

Willkommen zu unseren Themen:

- LSH: » Andreas Buß geht in den Ruhestand und in das Kuratorium der Spethmann-Stiftung
 » Markus Hedderich ergänzt LSH-Vorstand
 » Nachwuchs am Karrierestart
 » Türöffner-Tag der Sendung mit der Maus
 » Landrat interessiert am Kräuterhaus Wild
- OTG: » OTG mit erfolgreicher Bilanz
 » Meßmer wächst doppelt so stark wie Markt
 » „Geschenkte Zeit“ Neue Markenkampagne für Meßmer mit TV-Spot
 » Meßmer und Hamburgs bekannteste Baustelle
 » Meßmer ProfiLine zum zweiten Mal als „Bestmarke“ ausgezeichnet
 » Neue Milford Packungsgröße: Geschmack, den man nicht nur schmeckt, sondern auch sieht
 » Meßmer Erlebniswelt Momentum feiert 5. Geburtstag
 » Verantwortung als Unternehmensziel: Ethical Tea Partnership
 » Ein Beispiel aus der ETP-Praxis: 500.000 neue Teeplanzen für indonesische Kleinbauern



» Andreas Buß geht in den Ruhestand und in das Kuratorium der Spethmann-Stiftung

Andreas Buß hat sich zum Jahresende 2013 in den verdienten Ruhestand verabschiedet. Seit 1996 war er Vorstand der Laurens Spethmann Holding (LSH) mit Stammsitz in Seevetal wo er in 18 Jahren entscheidend und vielseitig zur Entwicklung des Unternehmens beigetragen hat: Vom Auf- und Ausbau der Standorte, über die Entwicklung der Beteiligungen,

wie der Lübecker Nordgetreide, über die regionale Präsenz im Landkreis bis hin zum sozialen Engagement des Unternehmens. Unter anderem wird sich Andreas Buß zukünftig im Kuratorium der Spethmann Stiftung engagieren. Zu den wesentlichen Aufgabenfeldern gehörte auch die Gestaltung des Personalwesens. Frühzeitig erkannte Andreas Buß die Herausforderungen fehlender Fachkräfte für die Wirtschaft und hat sich für

Mitarbeiter- und Nachwuchsentwicklung eingesetzt. Für sein beispielgebendes Projekt „OTG Zukunft durch Ausbildung GmbH (OTG ZdA)“ wurde Buß dieses Jahr mit dem renommierten Logistik-Branchenpreis DVZ LEO in der Kategorie „Mensch des Jahres“ ausgezeichnet. Bei der OTG ZdA handelt es sich um eine 2004 ins Leben gerufene Initiative des Unternehmens, jungen Menschen eine berufliche Perspektive zu bieten, die es schwer auf dem ersten Arbeitsmarkt haben aber viel Motivation mitbringen. „Wenn wir die Menschen in den Mittelpunkt stellen, den Nachwuchs qualifizieren und attraktive Möglichkeiten zur beruflichen Entfaltung bieten, können wir dauerhaft gute Mitarbeiter für unsere Betriebe gewinnen und halten“, erläutert Andreas Buß die Grundidee der LSH, „so sichern wir den Unternehmenserfolg.“



» Markus Hedderich ergänzt LSH-Vorstand

Mit dem Ausscheiden von Andreas Buß werden auch die Vorstandsaufgaben teilweise neu geordnet und verstärkt auf aktuelle wie künftige Herausforderungen zugeschnitten. Das Vorstandsressort Produktion, bislang das Aufgabengebiet von Michael Spethmann, übernimmt künftig Markus Hedderich. Hinzu kommt der Bereich Supply Chain. Das Personalwesen betreut neben Finanzen und der Nordgetreide-Beteiligung künft

ig Michael Spethmann. Jochen Spethmann leitet unverändert das Ressort Marketing und Vertrieb. Markus Hedderich (48 Jahre) ist Diplom-Wirtschaftsingenieur. Er studierte nach Abitur und Bundeswehr an der TU München-Weihenstephan Lebensmitteltechnologie mit Schwerpunkt Betriebswirtschaft. Nach ersten Praxiserfahrungen bei Unilever Eiskrem, blickt er auf über 20 Jahre Erfahrung bei Kraft Foods/Mondelez zurück, wo er vom Werks-Trainee bis zur Führungsetage in Zürich alle Stufen durchlaufen hat. Hier entwickelte er unter anderem Strategien für die Absatzplanung in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Im Rahmen europaweiter und internationaler Projekte arbeitete Hedderich dabei mit internationalen Konzernen wie Walmart in den USA oder ASDA in Großbritannien zusammen.



