



LAURENS SPETHMANN HOLDING  
Newsletter Spezial

**Willkommen zu unseren Themen:**

- LSH:
- » OnnO Behrends: Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier besucht das Ostfriesische Teemuseum in Norden
  - » Milford Tea Buchholz: Niedersachsens Wirtschaftsminister Olaf Lies zu Gast im Rahmen seiner Sommerreise
  - » Ausbildungsbotschafter: Zwei Auszubildende bei der OTG ausgezeichnet
  - » Milford Tee Austria: „Natur, so wie sie ist“ – 100 Prozent natürliche Tees für Österreich
  - » Milford Tee Austria: Erweiterung des Exportsortiments
  - » PAGÈS: Neue Sorten Kräuter- und Früchtetee für noch mehr Genuss
  - » Milford Moskau: Social Media Kampagne für MILFORD in Russland
- OTG:
- » Meßmer MOMENTUM: TeaXplosion to go getestet
  - » Meßmer: 50 Prozent UTZ-zertifizierte Tee-Rohwaren erreicht
  - » Meßmer: Matcha Latte und weitere Neuprodukte 2017/18
  - » Meßmer: Ländertees weiterentwickelt
  - » Meßmer: Drei neue Wohlfühltees mildern den Winter
  - » Meßmer ProfiLine: Neue Produktlinie in Nylonkissen
  - » MILFORD: Winterschöne Ostsee mit „Rote Grütze“ Tee
  - » MILFORD: Neuer Wintertee „Herz-Erwärmer“
  - » MILFORD: Promotion mit „edding L.A.Q.U.E.“ Nagellack
- NUTRISUN:
- » HUXOL: „Think Pink“ auf der Anuga 2017
  - » SMO: Neu! Smoothie als Riegel



» **OnnO Behrends:  
Bundespräsident Frank-  
Walter Steinmeier be-  
sucht das Ostfriesische  
Teemuseum in Norden**

Das Ostfriesische Teemuseum war eine der Stationen, die Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier anlässlich seiner 3-tägigen Antrittsreise durch Niedersachsen mit seiner Ehefrau sowie mit Ministerpräsident Stefan Weil und dessen Gattin besuchte. Christian Abrams,

Werkleiter bei OnnO Behrends in Norden, empfing die Gäste in seiner Funktion als 1. Vorsitzender des Norder Heimatvereins (Träger des Norder Teemuseums) gemeinsam mit dem Leiter des Museums, Dr. Matthias Stenger, und Bürgermeister Heiko Schmelzle. Ein Highlight des Rundgangs durch das Museum war die Live-Vorführung der ehemaligen Teebeutelverpackungsmaschine PT10 von OnnO Behrends.



### » Milford Tea Buchholz: Niedersachsens Wirtschaftsminister Olaf Lies zu Gast im Rahmen seiner Sommerreise

„Wie kommt der Tee in den Beutel und auf den Weg zum Kunden?“ Diese Frage ergründete Olaf Lies, Niedersächsischer Minister für Wirtschaft, Arbeit & Verkehr, bei seinem Besuch bei Milford Tea Buchholz im Rahmen seiner Sommerreise. Begleitet von Pressevertretern, unter anderem einem Filmteam von RTL Nord,

besichtigte er das Werk, informierte sich über das preisgekrönte Projekt „OTG Zukunft durch Ausbildung“ und betonte die Bedeutung der LSH als wichtiger Arbeitgeber in der Region.

