

Presse-Information (ungekürzte Fassung)

a) Mestemacher: Stabilisiert Jahresumsatz und plant vorerst konservativ

Mestemacher erreicht 2009 prognostizierten Jahresumsatz in Höhe von 111,4 Mio. Euro (2008: 111 Mio. Euro) / Konservativer Planumsatz 2010: 111 Mio. Euro / Globale Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise erfolgreich gemeistert / Gute Leistung von Produktinnovationen / Brot-Kunst-Dose erscheint zum 17. Mal / Neue Familienministerin wird Schirmherrin / Landesehrenpreis und Preis der Besten für Mestemacher / Steigerung der Besucherzahlen der Website www.mestemacher.de um über 10.000 Prozent (Basisjahr 2000 – Berichtsjahr 2009)

Gütersloh, 21. Januar 2010: Die Brot- und Backwaren-Gruppe **Mestemacher** hat ihr angepeiltes Umsatzziel in Höhe von 111 Mio. Euro im Jahr 2009 erreicht. Mit SB-verpackten Brotsorten wie Pumpnickel, verschiedenen Vollkornbrotsorten, internationalen Brotspezialitäten und Tiefkühlkuchen konnte der Gruppenumsatz wie vorhergesagt stabilisiert werden. De facto liegt der erreichte Gesamtumsatz der Unternehmensgruppe sogar 400.000 Euro über dem Jahresumsatz 2008 in Höhe von 111. Mio. Euro. Für 2010 wird aufgrund der unwägbaren Wirtschaftslage im In- und Ausland ebenfalls konservativ geplant (Planumsatz 111 Mio. Euro). Zum Vergleich: Im Jahr 2000 erzielte das Familienunternehmen 39 Millionen Euro

Jahresumsatz. In den letzten 9 Jahren wuchs der Umsatz mit Brotspezialitäten und Tiefkühlkuchen um insgesamt 185 Prozent an. Einen enormen Zuwachs weist die Aufrufstatistik der **Mestemacher** Website auf.

Von 2000 (Basisjahr) – 2009 (Berichtsjahr) konnte die Besucherzahl um über 10.000 Prozent gesteigert werden. Täglich informieren sich zwischen 700 – 800 Internetnutzer auf **www.mestemacher.de**. Über virtuelle Gemeinschaften oder Communities sollen Benutzer der Website ab 2010 noch stärker motiviert werden, mit Mestemacher zu kommunizieren. Entsprechende Themen werden zurzeit vorbereitet. Über Printmedien, TV- und Radio erreichte **Mestemacher** 2009 über 190 Millionen Verbraucher.

Die Eigentümer und Mitglieder der Geschäftsleitung **Albert, Prof. Dr. Ulrike** und **Fritz Detmers** halten die Zügel fest in der Hand, um den positiven Trend der Gruppe weiter fortzusetzen. Dank der attraktiven Unternehmenskultur sind Motivation und Mitarbeiterbindung auf einem guten Weg: Ein gutes Omen in Zeiten knapper Fach- und Führungskräfte. Die Mitarbeiterzahl konnte mit 553 Belegschaftsmitgliedern gehalten werden (2008: 554). Der Exportanteil ist in summa proportional mit gewachsen und betrug rund 18 Prozent ohne Auslandsbeteiligungen. Für das laufende Wirtschaftsjahr sind Investitionen in Höhe von 3,5 Millionen Euro geplant.