» Nachwuchs am Karrierestart

Im August 2013 begannen 16 neue Auszubildende ihre Berufslaufbahn bei der Ostfriesischen Tee Gesellschaft OTG und bei der Ausbildungsfirma „OTG Zukunft durch Ausbildung“. Sie wurden nicht nur vom Vorstandsmitglied und Inhaber Michael Spethmann sowie den beiden Ausbildungsverantwortlichen Anette Christoffel und Christian Klein begrüßt, sondern auch von einem engagierten jungen Projektteam des

zweiten Ausbildungsjahres. Michael Spethmann überraschte die Berufseinsteiger in seiner Einführung mit einem ungewöhnlichen, im konsequent kunden-orientierten Familienunternehmen seit je her selbstverständlichem Gedanken: „Euer eigentlicher Arbeitgeber ist nicht die Ostfriesische Tee Gesellschaft – es ist der Kunde, der Tag für Tag gern die Produkte der OTG kauft.“ Zu einem erfolgreichen Ausbildungsweg gehört auch der Weg aufeinander zu. Der OTG ist es wichtig, dass die jungen Menschen, die sich bewerben, zum Unternehmen passen und ihre Werte teilen. „Und umgekehrt ist es genauso“, erläutern Anette Christoffel und Christian Klein, die beiden Ausbildungsverantwortlichen bei der OTG. „Wir begegnen uns auf Augenhöhe.“

Mit diesem Prinzip hat die OTG beste Erfahrungen gemacht: Statt eng definierte Voraussetzungen einzufordern, lädt man zum Dialog ein, bezieht Bewerberinnen und Bewerber in eine gemeinsame Überprüfung dessen ein, wofür beide Seiten einstehen und was sie in das Ausbildungsverhältnis einbringen werden. Vor der Einstellung geht es um die Einstellung – das ist die grundsätzliche Ausrichtung im Unternehmen.



» Türöffner-Tag der Sendung mit der Maus

Auch dieses Jahr hatte die Sendung mit der Maus zum bundesweiten Türöffner-Tag aufgerufen. Gleich drei Werke der Laurens Spethmann Holding öffneten aus diesem Anlass ihre Werkstore: Milford Tea in Buchholz, Kräuterhaus Wild in Grettstadt und OnnO Behrends in Norden. Viele neugierige Kinder konnten hinter die Tore der größten teeerarbeitenden Werke Deutschlands schauen. Star war hier der Doppelkammer-Tee-

beutel, die gefragteste Darbietungsform des Teebeutels. Seine Vorteile: Convenience, eine genau dosierte Portion, perfekter Geschmack, der Tee kann sich hervorragend entfalten und alle Bestandteile des Beutels sind – ganz besonders wichtig – natürlich aus nachwachsenden Rohstoffen. Außerdem kann ein Teebeutel an jedem Ort zum Einsatz kommen, an dem es heißes Wasser gibt. 350 Teebeutel fertigt eine Maschine in der Minute.

Insgesamt mehr als 11 Milliarden Teebeutel Schwarz-, Grün-, Früchte- und Kräutertee produzieren die Unternehmen der LSH pro Jahr. Das sind rein rechnerisch mehr als 30 Millionen Teebeutel täglich, 1,25 Millionen Teebeutel pro Stunde oder 20.000 Teebeutel in der Minute. Aneinander gewickelt, könnte eine solche Teebeutelkette 17-mal um die Erde gewickelt werden.



» Landrat interessiert am Kräuterhaus Wild

Interessierter Besuch beim Kräuterhaus Wild: Der Landrat des Kreises Schweinfurt, Florian Töpfer, hat zusammen mit einer Delegation aus Kommunalpolitikern sowie Kammer- und Verbandsvertretern die Produktionsstätte eines der größten teeerarbeitenden Werke Deutschlands in Grettstadt besichtigt. Kräuterhaus Wild produziert mit 130 Mitarbeitern mehr als 400 verschiedene Teesorten für das Arzneiteesegment und den Lebensmittelhandel.



» OTG mit Marketingaktivitäten auf gutem Kurs

Die OTG ist das größte Tochterunternehmen der europaweit agierenden LSH. Im ersten Halbjahr 2013 hat sich der positive Trend des Vorjahres insbesondere für die Marke Meßmer verstärkt. Sie konnte beim Marktanteil erneut deutlich zulegen. Die zweite große OTG-Traditionsmarke Milford, die noch vergangenes Jahr rückläufige Absätze verzeichnete, schaffte sich jedoch mit der Produktinnovation Milford „kühl & lecker“ Erfri-

schungstees, dem ersten Teebeutel für kaltes Wasser, ein erfolgreiches Zusatzgeschäft außerhalb der klassischen Teesaison. Zudem verzeichnet Milford in den ersten sechs Monaten 2013 mit Kräutertees wie „Ingwer Pur“ oder „Fenchel-Anis-Kümmel“ gute Erfolge.

