

## **Willkommen zu unseren Themen im Spezial Jahresrückblick und Ausblick**

- LSH:   » Jahresrückblick LSH: 520 Mio. Euro Umsatz  
      » Jahresausblick: Gut gerüstet für die Zukunft  
      » Jubiläum: 5 Jahre OTG Zukunft durch Ausbildung  
      » Einstieg der LSH ins türkische Teegeschäft

- OTG:   » OTG startet Markeninitiative im Teegeschäft  
      » Meßmer Momentum – das neue Tee-Mekka in Hamburg  
      » Meßmer: Erfolg bei Gastronomie, Hotellerie und im  
      Außer-Haus-Markt  
      » MILFORD: Hier zählt das WIR –  
      neue Konzepttees und frische Ideen



### **» Jahresrückblick LSH: 520 Mio. Euro Umsatz**

Die Laurens Spethmann Holding hat das Geschäftsjahr 2008 mit einem Umsatzvolumen von 520 Millionen Euro abgeschlossen und liegt damit auf Vorjahresniveau. Das Teegeschäft, traditionell die stärkste Sparte bei der LSH, trug 75 Prozent zum Gesamtumsatz bei, 15 Prozent entfielen auf Cerealien, die restlichen zehn Prozent auf Süßstoffe und Riegel. Mit Innovationen im Kerngeschäft und den Teemarken Meßmer, MILFORD und

OnnO Behrends bestätigte die Ostfriesische Tee Gesellschaft ihren Führungsanspruch im Teesegment. Die Zielmarke von 13 Milliarden produzierten Teebeuteln wurde auch 2008 erreicht. Erfreulich entwickelte sich die Meßmer Profiline für Gastronomie und Großverbraucher. Hier betrug das Umsatzplus 25 Prozent. Weiterhin auf Wachstumskurs ist auch das Auslandsgeschäft: Ende 2008 betrug der Anteil am LSH-Gesamtumsatz 42 Prozent, ein Plus von fünf Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Eine führende Position im Teegeschäft, das steigende Auslandsvolumen und anhaltende Investitionen der LSH sorgten in 2008 erneut für eine stabile Situation bei den Arbeitsplätzen. Europaweit beschäftigt die LSH 1.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon 1.100 in Deutschland.

Die Geschäftsfelder Süßstoffe und Riegel unter dem Dach der Tochtergesellschaft Nutrisun (mit der Marke HUXOL) sowie der Cerealienbereich der Nordgetreide GmbH, einer zu 50 Prozent zur LSH gehörenden Tochtergesellschaft, erwirtschafteten zusammen 25 Prozent des LSH-Umsatzes. Hier erschwerten erheblich gestiegene Preise für Rohstoffe das Geschäft. Künftig ist eine noch stärkere Durchdringung der Märkte beabsichtigt.



## » Jahresausblick: Gut gerüstet für die Zukunft

Mit innovativen Vermarktungskonzepten für die Marken, mit Millionen-Investitionen in die gemeinsame Produktionsanlage mit dem Cerealien-Hersteller Nordgetreide GmbH und mit Plänen für den Ausbau der Unternehmenszentrale, sieht sich die LSH in einer guten Position für die kommenden Monate und Jahre. Mit Blick auf die aktuelle Finanzkrise sehe man eher Preisprobleme. „Die Verbraucher kaufen heute bewusster ein,

das wirkt sich auf die Preisgestaltung aus“, sagt Jochen Spethmann, Mitinhaber und Vorstandsvorsitzender der LSH. Dennoch hoffe man in 2009 auf stabile Absatzmengen. Dazu zählt auch das Geschäft mit Handelsmarken. „Für 2009 haben wir uns eine Steigerung um drei Prozent auf 535 Millionen Euro vorgenommen. Wir werden unsere Chancen im In- und Ausland nutzen. In den vergangenen Jahren haben wohl bedachte und gezielte Maßnahmen zu einer starken Bilanz unseres Unternehmens geführt, deshalb fühlen wir uns für die Zukunft gut gerüstet“, so der Familienunternehmer Jochen Spethmann. Positiv werde sich auch die im Juni 2008 erfolgte Ernennung von Achim Schwanitz zum Vorsitzenden des Aufsichtsrats der LSH auswirken. Achim Schwanitz verfügt über eine langjährige Management-Erfahrung in führenden Unternehmen der europäischen Lebensmittelindustrie und bereichert die LSH mit wertvollem Know-how in Strategie und Unternehmensführung.