„Wir planen vorsichtig und freuen uns nun, dass wir damit richtig lagen“, verkündet **Albert Detmers**, geschäftsführender Gesellschafter der Mestemacher GmbH, anlässlich der Jahrespressekonferenz. „Aber in der Gruppe gibt's strategisch betrachtet noch viele Schätze zu heben“, gibt sich **Prof. Dr. Ulrike Detmers**, Mitglied der Geschäftsführung und Gesellschafterin der Unternehmensgruppe, optimistisch.

b) Erfolgreiche Listung von Produktinnovationen

Zur ANUGA 2009 hat Mestemacher eine Vielzahl neuer Brote präsentiert. Der ständig um Neuheiten bemühte LEH hat im SB-Brotregal ergänzend zum Sortiment des Brot-Frischdienstes alle Innovationen gelistet. Es handelt sich dabei um folgende Brotsorten:

Müsli Toastbrötchen

Das Müsli Toastbrötchen ist ein Weizenmisch-Toastbrötchen mit Müslizutaten. Zwei Scheiben decken 24 % des Tagesbedarfs an Ballaststoffen. Das Produkt ist ohne Konservierungsstoffe gebacken, um nach der Entnahme aus der Verpackung knusprig getoastet zu werden.



Serviervorschlag

Gourmet Toast Natur

Mit dem Gourmet Toast Natur bietet Mestemacher dem Verbraucher ein gefaltetes Weizenbrot an, das zum Toasten und Füllen ideal geeignet ist. Besonders lecker schmeckt das Brot zubereitet wie ein Croque Monsieur.



Serviervorschlag



Gourmet-Saaten Brot

Mit einer 20%igen Saatenmischung präsentiert Mestemacher das Gourmet-Saaten Brot. Durch die 20%ige Saaten-Mischung entsteht der delikate, nussige Geschmack. Das geschnittene Premium-Vollkornbrot enthält reichlich Ballaststoffe, Magnesium und wertvolle Omega-3-Fettsäuren.



Serviervorschlag



Gourmet Vollkorn Classic & Gourmet Pumpernickel

Neu designed sind die Vollkornrounds. Ca. 28 kleine runde Scheiben beinhalten die Brote „Gourmet Pumpernickel“ und „Gourmet Vollkorn Classic“. Beide Brotsorten sind bestens geeignet für feines Fingerfood, edle Canapés oder herzhaftes Vollkorn- und Pumpernickel-Tapas.



Serviervorschlag



Serviervorschlag



Wraps Multigrain

Weizenmehl-Tortillas mit 2 Sorten Leinsamen.



Vitaminbrot

Unser Vitaminbrot liefert dem Körper wertvolle Vitamine und Ballaststoffe. Karottenstücke, Sonnenblumenkerne und Vollkorn fördern die Fitness.



c) „Landesehrenpreis für Lebensmittel NRW“ und „Preis der Besten“ für Mestemacher

Landwirtschaftsminister Eckhard Uhlenberg hat den neuen „Landesehrenpreis für Lebensmittel NRW“ an die Großbäckerei Mestemacher verliehen. Mit diesem Preis werden beste Qualität und guter Geschmack gewürdigt. „Alle Preisträger können stolz sein auf ihre Produkte. Denn Spitzenqualität ist keine Frage von Betriebsgröße, sie ist eine Frage des Könnens, egal ob handwerklicher Betrieb oder gewerbliches Großunternehmen“, so der Minister bei der Preisübergabe.



Der Landesehrenpreis wird verliehen an nordrhein-westfälische Lebensmittelproduzenten, deren Produkte eine überdurchschnittliche gute Qualität aufweisen. Als Maßstab dienen die Qualitätskriterien der Deutschen Landwirtschaftsgesellschaft (DLG).

Alle Produkte aus Nordrhein-Westfalen, die eine DLG-Goldmedaille erhalten haben, bekommen auch den Landesehrenpreis. Von der DLG bewertet werden eine sorgfältige Rohstoffauswahl, eine optimale Verarbeitung und Zubereitung sowie die sensorischen Faktoren Geruch, Konsistenz und Geschmack. Die mit dem Landesehrenpreis prämierten Unternehmen erhalten eine Urkunde sowie eine Druckvorlage mit einer Goldmedaille. Letztere darf für zwei Jahre zum Beispiel auf den Verpackungen der ausgezeichneten Lebensmittel werblich genutzt werden.

