



Laurens Spethmann Holding: 520 Mio. Euro Umsatz in 2008

Neue Markenoffensive – 13 Milliarden Teebeutel produziert

Seevetal. Das Lebensmittelunternehmen Laurens Spethmann Holding AG & Co. KG (LSH) mit Stammsitz in Seevetal bei Hamburg 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 Meißner, Milford und Onno Behrends bestätigte die Ostfriesische Tee Gesellschaft (OTG), ein Tochterunternehmen der LSH, ihren Führungsanspruch im Teesegment. Die Zielmarke von 13 Milliarden produzierten Teebeuteln wurde auch 2008 erreicht. Erfreulich entwickelte sich die Meißner 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 auch



Gesunder Genuss für ein gesundes Leben

Tee · Fruchtschnitten · Riegel · Süßstoffe · Cerealien



in 2008 für eine stabile Situation bei den Arbeitsplätzen. Europaweit beschäftigt die LSH 1.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon 1.100 in Deutschland.

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. Positiv werde sich auch die im Juni 2008 erfolgte Ernennung von Achim Schwanitz zum Vorsitzenden des Aufsichtsrats und des Beirats 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.

Markenoffensive 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 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.

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 Teekreation besitzt und dem Verbraucher einzigartige Einblicke gibt. In unmittelbarer Nähe zur Drehscheibe des europäischen Teehandels können Besucher auf mehr als 600 Quadratmetern Fläche die Tea-Taster bei der Kreation der unverwechselbaren Meßmer-Teemischungen beobachten. Das multimediale Tee-Museum bietet anschauliche Informationen rund um die Welt des Tees. Im Tee-Shop lockt eine breite Auswahl erlesener und inspirierender Teemischungen. Und in der Tee-Lounge können Tee-Liebhaber aromatische Genussmomente in entspannter Atmosphäre erleben.

Milford setzt sich vom bestehenden Teemarkt ab

Mit neuem frischem Packungsauftritt, frechen Sorten wie „Unser Sauwetter-na-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 zusammen zu bringen“, 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.

Meßmer ProfiLine: Stärkere Positionierung in Gastronomie und Hotellerie

Mit dem neu entwickelten Gastronomie-Sortiment Meßmer ProfiLine 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 Premiummarke Meßmer profitiert von den etablierten Distributionsstrukturen des Kooperationspartners. Ebenfalls erfolgssteigernd wirkt sich die konsequente und kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit aus. Mit der Einführung der 1-Liter-Kannensortimente avancierte die OTG außerdem zum Vollsortimenter im Teebereich. Auch dies wurde von den Kunden aus Hotellerie, Gastronomie, Catering und Gemeinschaftsverpflegung honoriert.

Süßstoffe, Riegel und Cerealien

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.

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 Unternehmen der Gruppe sind in Deutschland und europaweit in den Geschäftsbereichen Tee, Süßstoffe, Riegel und Cerealien aktiv. Mit der 1907 gegründeten Ostfriesischen Tee Gesellschaft (OTG), dem mit 75 Prozent Anteil am Gesamtumsatz wichtigsten Geschäftsfeld, 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 Teil des Portfolios. Daneben sind die Unternehmen der LSH im wachsenden Sektor der Handelsmarken aktiv und engagieren sich zunehmend in den Bereichen Hotellerie, Gastronomie, Catering und Gemeinschaftsverpflegung. Der Auslandsanteil am Gesamtgeschäft der Unternehmensgruppe beträgt mehr als 40 Prozent. Die LSH betreibt Tochtergesellschaften unter anderem in Großbritannien, Russland, Österreich und Frankreich. Europaweit beschäftigen die Unternehmen unter dem Dach der LSH 1.500 Mitarbeiter, davon 1.100 in Deutschland. Die LSH verfügt über Standorte in Buchholz, Dorset, Falkenhagen, Faulbach, Grettstadt, Hall, Hamburg, Le Puy, Lübeck, Moskau, Norden, Seevetal, Überherrn.

Für weitere Informationen:

MPR Dr. Muth Public Relations
Warburgstraße 36
20354 Hamburg
Telefon: 040 - 42 92 40 - 0
Telefax: 040 - 422 77 87
info@mprdrmuth.de

April 2009