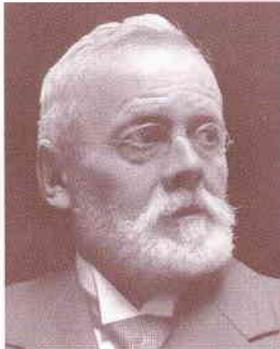


1881 125 JAHRE LUFFT 2006
1881 **G E S T E R N** 2006
1881 **Y E S T E R D A Y** 2006



008
Gotthilf Lufft
Firmengründer



Dr. Richard Müller-Lufft
Gesellschafter



Dipl.-Ing. Erich Müller-Lufft
Gesellschafter



Erich Müller-Lufft
Gesellschafter



Otto-Friedrich Pott
Geschäftsführer

1881 125 JAHRE LUFFT 2006
1881 125 JAHRE LUFFT 2006

1881 125 JAHRE LUFFT 2006
1881 H E U T E 2006
1881 T O D A Y 2006



Dipl.-Wi-Ing. Stefan Schöllhammer
Geschäftsführender Gesellschafter



Dipl.-Wi-Ing. Klaus Hirzel
Geschäftsführender Gesellschafter



Dipl.-Ing. Axel Schmitz-Hübsch
Geschäftsführender Gesellschafter

1881 125 JAHRE LUFFT 2006
1881 125 JAHRE LUFFT 2006

Lufft-Geschichte / Lufft History

"Nichts in der Geschichte des Lebens ist beständiger als der Wandel." (Charles Darwin, engl. Naturforscher)

*"Nothing in the history of life is more constant than change."
(Charles Darwin, English natural scientist)*

Im Deutschen Reich regierte Kaiser Wilhelm I., in Berlin und in Hamburg gingen die ersten Telefonnetze in Betrieb, als der Optikermeister Gotthilf Lufft 1881 in Stuttgart den entscheidenden unternehmerischen Schritt wagte: Der damals 33-Jährige gründete die Firma "Mech. Werkstatt G. Lufft". Grundlage des Betriebs war die Produktion von Barometern, als deren Messelement eine Membran-Dose aus Metall diente. Das luftleere Behältnis reagierte auf eine Veränderung des Umgebungsdrucks, indem es sich mehr oder weniger stark ausdehnte.

Kaiser Wilhelm I was ruling Germany and the first telephone networks were being launched in Berlin and Hamburg when the master optician Gotthilf Lufft dared to take the first decisive entrepreneurial step in 1881 in Stuttgart: The 33 year old founded the company "Mech. Werkstatt G. Lufft". The company was based on the production of barometers with a metal membrane cell as the measuring element. The vacuum container reacted to changes in the ambient pressure by expanding to a greater or lesser extent.

Im Bau von physikalischen und mathematischen Apparaten hatte Lufft zuvor jahrelang Erfahrung sammeln können. Zunächst als Assistent am Stuttgarter Polytechnikum – so hieß seinerzeit die Universität – und seit 1872 als Selbständiger. Damals übernahm er das Geschäft des Optikers S.F. Trostel in der Stuttgarter Innenstadt. In Zeitungsannoncen empfahl Lufft neben Brillen und Pincenez auch seine Aräometer und Weinwaagen, seine Thermometer und Barometer.

Lufft had been able to collect years of experience in the construction of physical and mathematical devices. First as an assistant at the Stuttgart Polytechnikum - as the university was known at that time - and then as an independent since 1872. At that time, he took over the business of the optician S.F. Trostel in downtown Stuttgart. In his newspaper advertisements, Lufft recommended its aerometers and wine scales, thermometers and barometers in addition to glasses and pincenez.

004
Metallbarometer waren in Deutschland in jener Zeit schon bekannt, mussten jedoch aus Frankreich importiert werden. In diese Marktlücke stieß Lufft mit der neuen Firma. Auch dank des sprichwörtlichen schwäbischen Fleißes des Gründers florierte das junge Unternehmen und zog noch 1881 in neue Räume, die 1897 erneut zu klein wurden. Binnen 20 Jahren avancierte Lufft auf dem Gebiet der Metallbarometer zum Marktführer. Der Höhenflug schien nicht enden zu wollen.

Metal barometers were already known in Germany at that time but had to be imported from France. Lufft penetrated this market niche with the new company. The young company also flourished due to the proverbial Swabian diligence of the founder, and moved to a new facility in 1881 which once again became too small in 1897. Within 20 years, Lufft advanced to the market leader in the metal barometer field. Soaring success did not seem to want to end.

Bis der Erste Weltkrieg einen jähen Absturz herbeiführte. Auf Basis seiner Membran-Dosen stellte das Unternehmen zwischen 1914 und 1918 ausschließlich Höhenmesser für die aufkommende Fliegerei her, die Lufft kurz zuvor ins Lieferprogramm aufgenommen hatte.