## » Jubiläum: 5 Jahre „OTG Zukunft durch Ausbildung“

Der Name ist Programm: Mit der Initiative „OTG Zukunft durch Ausbildung“ engagiert sich die Laurens Spethmann Holding für junge Menschen, die es schwer auf dem Arbeitsmarkt haben. Der Startschuss für das zweijährige Ausbildungsprogramm zum Fachlageristen fiel am 1. April 2004 in Buchholz bei Hamburg und feiert damit in diesem Jahr sein fünfjähriges Bestehen. Nur eine gute Ausbil-

dung eröffnet berufliche Chancen. Die LSH bietet durch diese Initiative jungen Menschen mit geringen Möglichkeiten auf dem ersten Arbeitsmarkt eine gute und sichere Perspektive. Soziales Engagement gehört bei der LSH zur Unternehmensphilosophie und zeigt mit diesem erfolgreichen Projekt den besonderen Einsatz für die jungen Menschen in der Region. Mittlerweile haben 35 Auszubildende das Programm erfolgreich absolviert. Aktuell befinden sich 22 junge Menschen in der Ausbildung. Im Jubiläumsjahr bietet die Ausbildungsfirma der OTG weiteren 15 Jugendlichen die Möglichkeit für eine qualifizierte Ausbildung.

Angeboten wird eine zweijährige Ausbildung im Berufsbild „Fachlagerist/in“, die in Speditionsbetrieben, bei Logistikdienstleistern sowie in Industrie und Handel besonders begehrt sind.

Auszubildende mit Migrationshintergrund erfahren mit einem speziell auf ihre Bedürfnisse abgestimmten Deutschunterricht eine besondere Förderung. Dazu kommt die intensive Betreuung durch qualifizierte und erfahrene Ausbilder. Die Unternehmensidee kommt dabei nicht nur bei der Zielgruppe hervorragend an. „Wir erhalten viele Anfragen von Arbeitgebern, die sich für unsere Absolventen interessieren“, sagt LSH-Vorstand Andreas Buß.

Die „OTG Zukunft durch Ausbildung“ eröffnet den Absolventen zusätzlich die Perspektiven über ein weiteres Ausbildungsjahr den Abschluss „Fachkraft für Lagerlogistik“ zu erwerben.



### » Einstieg der LSH ins türkische Teegeschäft

Die LSH verstärkt seine Aktivitäten im Ausland und engagiert sich künftig auch in der Türkei, dem drittgrößten Teemarkt in Europa. Die LSH plant dazu, mit dem führenden türkischen Markenartikelhersteller für schnelldrehende Konsumgüter Yildiz Holding (Inhaber der Marke Ülker) ein Joint Venture zu gründen. Ülker erwirtschaftete als größter türkischer Lebensmittelkonzern in 2007 ein Umsatzvolumen von 8,5 Milliarden US-

Dollar. Die LSH wird dann mit 50 Prozent an der Efes Gida Imalat ve Ticaret A.S., einer Tochtergesellschaft der Yildiz Holding, beteiligt sein. Efes Gida Imalat ve Ticaret A.S. produziert unter anderem die Teemarken Obacay und Doga und beabsichtigt die Marke Deren zu erwerben. Das Joint Venture benötigt noch die Zustimmung des türkischen Kartellamts.