„Preis der Besten“ in Gold für Mestemacher

Zu den weiteren herausragenden Auszeichnungen von Mestemacher gehört der „Preis der Besten“. Diese DLG-Unternehmensauszeichnung hat Mestemacher bereits zum wiederholten Mal erhalten. Bei den üblichen DLG-Produkttesten schneidet Mestemacher seit Jahrzehnten immer bestens ab.



Goldene und silberne Medaillen schmücken den Leistungsweg unseres Familienunternehmens.

d) Zur Lage bei der Aerzener Brot und Kuchen GmbH

DLG-Medaillen gab es 2009 auch für das Tochterunternehmen Aerzener. Das Testzentrum für Lebensmittel der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft hat Aerzener für die hohe Produktqualität ausgezeichnet. Das Unternehmen überzeugte bei der DLG-Qualitätsprüfung mit 4 Gold-, 10 Silber- und 4 Bronze-Medaillen.

Insgesamt hat sich die Aerzener Brot und Kuchen GmbH positiv entwickelt. Dort wurde neben dem Bereich Brot im Preiseinstiegssegment insbesondere die Kuchenlinie erheblich ausgeweitet und modernisiert. Gebacken werden dort sogenannte „Blechkuchen“, d. h. hochwertige Kuchenvarianten, die auf Blechen gebacken und dann in Einzelstücken verpackt und über den Handel oder an Großverbraucher verkauft werden. Für dieses Tiefkühlkuchensegment wurden sehr gute Innovationen auf der ANUGA 2009 vorgestellt.

Die Resonanz auf diese Neuheiten war außerordentlich hoch und es konnten zahlreiche Neulistungen im Lebensmitteleinzelhandel erreicht werden. In der einzigartigen Produktgruppe „Unsere Minis – ein Genuss“ stellt Aerzener vor:

- Mini Apfel-Taschen mit feinem Zimtgeschmack
- Mini Kirsch-Pudding-Taschen
- Mini Nuss-Nougat-Plunderteilchen



Mini Apfel-Taschen



Mini Kirsch-Pudding-Taschen



Mini Nuss-Nougat-Plunderteilchen

Die feinen Backwaren sind in der TK-Version in einem verbrauchergerechten Umkarton, der 6 Stück beinhaltet, verpackt.

Das tiefgekühlte Feingebäck ist von bester handwerklicher Qualität und kann bequem in einzelnen Portionen in der Mikrowelle oder an der Luft aufgetaut werden. Die Mini Genuss-Teilchen sprechen Erwachsene genauso an wie Kinder. Die Minis versetzen Erwachsene in ihre Kindheit zurück, in der es beim Bäcker um die Ecke Kirsch-Pudding-Teilchen oder saftige Apfeltaschen mit Zimt gab. Nun gibt's die Leckereien als TK-Produkt von Aerzener. Aerzener greift nostalgische Erinnerungen auf, um diese echte Produktinnovation im TK-Regal des LEH zu platzieren. Heutzutage sind Kinder eine weitere interessante Zielgruppe für die Mini Genuss Artikel von Aerzener. Die Produkte sind ohne Konservierungsstoffe und von ausgezeichneter Konditorqualität.

Erfolgreiches Platzieren im TK-Regal verspricht sich das dynamische Tochterunternehmen der Mestemacher-Gruppe auch von der Produktgruppe „Für Gourmets“. Folgende Sorten sind in der TK-Version erhältlich:



Donaumelodie



Käse-Mandarinen-Traum



Apfeltraum



Pflaumentraum

Philosophie:

Aerzener bietet sowohl Prêt-à-Porter – also beliebten Plattenkuchen – als auch Haute Couture – hochwertige Gourmet-Schnitten – an. Immer zählt die Konditorqualität, der Wohlfühlkuchen, Nützlichkeit (TK-Produkt) und Genuss!