Until the first world war caused an abrupt crash. Between 1914 and 1918, the company supported the rise in aviation and produced nothing but altimeters - which Lufft had added to the product line shortly before - based on his metal membrane cells.

Mit dem Ende des Krieges musste der Betrieb seine Produktion dann wieder komplett auf Friedens-Barometer umstellen. 1921, inmitten des Neubeginns verstarb Gotthilf Lufft. So übernahm sein Schwiegersohn Dr. Richard Müller-Lufft zusammen mit dem Prokuristen Friedrich Wilhelm Flor den Wiederaufbau. Bald florierte die Firma erneut. 1932 begann Lufft mit der Produktion von Bimetall-Thermometern, die unzerbrechlich und deutlich übersichtlicher waren als herkömmliche Quecksilber-Geräte.

At the end of the war, the company had to once again completely convert its production to peacetime barometers. Gotthilf Lufft passed away in 1921, right in the middle of the new beginnings. Thus his son-in-law Dr. Richard Müller-Lufft and his proxy Friedrich Wilhelm Flor took over reconstruction. Soon the company was flourishing again. In 1932 Lufft began producing bimetal thermometers that were unbreakable and much more clearly laid out than traditional quicksilver devices. Then the second world war cast its shadow on the company.

Lufft-Geschichte / Lufft History

Dann warf der Zweite Weltkrieg seinen Schatten auf das Unternehmen. 1939 musste Lufft den zwischenzeitlich erworbenen Pariser Konkurrenten Etablissements E. Huë Sarl wieder aufgeben. Nach und nach verdrängte mittelbare Kriegsfertigung erneut die Friedens-Produkte. 1941 verstarb zudem Flor, Müller-Lufft verschied 1944.

Nach einer kurzen Übergangsphase rückte Müller-Luffts Sohn



Erich 1945 an die Unternehmensspitze. Er konzentrierte sich auf die Produktion von Wetterwarten für Privathaushalte und von meteorologischen Messgeräten für Industriekunden. Abermals gelang ein Neustart aus einer fast ausweglosen Situation. Ausschlaggebend war dabei die stets hohe Präzision und Zuverlässigkeit der Produkte. Vor allem die Kompass und die Höhenmesser des Hauses stellten dies bei Expeditionen unter Extremstbedingungen immer wieder unter Beweis, etwa 1953 am 8125 Meter hohen Nanga Parbat ("Nackter Berg") in Pakistan oder 1954 in Grönland. Ende der 50er Jahre beschäftigte die Firma etwa 300 Mitarbeiter.

Als Erich Müller-Lufft sen. 1970 verstarb, folgte ihm sein Sohn Erich jun. nach, dessen ebenfalls mit 50 Prozent beteiligte Schwester Fanny das Exportgeschäft leitete. 1981 ernannten die Geschwister den Diplomingenieur Otto-Friedrich Pott zu einem weiteren Geschäftsführer. Denn die Lage gestaltete sich zunehmend schwierig. Der Boom des für Lufft relevanten Marktes in den 60er und 70er Jahren hatte neue Wettbewerber auf den Plan gerufen, die niedrige Preise mit moderner Technik kombinierten.

Das Elektronik-Zeitalter hatte längst auch den Messbereich erfasst. Auf diese dramatischen Veränderungen reagierte das Unternehmen nicht schnell genug: 1989 umfasste die Preisliste

In 1939, Lufft had to give up the Paris competitor Etablissements E. Huë Sarl it had acquired in the meantime. Indirect war production slowly replaced the new peacetime products once again. Furthermore, Flor passed away in 1941 and Müller-Lufft in 1944.

Müller-Lufft's son Erich took over as manager of the company in 1945 after a short transition phase. He concentrated on the



production of weather stations for private households and meteorological measuring devices for industrial customers. The re-launch from an almost hopeless situation was successful once again. The consistently high level of precision and reliability of the products was a decisive factor. In particular, the company's compasses and altimeters proved this again and again under extreme conditions; for example in 1953 on the 8125 meter Nanga Parbat ("naked mountain") in Pakistan or in 1954 in Greenland. At the end of the 50's the company had approximately 300 employees.

When Erich Müller-Lufft Senior passed away in 1970, he was succeeded by his son Erich Junior who managed the export business with his sister Fanny, who was also a 50 percent participant in the company. In 1981 the siblings appointed the graduate engineer Otto-Friedrich Pott as an additional manager. This was because the situation was becoming increasingly difficult. The boom of the market relevant for Lufft in the 60's and 70's had given rise to new competitors who combined low prices with modern technology.