### » OTG startet Markeninitiative im Teegeschäft

Die von der OTG produzierte Anzahl an Teebeuteln – das Geschäft mit Handelsmarken eingeschlossen – konnte auf dem hohen Vorjahresniveau von 13 Milliarden gehalten werden. Rein rechnerisch verkaufte die OTG damit mehr als 35 Millionen Teebeutel pro Tag, 1,5 Millionen Teebeutel pro Stunde oder 25.000 Teebeutel pro Minute. Das starke Markenportfolio mit den Marken Meßmer, MILFORD und Onno

Behrends verhalf der OTG dabei zu stärkerem Wachstum als der Markt selbst. Mit innovativen Vermarktungs- und Verpackungskonzepten sowie einer konsequenten Ausrichtung des Produktportfolios werden Meßmer und MILFORD in den jeweiligen Zielgruppen noch besser positioniert, um diese Entwicklung weiter auszubauen.

Weitere Informationen finden Sie unter: [www.otg.de](http://www.otg.de)



## » Meßmer Momentum – das neue Tee-Mekka in Hamburg

Eine ganz besondere Tee-Erlebniswelt bietet seit Ende Oktober vergangenen Jahres das Meßmer Momentum in der Hamburger HafenCity. Damit ist Meßmer die einzige deutsche Teemarke, die einen inspirativen Ort der Tee-creation besitzt und dem Verbraucher einzigartige Einblicke gibt. „Tradition und Innovation, qualitativ hochwertige Ware und Einflüsse wie Weltoffenheit und

Internationalität machen die Marke Meßmer aus und werden im Meßmer Momentum erlebbar“, kommentiert Jochen Spethmann.

In unmittelbarer Nähe zur Drehscheibe des europäischen Teehandels können Besucher auf mehr als 600 Quadratmetern Fläche täglich von 11 bis 20 Uhr die Tea-Taster bei der Kreation der unverwechselbaren Meßmer-Teemischungen beobachten. In der Tee-Akademie haben Tee-Liebhaber die Möglichkeit in einem Seminar tiefere Einblicke in die faszinierende Arbeit mit Tee zu erhalten – Zertifikat inklusive. Das multimediale Tee-Museum bietet anschauliche Informationen rund um die Welt des Tees, die anhand von Fühl- und Riechschatullen greifbar nah werden. Im Tee-Shop lockt eine breite Auswahl erlesener und inspirierender Teemischungen mit über 150 Teesorten und diversen Tee-Accessoires. Zwischen Tradition der historischen Speicherstadt und Moderne der HafenCity bietet die angeschlossene Tee-Lounge mit großem Außenbereich eine entspannte Atmosphäre für aromatische Genussmomente.

Das Meßmer Momentum erfreut sich starker Beliebtheit, so dass eine monatliche Steigerung von Besucher- und Umsatzzahlen erzielt werden konnte. Im Januar wurde bereits die 10.000er-Besucher-Marke in einem Monat geknackt. Nachgefragt werden in der Lounge neben dem klassischen Tee-Angebot häufig auch Tee-Spezialitäten und Tee-Cocktails. Das Speisenangebot trägt mit einem Anteil von 30 Prozent zum Umsatz bei, speziell die Tee-Menüs – eine Kombination aus Tee und Speisen – finden großen Anklang.

Weitere Informationen finden Sie unter: [www.messmer-momentum.de](http://www.messmer-momentum.de)



## » Meßmer: Erfolg bei Gastronomie, Hotellerie und im Außer-Haus-Markt

Mit dem neu entwickelten Gastronomie-Sortiment Meßmer ProfilLine hat die OTG ihre Marktposition im Großkundenbereich weiter gefestigt und ausgebaut. Insgesamt stieg der Umsatz dank einer stärkeren Marktdurchdringung auf allen Vertriebs Ebenen im Vergleich zum Vorjahr um 25 Prozent. Zum Erfolg beigetragen hat die Anfang 2008 geschlossene

und gut angelaufene Vertriebspartnerschaft mit Jacobs Professional. Die Premium-Marke Meßmer profitiert von den etablierten Distributionsstrukturen des Kooperationspartners.

Ebenfalls erfolgssteigernd wirkt sich die konsequente und kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit aus. Mit der Einführung der 1-Liter-Kannenprodukte avancierte die OTG außerdem zum Vollsortimenter im Teebereich. Auch dies wurde von den Kunden aus Hotellerie, Gastronomie, Catering und Gemeinschaftsverpflegung honoriert.

