



Laurens Spethmann Holding mit 460 Mio. Euro Umsatz in 2014

Teemarke Meßmer baut Markführerschaft weiter aus.

Ostfriesische Tee Gesellschaft setzt beim Teegeschäft auf Nachhaltigkeit.

Seevetal, 28. Mai 2015. Die Laurens Spethmann Holding (LSH) verzeichnet für 2014 einen Umsatz von 460 Millionen Euro, nach 485 Millionen Euro in 2013. Der Rückgang um drei Prozent entspricht dem rückläufigen Gesamtmarkt und ist im Wesentlichen wetterbedingt: Von Februar bis April und auch im Herbst lagen die Temperaturen in Deutschland zum Teil deutlich über denen des Vorjahres. Parallel sank auch der Teeabsatz in diesen Monaten unter Vorjahresniveau. Der Verkauf der Beteiligung an Milford Yildiz, einem Joint Venture der LSH mit der türkischen Yildiz Holding, hat sich ebenfalls auf den Jahresumsatz ausgewirkt. Das Teegeschäft stellt mit 75 Prozent weiterhin den größten Anteil des Gesamtumsatzes der Laurens Spethmann Holding. 15 Prozent des LSH-Umsatzes entfallen traditionell auf Cerealien (Nordgetreide), die restlichen zehn Prozent auf Süßstoffe und Riegel (Nutrisun).

Meßmer stärkt Markführerschaft: Absatzanteil steigt auf 24,2 Prozent

Die traditionsreiche Marke Meßmer der Ostfriesischen Tee Gesellschaft hat ihre Markführerschaft auch in 2014 weiter ausgebaut. „Nachdem 2013 bereits das erfolgreichste Jahr der Markengeschichte für Meßmer war, konnten wir das Wachstum im vergangenen Jahr vor allem über die Discounter und Drogeriemärkte noch weiter vorantreiben“, sagt Jochen Spethmann, Mitinhaber und Vorstandsvorsitzender der LSH. Mit einem Absatzanteil von 24,2 Prozent (2013: 23,3 Prozent) stammt mittlerweile fast jede vierte verkaufte Packung mit



Teebeuteln in Deutschland von Meißner. Meißner Klassik ist zudem weiterhin Deutschlands beliebtester Schwarztee. Im Vergleich der Top-Teemarken hat Meißner beim Absatz in 2014 trotz des weiterhin schwierigen Marktumfeldes am besten abgeschnitten. Das sei besonders erfreulich, denn neben hohen Preisen für Energie, Transport und Rohstoffe habe auch das Wetter einen ganz entscheidenden Einfluss auf den Teeabsatz: „Anfang 2014 gab es in vielen Teilen Deutschlands kein richtiges Winterwetter, im Vergleich zu den vorigen 50 Jahren hatten wir sogar Wärmerekorde, denn auch der Herbst war deutlich milder als üblich. Das macht sich bekanntlich unmittelbar beim Teekonsum bemerkbar und hat den gesamten Markt und zugleich auch fast alle Teesegmente getroffen“, erläutert Spethmann.

Teegeschäft profitiert vom guten Markengeschäft

Neben Meißner zählen auch die Teemarken Milford und OnnO Behrends zum Portfolio der Ostfriesischen Tee Gesellschaft (OTG), dem größten Tochterunternehmen der LSH. Die Marke Milford verzeichnete 2014 einen erfolgreichen Relaunch der 28er-Verpackung mit einem Absatzplus im klassischen Lebensmittelhandel von 12 Prozent und ist damit weiter auf einem guten Weg. Auch die Tee-Innovation Milford kühl & lecker, ein Früchte- und Kräutertee, den man mit kaltem Wasser aufgießt, hat sich weiter positiv entwickelt. Zugelegt hat bei Meißner in 2014 der Absatz von Früchte- und Kräuterteebeuteln. Auch das Meißner-ProfiLine-Sortiment für die Gastronomie verzeichnete gute Absätze. Die Absätze von Rooibostee, Schwarztee und Grüntee in Beuteln waren dagegen nachfragebedingt leicht rückläufig.



Nachhaltigkeit ist fester Bestandteil der Unternehmensphilosophie: 30 Prozent des Tees stammt bereits aus nachhaltigem Anbau