The electronic age had long since penetrated the measurement field as well. The company did not react to these dramatic changes quickly enough: In 1989 the price list contained 1200 items, approximately 80 percent of which had been developed

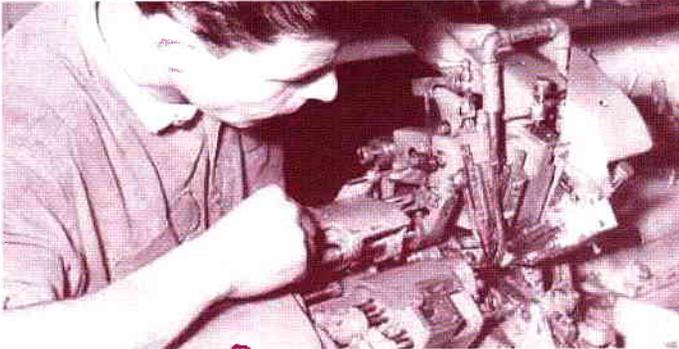
Lufft-Geschichte / Lufft History

1200 Positionen, von denen etwa 80 Prozent vor mehr als zehn Jahren entwickelt worden waren.

So erlebte die Firma ihre dritte existenzielle Krise – die sie im Jahr des Berliner Mauerfalls durch einen radikalen Kurswechsel ebenfalls meisterte. 1989, nach mehreren Personalschnitten, verkauften die Inhaber den Betrieb an die

more than ten years ago.

Thus the company experienced its third existential crisis - and mastered it in the year the Berlin wall fell, by radically changing course. In 1989, after several staff cuts, the owners sold the company to the industrial engineers Stefan Schöllhammer and Klaus Hirzel.



006 Wirtschaftsingenieure Stefan Schöllhammer und Klaus Hirzel.

Nach dem Umzug von Stuttgart nach Fellbach-Schmidlen im September jenes Jahres lautete eine der vordringlichsten Aufgaben, die Produktionsbasis der mechanischen Geräte zu stärken. Hierzu bahnte das neue Führungsduo eine Zusammenarbeit mit der Firma Haenni in Jegenstorf bei Bern an. Im Rahmen dieser Kooperation verlagerte Haenni die Produktion klimatechnischer Messgeräte zu Lufft nach Fellbach. Parallel dazu beteiligte sich die Haenni-Muttergesellschaft Zehnder Holding an dem Unternehmen.

Die größte Herausforderung bestand indes darin, die Produkte von Mechanik auf Elektronik umzustellen. Hierfür bot sich 1991 eine glänzende Gelegenheit. Gemeinsam mit zwei anderen Unternehmen konnte Lufft Anteile an der Firma Klafs in Schwäbisch Hall erwerben, dem Marktführer im Saunabau. Schon damals war Klafs einer der bedeutenden Kunden für mechanische Temperatur- und Feuchte-Messgeräte, die in den Schwitz-Kabinen zum Einsatz kommen. Der Einstieg bei Klafs ermöglichte es, künftig auch elektronische Saunasteuerungen zu liefern. Im Zuge dieser Beteiligung wechselte Schöllhammer 1991 als Geschäftsführer zu Klafs.

Im Segment Agrarmeteorologie konnte Lufft seine starke Basis im Bereich Mechanik ebenfalls für die Elektronik-Offensive nutzen. Bereits seit Anfang der 80er Jahre halfen unter anderem die

After the relocation from Stuttgart to Fellbach-Schmidlen in September of the same year, one of the most urgent tasks was to strengthen the production base for the mechanical devices. To accomplish this, the management duo initiated cooperation with the company Haenni in Jegenstorf at Bern. Within the framework of this cooperation, Haenni transferred the production of climate technology measurement devices to Lufft in Fellbach. In parallel, the Haenni parent company Zehnder Holding became a shareholder of the company.

The largest challenge however was to convert the products from mechanical to electronic. A splendid opportunity to do so presented itself in 1991. In conjunction with two other companies, Lufft was able to purchase shares of the company Klafs - the market leader in sauna construction - in Schwäbisch Hall. Even then Klafs was one of the important customers for mechanical temperature and humidity measurement devices which are used in saunas. Participation in Klafs made it possible to also supply electronic sauna controls in the future. As part of this participation, Schöllhammer changed companies in 1991 and became the manager of Klafs.

