



PRESSEMITTEILUNG

Erfolgreichstes Jahr der Firmengeschichte:

Rügenwalder Mühle steigert Umsatz um 14 Prozent

- **Markenstärke und Verbraucherfokus zahlen sich aus**
- **Stark steigende Nachfrage nach vegetarischen und veganen Fleischalternativen**
- **Hohe Investitionen in nachhaltiges Wachstum**

Bad Zwischenahn, 25. Juni 2020. Steigende Umsätze bei fleischfreien Produkten: Das ist das überaus positive Fazit der Rügenwalder Mühle zum Geschäftsjahr 2019 (Stichtag: 31.12.2019). Insgesamt erzielte der Lebensmittelhersteller aus Bad Zwischenahn einen Umsatz von 242 Millionen Euro, was einer Steigerung von 14,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht (2018: 211 Mio. Euro). Insbesondere bei den Fleischalternativen konnte das Unternehmen erneut deutlich zulegen. Mit einem Marktanteil von 44,8 Prozent kann die Rügenwalder Mühle ihre Spitzenposition in diesem Segment weiter behaupten.¹ Damit ist das Jahr 2019 das bislang erfolgreichste in der Geschichte der Rügenwalder Mühle.

„Die Zahlen sprechen für sich: Unser Mut, Ende 2014 mit einer fleischfreien Produktlinie zu starten, hat sich ausgezahlt. Die Verbraucher belohnen uns für unsere Innovationstärke, mit der wir unser Sortiment stetig weiterentwickeln und schnell an ihre Wünsche anpassen“, sagt Michael Hähnel, Vorsitzender der Geschäftsleitung. „Dieses Ziel werden wir auch 2020 verfolgen und mit Investitionen über 20 Millionen Euro ermöglichen.“

¹ IRi SB Wurst + TW + LW / Vegetarisch, Top-Hersteller nach Absatz in to., Handelsmarke inkl. Aldi, LEH Gesamt > 200 qm, YTD Dezember 2019 vs. VJ

Vegetarisches / veganes Sortiment: konsequenter Fokus auf Verbraucherwünsche zahlt sich aus

„Vegetarische und vegane Alternativen haben sich fest am Markt etabliert – und die Nachfrage steigt rapide. AT Kearney prognostiziert z. B. sogar ein Wachstum des weltweiten Markts für pflanzliche Fleischalternativen auf rund 400. Mrd. US-Dollar. Als einer der ersten bekannten deutschen Markenhersteller haben wir diesen Trend erkannt und die sehr mutige Entscheidung getroffen, Fleischalternativen anzubieten. Dadurch haben wir den Markt maßgeblich weiterentwickelt und vorangebracht“, sagt Godo Röben, verantwortlich für Marketing und F&E. „Dank unserer Markenstärke profitieren wir von diesem Trend sehr stark.“ Allein im vergangenen Jahr konnte die Rügenwalder Mühle ihren Bruttoumsatz mit vegetarischen und veganen Fleischalternativen um 44 Prozent steigern. Röben: „Daher entwickeln wir unsere Fleischfrei-Linie kontinuierlich weiter, verbessern Rezepturen und bringen neue, innovative Produkte in die Regale.“

Die Produktentwickler in Bad Zwischenahn legen dabei größten Wert auf Qualität, Geschmack und Biss sowie die leichte Zubereitung. Daneben wird das Ziel verfolgt, neue Fleischalternativen vegan zu produzieren und die Rezepturen bestehender vegetarischer Produkte auf vegan umzustellen. Zu Beginn des Jahres 2019 wurden deshalb gleich drei rein pflanzliche Artikel neu eingeführt. Die vegetarisch / vegane Produktlinie vergrößerte sich damit auf 29 Produkte, 13 davon vegan.

Ausgezeichnete Qualität und Geschmack

Neben den Verkaufszahlen bestätigen auch zahlreiche Produktauszeichnungen die Rügenwalder Mühle 2019 in ihrem Kurs: Der Vegetarische Schinken Spicker Mortadella und die Vegetarische Mühlen Salami sicherten sich einen Doppelsieg bei der Stiftung Warentest. Eine weitere Auszeichnung erhielt der Lebensmittelhersteller von der Tierrechtsorganisation PETA. 2019 verlieh PETA Deutschland erstmals den „Vegan Food Award“, ein Preis, mit dem die NGO innovative und vegane Köstlichkeiten auszeichnet. Zudem erhielt der Vegane Mühlen Burger Typ Rind vom Öko-Test Magazin das Testurteil „gut“.

