



Brühwurstproduktion bei Metten: Die Kosten sind gestiegen, sie wurden aber größtenteils an den Handel weitergegeben.

Metten Fleischwaren

Tobias Metten

Jetzt geht's ums Weihnachtssessen

Der Marktführer für Konservenwürstchen Metten kämpft mit steigenden Kosten. Ein Gasmangel hätte weitreichende Konsequenzen – bis hin zum Heiligen Abend.

Michael Scheppe Finnentrop

Die blau-roten Konservendosen, die mitten im Sommer in der Fleischfabrik über das Förderband rollen, werden zu Heiligabend vielfach zum Festessen beitragen. Der Fleischwarenhersteller Metten beginnt schon jetzt, die Bockwürstchen für das wichtige Weihnachtsgeschäft zu produzieren. Ein möglicher Gasmangel würde diese Vorproduktion bedrohen: „Ohne Gas gibt es keine Würstchen“, sagt Tobias Metten, Juniorchef des Familienunternehmens mit Sitz im sauerländischen Finnentrop.

Mit Konservenwürsten der Marke „Dicke Sauerländer“ ist Metten mit einem Marktanteil von knapp neun Prozent führend in Deutschland – vor den Konkurrenten Meica und Böklunder. Aus einem Gas-Blockheizkraftwerk gewinnt der Fleischwarenhersteller Strom und Wärme. Die Abwärme nutzt der Betrieb auch, um Würstchendosen, Kochschinken oder Fleischwurst zu erhitzen und die Lebensmittel länger haltbar zu machen.

Sollte Gazprom wie von Experten befürchtet nach der Wartung der Pipeline Nord Stream 1 kein Gas mehr nach Europa liefern, würde das auch bei der Firma Metten für große Probleme sorgen. „Wärme müssten wir dann über Strom generieren“, erklärt Metten, „das Beheizen wäre so nicht mehr wirtschaftlich.“ Eine andere Alternative: die Heizkessel umbauen und mit Öl befeuern.

Doch die Umrüstung brauche Zeit, für Öltanks müssten Kapazitäten geschaffen werden. Auch seien die Kessel kaum noch zu bekommen, weil andere Firmen ebenso danach fragten, berichtet der 46-Jährige. „Gas war immer das beste Medium, es war günstig, energetisch effizient und kam zuverlässig durch die Leitung“, erklärt Juniorchef Metten. Langfristig wolle das Unternehmen auf alternative Energiequellen wie Wasserstoff und Holzpellets umstellen, binnen Monaten sei das kaum möglich. Einen Notfallplan hat Metten: Solange Gas

fließt, wolle man verstärkt Konservenwürste produzieren, um den Lagerbestand zu erhöhen. Bei einer möglichen Rationierung des Gases würde die Produktion vermehrt auf die weniger energieintensive Herstellung von Salamis umgestellt.

Metten stellt mehr als 100 Produkte her, die Verbraucher im Supermarkt an drei Stellen finden: Ganze Salamis, Schinken- oder Roastbeef-Stücke werden an der Frischetheke und auch beim Metzger aufgeschnitten. Im Selbstbedienungsbereich, in dem Metten 55 Prozent seiner Umsätze erzielt, treten die Sauerländer unter Handelsmarken auf, liefern etwa für „Gut & günstig“, „Wilhelm Brandenburg“ oder „Rewe Regional“. Die Supermarktkette Rewe ist der größte Kunde. Und im Konservenbereich, der für ein Viertel der Umsätze steht, setzt das Unternehmen auf die „Dickes Sauerländer“, die es seit 61 Jahren gibt. Insgesamt produziert Metten pro Jahr 16.500 Tonnen Wurst- und Schinkenprodukte.

Abseits der Gasprobleme kämpft Metten wie alle Firmen der Lebensmittelbranche mit steigenden Kosten. Im Durchschnitt sind diese für den Familienbetrieb in diesem Jahr um 15 Prozent nach oben gegangen. Besonders ist der Anstieg mit einem Plus von 54 Prozent bei Konservenblech, das für die Dosen gebraucht wird. Weil durch den russischen Angriffskrieg in der Ukraine auch die Futtermittelpreise steigen, wird ein Kilogramm Schweinestandardfleisch seit März nicht mehr für 1,30 Euro, sondern für mehr als 1,80 Euro gehandelt. Zwischendurch war der Preis noch höher.

