

## Willkommen zu unseren Themen im Spezial Jahresrückblick und Ausblick

- LSH: » Jahresrückblick: LSH mit Geschäftsjahr zufrieden  
» Marken und Handelsmarken: Teesparte positiv entwickelt  
» Erwartungen für 2010: Umsatzplus von fünf Prozent  
» Ab Herbst 2010: Alle Teebeutel ohne Aluminiumklammer
- OTG: » Meßmer: Erfolgreichstes Jahr der Meßmer Markengeschichte  
» Meßmer MOMENTUM: Knapp 100.000 Besucher  
» Meßmer ProfilLine: stärkt Position in Gastronomie und Hotellerie  
» Erstes Tee-Gespräch: Im Rausch der Sinne



### » Jahresrückblick: LSH mit Geschäftsjahr zufrieden

Trotz der Finanz- und Wirtschaftskrise verzeichnete das international tätige Lebensmittelunternehmen Laurens Spethmann Holding AG & Co. KG (LSH) im Geschäftsjahr 2009 ein Umsatzplus im Inland von zwei Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die Zahl der Beschäftigten im Gesamtkonzern blieb mit 1.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern stabil. Der Gesamtumsatz der Laurens Spethmann Holding AG & Co. KG mit Stammsitz in

Seevetal bei Hamburg betrug im abgelaufenen Geschäftsjahr 510 Millionen Euro, nach 520 Millionen Euro in 2008. 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. Der leichte Rückgang des Gesamtumsatzes erklärt sich weitgehend durch das zurückhaltende Konsumentenverhalten im Ausland. Insbesondere die Teemärkte in Großbritannien und in Russland waren 2009 durch die Folgen der Finanz- und Wirtschaftskrise gekennzeichnet. Der Auslandsanteil am Gesamtumsatz der LSH betrug 2009 rund 40 Prozent, nach 42 Prozent in 2008. Die Zahl der Beschäftigten im Gesamtkonzern blieb mit 1.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, davon 1.100 in Deutschland, auf Vorjahresniveau. Dies ist auf die Innovationskraft und die erheblichen Investitionen des Familienunternehmens LSH zurückzuführen.



## » Marken und Handelsmarken: Teesparte im Inland auf gutem Kurs

Zur positiven Entwicklung beigetragen hat insbesondere die Teesparte des Unternehmens. Auch das Segment Tee-Handelsmarken hat sich weiterhin positiv entwickelt. Insgesamt produzierte die LSH mit ihren Tochterunternehmen rund 13 Milliarden Teebeutel wie im Vorjahr, auch wenn das Auslandsgeschäft in 2009 leicht rückläufig war.

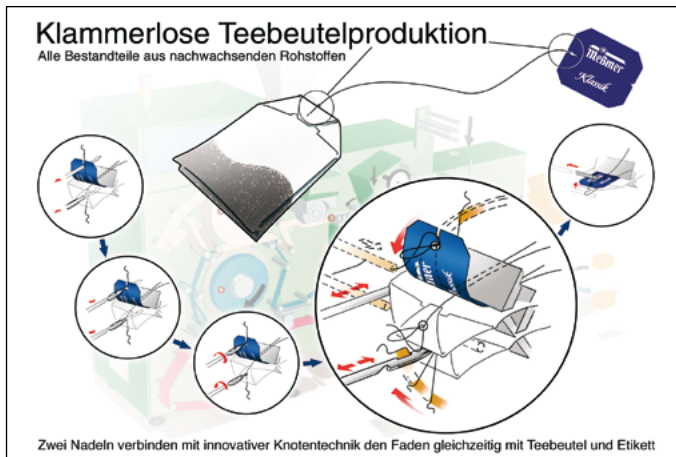


## » Erwartungen für 2010: Umsatzplus von fünf Prozent

Für dieses Jahr rechnet die LSH mit einem Umsatzplus von fünf Prozent. Gerechnet wird mit einer Erholung des Auslandsgeschäfts. Zusätzlich soll sich ab der zweiten Jahreshälfte die Kooperation mit der Yildiz Holding in der Türkei auszahlen, nachdem das vergangene Jahr genutzt wurde, um das neue Unternehmen aufzubauen.