Bei seinem Rundgang durch die Teebeutelproduktion erfuhr Olaf Lies, wie die innovative Knotentechnik der LSH den Einsatz von Aluminiumklammern überflüssig macht. Weitere Stationen der Werksführung waren die Teemischerei mit der hochmodernen Aromatisierungsanlage sowie die automatische Endverpackungslinie, in der die Teebeutel verkaufsfertig verpackt werden. Besonders beeindruckt zeigte sich Minister Lies von dem Programm „OTG Zukunft durch Ausbildung“, das seit dem Start in 2004 insgesamt 119 Auszubildende erfolgreich absolviert haben: „Das Engagement der LSH für Menschen, die es auf dem ersten Arbeitsmarkt schwer haben, ist beispielhaft.“



### » Ausbildungsbotschafter: Zwei Auszubildende bei der OTG ausgezeichnet

Die Ostfriesische Tee Gesellschaft (OTG) ermöglicht es in diesem Jahr zwei Auszubildenden, sich ehrenamtlich als Ausbildungsbotschafter der Industrie- und Handelskammer (IHK) Lüneburg-Wolfsburg zu engagieren: Kea-Jasmin Reinhold und Fabio Tim Ebert wurden nun für ihr Engagement von der IHK mit einem Zertifikat ausgezeichnet. Das Ausbildungsbotschafter-Programm hilft Jugendlichen dabei,

sich in der Arbeitswelt zu orientieren und sich für eine geeignete Berufsausbildung zu entscheiden. Kea-Jasmin (21 Jahre) ist angehende Industriekauffrau bei der OTG im zweiten Ausbildungsjahr und Fabio Tim (19 Jahre) absolviert seine Ausbildung als Koch im dritten Jahr in der Unternehmenskantine. Für ihre Tätigkeit als Botschafter haben die Auszubildenden zunächst ein professionelles Präsentations- und Moderationstraining bei der IHK durchlaufen. Mit den erworbenen Kenntnissen besuchen sie Schulen, um den Schülern aus ihrem Arbeitsalltag zu berichten und Fragen zu beantworten. Bei ihren bisherigen Einsätzen unter anderem in Hanstedt und Winsen zeigten die beiden OTG-Auszubildenden eine Unternehmenspräsentation. Kea-Jasmin hielt zudem eine kleine Teeverkostung ab um ihre Arbeit zu veranschaulichen. Fabio Tim ist der erste Ausbildungsbotschafter der OTG, der einen gastronomischen Beruf repräsentiert.



### » Milford Tee Austria: „Natur, so wie sie ist“ – 100 Prozent natürliche Tees für Österreich

Milford Tee Austria hat sein gesamtes Angebot auf 100 Prozent natürliche Zutaten und 30 Prozent UTZ-zertifizierte Rohware umgestellt und ist damit die erste Teemarkte in Österreich, die ausschließlich natürliche Rezepturen anbietet.

Vorläufer der Sortimentsumstellung war der Start von elf neuen Sorten mit ausschließlichen natürlichen Zutaten im Herbst 2016. Diese wurden nun um sechs weitere 20er Sorten ergänzt:

„Beerenauslese“, „Waldfrüchte“, „Milde Früchte“, „Holler Zitrone“, „Sonnenkräuter“ und „Fruchtige Johannisbeere“. Das neue Sortiment ist direkt am „100% natürlich“-Siegel erkennbar. Milford Tee Austria verzichtet vollständig auf naturidentische oder natürliche Aromen sowie auf Farb- oder Zusatzstoffe. Dazu hat die LSH-Tochter auch die Rezeptur der Kindertees „Fruchtiges Beerchen“ und „Früchte Fee“ angepasst – in Zusammenarbeit mit 150 Testerfamilien. Die Zustimmung für die beiden Sorten liegt bei 90 Prozent mit dem Urteil gut und sehr gut. Die Botschaft „100% natürlich“ wird derzeit unter anderem mit einer „3 plus Tasse gratis“-Promotion off- und online im Handel kommuniziert.



### » Milford Tee Austria: Erweiterung des Export- sortiments

Das Vollteesortiment auch im Export weiterzuentwickeln war in den vergangenen Monaten ein weiteres Projekt von Milford Tee Austria: Neue Sorten Kräuter-, Früchte- und Thementees sind das genussvolle Ergebnis.

