

# „Die Mehrheit will Bulette“

**SPiegel-Gespräch** Der 180 Jahre alte Wurstproduzent Rügenwalder Mühle verkauft seit einiger Zeit auch Mortadella aus Eiweiß und Hack aus Soja. Und ist damit erstaunlich erfolgreich.

Rügenwalder Mühle ist eine der wohl bekanntesten deutschen Wurstmarken, dank prominenten Werbegesichtern und dem einprägsamen Logo. Patriarch **Christian Rauffus**, 64, führt die Firma in sechster Generation. Er machte aus dem niedersächsischen Familienbetrieb ein Unternehmen mit 205 Millionen Euro Jahresumsatz. Ende 2014 brachte Rügenwalder auf Initiative des Marketingchefs **Godo Röben**, 47, als erster großer Lebensmittelhersteller vegetarische Produkte heraus.

**SPiegel:** Herr Rauffus, wie oft essen Sie Fleisch und Wurst?

**Rauffus:** Nicht jeden Tag, aber schon mehrmals die Woche. Und das, obwohl ich eine Schwiegermutter hatte, die immer sagte: „Wenn ich zum Frühstück keine Wurst bekomme, wird mir schlecht.“

**SPiegel:** Und Sie, Herr Röben?

**Röben:** Ich bin so ein Kerl, der jeden Tag Fleisch und Wurst isst. Nur fange ich jetzt morgens mit Mortadella in der Veggie-Variante an. Aber ich esse immer noch gern ein Steak.

**SPiegel:** Das finden wir erstaunlich. Immerhin waren Sie es, der vehement dafür gekämpft hat, dass Rügenwalder vegetarische Wurst einführt.

**Röben:** Ich bin da wie ein normaler Kunde: Ich mag Wurst, ich will nicht auf sie verzichten. Doch natürlich bin ich nicht gerade begeistert von der Massentierhaltung und den Auswirkungen der Fleischproduktion aufs Klima. Und deshalb habe ich mir überlegt, was man anders machen kann.

**SPiegel:** Sie wollten also die Welt verbessern?

**Röben:** Wir haben immer versucht, die Ställe größer zu machen und die Haltungsbedingungen der Tiere zu verbessern. Aber unser Zugriff auf die Bauern ist beschränkt, wir kamen da nicht richtig weiter. Deshalb haben wir irgendwann beschlossen, das Produkt zu verändern, also das Tier aus der Wurst raus- und die Pflanze reinzumachen.

**Rauffus:** Ich stehe zu unserer Wurst. Aber wenn Sie sich anschauen, wie viel Wasser die Herstellung von einem Kilogramm Fleisch braucht, und das mit pflanzlichen Lebensmitteln vergleichen, dann kommen Sie auf ein Verhältnis von etwa zehn zu eins. Damit ist klar: So wird es nicht weitergehen auf diesem Planeten. Meine Ge-

neration ist ziemlich sicher die erste und die letzte, die dreimal täglich Fleisch essen kann.

**SPiegel:** Sie finden es aber nicht grundsätzlich verwerflich, Tiere zu essen?

**Rauffus:** Entschuldigen Sie, ich bin Fleischermeister! Ich bin der festen Überzeugung, dass tierisches Eiweiß das wertvollste Lebensmittel ist, das wir haben. Ich weiß nicht, ob der Mensch so ein großes Gehirn hätte und so groß gewachsen wäre, wenn er kein Fleisch gegessen hätte.

**SPiegel:** Als Herr Röben mit seiner Idee zu Ihnen kam, haben Sie da nicht gedacht: Jetzt spinnt er völlig?

**Rauffus:** Nein, ich kenne ihn ja. Außerdem war das zu einem Zeitpunkt, an dem wir nicht so recht weiterwussten. Wir hatten seit Längerem gemerkt, dass der Wurstmarkt nicht mehr wächst. Und zu Hause habe ich Gespräche geführt wie: Mensch, Papa, noch 'ne Wurst? Muss das sein?

