



Pressemitteilung

1/19 – 17. Januar 2019

Rückblick 2018/ Ausblick 2019

Eberswalder Wurst & Fleisch behauptet sich in schwierigem Marktumfeld

Absatz der Grillspezialitäten profitiert deutlich vom Jahrhundertsommer 2018

Britz/Berlin. Nach wie vor ist das Wettbewerbsumfeld für die mittelständische Fleischwirtschaft sehr angespannt. Der in Deutschland insgesamt zurückgehende Konsum von Schweinefleisch bei gleichzeitig steigenden Qualitätsansprüchen und erhöhten Produktionskosten, sowie stetig steigenden Lohnkosten sorgt für Marktveränderungen. Pleiten, Übernahmen und Schließungen von Betrieben waren in 2018 an der Tagesordnung. Mit aller Kraft hat das Familienunternehmen Eberswalder in Britz die Position als einer der führenden Hersteller von Wurst- und Fleischspezialitäten in den neuen Bundesländern gesichert. Die Unternehmensgruppe belegt mittlerweile Rang 65 in den TOP 100 Unternehmen der fleisch- und wurstverarbeitenden Branche in Deutschland.

„Natürlich freut sich Eberswalder über den guten Tabellenplatz, nur sagt er nicht wirklich viel über die Realitäten. Mit mehr als 100 Millionen Euro Jahresumsatz in der Eberswalder Gruppe gehören wir zu den Kleinen der TOP 100 und kämpfen gemeinsam mit unseren Mitarbeitern jedes Jahr mit ganzer Kraft um Renditen. Stolz macht es uns, dass wir uns als Traditionsmarken des Ostens behaupten können“, setzt Sebastian Kühn, geschäftsführender Gesellschafter und Sprecher der Eberswalder Wurst & Fleisch Gruppe auf die Produktion am Stammsitz in Britz. Mit über 300 festen Mitarbeitern und weiteren 200 saisonalen Arbeitsplätzen ist die Eberswalder Gruppe einer der wichtigen Arbeitgeber im Land Brandenburg.

Mit regionalen Lieferketten das Thema Tierwohl stärken

Die sinkenden Ertragschancen in einem teilweise ruinösen Preiskampf haben die Unternehmensgruppe veranlasst, sich im Segment Fleisch neu zu orientieren. „Wir müssen uns den Anforderungen moderner Verbraucher in der Hauptstadtregion stellen. Eine nachhaltige Unternehmenssicherung ist nur dann möglich, wenn Qualität und Preis wieder in eine Balance kommen. Dazu werden wir in den kommenden Jahren mit Brandenburger Landwirten ganz enge Bündnisse schmieden. Regionalität ist dabei aber nur ein Aspekt. Wir werden und wollen ganz aktiv auf innovative Haltungsmethoden, Tierwohl und Transport zum Schlachthof Einfluß nehmen.“ beschreibt Kühn den Weg des Unternehmens in die Zukunft. Einige Vertragspartner hat das Unternehmen nach eigenen Angaben bereits gewonnen, ein erstes Qualitätsprogramm für Schweinefleisch ist mit der REWE Ost in Supermärkten bereits etabliert. Mit den Absatzmengen in den Kernproduktgruppen Eberswalder Würstchen, Bratwurst- und Grillspezialitäten und der Original Schorfheider Knüppelsalami zeigt sich die Unternehmensleitung sehr zufrieden. Insgesamt verließen mehr 300 Millionen Würste das Werk in Richtung Endverbraucher.



In 2018 gelang es mehrfach die Markenprodukte in bundesweiten Aktionen zu platzieren. Für 2019 erwartet die Eberswalder Gruppe ein ähnlich raues Klima am Markt wie 2018. Mit einem weltweit agierenden Spezialunternehmen im Bereich Convenience soll 2019 am Standort Britz eine neue Produktrange entstehen. Geplant sind außer dem Markenausbau weitere Investitionen in die Modernisierung des Produktionsbetriebes, sowie intensive Vertriebsaktivitäten in europäische Märkte.

3.290 Zeichen (mit Leerzeichen)

Gerne senden wir Ihnen weitere Informationen und Bildmaterial auf Anfrage zu.

Unternehmenskontakt:

EWG Eberswalder Wurst GmbH
Sebastian Kühn, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing
s.kuehn@eberswalder.de
www.eberswalder.de

Pressekontakt / Presseservice:

Dirk Artmann
artmannworks
Mail: da@artmannworks.de
Tel: +49 (0)151 – 4616 0274