An dem gemeinsamen Unternehmen Milford Yildiz ist die LSH mit 65 Prozent beteiligt. Die Türkei ist der drittgrößte Teemarkt in Europa. Das 1944 gegründete Unternehmen Yildiz Holding begann seinen Geschäftsbetrieb mit der Produktion von Gebäck unter dem Markennamen Ülker. Heute umfasst das Portfolio der aus 65 Produktions- und Vermarktungsgesellschaften bestehenden Gruppe ein breites Angebot von Gebäck über Schokolade, Soft Drinks, Milch- und Molkereierzeugnissen bis hin zu Säuglingsnahrung. Yildiz Holding produziert in 52 Betrieben in der Türkei und im Ausland und gehört damit nicht nur in der Türkei, sondern in der gesamten Region zu den Marktführern.

Außerdem rechnet die LSH damit, dass in Deutschland die getätigten Investitionen und die aktuellen Markeninitiativen für Meßmer und Milford greifen. Wie in den Vorjahren ist es das Ziel, auch 2010 mit hoher Qualität, Innovationskraft und vor allem mit großer Verbrauchernähe Wettbewerbsvorteile zu erzielen.



## » Ab Herbst 2010: Alle Teebeutel ohne Aluminiumklammer

Bei rund 13 Milliarden produzierten Teebeuteln verkaufte die LSH rein rechnerisch mehr als 35 Millionen Teebeutel pro Tag, 1,5 Millionen Teebeutel pro Stunde oder 25.000 Teebeutel pro Minute. Nachdem die LSH in die Umrüstung ihres Maschinenparks in den vergangenen zehn Jahren 80 Millionen Euro gesteckt hat, wird ab Herbst 2010 erstmals die komplette Teebeutelproduktion ohne Aluminiumklammern ausgeliefert. Innovationskraft ist seit jeher die Antriebsfeder des traditionsreichen Familienunternehmens. Teebeutel sind kleine technische Wunderwerke mit großem Convenience-Vorteil. Tee ist ein Naturprodukt, und der Kunde erwartet deshalb auch eine natürliche Verpackung. Dieser Herausforderung hat man sich früh gestellt – und die Entwicklung einer neuen Maschinengeneration zum Verpacken von Teebeuteln vorangetrieben. Der erste Prototyp wurde 1999 in Betrieb genommen. Doch es mussten noch 350 technische Veränderungen vorgenommen werden, bis die patentierte Knotentechnik den Erwartungen entsprach. Dank dieser innovativen Technologie, die LSH-Ingenieure zusammen mit einem italienischen Maschinenhersteller entwickelt haben, werden alle Bestandteile des Teebeutels aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt. Außerdem spart das Unternehmen jährlich etwa 50 Tonnen des energieintensiven Aluminiums.

Produktion ohne Aluminiumklammern ausgeliefert. Innovationskraft ist seit jeher die Antriebsfeder des traditionsreichen Familienunternehmens. Teebeutel sind kleine technische Wunderwerke mit großem Convenience-Vorteil. Tee ist ein Naturprodukt, und der Kunde erwartet deshalb auch eine natürliche Verpackung. Dieser Herausforderung hat man sich früh gestellt – und die Entwicklung einer neuen Maschinengeneration zum Verpacken von Teebeuteln vorangetrieben. Der erste Prototyp wurde 1999 in Betrieb genommen. Doch es mussten noch 350 technische Veränderungen vorgenommen werden, bis die patentierte Knotentechnik den Erwartungen entsprach. Dank dieser innovativen Technologie, die LSH-Ingenieure zusammen mit einem italienischen Maschinenhersteller entwickelt haben, werden alle Bestandteile des Teebeutels aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt. Außerdem spart das Unternehmen jährlich etwa 50 Tonnen des energieintensiven Aluminiums.



## » Meßmer: Erfolgreichstes Jahr der Meßmer- Markengeschichte

Insbesondere die Marke Meßmer der LSH-Tochter Ostfriesische Tee Gesellschaft (OTG) erwies sich als krisenresistent und konnte ihre Position im deutschen Teemarkt weiter ausbauen. In allen fünf Tee-Segmenten (Kräutertee, Früchtetee, Schwarzer Tee, Grüner Tee, Rooibostee) belegten Meßmer-Produkte 2009 im Umsatzranking den ersten Platz.

2009 haben zehn Millionen Haushalte in Deutschland mindestens einen Tee von Meßmer gekauft. Damit und mit einem Umsatzplus von 1,5 Prozent war 2009 das erfolgreichste Jahr der Meßmer-Markengeschichte. Die neue Meßmer-Kreation „Grüner Tee Orange-Ingwer“ war dabei der Top-Einsteiger des Jahres. Ebenfalls erfolgreich verlief die Markteinführung der Meßmer-„Oase-Tees“ im Sommer 2009. Diese wellnessorientierten Kräutertees richten sich gezielt an Verbraucherwünsche nach natürlichem Geschmack, innerer Balance und körperlichem Wohlfühl.



