ODENWÄLDER ECHO

Montag, 20. Juni 2022

Jugend frischt Molkerei-Tradition auf

Beim Milchveredler Kohlhage in Hüttenthal gibt der Eintritt der nächsten Generation Fingerzeige für die Zukunft

Von Dieter Berlieb

Der stets verfügbare Molkerei- und Genussladen gehört zu den Ideen, mit denen Annalena Kohlhage und Julius Werner sich als Nachfolgegeneration in den Betrieb der Molkerei Hüttenthal einbringen. Foto: Dieter Berlieb

MOSSAUTAL. Als sich im Odenwald nach und nach alle der einst im Dutzend vorkommenden Molkereien dem Wachstumsdruck am Agrarmarkt ergaben und schlossen, leistete ein lokaler Milchveredler erfolgreich Widerstand: Die Familie Kohlhage führte die Molkerei Hüttenthal nicht nur weiter, sondern bereicherte den Betrieb im Mossautaler Ortsteil auch kontinuierlich um jene Alleinstellungsmerkmale, mit denen sich ein Unternehmen dieser Größe auch an einem schwierigen Markt behaupten kann. Gut eine Generation lang währt der Vorzug eines lokalen Partners für Odenwälder Bauern und Verbraucher dank Britta und Kurt Kohlhage schon, und für die nächste ist nun mit Annalena Kohlhage (27) und Julius Werner (26) gesorgt.

Geschaffen hat die Tochter des Hüttenthaler Milchwirtschafter-Ehepaars die Grundlage dafür mit gleich zwei Kunststücken. Denn Annalena Kohlhage hat mit dem Studium der Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt Tourismus und Marketing nicht nur eine Qualifikation erlangt, die sie zur Führung eines eng mit seiner Region verbundenen Betriebs prädestiniert. Sie hat sich auch in einem Mann verliebt, mit dem sie neben dem passenden persönlichen Partner auch die ideale Ergänzung für die Molkereiführung gefunden hat: Denn Julius Werner verfügt als Fachmann in Internationaler Weinwirtschaft über den Master im Fach Agrarwirtschaft.

So vorbereitet, beschränken sich die jungen Leute der Kohlhage-Dynastie offenkundig nicht auf das Mitwirken an den laufenden Aufgaben und Geschäften. Die Handschrift ihres Faibles fürs regionale Marketing und die Direktansprache der Kunden jedenfalls zeigt sich längst im Betriebsprofil und ist gerade vor Ort in Hüttenthal nicht zu übersehen. Für sie steht beispielsweise der „Regiomat“, aus dem sich Kunden unmittelbar an der Molkerei jederzeit mit deren Spezialitäten und passenden Zugaben bedienen können.

„Frischen Genuss gibt’s bei uns jetzt auch nach Ladenschluss!“, reimen die Kohlhages zu ihrer Investition von rund 25 000 Euro, die unter anderem einen besonderen Vertriebsweg für die noch jungen, stets frisch produzierte Joghurtshakes schafft. Zu haben sind auch ein haltbares und glutenfreies Brot sowie verzehrfertige Picknicktüten, Eier, Kekse, Müsli und Getränke. „Das neue Angebot wird vor allem am Wochenende bestens angenommen“, sagt Julius Werner und denkt dabei auch an die vier hochwertigen Tropfen eines Pfälzer Weinguts, die aus dem Automaten gezogen werden können.

„Wir beide kümmern uns um alles, was draußen geschieht“, beschreibt das junge Paar die Arbeitsaufteilung, die sich aus dem Aufbau einer Verkaufshütte im Außenbereich im Vorjahr entwickelte. Verbunden ist dies mit der Philosophie verfolgt, die Molkerei noch stärker als schon seither zum Ausflugsziel für Familien, Wanderer, Rad- und Motorradfahrer zu machen. Zugleich soll allen Mossautalern sowie deren Feriengäste sollte ein Treffpunkt geschaffen werden, an dem sich auch Kinder wohlfühlen.

Die „Kuhle Hütte“ ist nun in die zweite Saison gestartet, wurde noch erweitert und erwartet die Gäste samstags mit Frucht-Joghurt-Shakes, Waffeln sowie dem sogenannten „Fritzbrot“, das mit Quark und Handkäse belegt ist. Exklusiv gibt es hier außerdem drei Sorten eines neuen Speiseeises.

> *Wir möchten in Zukunft noch mehr junge Leute mit unseren Produkten ansprechen.*
>
> Julius Werner, Molkerei Hüttenthal

Im dritten Schritt möchten Kohlhage und Werner einen neuen Hofladen realisieren, zu dem sie demnächst die ersten Entwürfe von einer Architektin erwarten. Planung und Bauantrag sollen noch in diesem Jahr fertig werden, Einweihung soll dann spätestens zum 125-jährigen Bestehen der Molkerei im Jahr 2025 gefeiert werden. „Es wird ein toller Laden werden, der neue Möglichkeiten bietet“, so Werner, dessen Ziel es ist, die Direktvermarktung auszubauen. Komme doch dem hier möglichen unmittelbaren Kundenkontakt für einen Betrieb wie der Molkerei Hüttenthal besondere Bedeutung zu.

Fest im Auge hat die nächste Generation aber auch die klassischen Vertriebswege und das Sortiment. So haben sie dem Außenauftritt der Produkte mit einem leicht veränderten Design mehr Farbe spendiert, was neue Zielgruppen ansprechen soll. Zusätzliche Produkte wie den Blau- und den Himbeerkurt haben sie ebenso kreiert wie eine attraktive Internetseite und Social-Media-Kanäle. „Wir möchten in Zukunft noch mehr junge Leute mit unseren Produkten ansprechen“, so Werner weiter. So sei er immer auf der Suche nach neuen Produkten, die zunächst im eigenen Laden getestet würden und von denen es in nächster Zeit sicherlich einige auf den Markt kämen.

„Wir haben mit der Molkerei eine schöne Marke mit Produkten hoher Qualität aus regionalen Rohstoffen und wollen auch in Zukunft in dieser Nische bleiben“ fassen Werner und Kohlhage mit Blick auf die Verantwortung für 25 Mitarbeiter zusammen, die rund fünf Millionen Liter Milch im Jahr verarbeiten und damit 4,6 Millionen Euro Umsatz erzielen. Zukunftsweisend ist auch, dass gerade zwei Milchlieferanten aus dem „Kleinen Odenwald“ verpflichtet werden konnten, die den Rohstoff in Bioqualität produzieren. Dazu kamen zwei neue Ziegenhalter, die Milch nach Hüttenthal liefern, was die Kunden ebenfalls zu schätzen wissen.

Unterstützend zur Seite steht Tochter Annalena den Eltern und Mitarbeitern seit 2020, indem sie sich um Marketing, Personalwesen und Digitalisierung kümmert. Julius Werner bringt sich derweil in Rohstoffbeschaffungs-, Einkaufs- und Vertriebs-Management ein. „Wir ergänzen uns ideal und setzten unsere Stärken in den verschiedenen Bereichen optimal ein“, so Annalena Kohlhage.

Die Wiedergabe dieses Artikels erfolgt mit ausdrücklicher Genehmigung der Echo Zeitungen GmbH