Vor allem das Kräuterteesortiment ist in vielen Ländern beliebt, was sich in der steigenden Nachfrage zeigt. So führte Milford Tee Austria im September die

zwei neuen Sorten „Alpine Herbs“ und „Ginger Lemon“ ein. Zudem erweitert wurde das Fruchtee-Sortiment um die für den Export adaptierte Sorte „Peach-Mango“, die sich bereits im Inland mit guten Absatzzahlen bewährt hatte. Analysen des Teemarktes in Österreich und in den Export-Ländern ergaben zudem großes Potenzial für Thementees, worauf Milford Tee Austria mit der Einführung der neuen „Benefit Teas“ reagierte: Ab dieser Teesaison können sich Kunden mit „Stomach“, „Good Night“ und „Anti-Age“ Gutes tun.





## » PAGÈS: Neue Sorten Kräuter- und Früchtetee für noch mehr Genuss

PAGÈS präsentiert eine neue Produktreihe lose Bio Kräuter- und Früchte-Tees mit wohlschmeckenden Geschmacksnuancen dank fein abgestimmter Rezepturen und neuem, stylischen Auftritt.

Schnaps? Kaffee? Nicht nur! In Frankreich wird nach dem Essen auch gern ein Kräutertee genossen, denn mit der richtigen Kombination aus ätherischen Ölen ist er eine Wohltat für den Magen. In der

Sorte „Nach dem Essen“ verbindet PAGÈS daher die würzige Note von Zitrone, die Frische der Minze und den kräftigen Geschmack von Anis zu einer eleganten Mischung. „Nacht“ vereint den charakteristischen Duft von Eisenkraut mit der Süße von Lindenblüte, Himbeere und Brombeere. Eisenkraut besitzt in der Pflanzenheilkunde eine sehr lange Tradition, wenn es um innere Balance und Schlafförderung geht. Auch Lindenblüten enthalten beruhigende Stoffe und ergänzen den süßen Geschmack der Himbeeren und Brombeeren zu einer köstlichen Tee-Kreation. „Detox“ ist eine raffinierte Mischung aus mild-würzigem Rooibos und herb-frischem Grünem Tee mit samtigem, dezenten Pfirsichgeschmack. „Figur“ enthält den wunderschönen Hibiskus, der seit der Antike dafür bekannt ist, das Wohlbefinden zu unterstützen und eine angenehme Leichtigkeit zu vermitteln. Die Verbindung mit Pampelmuse und Roter Johannisbeere ergibt einen fruchtig-frischen Tee-Genuss, der Körper und Sinne verwöhnt.



## » Milford Moskau: Social Media Kampagne für MILFORD in Russland

Youtube, Facebook, Odnoklassniki, Vkontakte und Instagram – Soziale Medien sind auch in Russland auf dem Vormarsch. Milford Moskau reagierte darauf mit einer Online-Werbekampagne zum Start der Teesaison.

In dem Rahmen schickte die LSH-Tochter Probiersets an Verbraucher. Sie enthielten Milford Produkte zum Verkosten und Bewerten, eine Zeitschrift mit umfangreichen

Informationen zum Thema Tee und kleine MILFORD Präsentе. Mit Erfolg: Über 200 positive Reaktionen posteten Milford Fans in den unterschiedlichsten sozialen Medien – darunter sicher einige Neugewonnene.



## » Meßmer MOMENTUM: TeaXplosion to go getestet

Mit Meßmer TeaXplosion to go testete die Ostfriesische Tee Gesellschaft (OTG) drei Monate lang, wie Tee als To-go-Getränk bei den Gästen des Meßmer MOMENTUM in der Hamburger Hafen-City ankommt.

Mittels eines Vakuum-Brühverfahrens stellt eine sogenannte BKON-Teemaschine in 90 Sekunden aus frischen Teeblättern, Kräutern oder Früchten einen geschmacksintensiven Heißaufguss her.