Unterstützt werden diese beiden OTG-Kernmarken neben den umfangreichen Marketingaktivitäten auch von der klaren Botschaft des Familienunternehmens, künftig noch stärker Rohware aus nachhaltigem Anbau einzusetzen. Aktuell beträgt der Anteil bei Grün- und Schwarztee 40 Prozent; die selbst gesteckte Zielmarke lautet 100 Prozent im Jahr 2020. Dazu ist die OTG 2012 als erstes großes deutsches Teeunternehmen der Ethical Tea Partnership beigetreten.



» Meßmer wächst doppelt so stark wie Markt

Mit einem Absatzplus von sieben Prozent ist Meßmer in 2012 fast doppelt so stark gewachsen wie der Markt. Der Marktanteil konnte auf 21 Prozent gesteigert werden. Im ersten Halbjahr 2013 legte Meßmer um 17 Prozent zu und erreicht damit einen aktuellen Marktanteil von 23 Prozent.



» „Geschenkte Zeit“ – Neue Markenkampagne für Meßmer mit TV-Spot

„Abwarten und Tee trinken“ – wer kennt es nicht, das freundliche Motto, das uns auffordert, entspannt zu bleiben, wenn etwas mal nicht so schnell geht wie erwartet. Die neue Markenkampagne für Meßmer interpretiert diese Redewendung im Sinne der Marke neu und fordert auf, unerwartete Situationen in einem neuen Licht zu sehen: Als Momente, die einem Zeit zum Ge-

nießen schenken: So zeigt der TV-Spot ein Paar, das bei Ebbe in einem Segelboot gestrandet ist – und die Zeit des Wartens mit Meßmer Tee zu einem Genussmoment werden lässt. Weitere Informationen unter: <http://www.messmer.de/>



» Meßmer und Hamburgs bekannteste Baustelle

Meßmer greift diese bekannte Redewendung auch in einer Plakatkampagne auf und deutet sie aus der Markenidee heraus als Anregung, Verzögerungen einfach wortwörtlich auszukosten. Mit einem Augenzwinkern verweist das aktuelle Kampagnenplakat deshalb auf die Elbphilharmonie. Auf ihre Fertigstellung dürfen sich Hamburgs Bürger noch einige Zeit freuen und sie bietet so lange einen idealen Anlass für entspannten Teegenuss.



» Meßmer ProfiLine zum zweiten Mal als „Bestmarke“ ausgezeichnet

Qualität, Innovationsfähigkeit und guter Service am Kunden zahlen sich aus: Bereits zum zweiten Mal haben Entscheider aus dem Gastgewerbe das exklusive Tee-Sortiment Meßmer ProfiLine als „Bestmarke“ ausgezeichnet. In diesem Jahr stand die 2008 am Markt etablierte Meßmer ProfiLine in der Kategorie Qualität/Produkteleistung ganz oben auf

dem Siegestreppchen. Das ist das Ergebnis einer Umfrage unter 400 Hoteliers und Gastronomen, die ihre Tee-Lieferanten im Auftrag der renommierten Branchenpublikation „Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung“ (AHGZ) bewertet hatten. Sind die Produkte von gleichbleibend hoher Qualität? Sind die Produktlösungen innovativ? Ist das Preis-Leistungs-Verhältnis gut? Ist das Sortiment breit aufgestellt? Im Wettbewerb mit sechs weiteren Tee-Herstellern lag Meßmer ProfiLine bei all diesen Fragen in der Bewertung ganz vorne. Mit ProfiLine bietet Meßmer seit 2008 einen speziell auf die Anforderungen und Wünsche der gehobenen Gastronomie und Hotellerie zugeschnittenen Service mit einem exklusiven Tee-Sortiment.