Mehr: siehe www.aerzener-brot.de

e) Auslandsbeteiligung

Auch im vergangenen Jahr erzielte die Mestemacher-Gruppe wieder 18 Prozent ihrer Umsätze im Ausland. Damit konnte der Anteil am Gesamtumsatz ebenfalls stabilisiert werden. Sorgen bereitet für das kommende Geschäftsjahr allerdings die Entwicklung an den Devisen-Märkten und die Wirtschaftskrise. Mestemacher Vollkornbrote erfreuen sich seit Jahren wachsender Beliebtheit in den Exportnationen. Allerdings ist der dort entstehende Verkaufspreis deutlich höher als der Preis der regionalen Backwaren. Wie die Verbraucher anlässlich ihrer wirtschaftlichen Probleme auf den Konsum von Mestemacher Vollkornbrot reagieren, ist im Moment nicht absehbar. Darüber hinaus ist insbesondere in den Ländern mit extrem stark schwankenden Währungen das Geschäft schwieriger geworden, da Mestemacher überwiegend in EURO fakturiert und die Importeure die dadurch notwendigen Preiserhöhungen kaum durchsetzen können.

Mehr Freude macht dem gegenüber die polnische Tochtergesellschaft BENUS Spółka z.o.o. Diese konnte ihre Umsätze auf 6,3 Mio. Euro (2008: rd. 6,2 Mio. Euro) erhöhen und ihre Distribution am polnischen Markt deutlich ausbauen.

f) Brot-Kunst-Dose erscheint zum 17. Mal

Kunstliebhabern ist sie längst ein Begriff – die Brot und Kunst-Edition **Panem et Artes**. In jährlich wechselndem Gewand präsentiert Mestemacher Sonnenblumen-Vollkornbrot auf dekorative Art und Weise.

Seit 1994 bildet Panem et Artes nicht nur einen attraktiven Blickfang in den Brotregalen des Handels, sondern auch im Küchenregal zuhause.

Zur Philosophie der Brot-Kunst-Dose

Mit dieser besonderen Plattform zur Präsentation ausgewählter Kunst demonstriert die Gütersloher Großbäckerei für Vollkornbrote und internationale Brotspezialitäten im Jahr 2010 schon im siebzehnten Jahr gesellschaftliche Verantwortung und Kreativität.

1994 hob die Künstlerförderin und Kunstsammlerin Prof. Dr. Ulrike Detmers das international orientierte Konzept für die Brot- und Kunst-Edition aus der Taufe. „Mit dem Projekt geben wir Malerinnen und Malern ein internationales Forum für ihre Arbeiten“, betonen Prof. Dr. Ulrike Detmers und ihr Mann Albert Detmers, der ebenfalls ein leidenschaftlicher Liebhaber von Kunst ist.

Die geförderten Künstler erhalten für jede verkaufte Brot-Kunstdose eine interessante Lizenzgebühr. Darüber hinaus erhöhen die Brotdosen den Bekanntheitsgrad der Künstlerinnen und Künstler. Mit der kreativen Brotverpackung will Mestemacher außergewöhnliche Akzente im Brotregal setzen: „Wo gibt es sonst schon echte Kunst im Supermarkt? Mit „Panem et Artes“ bieten wir dem Lebensmittelhandel die Chance, sich mit einem wirklich innovativen und individuellen Produkt zu profilieren“, sagt Prof. Dr. Ulrike Detmers.

Die Käufer der Brotdose erwerben viele Vorteile. Die attraktive Kunst-Dose, die mit Vollkornbrotscheiben befüllt ist, ist bestens geeignet für die Bevorratung. Ungeöffnet bleibt das Brot über ein halbes Jahr verzehrsfrisch. Die leere Brotdose kann nach dem Verzehr der Scheiben für viele praktische Zwecke im Haushalt verwendet werden.

“Tulip 2006“ des chinesischen Malers Zhou Tiehai, Shanghai/China

Die 17. Ausgabe von „Panem et Artes“ zeigt uns ein Werk des chinesischen Malers Zhou Tiehai. Das Originalwerk trägt den Titel "Tulip 2006". Zhou Tiehai wurde 1966 in Shanghai/China geboren. Er ist Absolvent der berühmten „Fine arts School of Shanghai University“. Seit den 1990er Jahren zählt er zu den begabtesten Künstlern der chinesischen Kunstszene.