Sie ermöglicht die unterschiedlichsten Kombinationen und Kreationen bis hin zu Tee-Kaltgetränken durch Abgießen über Eis. Aus dreizehn Tea-Favorites vom klassischen Darjeeling bis Basilikum-Erdbeere und innovativen Tea-Specials wie Matcha Latte, Golden Kurkuma Latte sowie allen Meßmer MOMENTUM Tee-Shop Tees konnten die Tee-Liebhaber wählen – jeweils im 350-ml-To-go-Becher für 2,90 Euro. Das Angebot fand bereits guten Anklang. Gleichzeitig testete die OTG die Akzeptanz von Mehrwegbechern, um ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten auch in diesem Segment weiter zu unterstützen.



## » Meßmer: 50 Prozent UTZ-zertifizierte Tee-Rohwaren erreicht

Etappenziel erreicht! Die OTG-Marke Meßmer setzt seit Mai 2017 zu 50 Prozent Rohwaren aus nachhaltigem Anbau und mit UTZ-Zertifizierung ein und ist damit ihrem Ziel, 100 Prozent bis 2020, einen großen Schritt nähergekommen. Auf dem Weg hierhin gab es einige Herausforderungen zu meistern.

Beispielsweise stand Hibiskus nicht wie geplant Ende 2016 in UTZ-Qualität

zur Verfügung. Es stellte sich außerdem heraus, dass die UTZ-zertifizierten Äpfel und Hagebutten anders schmecken als die Früchte aus dem bisherigen Ursprung. So waren viele Verkostungsrunden und Feinjustierungen nötig, um die gewohnten Geschmacksprofile mit den neuen Zutaten wiederherzustellen. Insgesamt wurden 74 Rezepturen umgestellt, zum Teil neu entwickelt oder deutlich überarbeitet. Auch mussten rund 150 Materialien, wie Faltschachteln, Umbeutel, Verkaufsunterlagen sowie alle Produktspezifikationen angepasst werden. Die OTG ist stolz darauf, dieses Etappenziel erreicht zu haben, denn die Etablierung einer verantwortungsvollen Lieferkette ist dem Unternehmen ein wichtiges Anliegen, das es mit klaren Zielen verfolgt.



## » Meßmer: Matcha Latte und weitere Neuprodukte 2017/18

„Matcha Latte“ heißt das Trend-Getränk, mit dem die OTG Neuland beschreitet. Außerdem hat Meßmer drei weitere köstliche Kreationen auf den Markt gebracht.

Erstmals in seiner Geschichte bietet die OTG Tee in Pulverform und in Aromasticks verpackt an – denn Meßmer „**Matcha Latte**“ ist echter gemahlener Grüntee, verfeinert mit Magermilchpulver und Rohrohrzucker, für den sofortigen,

unkomplizierten Trinkgenuss: Einfach in heißem Wasser oder warmer Milch eingerührt, ist er schnell und lecker zubereitet. „**Grüner Tee Mango-Kokos**“ vereint Grünen Tee mit dem exotisch-fruchtigen Geschmack von Mango und Kokos zu einem süß-herben Genussmoment. „**Apfel-Limette**“ kombiniert die süß-säuerliche Spritzigkeit des Apfels mit dem erfrischenden Geschmack von Limette. Und „**Zimtschnecke**“ ergänzt die Range der Kuchentees um eine weitere unwiderstehlich süße Sorte mit dem Geschmack nach zimtigem Gebäck – verführerisch lecker!



## » Meßmer: Ländertees weiterentwickelt

Seit 2017 setzt die OTG auch für die Meßmer Ländertees nachhaltige Tee-Rohwaren ein und hat in dem Zuge die Rezepturen optimiert und das Packungsdesign überarbeitet.

