



PRESSEMITTEILUNG

Transformation geht konsequent weiter

Beeindruckendes Jahr der Rügenwalder Mühle trotz Corona

- **Transformation zum Lebensmittelhersteller mit zwei Geschäftsbereichen**
- **Treiber bei pflanzlichen Proteinen**
- **Ausblick: Ammerländer erwarten weiteres Wachstum**

Bad Zwischenahn, im April 2021. Die Rügenwalder Mühle ist weiter auf Wachstumskurs: Mit einem Plus von 22 Prozent gegenüber Vorjahr erwirtschaftete der niedersächsische Lebensmittelhersteller 2020 einen Gesamtnettoumsatz von 233,7 Millionen Euro (2019: 191,6 Millionen Euro). Erfolgsfaktor bleibt dabei die Ausrichtung des Unternehmens auf beide Geschäftsfelder gleichermaßen: klassische Fleisch- und Wurstwaren sowie pflanzliche Proteine. So lagen beide Bereiche in Bezug auf die Erlöse gleichauf.

„Noch viel wichtiger als die umsatzseitig äußerst positive Entwicklung ist für mich, dass sich die Rügenwalder Mühle trotz eines sehr widrigen Jahres als ein Lebensmittelhersteller mit zwei Standbeinen etabliert hat“, so Michael Hähnel, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Rügenwalder Mühle.

Um die Transformation voranzubringen und nachhaltiges Wachstum zu ermöglichen, hat das Familienunternehmen 2020 wichtige strukturelle und prozessuale Veränderungen vorgenommen. So wurden 13,5 Millionen Euro am Standort in Bad Zwischenahn insbesondere in den Ausbau der Kapazitäten investiert. Die Mitarbeiterzahl wuchs um 14 Prozent auf 740 Mitarbeiter.

Wachstum bei pflanzlichen Proteinen deutlich über Markt

Der Markt für pflanzliche Proteine erlebte auch 2020 starkes Wachstum. In diesem Segment entwickelte sich der Umsatz der Zwischenahner mit 72,9 Prozent¹ besser als der Markt (Umsatz V+V Fleischalternativen Deutschland Gesamt plus 65,4 Prozent²): „Als First Mover im Bereich der pflanzlichen Proteine in Deutschland treiben wir die dynamische Entwicklung dieser Kategorie weiterhin voran“, betont Michael Hähnel. Die erhöhte Nachfrage nach vegetarischen und veganen Produkten ist die Folge eines ernährungsbewussteren Konsumverhaltens – nochmals verstärkt durch die Maßnahmen zur Bekämpfung der Corona-Pandemie, wie Homeoffice und die Schließung der gastronomischen Betriebe.

Rheingold salon Studie: Klarer Fokus auf Verbraucher zahlt sich aus

„Die Verbraucher schätzen es, dass bei unserer Marke für jeden etwas dabei ist – mit Fleisch und ohne“, erklärt Hähnel weiter. Zu diesem Ergebnis kommt auch das Marktforschungsinstitut rheingold salon, das im Auftrag der Rügenwalder Mühle eine umfangreiche Markenstudie durchführte: „Die Verbraucher erleben die Marke Rügenwalder Mühle im positiven Sinne als offen, modern und gemeinschaftsorientiert, weil sie geschmackvolle Produkte für alle anbietet – egal ob für Fleischliebhaber, Flexitarier oder Veganer“, ergänzt Jens Lönneker, Geschäftsführer von rheingold salon.

Ausblick 2021: Langfristiges Wachstum

Die Maßnahmen zur Eindämmung von Covid-19 beeinflussen auch 2021 die Ernährungs- und Konsumgewohnheiten der Deutschen und damit die Marktentwicklung, insbesondere im Bereich der pflanzlichen Proteine. Die Rügenwalder Mühle rechnet somit auch für das aktuelle Geschäftsjahr mit einem ausgeprägten Wachstum. Um diesem Trend bestmöglich zu begegnen,

¹ IRI Information Resources GmbH | LEH >= 200m² nach Geschäftstypen | Umsatz-Entwicklung in %|2020 vs. 2019

² IRI Information Resources GmbH | LEH >= 200m² nach Geschäftstypen | Umsatz-Entwicklung in %|2020 vs. 2019

setzt der Lebensmittelhersteller 2021 weiter auf Investitionen in Forschung und Entwicklung, die Einstellung qualifizierten Personals sowie den Ausbau der Lager- und Produktionskapazitäten. Die im Bau befindliche Erweiterung des Produktionsgeländes soll zur Jahresmitte 2021 offiziell in Betrieb genommen werden.

Künftig möchte das Unternehmen den Fokus zudem noch konsequenter auf ökonomische und ökologische Nachhaltigkeit legen. „Die Verantwortung gegenüber Umwelt und Gesellschaft ist die Grundvoraussetzung für unser Handeln. Wir hinterfragen stets, was wir besser machen können“, so Michael Hähnel.

Netto-Umsatz 2020 gesamt	233,7 Mio. Euro (2019: 191,6 Millionen Euro)
Absatz 2020 gesamt	30,8 tto (2019: 26,7 tto)
Absatzentwicklung 2020 vs. 2019	+15,2 %
Mitarbeitende	820 (Stand: 1. April 2021)

Über die Rügenwalder Mühle

Das Sortiment des Markenherstellers Rügenwalder Mühle umfasst neben rund 30 klassischen Fleisch- und Wurstwaren circa 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 heute einer der bekanntesten Lebensmittelhersteller in Deutschland. Seit 2014 ist die Rügenwalder Mühle Vorreiter bei vegetarischen / veganen Fleisch- und Wurсталternativen und heute in diesem Segment Marktführer in Deutschland. Die rote Mühle, das Markenzeichen der Rügenwalder Mühle, bürgt dabei stets für handwerkliche Tradition und höchste Qualität. Mit rund 820 Beschäftigten erwirtschaftete das Unternehmen, das seit 1956 im niedersächsischen Bad Zwischenahn sitzt, 2020 einen Jahresnettoumsatz von 233,7 Mio. Euro. Die Leitung des Familienunternehmens in siebter Generation liegt in den Händen von Dr. Gunnar Rauffus als Vorsitzendem des Aufsichtsrats. Geschäftsführer ist Michael Hähnel.

Für weitere Informationen:

Rügenwalder Mühle
 Unternehmenskommunikation
 Claudia Hauschild
 Telefon: 04403 / 66 140
 E-Mail: chauschild@ruegenwalder.de