Nachhaltigere Rohstoffe: pflanzliches Protein aus Europa

Seit im Dezember 2014 die ersten fleischfreien Produkte der Rügenwalder Mühle auf den Markt kamen, arbeitet das Unternehmen kontinuierlich daran, sie so nachhaltig wie möglich herzustellen. Die Rohstoffe und deren Herkunft spielen dabei eine essenzielle Rolle und sind vor allem für die Verbraucher besonders wichtig. Im April 2019 konnte die Rügenwalder Mühle bei ihrem Engagement in Bezug auf heimische pflanzliche Proteine einen wichtigen Meilenstein erreichen: Der Beginn der Umstellung auf europäisches Soja. Inzwischen bezieht das Unternehmen schon rund 50 Prozent des verarbeiteten Sojas aus der Donauregion. Neben Soja nutzt der Lebensmittelhersteller bereits weitere Rohstoffe europäischen Ursprungs: So stammen die Erbsen, Basis für die Vegane Pommersche, ausschließlich aus Frankreich. Um künftig noch mehr Zutaten regional beschaffen zu können, arbeitet die F&E zudem mit weiteren, vielversprechenden heimischen Proteinquellen wie Ackerbohnen, Kartoffeln oder Lupinen. Das Thema Regionalität soll 2020 mit voller Kraft weiter vorangebracht werden. Deshalb startet die Rügenwalder Mühle mit einem Vertragspartner den Versuch, eigene pflanzliche Rohstoffe in Deutschland anzubauen.

Unternehmen: Basis für nachhaltiges Wachstum und langfristigen Erfolg legen

„Wir sind mit der Entwicklung des Unternehmens mehr als zufrieden. Jetzt gilt es natürlich die besten Voraussetzungen für weiteres, nachhaltiges Wachstum und die Fortschreibung unserer Erfolgsgeschichte zu schaffen“, sagt Michael Hähnel, Vorsitzender der Geschäftsleitung. Gezielter interner struktureller Wandel, Investitionen in Forschung und Entwicklung, die Einstellung qualifizierten Personals sowie neue Gebäude und Anlagen schaffen die Voraussetzungen für nachhaltiges Wachstum und machen das Unternehmen fit für die Zukunft und deren Herausforderungen: 2019 wuchs die Mitarbeiterzahl um mehr als 20 Prozent auf 683 Mitarbeiter. Insgesamt wurden 15 Millionen Euro in den Standort investiert. Der Großteil floss dabei in den Aufbau eines neuen Werks am Standort Bad Zwischenahn für vegetarische Produkte und die Erweiterung der bestehenden Produktionskapazitäten. Und schließlich wurde zum 1. Januar 2020 das

Managementteam mit Michael Hähnel als Vorsitzendem der Geschäftsleitung erweitert.

Über die Rügenwalder Mühle

Das Sortiment des Markenherstellers Rügenwalder Mühle umfasst neben rund 30 klassischen Fleisch- und Wurstwaren seit Ende 2014 auch inzwischen über 30 vegetarische und vegane Alternativen. Die Rügenwalder Mühle Carl Müller GmbH & Co. KG. wurde 1834 von Fleischermeister Carl Müller im pommerschen Rügenwalde gegründet und ist die heute einer der bekanntesten Lebensmittelhersteller in Deutschland. Seit 2014 ist Rügenwalder Mühle Vorreiter bei vegetarischen / veganen Fleisch- und Wurstarternen und heute in diesem Segment Marktführer in Deutschland. Die rote Mühle, das Markenzeichen der Rügenwalder, bürgt dabei stets für handwerkliche Tradition und beste Zutaten. Mit rund 683 Beschäftigten erwirtschaftete das Unternehmen, das seit 1956 im niedersächsischen Bad Zwischenahn sitzt, 2019 einen Jahresumsatz von 242 Mio. Euro. Die Leitung des Familienunternehmens in siebter Generation liegt in den Händen von Dr. Gunnar Rauffus als Vorsitzendem des Aufsichtsrats. Vorsitzender der Geschäftsleitung ist Michael Hähnel.

Für weitere Informationen:

Engel & Zimmermann AG
Silke Weiß, Annika Geiger, Katja Schwengler, Michaela Grahl
Am Schlosspark 15, 82131 Gauting
Telefon: 089 / 8935-587, Telefax: 089 / 89398429
E-Mail: presse@ruegenwalder.de