Lufft was also able to use its mechanical base for the electronics offensive in the agricultural meteorology field. Since the early 80's, leaf moisture recorders had been helping customers all over the world to prevent disease in fruit such as apples, grapes, and bananas. In 1990 Lufft introduced the HP100, the first

Lufft-Geschichte / Lufft History

Blattbenetzungsschreiber Kunden in aller Welt, beispielsweise bei Äpfeln, Weintrauben und Bananen Krankheiten vorzubeugen. 1990 stellte Lufft mit dem HP100 das erste elektronische Messgerät mit einem wesentlich erweiterten Funktionsumfang vor. Axel Schmitz-Hübsch, der Vater des HP100, hatte noch in der Kfz-Entwicklung des Autozulieferers Bosch gearbeitet, als er in seiner Freizeit das Pioniergerät konstruierte. Schmitz-Hübsch, der aus einer Obstbauern-Familie stammte, hatte für das innovative Instrument einen Vermarktungspartner gesucht. Im Markt profitierten die neuen elektronischen Apparate vom ausgezeichneten Ruf ihrer mechanischen Vorgänger. Schließlich war Lufft in punkto Qualität stets führend. Die Kombination aus technischer Kompetenz und Markenbekanntheit qualifizierten das Unternehmen für große agrarmeteorologische Messnetze wie in der Schweiz, wo derzeit etwa 200 elektronische Wetterstationen bei der Bekämpfung von Pilzbefall einen unverzichtbaren Beitrag leisten.

Im Jahr 1995 änderte sich die Gesellschafterstruktur des Unternehmens nochmals. Der Anteilseigner Zehnder beschloss, sich auf die Sparte Heizkörper zu konzentrieren und die gesamte Messtechnik-Sparte zu veräußern. So konnte Lufft die Beteiligung zurückkaufen. Seitdem blieben die Eigentumsverhältnisse im Wesentlichen unverändert – in einer Zeit beständigen Wandels ein durchaus bemerkenswerter Umstand.

Heute ist Lufft ein 50 Mitarbeiter starkes, höchst innovatives und international ausgerichtetes Unternehmen. 90 Prozent der Umsätze stammen von Elektronik-Produkten, wobei maßgeschneiderte Kunden-Lösungen eine wesentliche Rolle spielen. Mehr als 50 Prozent der Erlöse kommen aus dem Ausland. Westeuropa bildet das Rückgrat des Exportgeschäfts mit den Hauptmärkten Spanien und Österreich. Der Stellenwert der USA ist seit einem halben Jahrhundert ebenfalls hoch, derjenige von Asien (nicht nur von China) und Osteuropa steigt derzeit stark. In Mittel- und Südamerika will Lufft seine Präsenz weiter verbessern.

2007, im Jahr 126 nach der Firmengründung, soll der Umsatz die magische zehn-Millionen-Euro-Marke überschreiten. Das wäre die vorläufige Krönung einer seit der existenziellen Krise im Jahr 1989 recht rasanten Entwicklung: Damals lag der Umsatz bei weniger als fünf Millionen Mark – also bei nicht einmal einem Viertel der fürs kommende Jahr anvisierten Ziel-Marke. Mit unserem ganz speziellen Lufft-Gemisch, einem Mix aus Tradition und Innovation, sollten dem Unternehmen noch viele weitere erfolgreiche Jahre gelingen.

electronic measurement device with a greatly expanded range of functions. Axel Schmitz-Hübsch, the father of the HP100, was still working in the automobile development department of the automotive industry supplier Bosch when he built the pioneering device in his spare time. Schmitz-Hübsch, who came from a family of orchard operators, had been looking for a marketing partner for the innovative device. The new electronic devices profited from the excellent reputation of their mechanical predecessors in the market. After all, Lufft had always been a quality leader.

The combination of technical competence and brand power qualified the company for the large agricultural meteorology measurement networks, for example in Switzerland where approximately 200 electronic weather stations currently make an invaluable contribution towards fighting fungus infections.

The shareholder structure of the company underwent another change in 1995. The shareholder Zehnder decided to concentrate on the radiator division and to sell the entire measurement technology division. Thus Lufft was able to repurchase the shares. Ownership has remained materially unchanged since then - a remarkable fact in a time of constant change.

Today, Lufft is a highly innovative company with 50 employees and an international orientation. 90 percent of sales are electronics products, with tailor-made customer solution playing an essential role. Over 50 percent of revenues come from abroad. Western Europe, with the main markets of Spain and Austria, is the backbone of the export business. The USA is also very significant since half a century, and the importance of Asia (not just China) and Eastern Europe is currently increasing strongly. Lufft wants to continue improving its presence in Central and South America.

In 2007, the year 126 after the establishment of Lufft, sales are to cross the magic ten million Euro mark. This would be the temporary high point of the relatively rapid developments since the existential crisis in 1989. At that time, sales were less than five million Marks - so not even a quarter of the amount targeted for the coming year. Due to the very special Lufft mixture, a balanced blend of tradition and innovation, the company is looking forward to many more successful years.