



Eine Familiensache

Vom Apfelwein zum Apfelessig: Johanna Höhl hat die Marke Dr. Höhl's kreiert und sich gemeinsam mit ihren beiden Kindern neu erfunden

Bei Johanna Höhl und ihren Kindern Anna und Johannes dreht sich auch nach der Apfelwein-Ära weiter alles um die gesunden runden Früchte. Mit ihren Bio-Essigen haben sie den Nerv der Zeit getroffen.

Von Yvonne Backhaus-Arnold

Der Apfel. Seit 240 Jahren dreht sich bei Familie Höhl alles um die süße Frucht. Aus der Maintaler Traditionskelterei kamen Marken wie „Blauer Bock“ und „Der alte Hochstädter“. Nach dem Verkauf des Unternehmens hat Dr. Johanna Höhl am 1. Januar 2015 noch einmal neu begonnen, gemeinsam mit ihren beiden Kindern Johannes und Anna. Sie haben die Marke „Dr. Höhl's“ ins Leben gerufen. Den Doktor hat die Unternehmerin früher immer verschwiegen. Hätte man der Betriebswirtin, die vor 40 Jahren promoviert hat, gesagt, dass sie ihren Titel noch einmal nutzen würde, um ein neues Geschäft aufzubauen, sie hätte vermutlich laut gelacht.

Dass Johanna Höhl heute wieder lachen und vor allem nach vorn blicken kann, liegt sicher auch daran, dass sie ihren Frieden mit dem Vergangenen gemacht hat. 2007 musste sie die Kelterei an Rapps, eine 100-prozentige Tochter des Unternehmens Hasia, verkaufen.

Als der Apfelweinmarkt in den 80er Jahren rasant wuchs, hatte die Familie große Ländereien dazugekauft. Zehn Jahre später brach das Geschäft zusammen, der Absatz ging zurück. „Wir kamen in eine wirtschaftliche Schiefelage, konnten den Kapitaldienst für die gekauften Ländereien nicht mehr aufbringen“, erzählt Johanna Höhl. Sie verkaufte die Firma schweren Herzens, blieb aber weitere sieben Jahre lang Geschäftsführerin. Mit 60 verließ sie ihr Unternehmen endgültig. Heute arbeiten hier noch vier Mitarbeiter, früher waren es 100.

„Ich war zehn Jahre lang sehr traurig“, erzählt die Unternehmerin, die das Erbe als achte Generation übernommen hatte. „Ich habe gekämpft wie ein Löwe, aber ich konnte nichts für die Entwicklung, und ich konnte auch nichts daran ändern.“ Höhl wurde krank über der Situation,

stand schließlich aber wieder auf. Heute, 2019, spricht sie rückblickend von einem Entwicklungsprozess, sieht das Neue als Weiterentwicklung.

Dabei ist das Neue gar nicht so neu. Schon Johanna Höhls Vater schwor auf Apfelessig. 1962 brachte er die erste biologische Variante überhaupt auf den deutschen Markt. Die Rechte gingen beim Verkauf 2007 an Rapps über, aber die konnten dem Produkt so gar nichts abgewinnen. „Dabei ist es aus meiner Sicht das Wertvollste, was die Kelterei je gemacht hat“, ist die 65-Jährige überzeugt. Sie kaufte die Rechte für die Marke zurück und brachte das alte Produkt unter neuem Label auf den Markt.

Die Herstellung ist aufwändig. Die Mischung von Bio-Äpfeln aus Maintal und Baden-Württemberg wird im September, wenn die Früchte vollreif sind, geerntet. Der gepresste Apfelsaft wird vergoren (Fermentation) und der Fruchtzucker des Apfels dabei in Alkohol umgewandelt. Nach mehreren Wochen hat man dann Apfelwein, aber noch keinen Essig. „Dafür braucht es Essigbakterien. Die wandeln den Alkohol des Apfelweins in Essigsäure um“, erklärt die Fachfrau. Hergestellt werden die Produkte in einer Essigbrauerei in Baden-Württemberg. Neben dem normalen Bio Ess gibt es auch eine naturtrübe, also eine nicht gefilterte Vari-

ante. Beide Essige sind vegan und bio-zertifiziert.