**SPiegel:** Sie mussten sich also auch aus wirtschaftlichen Gründen etwas einfallen lassen?

**Rauffus:** Jedenfalls war uns klar: Wir müssen laufen, ganz so gemütlich wie vor zehn Jahren ist es nicht mehr.

**SPiegel:** Wie haben Sie Ihrer Belegschaft erklärt, dass Sie von nun an vegetarische Wurst herstellen wollen?

**Rauffus:** Am Anfang war es schon ein bisschen verrückt. In den Betriebsversammlungen hat die eine Hälfte nichts gesagt, und die andere Hälfte war dagegen.

**SPiegel:** Das stellen wir uns interessant vor: einer Horde Fleischermeister beizubringen ...

**Rauffus:** Haben Sie gerade „eine Horde Fleischermeister“ gesagt? Das nehme ich Ihnen übel.

**SPiegel:** Entschuldigung, wir reden natürlich von ausgebildeten, mit Meisterbrief versehenen Metzgern. Das war doch sicher recht lebhaft?

**Röben:** Bring den Kerl von seinem Veggie-Trip runter, so in etwa waren die Reaktionen. Aber die Kollegen haben selbst Familien, in denen nicht mehr alle immer Fleisch essen. Als wir begründet haben, warum wir das machen, kamen diese großen Metzgermeister auf mich zu und sagten: Hast ja recht, wir können die Fakten nicht ignorieren.

**Rauffus:** Die hatten Angst um ihre Arbeitsplätze. Dann haben sie gesehen: Das sind die gleichen Maschinen, ihr Wissen ist gefragt. Die Frauen aus unserer Entwicklungsabteilung haben an die Veggie-Pro-

dukte nicht den letzten Kick dranbekommen. Es fehlte Geschmack. Also kamen die Fleischermeister und haben gesagt: Probiert doch mal Zwiebeln und ein bisschen Paprika. So hat sich die Stimmung langsam gedreht. Auch weil wir darauf geachtet haben, dass sich alle in der Produktion mal abwechseln, damit nicht der Eindruck entsteht: Hier sind die schicken Veggie-Leute und dort die ollen Leberwurst-Leute.

**SPiegel:** Das klingt sehr harmonisch. Dabei haben Sie, Herr Röben, jahrelang gekämpft.

**Röben:** Sagen wir so: Die Gräben waren tief, und wir sind froh, dass wir uns jetzt wieder alle gut verstehen.

**Rauffus:** Aber klar, Godo, was hätten wir uns für Häme eingehandelt, wenn wir gescheitert wären.

Vor vier Jahren begann Röben mit vier Entwicklern, vegetarische Produkte herzustellen – und rannte zunächst gegen Wände. Der Widerstand in der Geschäftsführung war groß. Beschlüsse wurden gefasst, aber wieder zurückgenommen, sobald Röben im Urlaub war. Bis im Frühjahr 2014 die Zahlen des Unternehmens so schlecht waren, dass der Marketingchef seine Chance sah und in einem Vortrag alle Argumente für sein Vorhaben zusammenfasste: Daten zu Klimawandel, vegetarischer Ernährung und zum Wurstmarkt. Er zitierte Harvard-Professoren und legte eine Folie mit dem „Markenfriedhof“ auf. Sie zeigte Logos von Firmen, die Veränderungen ignoriert hatten: Nokia, Schlecker, HB. Am Ende stand der Satz: „Die Wurst ist die Zigarette der Zukunft.“

**SPiegel:** Anfangs war die Fleischindustrie nicht begeistert. Ein Konkurrent soll Sie „Vaterlandsverräter“ genannt haben.

**Rauffus:** Der Vegetarier galt in unserer Branche lange als Gegner, weil er grundsätzlich infrage stellt, was wir tun. Ich bin da sehr pragmatisch: Wir produzieren Lebensmittel, und die sollen in Ordnung sein. Und natürlich müssen wir mit der Zeit gehen.

**SPiegel:** Haben Sie befürchtet, so dazustehen wie die Atomkonzerne, die den gesellschaftlichen Wandel zu spät erkannten?

**Rauffus:** So hoch würde ich das gar nicht hängen. Uns treibt eine gesunde Angst an, sich nicht ausreichend weiterzuentwickeln. Lieber treff ich eine falsche Entscheidung als gar keine Entscheidung.