» Neue Milford Packungsgröße: Geschmack, den man nicht nur schmeckt, sondern auch sieht

Die neuen Milford 28er kommen als optimale Kombination aus Großpackung und Testbox im Februar in die Regale des Lebensmitteleinzelhandels. Mit dem bekannten attraktiven Preis-Leistungsverhältnis laden sie zum Probieren ein, ob es sich dabei um klassische Sorten wie Blutorange oder Fenchel-Anis-Kümmel oder um die neuen Produktkreationen

handelt wie beispielsweise Limette-Minze, Lemongras pur oder Waldmeister. Ganz neu und besonders auffällig präsentieren sich zwei neue Ranges unter Milford: Kindertees in den Sorten Monster-Alarm und Feentraum,

sowie drei Früchtetees mit Schwarzteeanteil – Lemon-Kick, Cherry-Kick und Cola-Kick. Die Kick-Tees sind klassische Früchtetees, denen für den extra Schub an Energie (Kick) 30% Schwarztee beigemischt wurde. Nach fünf Minuten Ziehzeit erhält man so eine fruchtige Mischung, in der ein Hauch von Schwarztee mitschwingt. Auch die Milford Kindertees in den Sorten Monster-Alarm (Traube-Orange-Apfel) und Feentraum (Himbeere-Holunderblüte-Vanille) zeichnen sich durch einen vollmundig-fruchtigen Geschmack aus und nutzen nur natürliche Aromen.



» Meßmer Erlebniswelt Momentum feiert 5. Geburtstag

In der weltoffenen Hansestadt, in der Hamburger HafenCity, befindet sich seit fünf Jahren ein Ort, an dem die besonderen Genuss-Momente kreiert werden, die in jeder Tasse Meßmer Tee stecken. Meßmer steht für außergewöhnlichen Tee-genuss und höchste Qualität, und die Meßmer Erlebniswelt Momentum ist die sichtbar gewordene Marke. Tee-freunde und Interessierte finden dort auf mehr als 600 Quadratmetern die ganze Welt des Tees unter einem Dach vereint. 2013 besuchten es etwa 140.000 Gäste.



» Verantwortung als Unternehmensziel: Ethical Tea Partnership

Nachhaltiger Handel entlang der Lieferkette ist ein zentraler Bestandteil der OTG-Unternehmensphilosophie. Als erstes großes deutsches Tee-Unternehmen ist die OTG 2012 deshalb der Ethical Tea Partnership (ETP) beigetreten, einer Non-Profit-Organisation, die sich – wie die OTG – für Umweltschutz, soziale Verantwortung und Transparenz einsetzt. „Bereits jetzt stammen 40 Prozent der Roh-

waren unserer Grün- und Schwarztees aus nachhaltigem Anbau. Bis zum Jahr 2020 plant das Unternehmen eine Umstellung auf 100 Prozent. Dazu wird die OTG ihre Zusammenarbeit mit der ETP weiter intensivieren.

Der erste Schritt zur ETP-Mitgliedschaft ist die Offenlegung der Warenströme – von der Plantage über die Lieferanten bis hin zu Auktionen. Zertifizierte Standards von Labels wie UTZ, Fairtrade und Rainforest Alliance werden von der ETP im Einzelfall anerkannt. Die ETP hat sich die Ziele gesetzt, die Arbeitsbedingungen und das Leben der Erntekräfte zu verbessern, die Umweltbedingungen zu optimieren, um so für mehr soziale Gerechtigkeit und ökologische Nachhaltigkeit zu sorgen. Ein Fokus der Organisation liegt auf der konkreten Unterstützung von Produzenten durch direkte Hilfsmaßnahmen (siehe Beispiel unten) oder Trainings – etwa zwecks verbesserter Sicherheit in den Produktionsstätten, zur Vermeidung von Diskriminierungen und in puncto Umweltmanagement. Die ETP prüft, ob die Produzenten nach anerkannten, internationalen Standards arbeiten. Sollte dies nicht der Fall sein, wird zusammen mit den Produzenten der Handlungsbedarf ermittelt und ein entsprechender Aktionsplan entworfen. Dessen Umsetzung und Erfolg wird in einem Nachaudit erneut geprüft. Die Plantage hat, unterstützt durch die ETP, drei Jahre Zeit, die Anforderungen zu erfüllen.



» Ein Beispiel aus der ETP-Praxis: 500.000 neue Teepflanzen für indonesische Kleinbauern

Kleinere Teeproduzenten in Indonesien leben von der schmalen Ernte oft älterer und unproduktiver Teepflanzen. In West Sumatra verschärfte sich die Situation vor einigen Jahren, als ein Feuer ausbrach und in den Teegärten großen Schaden anrichtete. Hier setzte beratend und unterstützend die ETP an. Gemeinsam mit lokalen Kooperativen und einer regionalen

Baumschule wurde ein Konzept entwickelt, das es Kleinplantagenbesitzern ermöglicht, zu erschwinglichen Preisen neue Teepflanzen zu kaufen. Über 500.000 neue, gesündere und stärkere Teepflanzen wurden so kultiviert. Dies hat dazu beigetragen, den Ertrag und die Lebensbedingungen zu verbessern.

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, Internet: 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, Markus Hedderich, Vorsitzender des Aufsichtsrats: Achim Schwanitz