Johanna Höhl schwört auf das Produkt, das sie selbst auch für Salate und zum Kochen verwendet. „Es hat keine Kalorien und entschlackt den Körper extrem. Und es ist geschmacklich so gut, dass es auch als Drink schmeckt“, sagt sie und lacht. Wie das? „Einfach ein bis zwei Teelöffel in 250 Milliliter Wasser geben. Dazu nach Geschmack einen Löffel Honig und Ingwer. Fertig.“

Zu haben sind die beiden Apfelessig-Variationen bundesweit in Alnatura-Geschäften, auch gut sortierte Hofläden in der Region führen den Apfelessig. Ansonsten setzt Höhl auf Social Media. Facebook, Instagram und Online-Shop, dazu Stände auf Genuss- und Gesundheitsmessen. „Apfelessig entsäuert den Körper und unterstützt eine basische Ernährung“, erklärt die Geschäftsführerin. Außerdem fördert die rechtsdrehende Milchsäure eine gesunde Darmflora. Johanna Höhl lebt ihr Produkt. Eine bessere Markenbotschafterin könnte es kaum geben.

Lager, Vertrieb und Manufakturküche in Maintal

Höhls Tochter Anna, gelernte Grafikdesignerin, hat die verschiedenen Kanäle im Blick, die Website gebaut und auch den Look des Labels geprägt. Sohn Johannes war als Hotelfachmann in der ganzen Welt unterwegs. Irgendwann kam er zurück, um das Erbe doch noch fortzuführen. Die Kombination aus Apfel, Qualität und kleinem regionalen Familienbetrieb scheint den Nerv der Zeit getroffen zu haben. Die Geschäfte gehen gut. Die Höhls haben eine 500 Quadratmeter große Halle eines alten Aussiedlerhofs gemietet – nur einen Steinwurf von der Kelterei entfernt. Seit September ist hier das Lager, auch für die Apfelessige, die deutschlandweit an Rewe gehen, und Pomp, jene Mischung aus zwei Drittel Riesling-Sekt und einem Drittel Apfelwein, den Johanna Höhl 2002 zur goldenen Hochzeit ihrer Eltern kreierte und der schon vor 200 Jahren als „Herrschaftsgespitzter“ in Frankfurt die High Society begeisterte. Heu-

te gibt es fünf Variationen davon – von alkoholfrei bis rosé. Abgefüllt wird in Rüdesheim im Rheingau, der Vertrieb soll künftig auch über Maintal laufen. Neben dem Lager werden Anfang 2020 auch Büros und eine Manufakturküche in die neuen Räumlichkeiten einziehen. Hier wird dann das neueste Produkt des jungen Unternehmens abgefüllt: Dr. Höhl's Bio Ess – Rezeptur 1779. 1779 in Anlehnung an das Gründungsjahr der Firma Höhl. Das kleine Apothekerfläschchen (350 Milliliter), das vor drei Jahren auf den Markt kam, beinhaltet 60 Prozent Apfelessig und 40 Prozent Bio-Honig. Johanna Höhl verwendet es für Salatsaucen. Überhaupt, sagt sie, hebe es den Eigengeschmack vieler Produkte und dazu stärke es den Organismus. 10 000 Stück pro Jahr sollen künftig in Maintal abgefüllt werden. Erhältlich ist die Rezeptur, die es auch als Ein-Li-

Johanna Höhl: „Da darf man sich für nichts zu schade sein.“

ter-Flasche gibt, im Direktvertrieb über den Online-Shop, in verschiedenen Bioläden und als Geschenkartikel im Leinensäcken. Kostenpunkt: 13,90 Euro. Johanna Höhl weiß, dass sie mit ihren Produkten die Nische bedient. Und sie weiß, dass sich viel geändert hat. „Ich habe einmal Deutschlands älteste und größte Kelterei geführt, heute machen wir alles selber – vom Einkauf bis zum Vertrieb. Da darf man sich für nichts zu schade sein, darf nicht großenwahnsinnig werden.“

Mit Dr. Höhl's Bio Ess wollen sie wachsen – aber langsam, gesund. Und sie wollen Mitarbeiter einstellen. Die Chefin, zweifache Großmutter, ist mit Spaß dabei und hat noch viele Ideen. „aber langsam“, sagt sie und lacht, „denke ich auch an den Ruhestand“. Das kann sie mit gutem Gewissen tun. Der Weg für die neunte Generation ist geebnet.

Mit Dr. Höhl's Bio Ess wollen sie wachsen – aber langsam, gesund. Und sie wollen Mitarbeiter einstellen. Die Chefin, zweifache Großmutter, ist mit Spaß dabei und hat noch viele Ideen. „aber langsam“, sagt sie und lacht, „denke ich auch an den Ruhestand“. Das kann sie mit gutem Gewissen tun. Der Weg für die neunte Generation ist geebnet.



Spritzig trifft gesund: Neben den Pomp-Variationen gehört jetzt auch Dr. Höhl's Bio Ess ins Portfolio der Firma. Fotos: Mike Bender