**SPiegel:** Das ist bemerkenswert für jemanden aus einer Branche, die nicht gerade veränderungsfreudig ist.



HENNING BODEZ / LAIF



TRISTAN VANKANN / FOTOTAGE

Marketingchef Röben, Firmenpatriarch Rauffus: „Mensch, Papa, noch 'ne Wurst?“

**Rauffus:** Da haben Sie recht. Die aber dafür völlig skandalfrei ist.

**Röben:** Uns ist bewusst, dass die ganze Lebensmittelindustrie auf uns guckt. Wir haben einen Stein ins Rollen gebracht. Ich glaube, dass wir uns gerade in einer Übergangszeit befinden. Heute müssen wir erklären, warum man vegetarische Wurst essen soll. In fünf Jahren werden sich alle fragen, warum man sie nicht essen sollte. Der Markt ist da, und er geht auch nicht mehr weg. Das sieht man daran, dass uns viele Wettbewerber auf den Fersen sind.

In Deutschland ernähren sich 7,8 Millionen Menschen vegetarisch, 900 000 Menschen vegan. Nach Angaben des Vegetarierbunds kommen täglich etwa 2000 Vegetarier und 200 Veganer hinzu. Dementsprechend boomten die Produkte für diese Zielgruppe. 2015 wurden in Deutschland 454 Millionen Euro Umsatz mit vegetarischen und veganen Produkten erzielt, der Gesamtumsatz des deutschen Lebensmittelhandels betrug 170 Milliarden Euro. Die Veggie-Sparte legte im Vergleich zum Vorjahr um 25,9 Prozent zu. Deutschland steht bei der Entwicklung veganer Produkte in Europa an der Spitze. Hier kamen 2015 mehr neue Artikel auf den Markt als in jedem anderen europäischen Land.

**SPIEGEL:** Ist Ihre vegetarische Sparte denn erfolgreich?

**Rauffus:** Momentan machen wir 80 Prozent unseres Umsatzes mit Fleisch, 20 Prozent mit Veggie.

**SPIEGEL:** Wer kauft Ihre vegetarischen Produkte?

**Rauffus:** In den Städten laufen sie besser als auf dem Land.

**SPIEGEL:** Eher Frauen als Männer?

**Röben:** Ja, und die jubeln es ihren Männern unter. Männer machen sich nicht so viele Gedanken. Wobei: Wenn ich beim Stammtisch bin, sitzen da 15 Kerle und sprechen über Ernährung. Früher haben wir über Fußball geredet, jetzt geht's um Laktose!

**SPIEGEL:** Was hat sich da verändert?

**Rauffus:** Wir sind eine sehr reiche Gesellschaft, die es sich glücklicherweise leisten kann, über Gesundheit und Selbstverwirklichung nachzudenken. Immer mehr Menschen wird klar, dass es so nicht weitergehen kann: Wir verbrauchen zu viele Ressourcen. Mir ist dabei egal, ob Fleisch zu essen gesund ist oder nicht. Mir geht es um den Klimawandel, der CO<sub>2</sub>-Footprint eines Steaks ist riesig. Das Schlimme ist: Diese Erkenntnis ist nicht neu, das hat der Club of Rome schon 1972 erkannt.

**SPIEGEL:** Was macht das mit dem eigenen Selbstverständnis, wenn man merkt: Die Mehrheit der Menschen hinterfragt, was ich tue, ein Teil lehnt es grundsätzlich ab?

**Rauffus:** Das ist eine interessante Frage. Tatsächlich gibt es in der Landwirtschaft schon Menschen, die angesichts der Kritik



der Gesellschaft eine Sinnkrise erleben. Nachbarn von uns haben ihren Hof aufgegeben und sind nach Oldenburg gezogen, damit die Kinder in der Schule nicht erzählen müssen: Papa hält Schweine. Das ist doch Wahnsinn. Kein deutscher Bauer will Tiere quälen. Das sind Menschen mit Kompetenz. Die wollen es häufig besser machen, aber können es sich nicht leisten.

**SPIEGEL:** Weil die Verbraucher es nicht bezahlen wollen?

**Rauffus:** Genau.

**SPIEGEL:** Das ist doch ein Widerspruch. Gerade haben Sie gesagt, dass die Menschen sich immer mehr Gedanken um ihr Essen machen.

