



Modernste Technik: Keine Abfüllanlage der Hohenloher Molkerei ist älter als zwei Jahre. Neun Linien füllen H-Milch ab, eine seit einem Jahr die „extra länger frische“ ESL-Milch. Fotos: Krehl



Verpackungslager: Gestapelt in hohen Türmen warten vielerlei Milchtüten auf die Milch.

H-Milch und noch viel mehr aus Hall

Hohenloher Molkerei steigt erfolgreich in ESL-Milch ein

Schwäbisch Hall wird seit Jahrzehnten fest mit der Produktion von H-Milch verbunden. Doch die Hohenloher Molkerei hat noch mehr zu bieten. Das „Hofgut“-Sortiment ist vielseitig. Es reicht von Butter und Sahne bis zu Joghurt und Milchmodern. Vor Jahresfrist ist die Genossenschaft in das Marktsegment der „extra länger frischen“ ESL-Milch eingestiegen. Mit Erfolg.

Die „Extended shelf life“-Milch (siehe Check-Kasten) kommt bereits knapp auf zehn Prozent Anteil an der gesamten Trinkmilchabfüllung in Schwäbisch Hall. „Damit kommen wir dem Wunsch von zunehmend mehr Kunden nach länger haltbarer Milch nach“, erläutert Martin Boschet. „Wir hatten in dieser Frage zwei Möglichkeiten“, meint der geschäftsführende Vorstand,

„entweder uns diesem Trend zu entziehen, dann machen andere den Markt, oder uns am Kunden zu orientieren und diesen Weg mitzugehen.“ Die Haller haben sich für das Letztere entschieden. „Dieser Bereich hatte bei uns 2008 das stärkste Wachstum“, zieht Boschet Bilanz. Die Vermarktung von ESL-Milch soll weiter ausgebaut werden.

Zukünftig steht „länger haltbar“ auf der Milchtüte

Der Hohenloher Molkereichef war am Zustandekommen des Kompromisses zwischen Milchwirtschaft und Bundesregierung zur Kennzeichnung von ESL-Milch beteiligt. Zukünftig werden die Molkereien entsprechend der mit Staatssekretärin Ursula Heinen-Esser ausgehandelten Selbstverpflichtungserklärung „länger haltbar“ auf die Milchtüten drucken.

ZUM THEMA

Vom Bauernbub zum Molkereichef

Martin Boschet (44, Foto rechts), verheiratet, zwei Söhne (acht und sechs Jahre), ist auf einem Bauernhof in Blaufelden-Saalbach aufgewachsen. Seine Familie lebte dort über mehr als acht Generationen als Milchbauern. Den zum Hof gehörenden Wald bewirtschaftet er nach wie vor selbst. Der gelernte Molkereimeister und Kaufmann ist seit 1999 geschäftsführender Vorstand der Hohenloher Molkerei. Täglich steht er selbst in Kontakt mit den Geschäftspartnern in ganz Europa, darunter Lebensmittelfilialisten, Discounter und regionale Kunden.

Reinhold Höfle aus Braunsbach, seit 1994 Vorstandsvorsitzender, bewirtschaftet einen Milchviehbetrieb mit Herdbuchzucht.



Hieronymus Zwick aus Ellwangen, seit 1995 Aufsichtsratsvorsitzender, betreibt einen Milchviehbetrieb mit Saatguterzeugung. □

CHECK

Hohenloher Molkerei

Zur Hohenloher Molkerei eG, Schwäbisch Hall, schlossen sich Mitte der 70er-Jahre mehrere Molkereigenossenschaften der Region zusammen; die ersten hatten sich 1883 gegründet. 1975 begann die Produktion von H-Milch, die kontinuierlich ausgebaut wurde und bei der die Molkerei bundesweit zu den Top-Abfüllern aufstieg. Seitdem kamen weitere Molkereigenossenschaften dazu. 1998 erfolgte die Fusion mit dem Milchwerk Heidenheim-Ries. Heute verarbeiten rund 110 Mitarbeiter täglich 900.000 kg Milch von rund 1700 Milcherzeugern. Die verarbeitete Milchmenge beträgt etwa 330 Mio. kg, der Umsatz rund 175 Mio. Euro pro Jahr. □



Hofgut-Express: Der eigene Fuhrpark sichert zügige Erfüllung auch kurzfristiger Kundenwünsche.



ESL-Milcherhitzer: Mit „extra länger frischer“ Milch neues Marktsegment erschlossen.



Im H-Milchlager: Molkereichef Boschet setzt auf effiziente, individuelle Ausbaulösungen.