Mit einer Quote von nachhaltig produziertem Tee, die mittlerweile 30 Prozent beträgt, verfügt Meßmer über ein Alleinstellungsmerkmal unter den großen Tees in Deutschland. Grundsätzliches Ziel der OTG ist es, bis 2020 zu 100 Prozent Tee-Rohwaren aus nachhaltigem Anbau einzusetzen, 100 Prozent Verpackungen aus Recycling-Material oder nachhaltig angebautem Holzbestand zu verwenden und den CO₂-Ausstoß auf 10.000 Tonnen zu senken. „Um unserer Verantwortung gerecht zu werden und hohe Standards auch in den Ursprungsländern durchzusetzen, unterhält die OTG mit ihren Lieferanten dauerhafte partnerschaftliche Geschäftsbeziehungen und verpflichtet sie zur Einhaltung sozialer Standards“, sagt Jochen Spethmann. Bei der Überwachung der Einhaltung der Standards arbeitet die OTG mit unabhängigen Nicht-Regierungs-Organisationen wie UTZ Certified zusammen. Als erstes deutsches Unternehmen hat sich die OTG zudem schon vor einigen Jahren der Ethical Tea Partnership angeschlossen, die sich zum Ziel gesetzt hat, die sozialen Standards und Umweltbedingungen in den Herkunftsländern des Tees zu verbessern. Um die Aktivitäten im Umweltbereich weiter zu stärken, wurden die Produktionsstätten und die Zentrale der LSH 2013 auf die Versorgung mit Ökostrom umgestellt. Das Energiemanagement ist seit 2014 nach ISO 50001 zertifiziert. Bei der Teebeutelproduktion verzichten die Tochterunternehmen der LSH komplett auf Metallklammern und Zellophan. Alle der rund 10 Milliarden pro Jahr hergestellten Teebeutel sind deshalb kompostierbar.



Positiver Ausblick

Für das laufende Geschäftsjahr 2015 rechnet die LSH mit einem Umsatzwachstum von zwei Prozent. Die Marken Meißner und Milford werden sich auf dem deutschen Markt aller Voraussicht nach weiter positiv entwickeln. Der Auslandsanteil am LSH-Gesamtumsatz, der im vergangenen Jahr bei rund 42 Prozent lag (2013: 44 Prozent) wird weiter stabil bleiben. Auf dem russischen Markt ist die LSH mit ihrem neuen Tee-Sortiment erfolgreich, allerdings sind die Geschäfte durch die Embargo-Regelungen der Europäischen Union stark betroffen, weshalb eine Eigenproduktion vor Ort aufgebaut wurde. Die Einführung einer neuen Unternehmenssoftware (ERP-System) wird die nachhaltigen Wertschöpfungsprozesse innerhalb der LSH-Gruppe positiv beeinflussen. Weiterhin ganz oben auf der Agenda steht das Thema Nachhaltigkeit, das auch vom Verbraucher stark wahrgenommen und geschätzt wird.



Laurens Spethmann Holding AG & Co. KG

Das Lebensmittelunternehmen Laurens Spethmann Holding AG & Co. KG (LSH) ist ein unabhängiges, in vierter Generation geführtes Familienunternehmen mit Stammsitz in Seevetal bei Hamburg. Die Tochterunternehmen sind in Deutschland und europaweit in den Geschäftsbereichen Tee, Riegel, Süßstoffe und Cerealien aktiv. Mit der 1907 gegründeten Ostfriesischen Tee Gesellschaft (OTG) und dem mit 75 Prozent Anteil am Gesamtumsatz wichtigsten Geschäftsfeld Tee, ist die LSH in Deutschland führender Teeanbieter. So gehören die Marken Meßmer und Milford zu den meistverkauften Teesorten Deutschlands. Das Geschäftsfeld Cerealien betreibt die LSH gemeinsam mit der Nordgetreide GmbH & Co. KG Lübeck, an der die LSH mit 50 Prozent beteiligt ist. Unter der Firmierung Nutrisun werden Süßstoffe und Riegel hergestellt und vertrieben. Die bekannte Süßstoffmarke Huxol ist ebenfalls Teil des Portfolios. Daneben sind die Unternehmen der LSH im Sektor der Handelsmarken aktiv und engagieren sich zunehmend in den Bereichen Hotellerie, Gastronomie und Großverbraucher. Der Auslandsanteil am Gesamtgeschäft beträgt 42 Prozent. Die LSH betreibt Tochtergesellschaften unter anderem in Russland, Österreich und Frankreich. Europaweit beschäftigen die Unternehmen aktuell 1.200 Mitarbeiter unter dem Dach der LSH, davon 1.000 in Deutschland. Die LSH verfügt über Standorte in Buchholz, Falkenhagen, Faulbach, Grettstadt, Hall, Hamburg, Le Puy, Lübeck, Moskau, Norden, Seevetal, Überherrn.

Kontakt:

Laurens Spethmann Holding
Aktiengesellschaft & Co. KG
Am Bauhof 13-15
21218 Seevetal
Telefon: 04105 504-480
Fax : 04105 624-0
E-Mail: pr@lsh-ag.de

MuthKomm
Hopfensack 19
20457 Hamburg
Telefon: 040 307070707
Fax: 040 307070701
E-Mail: jochen.muth@muthkomm.de



Jochen Spethmann, Mitinhaber und Vorstandsvorsitzender der Laurens Spethmann Holding (LSH)



Unternehmenssitz der Laurens Spethmann Holding (LSH) in Hittfeld: Von hier aus betreuen Tochterunternehmen wie die Ostfriesische Teegesellschaft Kunden in ganz Europa.



Gesunder Genuss für ein gesundes Leben

Tee · Fruchtschnitten · Riegel · Süßstoffe · Cerealien