Die Meßmer Ländertees schmecken nach Indien, Thailand, Ägypten oder Kanada – je nach Stimmung entführen sie einen in die ferne Genusswelt der Wahl. Das neue aufmerksamkeitsstarke Verpackungsdesign und die noch inten-

siveren Geschmackserlebnisse verstärken diese sinnliche Erfahrung jetzt noch. Kommunikativ begleitet wurden die Weiterentwicklungen durch eine umfangreiche Kampagne, die im Herbst gestartet ist: TV-Werbung mit eigens für die Ländertees gedrehtem Tag-on, Anzeigen in zahlreichen großen Frauenmagazinen, eine Digitalkampagne sowie eine Gewinnspiel-Promotion über sechs Genussreisen im Gesamtwert von 30.000 Euro.





» **Meßmer:**  
**Drei neue Wohlfühltees mildern den Winter**

Mit drei vorübergehend erhältlichen Wohlfühl-Kräutertee-Sorten hilft Meßmer auch in 2018 wieder über den ungemütlichen Jahresbeginn hinweg.

„Halswärmer“ schmeichelt dem rauen Rachen mit Eukalyptus und Honig und ist eine wärmende Wohltat an frostigen Tagen. „Abwehrkraft“ bietet mit Olivenblättern, Ingwer und Vitamin C ein leckeres Plus bei nasskaltem Wetter.

„Figurschmeichler“ schenkt mit Kurkuma, Mate und Vitaminen ein Gefühl von Leichtigkeit in der Fastenzeit. Die drei Aktionsorten sind von Januar bis März 2018 für 1,99 Euro UVP im Lebensmitteleinzelhandel und Drogeriemärkten erhältlich – gut sichtbar präsentiert in auffälligen Mono- und Mix-Displays.



» **Meßmer ProfiLine:**  
**Neue Produktlinie in Nylonkissen**

Meßmer ProfiLine erweitert sein Angebot um eine Produktlinie in feinen Nylonkissen und ergänzt damit die 25er Tassenportionen im Aromaschutzkuvert und die Pyramidenbeutel.

Das Nylonkissen-Sortiment hebt sich durch einen Special Cut von den Standard-Tassenportionen ab und setzt gegenüber den exklusiven Rohwaren des Pyramidensortiments auf die sechs klassischen Teesorten Earl Grey, English Breakfast, Grüner Tee, Pfefferminze, Rooibos-Vanille und einen Früchtetee Beeren-Geschmack – alle mit einem 30 Prozent UTZ-zertifiziertem Tee-Anteil. Die Nylonkissen sind einzeln kuvertiert und in einer 20er Faltschachtel verpackt. Die Packungen präsentieren sich hochwertig im 6er Kissendisplay aus Nussbaum und Acryl und so als Highlight an der Self-Service-Theke.

Die Packungen präsentieren sich hochwertig im 6er Kissendisplay aus Nussbaum und Acryl und so als Highlight an der Self-Service-Theke.



» **MILFORD:**  
**Winterschöne Ostsee mit „Rote Grütze“ Tee**

„Winterschöne Ostsee“ ist die Winterkampagne des Ostsee Schleswig-Holstein Tourismus. Und weil Tee den Winter noch schöner macht, beteiligt sich die OTG an der Aktion mit der Neuheit MILFORD „Rote Grütze“.

In 25 Urlaubsorten von Eckernförde, Heiligenhafen über Grömitz und Scharbeutz bis nach Fehmarn werden die Gäste von Hotels, Pensionen und Ferienwohnungen aktuell mit insgesamt 200.000 Probiersachets MILFORD „Rote Grütze“ überrascht. Und um auch den bisher zu Hause gebliebenen MILFORD-Fans die Chance auf eine wunderbar winterliche Auszeit an der Küste

und um auch den bisher zu Hause gebliebenen MILFORD-Fans die Chance auf eine wunderbar winterliche Auszeit an der Küste

zu geben, hat die Marke im Herbst eine fünftägige Wellnessreise an die Ostsee für zwei Personen inklusive Wohlfühlpaket verlost. In der „Für Sie“ wurde die Aktion im Dezember durch einen zusätzlichen Reisegewinn noch verlängert.



