

Inhalt

Die Messmers: Eine besondere Familie im Weltbad Baden-Baden	9
Tee für die Oberschicht	15
Messmer wird Hoflieferant	17
Johann Baptist Messmer: der Hotelier	20
Aufstieg zum Luxushotel: Wilhelm Messmer	25
Otto Messmer, das Universalgenie	28
Otto Messmer als Markenstrategie	32
Etablierung der Marke	44
Franz Anton Mesmer: Mesmerismus	50
Wirtschaftlicher Aufschwung und Expansion	51
Villa Messmer	52
Von der OHG zur GmbH	56
Erster Weltkrieg	58
Von Messmer zur OTG-Geschichte – Laurens Janssen und der Zauber des Anfangs	59
Neue Ära in Frankfurt	69
Nachkriegsjahre	77

Laurens Spethmann, Schwarzteemann in den Fußstapfen des Großvaters	80
Die Herausforderung – Schwarzteebeutel	87
Umzug in die Heide	93
Kooperation mit Aldi	95
Milford – eine eigene Marke	98
Expansion der OTG und 125 Jahre Meßmer	106
Norddeutsche Teemänner in den USA	112
Teekrieg	118
Wendezeiten	123
Kauf von Meßmer	124
Schatz im Archiv – Meßmer in den Händen von Schwarzteemännern	129
Platz machen für die Söhne	136
Eine Marke gestalten	140
Eine Marke und ihr Raum	142
Vom Kaiserreich ins Zeitalter der Social Media	146