

<https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/ponnath-metzgerei-lebensmittel-wurst-vegan-li.3219385>

Ernährung

Wie ein Metzgereibetrieb mit veganen Produkten Millionen verdient

Die Familie Ponnath betreibt eine der ältesten und größten Metzgereibetriebe Deutschlands. Doch das Geschäft verändert sich. Also setzen auch die Ponnaths auf fleischfreie Produkte – und das erstaunlich erfolgreich.

Von Uwe Ritzer

Kemnath – Bevor er durch seinen Betrieb führt, lädt Michael Ponnath, 56, zu einem Ausflug in die Vergangenheit ein. Er steuert sein Auto vom Gewerbegebiet nach „Kemnath Downtown“, wie er es scherzhaft nennt, und hält vor dem „Kohlerdoni“-Haus. So wird das unauffällige Anwesen seit jeher in dem Städtchen im Nordosten Bayerns genannt.

Ponnath wuchs dort auf, seine Eltern betrieben darin eine Metzgerei und einen Gasthof. Ein paar Meter weiter steht ein eingeschossiges Sandsteinhäuschen mit vier Türen und vier Fenstern. Durch sie hindurch verkauften im 19. Jahrhundert vier Metzger des Ortes ihre Fleisch- und Wurstwaren hinaus auf die Straße. Im Jahr 2000 hat Ponnaths Vater diese Fleischbank renoviert und ein kleines Firmenmuseum eingerichtet.

Der historische Exkurs gleich zu Beginn ergibt Sinn, auch wenn diese Geschichte in der Gegenwart spielt und viel darüber erzählt, wie sich unsere Essgewohnheiten verändern. Und wie ein Familienunternehmen sich erfolgreich darauf einlässt und auch nach 333 Jahren nicht in der eigenen Tradition steckenbleibt. „Wir können von uns behaupten, dass wir die älteste Großmetzgerei und eine der ältesten Metzgereien überhaupt in Deutschland sind“, sagt Michael Ponnath. Der Begriff „Großmetzgerei“ ist wichtig, denn die Firma gehört zu den größten in Deutschland, mal Nummer sechs, mal Nummer sieben unter 160 deutschen Fleischwarenbetrieben.

„Wir wollen auch einen Beitrag zur neuen Esskultur leisten.“

„Wurst und Schinken sind natürlich unsere DNA“, sagt Max, der 27-jährige Sohn von Michael Ponnath. „Das bleibt auch so.“ Aber: „Wir orientieren uns natürlich am Markt und am Verbraucher.“ Und da sei festzustellen, dass vegetarische und vegane Ernährung im Kommen sind. Innerhalb Europas sei Deutschland diesbezüglich „der Leuchtturm“, in England und Niederlanden sei vegane Ernährung aber bereits ähnlich bedeutsam. „Wir sind uns sicher, dass sich das ausweiten wird“, sagt Max Ponnath. Das sei auch kein Wunder: Angesichts von immer mehr Menschen auf der Erde sei fleischlose Ernährung natürlich ein Wachstumsmarkt. „Wir wollen auch einen Beitrag zur neuen Esskultur leisten, bei der idealerweise kein Tier sterben muss.“

Das sind bemerkenswerte Sätze aus einem Fleischereibetrieb, in dem zwar keine Tiere mehr geschlachtet und zerlegt werden, wohl aber Fleisch in großen Mengen verwurstet wird. Allein in Kemnath 80 bis 100 Tonnen jeden Tag. Ponnath beliefert sämtliche nennenswerten Supermarkt- und Discounter-Ketten des Landes mit abgepackten Wurstwaren. In der Regel liegen sie unter den jeweiligen Handelsmarken der Filialisten in den Kühltruhen. Manchmal steht aber auch „Ponnath die Meistermetzger“ auf der Verpackung, „Ponnath 1692“, oder „Schlütter's Echte“. Denn auch der bekannte Markenhersteller von Nürnberger Bratwürstchen gehört zur Firmengruppe.

Im vergangenen Jahr wurde in Deutschland so viel Fleisch (und in der Folge Wurst) produziert wie seit 2016 nicht mehr. Vor allem bei jüngeren Menschen steige der Konsum, sagen Experten. Ob der Zuwachs ein Ausreißer war oder einen Trend markiert, darüber gehen die Meinungen auseinander. Zwar isst fast jeder Vierte in Deutschland täglich Fleisch oder Wurst, aber knapp 40 Prozent kaufen auch vegetarische oder vegane Produkte, Tendenz steigend. Binnen weniger Jahre sei der Fleischkonsum in Deutschland um etwa 20 Prozent zurückgegangen, sagt Michael Ponnath. „Wir befinden uns in der

Fleischwarenbranche mitten in einer Transformation. Das lässt uns unaufgeregt, denn wir sind einer der Treiber der Transformation.“

Ein Viertel des Umsatzes wurde 2024 mit fleischfreien Produkten erwirtschaftet

Schon in den 1990er-Jahren ist der Metzgermeister und Kaufmann in das vegane Geschäft eingestiegen, als es noch eine winzige Nische war. „Heute sind wir mit unserem Tochterunternehmen Velivery aktuell Deutschlands größter veganer Onlinehändler“, sagt Ponnath. Überdies entwickelt seine Firma eigene Fleisch- und Fischersatzprodukte sowie vegane und vegetarische Convenience-Produkte. In Hallstadt bei Bamberg betreibt man dafür ein eigenes Entwicklungszentrum.