## » Meßmer MOMENTUM: Knapp 100.000 Besucher

Erfreulich sind die Besucherzahlen im Meßmer MOMENTUM, dem 600 Quadratmeter großen gläsernen Ort der Tee-creation in der Hamburger HafenCity. Hier kann man den Tea Tastern zusehen, wie sie täglich bis zu 200 Sorten und Mischungen probieren und neue Meßmer-Teesorten entwickeln. 100.000 Gäste konnte die Tee-Erlebniswelt im ersten Geschäftsjahr verbuchen.

Damit zählt das Meßmer MOMENTUM zu den erfolgreichen neuen Gastronomiekonzepten im Herzen der europäischen Teehauptstadt. Sencha Orange-Ingwer und Momentum Earl Grey No. 1 sind hier die beliebtesten Teesorten. Die Kunden, die nach einer umfangreichen Befragung je zu gleichen Teilen aus der Region Hamburg und ganz Deutschland sowie zu fünf Prozent aus dem Ausland kommen, schätzen die innovative Mischung aus entspannter Tee-Lounge, lebendiger Tee-Informationswelt und multimedialem Tee-Museum. Fast 90 Prozent der knapp 1.000 befragten Gäste sind – ganz im Sinne einer positiven Markenbindung – vom Konzept und den Tee-Kreationen begeistert.



## » Meßmer ProfilLine stärkt Position in Gastro- nomie und Hotellerie

Über den Gewinn weiterer Großkunden aus Hotellerie, Gastronomie, Catering und Großverbraucher konnte die Ostfriesische Tee Gesellschaft auch hier ihre Marktposition 2009 festigen und ausbauen. So wurde das Sortiment gezielt um ein weiteres Produktkonzept „Neue Momente – neue Tees“ ergänzt, um neue Kunden zu überzeugen.

Insbesondere die 2007 vereinbarte Vertriebspartnerschaft mit Jacobs Professional hat sich bewährt. Sowohl in der Systemgastronomie als auch im 4- und 5-Sterne-Bereich wird der Premiauftritt von Meßmer ProfilLine trotz des schwierigen Markt- und Wettbewerbsumfeldes honoriert. Meßmer profitiert dabei auch von den etablierten Distributionsstrukturen des Kooperationspartners.



## » Erstes Tee-Gespräch: Im Rausch der Sinne

Sie beschäftigen sich täglich mit Geschmack und Genuss, Qualität und Qual, Aromen und Antworten und konzentrieren sich dabei auf Produkte des täglichen wie des besonderen Genusses: Sieben Expertinnen und Experten, die ihre Sinne und ihr Wissen in den Dienst von Wein, Schokolade, Tee, Spirituosen und Parfum stellen. Zufrieden sind sie, wenn ihre Kunden ihre Produkte schätzen und genießen.

Die Ostfriesische Tee Gesellschaft lud zum ersten Teegespräch ins Meßmer Momentum ein. Zu Gast waren sieben ausgewiesene Experten der Geschmacks- und Genusskultur: Eine Sommelière, eine Tea Tasterin, zwei Chocolatiers, ein Chemiker und Spirituosenexperte, ein Önologe und ein Parfumeur und die Presse. Die Einladung zu so einer ungewöhnlichen Experten-Runde entstand aus dem Bestreben der Ostfriesischen Tee Gesellschaft, ihr Motto, „Wir machen mehr aus Tee“ auch in ein Mehr an Kommunikation umzusetzen. Christina Fischer, Spitzen-Sommelière aus Köln, Sandra Nikolei, Tea Tasterin im Meßmer Momentum, Berit Windisch und Oliver Rohlf, Chocolatiers bei schokovida in Hamburg, Klaus Kneib, Önologe und Sommelier, Geschäftsführer Reidemeister & Ulrichs in Bremen, Frank Rittler, Parfumeur bei MagnifiScent in Düsseldorf und Spirituosenexperte sowie Diplomchemiker Jürgen Deibel aus Hannover leisteten Beiträge aus der Perspektive ihrer sehr unterschiedlichen Disziplinen, ihrer langjährigen Erfahrung in der Suche nach Qualität und dem Aufspüren neuer Geschmacks- und Geruchsinnovationen.

Die konzentrierten Einsichten zum täglichen Genuss und ihre Einschätzungen zu künftigen Entwicklungen finden Sie hier <http://www.otg.de/de/services/press/archive/modules/gof/press/start/1/byrdate/0>

### **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