Seine vielfältigen Arbeiten sind in zahlreichen Ausstellungen weltweit einem kunstinteressierten Publikum gezeigt worden. Der vielfach ausgezeichnete Künstler hat beachtenswerte meisterliche Potentiale und zählt zu den herausragenden Schaffenden Chinas. Ab März 2010 ist das wunderbare Werk "Tulip 2006" im Rahmen der Brot- und Kunstedition „Panem et Artes“ der Mestemacher GmbH für jeden Geldbeutel auch im deutschen Brotregal erhältlich. Weitere Informationen finden Sie unter www.mestemacher.de/panem_et_artes



g) Geschlechterdemokratische Aktionen der Mestemacher GmbH

Aktuell hat die neue Bundesfamilienministerin Dr. Kristina Köhler von ihrer Vorgängerin, Dr. Ursula von der Leyen, die Schirmherrschaft des Mestemacher Preises Spitzenvater des Jahres übernommen.

Am Donnerstag, den 11. März 2010 findet die fünfte Verleihung des „**Mestemacher Preises Spitzenvater des Jahres**“ im Hotel InterContinental, Budapester Straße 2, 10787 Berlin, statt.

Ausgezeichnet werden wieder zwei Spitzenväter, die *erstens* flexibel sind. Diese Väter unterstützen durch die Teilung familiärer Aufgaben die Karriere der Partnerin und Mutter des Kindes / der Kinder und fördern mit ihr zusammen Familie und Beruf. *Zweitens* ermöglichen die Spitzenväter die Zweiversorgerfamilie. Sie halten es für sinnvoll, aber nicht zwingend notwendig, dass beide Elternteile erwerbstätig sind und gemeinsam das Familieneinkommen erwirtschaften.

Beide Elternteile können durch die Doppelerwerbstätigkeit eine eigene Altersversorgung und dadurch die familiäre Kaufkraft stärken und damit den familiären und wirtschaftlichen Nutzen mehren.



Gruppenbild mit Spitzenvätern 2009 v. l.: Dr. med. Mechthild Altenhoff, Albert Detmers, Helma Detmers, Vivien Sumati Altenhoff, Fritz Detmers, Prof. Dr. Ulrike Detmers, Muriel Nanda Altenhoff, Andreas Schnegg, Carla Hinterding, Ronja Hinterding, Helmut Altenhoff, Dr. Angela Hinterding

<http://www.mestemacher.de/spitzenvater>

Der **MESTEMACHER PREIS MANAGERIN DES JAHRES** stellt seit 2002 weibliche Spitzenfrauen im Top-Management als Leitbilder für den weiblichen Führungskräftenachwuchs heraus. Eine hochkarätig besetzte Auswahlkommission wählt aus vorgeschlagenen Top-Frauen jährlich die Managerin des Jahres aus. Die Preise bestehen aus der wertvollen Silberstatue OECONOMIA und 5.000 Euro Preisgeld für soziale Zwecke. Die 9. Preisverleihung findet am Freitag, 17. September 2010, im Grandhotel ADLON Kempinski, Berlin, statt.



Angelika Gifford, Senior Director Public Sector und Mitglied der Geschäftsleitung bei der Microsoft Deutschland GmbH (2. v. r.), Preisträgerin des MESTEMACHER PREISES MANAGERIN DES JAHRES 2009, präsentiert die wertvolle Silbertrophäe OECONOMIA und 5.000 € Preisgeld für soziale Zwecke. Rechts neben ihr steht die Initiatorin des Preises, Prof. Dr. Ulrike Detmers, links umrahmen sie Albert Detmers, Helma Detmers sowie Fritz Detmers (v.l.n.r.).