An einem Dutzend Ponnath-Standorten arbeiten 1700 Menschen, im vergangenen Jahr lag der Umsatz bei 330 Millionen Euro. Etwa ein Viertel davon wurde mit fleischfreien Produkten erwirtschaftet. Was das Geschäft mit Fleisch und Wurst in Deutschland angeht, wagt Michael Ponnath eine klare Vorhersage: „Es wird in Zukunft weniger preisgünstige Massenware geben, weil immer mehr Verbraucher beim Einkauf auf höhere Haltungsformen und damit mehr Tierwohl achten. Hinzu kommt die stetig steigende Nachfrage nach veganen Produkten.“

Er führt sein Unternehmen in zehnter Generation, Sohn Max ist seit anderthalb Jahren im Unternehmen, läuft sich für die Nachfolge warm und übernimmt immer mehr Aufgaben. „Mir geht es wie meinem Vater. Ich bin von klein auf da reingewachsen und habe nie ernsthaft erwogen, etwas anderes zu machen, als unsere Firma zu übernehmen“, sagt er. „Wir haben eine Geschichte, eine Passion, die wir zu erzählen haben.“

500 Menschen arbeiten in der Wurstfabrik am Stammsitz Kemnath. „Was wir hier machen, ist nach wie vor gelebtes Metzgerhandwerk“, sagt Michael Ponnath. „Nur arbeiten wir eben mit größeren Maschinen und produzieren größere Volumina.“ Das geschieht unter hygienisch strengen Auflagen, wie der Rundgang durch die Fertigung zeigt. Keimfreie Spezialkleidung, Hände waschen und desinfizieren – Hygiene steht über allem. In der sogenannten „High Risk“-Zone des Betriebes herrschen sterile Bedingungen, die jenen in Operationssälen ähneln, inklusive mit UV-Strahlung entkeimter Zuluft.

Alle Produktionsschritte sind IT-gestützt nachvollziehbar

Kühlaster liefern frühmorgens nicht ganze Tiere, sondern nur jene Teile von Schweinen, Puten, Hähnchen und Rindern an, die Ponnath ein, zwei Tage vorher bei Großschlächtern geordert hat. Von den „Komponenten“, wie die Fachleute sagen, ist am Ende des Tages nichts mehr übrig, jedes Gramm wird verwertet. Produziert werden just in time ausschließlich jene Sorten und Mengen, die Aldi, Rewe, Edeka oder Kaufland bestellt haben. „Die Rezepturen sind unser Know-how“, sagt Michael Ponnath. In Kemnath werden vor allem Brüh- und andere Würstchen hergestellt, Wiener zum Beispiel. Jedes ihrer Produkte durchläuft 66 Kontrollpunkte, bevor es hygienisch einwandfrei verpackt in einen der Lkw zur Abholung verladen wird. Alle Produktionsschritte sind IT-gestützt nachvollziehbar. „Wir hatten noch nie einen Rückruf“, sagen die Ponnaths. Im Betrieb arbeiten viele Fachkräfte wie Metzgermeister. Aber auch angelernte Kräfte „für deutlich mehr als den Mindestlohn“, sagt Ponnath. Zwei Schichten wird gearbeitet, in der dritten der Betrieb komplett gereinigt und desinfiziert.

Die 333 Jahre Firmengeschichte teilt sich in drei Phasen. In den ersten knapp 280 Jahren war Ponnath eine klassische Ortsmetzgerei, zeitweise mit Landwirtschaft, Viehhandel und Gasthofbetrieb. Michael Ponnaths Eltern begannen ab 1971 damit, den Betrieb von Kemnath ins Umland zu erweitern. Sie eröffneten oder übernahmen von anderen Metzgern Filialen, nach der Wende auch im nahe gelegenen Ostdeutschland. 1992 trat Michael Ponnath, der sich selbst als detailverliebten „Qualitätsfanatiker“ beschreibt, in den Familienbetrieb ein und veränderte ihn radikal. Ponnath hörte mit dem Schlachten auf, verkaufte die Filialen, produzierte keine Frischwurst mehr für den Thekenverkauf, sondern konzentrierte sich auf die Produktion verpackter Handelsmarkenware für den Lebensmitteleinzelhandel. Das Geschäft wuchs sprunghaft; die Firma Ponnath erwirtschaftet etwa 70 Prozent ihres Umsatzes damit.

Neben dem Wurstgeschäft sowie den Sparten Vegan und Convenience sind die Ponnaths auch an einem Bäckereibetrieb in Mecklenburg-Vorpommern, einem Hersteller von Bionahrung für Hunde und Katzen sowie einem kleinen Marktforscher beteiligt. Denn eines, sagt Michael Ponnath, ziehe sich durch die Firmengeschichte: „Wir haben uns immer wieder neu

erfunden.“