Mit dem neuen Außer-Haus-Konzept „Momente-Tees“ greift Meßmer gezielt die veränderten Essgewohnheiten und neuen gastronomischen Anlässe auf. Die vier Momente-Kategorien transportieren neben dem „Genuss“, über die ungewöhnlichen Zutaten und Zutatenkombinationen auch den emotionalen Aspekt „Gefühl“ und erreichen damit die Bedürfnisse des modernen Gastes.

Weitere Informationen rund um den Geschäftsbereich Außer-Haus-Markt finden Sie unter: [www.otg.de/de/geschaeftsbereiche/tee/AHM/start](http://www.otg.de/de/geschaeftsbereiche/tee/AHM/start)



## » MILFORD: Hier zählt das WIR – neue Konzepttees und frische Ideen

Mit neuem frischem Packungsauftritt, frechen Sorten wie „Unser Sauwetterna-und-Tee“, neuer Kommunikation und dem Anspruch „Hier zählt das WIR“ sorgt die innovative Teemarke MILFORD für frischen Wind im Teeregal. „In unserer schnelllebigen Gesellschaft kommt das Wir im Alltag oft zu kurz. Deshalb möchte MILFORD einen Beitrag leisten, Menschen öfter zusammenzubringen“,

sagt OTG-Geschäftsführer Rolf Klein. Damit will MILFORD nach intensiver Forschung und Entwicklung den Nerv junger, aktiver Teetrinker treffen. Erste Reaktionen im Handel bestätigen dies bereits.

Und dass Tee nicht nur heiß ein Genuss ist, zeigen die „Einfach-mal-anders“-Rezeptideen von MILFORD, bei denen etwa der „Unser Blutorange-Tee“ mit Ananas- und Melonenstückchen verfeinert und einer Orangescheibe dekoriert zu einem erfrischenden Tee-Cocktail wird.

Das WIR bedeutet für MILFORD nicht nur Spaß und Geselligkeit, sondern auch, sich für andere engagieren und gemeinsam Dinge voranbringen. Und um dieser Markenhaltung besonderen Ausdruck zu verleihen, rief MILFORD gemeinsam mit Pro 7 und der Frauenzeitschrift „Für Sie“ die „Hier zählt das WIR sucht Helden“-Initiative ins Leben. Gesucht wurden engagierte Helden des Alltags. Die fünf Finalisten wurden bei dem Finale Ende April in der Hamburger Speicherstadt für ihr Projekt mit 10.000 Euro prämiert, Unterstützung erhielten alle zehn Final-Kandidaten durch 1.000 Euro Preisgeld.

Weitere Informationen finden Sie unter: [www.hierzaehltaswir.de](http://www.hierzaehltaswir.de)

und Tipps für genussvolle Teemomente unter: [www.hierzaehltaswir.de/tipps/einfach\\_mal\\_anders.html](http://www.hierzaehltaswir.de/tipps/einfach_mal_anders.html)

### IMPRESSUM:

Laurens Spethmann Holding Aktiengesellschaft & Co. KG, Bosteler Feld 6, 21218 Seevetal, Deutschland, Telefon: +49 (0) 4105 / 504-0, Fax: +49 (0) 4105 / 624-0, E-Mail: [lsh@lsh-ag.de](mailto:lsh@lsh-ag.de), Internet: [www.lsh-ag.de](http://www.lsh-ag.de)

Sitz: Seevetal, Handelsregister: Amtsgericht Lüneburg HRA 110372, Ust.-Ident.-Nr.: DE 183501884, Persönlich haftende Gesellschafterin: Laurens Spethmann Holding Geschäftsführungs-Aktiengesellschaft, Sitz: Seevetal, Handelsregister: Amtsgericht Lüneburg HRB 110548, Vorstand: Joachim Spethmann (Vorsitzender), Michael Spethmann, Andreas Buß, Vorsitzender des Aufsichtsrats: Achim Schwanitz