<http://www.mestemacher.de/managerin>

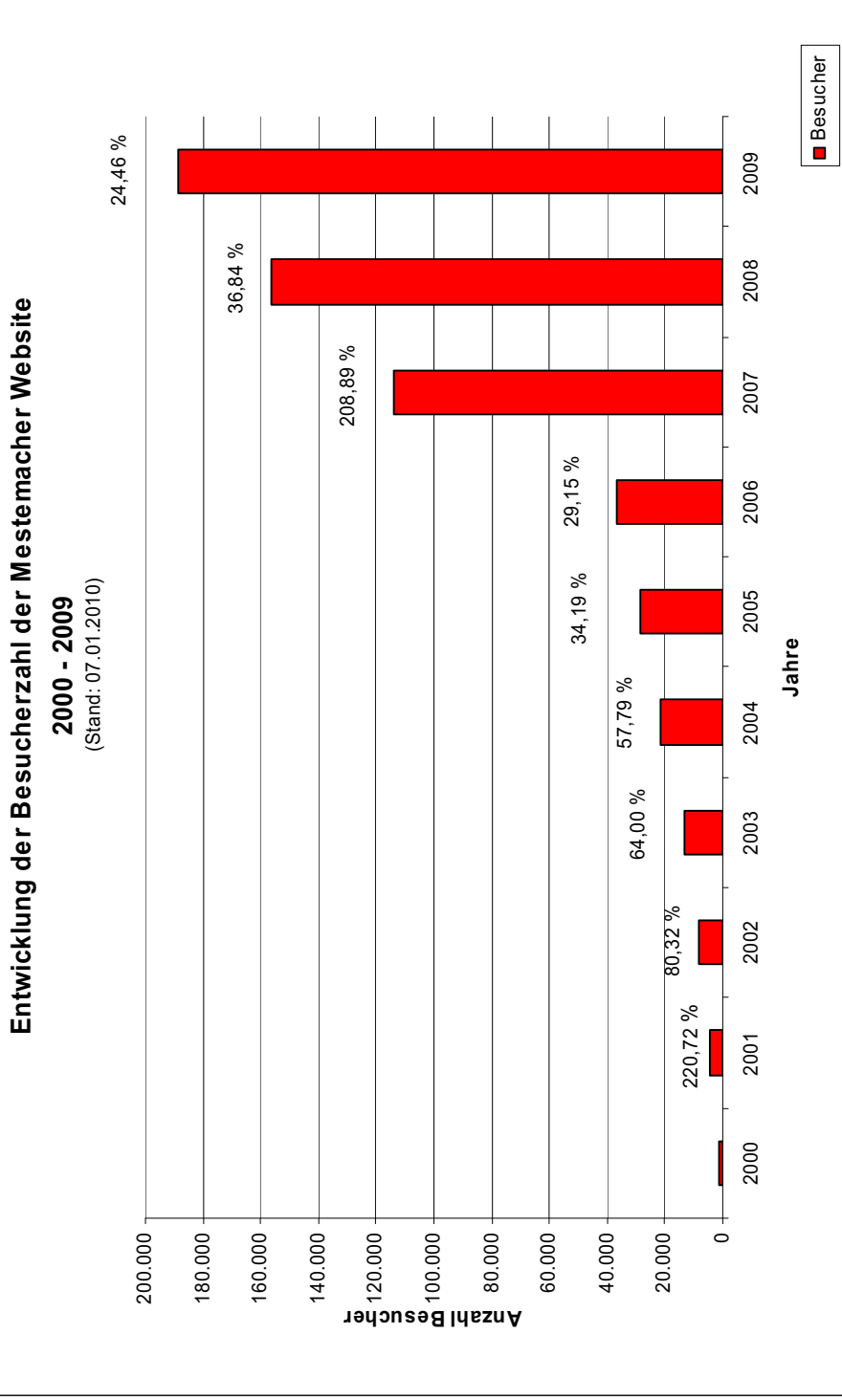


Mestemacher unterstützt seit 2001 jährlich mit 16.750 Euro Kindertagesstätten, die geschlechterdemokratische Erziehung und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf fördern. Im Januar 2011 wird der **Mestemacher KITA-Preis** zum zehnten Mal, in diesem Jahr in Mannheim, vergeben. In den wirtschaftlich stark wachsenden Ländern Skandinaviens ist das praktizierte partnerschaftliche Ehe- und Familienmodell ein wichtiger Wohlstands- und Wachstumsfaktor.

