diskriminierung und Ungleichbehandlung.“

Eine weitere Entlastung könne durch die Deckelung des Industriestrompreises sowie den Abbau von überbordender Bürokratie erzielt werden. Eine besondere Herausforderung für die Mittelständler, die die Branche prägen, sei zudem die EU-Entwaldungsverordnung. Diese besage, dass bestimmte Rohstoffe und Produkte nur dann in Verkehr gebracht werden dürften, wenn Lieferketten nachweisbar entwaldungsfrei seien. Dazu Peter Cornelius: „Die damit verbundenen Sorgfalts- und Berichtspflichten sind in der Realität nicht umsetzbar.“

Cornelius wies abschließend darauf hin, dass die Wurst- und Schinkenbranche die größte Branche in der Ernährungskette ist mit einem Jahresumsatz von 22 Milliarden Euro.



Link zur Pressemappe: <https://lmy.de/jrtTr>

Pressekontakt

H+P Public Relations GmbH, Sina Vivien Lippitz, Alfred-Herrhausen-Allee 3-5, 65760 Eschborn
s.lippitz@hup-pr.de, Tel. 069 / 555 111, Mobil +49 (0) 162 694 73 19

Unternehmen

Cornelius GmbH, Zweite Industriestraße 9, 68766 Hockenheim
info@cornelius-wurstwaren.de, Tel. +49 (0) 6205 2999 0, www.cornelius-wurstwaren.de