### » MILFORD: Neuer Wintertee „Herz-Erwärmer“

Wahrlich herzerwärmend ist der neue köstliche Früchtetee im MILFORD Wintertee-Sortiment, das sich in neuem Verpackungsdesign zeigt.

„Herz-Erwärmer“, aus spritzigen Orangen und würzigem Lebkuchen, ergänzt die drei bestehenden Sorten „Eismärchen“, „Sternenglanz“ und „Wintergenuss“. Das neue Verpackungsdesign der Range lässt den Tee-Fan in eine traumhaft winterliche Welt eintauchen. Sie ist

von September bis Februar im Handel verfügbar und leicht erkennbar durch Zweitplatzierungen.



### » MILFORD: Sammelpromotion mit „edding L.A.Q.U.E.“ Nagellack

MILFORD Fans können sich zu Jahresbeginn durch den Kauf von zwei Aktionspackungen einen „edding L.A.Q.U.E.“ Nagellack gratis sichern.

Aus fünf angesagten Farbvarianten können die Aktionsteilnehmerinnen wählen. Dank einer innovativen Technologie verspricht „edding L.A.Q.U.E.“ hochpigmentierte Farbdichte und Deckkraft, die gleichzeitig ultraresistent gegen Kratzer

und Absplittern sind. Für die MILFORD Aktionspackungen stehen aufmerksamkeitsstarke Promotiondisplays zur Verfügung. Gleichzeitig wird die Aktion auf der Website und auf Facebook kommuniziert. Der Reinverkauf läuft im Januar und Februar 2018, der Teilnahmezeitraum beträgt sechs Monate und endet am 30. Juni 2018. Die Einlösung erfolgt online.





## » HUXOL: „Think Pink“ auf der Anuga 2017

„Think Pink. Sweeten Up Your Business“ – die Botschaft kam an. Als Aussteller auf der Anuga 2017 in Köln, der weltweit größten und wichtigsten Fachmesse für Lebensmittel und Getränke, gelang es HUXOL die Messebesucher für seine Süßstoff-Produkte zu begeistern.

Ein ausdrucksstarkes Design und leckere Verköstigungen lockten Kunden wie Neugierige an den HUXOL-Stand, wo die variantenreichen Süßstoff-Sorten und

Darreichungsformen in pinkem Layout für Inspiration sorgten. Auch die neuentwickelte Kombination aus dem Süßstoff Sucralose und Agavendicksaft kam gut an. Insgesamt eine erfolgreiche Messe!



## » SMO: Neu! Smoothie als Riegel

SMO ist die neue Lifestylemarke der Nutrisun – Obst und Gemüse so smooth wie ein Smoothie, aber in innovativer Riegelform.

Die einzigartigen Obst- und Gemüse-Riegel gibt es in den sechs köstlichen Geschmacksrichtungen „Banane-Kürbis“, „Mango-Kurkuma“, „Drachenfrucht-Guanabana“, „Apfel-Tomate-Paprika“, „Karotte-Orange“ und „Spinat-Kiwi-Matcha“.

Genauso wie ein Smoothie sind auch die SMO-Rezepturen kerngesund und natürlich, ohne Konservierungsstoffe, ohne künstliche Aromen und Farbstoffe und ohne Geschmacksverstärker. Sie präsentieren sich auf der eigenen Website [www.likeasmoothie.de](http://www.likeasmoothie.de) und sind erhältlich bei Sky, tegut und Müller.

### Impressum:

Laurens Spethmann Holding Aktiengesellschaft & Co. KG, Bosteler Feld 6, 21218 Seevetal, Deutschland  
Telefon: +49 4105 504-0, Fax: +49 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: Martina Sandrock (Vorsitzende), Markus Hedderich, Johannes Niclassen; Vorsitzender des Aufsichtsrats: Michael Spethmann