„Wie lange hält das Preistal?“ Das ist für Boschet die Grundfrage. „Die derzeit am Markt befindliche Milchmenge ist zu hoch“, analysiert er die Ursache. Ebenso klar sieht er die Rechtslage und Mehrheitsmeinung in der EU: „Die Milchquote läuft aus!“ Die Quotenaufstockungsbeschlüsse vom November 2008 sprächen eine eindeutige Sprache.

Die Hohenloher Molkerei könne sich auf „substanziell gesunder Basis“ den Herausforderungen stellen. Seit 1992 habe man alle Investitionen ohne Bankkredite finanzieren können, erklärt Boschet nicht ohne Stolz. Der Eigenkapitalanteil an der Bilanzsumme beläuft sich seit Jahren auf deutlich mehr als 50 Prozent.

„Der Handel sagt mir, solche Mittelständler brauchen wir auch in Zukunft“, fühlt er



sich im Einsatz für Molkereien in genossenschaftlicher Hand bestätigt. „Das sollten sich die Bauern nicht nehmen lassen! Wir sind schnell, schlank, flexibel und mit unternehmerischen Landwirten in unseren Gremien.“

„Ich halte es für unerlässlich, dass auch zukünftig Milch aus der Region kommt, möglichst die ganze Menge, die wir hier verarbeiten“, bekennt Boschet. Allerdings sei ein saisonaler Ausgleich nötig,

„um unsere Kunden ganzjährig beliefern zu können“.

Die Hohenloher exportieren seit rund 30 Jahren in andere EU-Staaten. So werden Rohmilch, H-Milch und H-Sahne nach Italien vermarktet. Der EU-Export insgesamt stockt derzeit. Die USA zum Beispiel bieten günstiger an. Auch der Dollarkurs beflügelt deren Export. Die US-Amerikaner haben 2008 zu 2007 vor allem die Ausfuhren von Milchpulver, Butter und Käse deutlich gesteigert.

Die Hohenloher Molkerei bietet ein vielseitiges Sortiment an „Hofgut“-Milchprodukten, nicht nur für den Einzelhandel. „Wir liefern auch an die Gastronomie und andere Großverbraucher“, betont Boschet. Beispiele sind Fünf-Liter-Eimer mit Joghurt, Sahne und Saurer Sahne. „Dieses Kundensegment wollen wir weiterhin bedienen“, erklärt er die Diversifikationsstrategie. Als Spezialist für die H-Milchproduktion bedient das Unternehmen auch die Eigenmarken von Lebensmittelfilialisten und Discountern.

Für die Marke „Ein Herz für Erzeuger“ der Edeka-Discounttochter Netto füllen die Hohenloher H-Milch mit 1,5 Prozent Fettgehalt ab. Für die „Herz“-Milch zahlt der Kunde 10 Cent je Liter mehr, die „garantiert den Milchbauern zugutekommen“. In dieser Hinsicht wäre zu wünschen, ihr Anteil am gesamten Milchabsatz stiege. Doch der Verbraucher schaut in Krisenzeiten noch stärker auf den Preis. Um eine solche prekäre Marktsituation durchzustehen, kommt es besonders auf die Leistungsfähigkeit an, ist Boschet überzeugt. hk



CHECK ESL-Milch

ESL-Milch („extended shelf life“) erhält ein „längeres Leben im Kühlregal“ und ist rund vier Wochen haltbar. Sie wird entweder kurz auf bis zu 127 Grad Celsius erhitzt. Dabei entsteht ein leichter Kochgeschmack. Oder die Bakterien werden mit Mikrofiltern vor dem Pasteurisieren ausgesiebt. Solche Milch behält ihren frischen Geschmack und alle Nährstoffe.

H-Milch wird kurz auf mindestens 135 Grad ultrahocherhitzt. Sie erhält so eine Lebensdauer von bis zu sechs Monaten.

Frischmilch wird durch kurzes Erhitzen auf mindestens 72 Grad haltbar gemacht. Pasteurisierte Milch schmeckt frisch und ist nur gekühlt haltbar. □

FAZIT Leistungsfähigkeit

Die Leistungsfähigkeit wird auch künftig wesentlicher Erfolgsfaktor bleiben. Davon ist Martin Boschet überzeugt. Denn der Preisdruck sei heftig, der Wettbewerb werde noch schärfer. Zudem halte sich die Bereitschaft der Verbraucher, für regionale Herkunft ein paar Cent mehr zu bezahlen, in äußerst engen Grenzen. Der Chef der Hohenloher Molkerei setzt auf beste und sichere Qualität, modernste Technologie, schlanke Organisation, kostengünstige Produktion und flexible Logistik. Absolute Marktorientierung und Kundenpflege sind für ihn ebenso selbstverständlich wie die Mitsprache der Bauern in der Genossenschaft. □