**Rauffus:** Wer sagt denn, dass die Mehrheit der Menschen schlüssig handelt?

**Röben:** Die Masse der Verbraucher will nicht verzichten. Die sagen, ich will keine leidenden Tiere, aber ich will auch keine höheren Preise. Und geben den Ball an uns ab: Liebe Industrie, sieh zu, wie du das hinkriegst.

**Rauffus:** Verzicht ist eine harte Nummer. Vegan zu leben, Chapeau, das ist Disziplin. Das ist härter, als sich das Rauchen abzugewöhnen. Neulich haben wir eine langjährige Vegetarierin getroffen, die hatte Tränen in den Augen, als sie unsere vegetarische Wurst gegessen hat. „Endlich, mal wieder eine Scheibe Mortadella!“

**SPIEGEL:** Warum brauchen die Menschen die Illusion von Fleisch?

**Röben:** Wenn Sie eine vegetarische Frikadelle plötzlich Bratling nennen, ist das kein Mensch mehr. Die Mehrheit der Menschen will eben eine Bulette. Das hat auch was mit dem Geschmack zu tun, mit den Essgewohnheiten. Deshalb versuchen wir ja, unsere Veggie-Produkte so schmecken zu lassen wie das Original. Ist ja beim alkoholfreien Bier genau das Gleiche.

**Rauffus:** Wir waren die Ersten, bei denen die Sachen einfach geschmeckt haben. Es hat mich zum Teil geirrt, was da wie tote Maus auf meinem Teller lag.

**Röben:** Wir haben drei Jahre alles probiert, was es auf dem Markt schon gab. Das war die Zeit, in der kein Mitarbeiter mehr zur Verkostung gekommen ist.

Mit seiner Veggie-Linie hat Rügenwalder das Geschäftsmodell der Fleischindustrie auf den Kopf gestellt. Der Erfolg ist auch darin begründet, dass sich das Unternehmen mit den einstigen Gegnern verbündet hat: Rügenwalder suchte das Gespräch mit Foodwatch und Greenpeace, redete mit der Verbraucherzentrale und den Tierschützern von Peta genauso wie mit dem Vegetarierbund. Inzwischen haben auch die anderen Großen der Branche nachgezogen. Wiesenhof und Gutfried bieten vegetarische Wurst an, Dr. Oetker verkauft Veggie-Pizza mit Fleischersatz.

**SPIEGEL:** Überzeugten Vegetariern missfällt Ihr Kurs trotzdem – weil Sie nach wie vor Fleisch verarbeiten.

**Röben:** Aber nur denen, die ideologisch getrieben sind. Die meisten Schreiben, die uns erreichen, sind positiv. Die finden es gut, dass wir uns bewegen.

**Rauffus:** Was immer vergessen wird: Das schöne neudeutsche Wort Nachhaltigkeit hat ja auch eine ökonomische Dimension. Ist es nachhaltig, wenn ich die Wurstfabrik aus Umweltgründen in die Luft sprengen? Nein. Hier arbeiten knapp 600 Menschen und verdienen ihr Geld.

**Röben:** Man kann mit der Situation ganz unterschiedlich umgehen. Der ehemalige Wurstfabrikant und Herta-Erbe Karl Ludwig Schweisfurth und Christian Rauffus sind beide Millionäre ...

**Rauffus:** Ist das so?

**Röben:** Ja, das stand im „manager magazin“. Beide haben überlegt: Vielleicht ist das nicht gut, was wir tun. Schweisfurth hat Herta deshalb im Jahr 1984 verkauft und ist auf einen Biobauernhof mit ein paar Tieren gezogen. Christian dagegen hat immer gesagt: Ich gehe nicht raus aus dem Markt, ich versuche, eine Lösung zu finden.

**Rauffus:** Jetzt bist du aber sehr nett zu mir.

**SPIEGEL:** Dafür verdienen Sie gut an den vegetarischen Produkten. Die bestehen größtenteils aus Eiweiß und Soja – was viel günstiger ist als Fleisch.