Der Firma hat das Gros der Kostensteigerungen an den Handel weitergegeben. So kostet eine Dose Bockwürstchen für den Verbraucher nun im Mittel 3,99 Euro – 50 Cent mehr als vor dem Krieg. „Die Weitergabe unserer Kosten war überlebenswichtig, ansonsten wären hier schnell die Lichter ausgegangen“, sagt Metten.

Mit einigen Handelsmarken konnte das Unternehmen keine Einigung erzielen. Teils habe man

deshalb die Auslieferung reduziert: „Bevor wir unser Produkt zu günstig abgeben müssen, verzichten wir lieber auf Menge.“ Metten rechnet deshalb in diesem Jahr mit einem geringeren Umsatz. 2021 erlösten die Sauerländer noch 115 Millionen Euro.

„So viele Krisen gleichzeitig habe ich noch nie erlebt“, sagt der Diplom-Kaufmann. Er führt das Unternehmen und seine 450 Beschäftigten als Vertreter der vierten Generation seit 2008. Sein Vater Ulrich sitzt mit ihm in der Geschäftsführung. Ge-gründet wurde das Unternehmen 1902 als Landmetzgerei.

Von einer Krise hat die Firma indes profitiert: In der Coronazeit kauften mehr Menschen Konserven, um sich zu bevorraten. Aber auch abseits der Hamsterkäufe wächst das Konservengeschäft bei Metten gegen den Branchentrend: Während die Sauerländer ihren Absatz seit 2013 um 17 Prozent steigern konnten, ist der Gesamtmarkt um 19 Prozent geschrumpft, zeigen Zahlen des Marktforschers GfK.

„Dicke Sauerländer“ stehen hauptsächlich in westlichen Bundesländern im Regal und im Berliner Kaufhaus KaDeWe. In Süddeutschland bietet die Firma ihre Konserven nicht an. „Die Menschen dort essen am liebsten frische Würstchen“, sagt Metten. Jedes Jahr kaufen Kunden zehn Millionen Metten-Dosen.

Unter seiner Traditionsmarke vertreibt Metten neuerdings auch Brat- und Bockwürstchen in Bio-Qualität – während die Konkurrenz darauf schon seit Jahren setzt. „Bislang war dieser Markt nicht groß genug für uns“, räumt der Juniorchef ein. Der Bio-Anteil im Fleisch- und Wurstmarkt liegt gerade mal bei drei Prozent. Die Rohstoffbeschaffung für die neuen Bio-Würste sei herausfordernd, erklärt Metten, das Angebot an Bio-Fleisch sei begrenzt. Deshalb gibt es die Bio-Ware von Metten vorerst nur in Supermärkten in Nordrhein-Westfalen.

Auf vegane Wurst- und Fleischalternativen will Metten zunächst nicht setzen. Dabei hat Konkurrent Rügenwalder Mühle mit Veggie-Wurst großen Erfolg: Mittlerweile erzielt der Lebensmittelproduzent mehr Umsatz mit den Imitaten als mit herkömmlicher Wurst. „Nach dem Greta-Effekt profitieren wir vom Corona-Effekt“, sagte Rügenwalder-Chef Michael Hänel vergangenes Jahr im Handelsblatt. „Die Menschen wollen sich bewusster ernähren.“



Metten Fleischwaren

Tobias Metten: „Ohne Gas gibt es keine Würstchen“, sagt der Juniorchef und hat für den Notfall vorgebaut.

Insgesamt sei der Markt mit einem Anteil von einem Prozent noch klein, so Metten. „Wenn sich wie gerade viele Anbieter auf diesen Markt werfen, ist es für uns als kleineres Unternehmen nicht so interessant.“ Operativ sei das nicht einfach umzusetzen. Metten produziert an nur einem Standort, die Veggie-Wurst müsste dann in denselben Maschinen wie das echte Fleisch produziert werden. Metten experimentiert stattdessen mit Hybridwürsten, die aus Fleisch und aus Gemüse oder Käse bestehen. „Verbraucher könnten so ihren Fleischkonsum reduzieren und etwas für die Umwelt tun“, meint Metten.

Dass die Sauerländer irgendwann auch in das Geschäft mit der Veggie-Wurst einsteigen, will er nicht ausschließen. Womöglich lässt das schon das Firmenlogo erahnen: Bis vergangenes Jahr wurde es durch den Spruch „Bestes aus Fleisch“ geziert. Dieser wurde mit der Logo-Überarbeitung ersatzlos gestrichen.