<http://www.kita-preis.de/>

h) Die Medienpräsenz von Mestemacher

Einen enormen Zuwachs weist Mestemacher bei Kontakten zur Außenwelt auf. Von 2000 (Basisjahr) bis 2009 (Berichtsjahr) konnte die Besucherzahl der unternehmenseigenen Website um 10.800 Prozent gesteigert werden. Täglich informieren sich zwischen 500 bis 700 Internetbesucher auf www.mestemacher.de. Über virtuelle Gemeinschaften oder Communities sollen Benutzer der Site ab 2010 noch enger gebunden werden. Zu diesem Zweck gibt es bereits die Domain mit dem Titel „Mestemacher – The lifestyle community“. Entsprechende Themen werden zurzeit vorbereitet. über Printmedien, TV und Radio erreichte Mestemacher 2009 über 190 Millionen Verbraucher. Die Zahl der Kontakte über diese Medien (Zeitungen, Zeitschriften, Radio und Fernsehen) wächst von Jahr zu Jahr an. Es sind insbesondere nachhaltigkeitsorientierte redaktionelle Beiträge über Mestemacher, die Brote und die sozialen Projekte zur Förderung der Gleichstellung von Frau und Mann. Die Repräsentanz von Mestemacher in Form von Redebeiträgen auf Fachkongressen ist ebenfalls angewachsen.



Hinweis: Die prozentualen Angaben nehmen Bezug auf das jeweilige Vorjahr.

i) Quo vadis – Mestemacher

„Schuster bleib bei deinen Leisten.“ Wir haben uns dieses Bonmot immer auf die Fahnen geschrieben und sind mit der Konzentration auf unsere Kernkompetenzen bestens gefahren, wie sich an der Umsatzentwicklung seit der Übernahme der Geschäftsleitung unschwer erkennen lässt. Mestemacher konzentriert sich auf „das schwarze Brot der Westfalen“ (Pumpernickel), auf Vollkornspezialitäten und internationale Brotspezialitäten. Dadurch sichern wir unsere Qualität und werden mit vielbeachteten Auszeichnungen belohnt. Mutig haben wir Anfang 2000 den „stillen Verkäufer“ (Verpackungsdesign) radikal modernisiert und nach dem Grundsatz „One Face to the Customer“ das Design-Konzept kontinuierlich auf alle Brotsorten, die wir in Deutschland und der ganzen Welt vertreiben, umgesetzt. Der avantgardistische Charakter des „stillen Verkäufers“ und die gute Produktqualität haben zusammen genommen die Umsatzentwicklung bei Mestemacher beflügelt. Gleichzeitig ist die Bedeutung von uns als Spezialbrot-Lieferant beim Handels- und Endkunden angewachsen. Mestemacher bringt Profil ins Brotregal. Konzentriert haben wir uns parallel zur Qualitätssicherheit, -stabilisierung und Modernisierung des Verpackungsdesigns auf die Öffentlichkeitsarbeit. Ein dicht geknüpftes Netzwerk ist dabei entstanden. Einen Namen haben wir uns auch mit konsequentem sozialem Engagement gemacht. Die Fokussierung der Förderung der Gleichstellung kommt insbesondere bei unseren Brotkäufern an. In erster Linie sind das Frauen, denen die Gleichstellung der Geschlechter sehr am Herzen liegt.

Verantwortlich für den Inhalt:

Prof. Dr. Ulrike Detmers
Mitglied der Geschäftsführung und Gesellschafterin
der Mestemacher-Gruppe.
Leitung Zentrales Markenmanagement und Social Marketing.
Tel.: 05241 8709-68