## Es geht um die Wurst

Umsatz Rügenwalder Mühle 2015

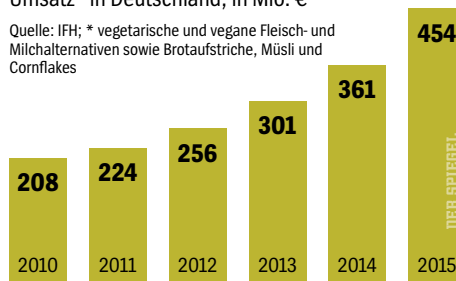
gesamt: **205 Mio. €**



## Vegetarische und vegane Lebensmittel

Umsatz\* in Deutschland, in Mio. €

Quelle: IFH; \* vegetarische und vegane Fleisch- und Milchalternativen sowie Brotaufstriche, Müsli und Cornflakes



**Röben:** Leider Gottes nicht. Wenn Sie Eier aus Bodenhaltung und das billigste Soja nehmen, dann ist es günstiger. Aber wir wollen den hohen Ansprüchen der Verbraucher und NGOs gerecht werden, das drückt auf die Marge.

**Rauffus:** Auch bei den Pflanzen müssen wir uns darum kümmern, woher die kommen. Was die Antibiotika fürs Fleisch sind, das sind die Pestizide für die Pflanzen.

**Röben:** Wir haben jede Woche den Vegetarierbund an der Strippe: Soja aus Südamerika? Geht nicht, dafür wird Regenwald abgeholzt. Nordamerika? Geht nicht, da gibt es Gentechnik. Wir sind jetzt gerade in den Donau-Soja-Verein eingetreten, der auch in Deutschland Soja anbaut. Und dann haben wir Berater, die uns sagen: Wenn ihr nicht sofort auf Ökostrom umstellt, sind wir wieder weg.

**SPIEGEL:** Nerven Sie die NGOs?

**Röben:** Es ist anstrengend und teuer, aber sinnvoll, sich mit ihnen auseinanderzusetzen. Weil die Verbraucher es anerkennen.

**Rauffus:** Na ja, Godo, für uns ist es aber auch sehr preiswerte Marktforschung. Die sind ja nicht kompetenzfrei. Es kommt deren und unser Wissen zusammen. Wer kann denn vegetarische Wurst machen, wenn nicht wir Fleischer?

**SPIEGEL:** Sind Ihre Veggie-Produkte eigentlich auch gesünder? Immerhin enthalten Sie einen Haufen Zusatzstoffe.

**Röben:** Rapsöl ist definitiv gesünder als Schweinespeck wegen der Omega-3-Fettsäuren. Das sagt Ihnen jeder Ernährungsexperte.

**Rauffus:** Da muss jeder auch ein bisschen selbst aufpassen. Es geht immer um die Menge. Es ist nichts Schlechtes an einem guten Bier. Aber als Hersteller kann ich nichts dafür, wenn jemand so viel trinkt, dass er eine Wampe bekommt. Das Gleiche gilt für Wurst. Ich habe kein Mandat, den Menschen vorzuschreiben, was sie essen sollen. Die machen sowieso, was sie wollen.

**SPIEGEL:** Wann werden wir lesen: Rügenwalder stellt komplett auf vegetarische Produkte um?

**Rauffus:** Ich bin jetzt 64. Kann sein, dass ich das noch erlebe.

**Röben:** Unser Ziel ist es, bis 2020 40 Prozent vegetarische Produkte zu verkaufen.

**SPIEGEL:** Herr Rauffus, hätten Sie ein Problem damit?

**Rauffus:** Nein. Das soll allein der Verbraucher entscheiden, sonst niemand. Wer weiß denn, was in 20 Jahren ist? Vielleicht hat sich der Fleischkonsum bis dahin komplett verändert, und wir essen nur noch ganz wenig, aber dafür hochwertiges und tiergerecht erzeugtes Fleisch. Ich glaube, dass vegetarische Produkte bald keinen Ersatzcharakter mehr haben werden. Dann müssen wir auch nicht mehr draufschreiben: vegetarisches Schnitzel.

**SPIEGEL:** Herr Rauffus, Herr Röben, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.