

DR. AUGUST OETKER KG



2020

**Geschäftsbericht 2020**

# Die Oetker-Gruppe

## Kennzahlen

	2018		2019		2020		% <sup>1</sup>
	in %		in %		in %		
<b>NETTOUMSATZ NACH GESCHÄFTSBEREICHEN (IN MIO. €)<sup>2</sup></b>	<b>7.140</b>	<b>100,0</b>	<b>7.406</b>	<b>100,0</b>	<b>7.330</b>	<b>100,0</b>	<b>-1,0</b>
Nahrungsmittel	3.477	48,7	3.883	52,4	4.137	56,4	6,5
Bier und alkoholfreie Getränke	2.232	31,3	1.792	24,2	1.625	22,2	-9,3
Sekt, Wein und Spirituosen	821	11,5	1.053	14,2	970	13,2	-7,9
Weitere Interessen	610	8,5	678	9,2	598	8,2	-11,7
<b>NETTOUMSATZ NACH REGIONEN (IN MIO. €)</b>	<b>7.140</b>	<b>100,0</b>	<b>7.406</b>	<b>100,0</b>	<b>7.330</b>	<b>100,0</b>	<b>-1,0</b>
Deutschland	3.757	52,6	3.427	46,3	3.381	46,1	-1,3
Restliche EU	2.169	30,4	2.384	32,2	2.360	32,2	-1,0
Restliches Europa	276	3,9	299	4,0	309	4,2	3,3
Restliche Welt	938	13,1	1.296	17,5	1.280	17,5	-1,2
<b>INVESTITIONEN (IN MIO. €) (OHNE ERSTKONSOLIDIERUNGEN)</b>	<b>350</b>	<b>100,0</b>	<b>358</b>	<b>100,0</b>	<b>343</b>	<b>100,0</b>	<b>-4,3</b>
Nahrungsmittel	191	54,5	176	49,1	191	55,6	8,4
Bier und alkoholfreie Getränke	90	25,7	93	25,9	82	23,9	-11,5
Sekt, Wein und Spirituosen	33	9,5	36	10,0	18	5,3	-49,2
Weitere Interessen	36	10,4	54	15,0	52	15,2	-3,5
<b>BESCHÄFTIGTE (NACH KÖPFEN)</b>	<b>30.937</b>	<b>100,0</b>	<b>34.060</b>	<b>100,0</b>	<b>36.831</b>	<b>100,0</b>	<b>8,1</b>
Nahrungsmittel	17.394	56,2	18.743	55,0	20.040	54,4	6,9
Bier und alkoholfreie Getränke	7.989	25,8	7.094	20,8	7.083	19,2	-0,2
Sekt, Wein und Spirituosen	2.701	8,7	3.556	10,4	3.494	9,5	-1,7
Weitere Interessen	2.853	9,2	4.667	13,7	6.214	16,9	33,2

<sup>1</sup> Prozentuale Veränderung 2019/2020.

<sup>2</sup> Im Geschäftsjahr 2020 wurde die Umsatzallokation auf die einzelnen Geschäftsbereiche geändert. Die nicht operativen bzw. sonstigen Umsätze der Gesellschaften werden nicht mehr im Geschäftsbereich Weitere Interessen ausgewiesen, sondern direkt den jeweils für die betreffenden Gesellschaften verantwortlichen Geschäftsbereichen zugeordnet. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.

Die im Konzernlagebericht und Konzernabschluss enthaltenen Prozentzahlen beziehen sich auf die exakten Beträge, nicht auf die gerundeten Beträge. Aufgrund von Auf- bzw. Abrundung ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen (€, % usw.) nicht genau zur angegebenen Summe aufaddieren lassen.

## 01

## *Konzernlagebericht*

---

<b>Konzernstruktur</b>	<b>6</b>
Überblick	6
Geschäftsbereiche	7
Führungsstruktur	13
Gruppenleitung	15
<b>Wirtschaftliche Rahmenbedingungen</b>	<b>16</b>
<b>Geschäftsverlauf</b>	<b>21</b>
Oetker-Gruppe	21
Nahrungsmittel	24
Bier und alkoholfreie Getränke	30
Sekt, Wein und Spirituosen	35
Weitere Interessen	40
<b>Vermögens- und Finanzlage</b>	<b>45</b>
<b>Prognosebericht</b>	<b>48</b>
<b>Chancen- und Risikobericht</b>	<b>49</b>

## 02

## *Konzernabschluss*

---

<b>Konzernbilanz</b>	<b>54</b>
<b>Konzernanlagenspiegel</b>	<b>56</b>
<b>Konzernanhang</b>	<b>58</b>
<b>Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers</b>	<b>65</b>

## Sehr geehrte Damen und Herren,

die wenigsten Menschen hatten Anfang des Jahres 2020 auch nur eine leise Vorstellung davon, was in den kommenden Monaten auf sie zukommen würde. Auf allen Kontinenten führte die Corona-Pandemie zu einschneidenden Veränderungen des gewohnten Lebens, wurden die staatlichen Gesundheitssysteme aufs Äußerste beansprucht und die Zivilgesellschaften vor große Herausforderungen gestellt.

Die Auswirkungen der Pandemie auf das weltweite Wirtschaftsgeschehen waren – und sind es noch immer – gravierend. Die Weltproduktion brach um 3,3 % ein, der Rückgang des Welthandels fiel mit –5,4 % noch deutlicher aus. Nach dem erheblichen Konjunkturerinbruch im Frühjahr 2020 erholte sich die Weltwirtschaft zwar bis zum Herbst, wurde dann aber von der zweiten Welle der Pandemie wieder getroffen. Unter dem Eindruck der in vielen Staaten daraus erfolgten Shutdown-Maßnahmen stehen wir bis heute, obgleich es gelungen ist, in Rekordtempo Impfstoffe gegen COVID-19 zu entwickeln und erste eindrucksvolle Impferfolge zu erzielen. Die konsequente Durchimpfung aller Gesellschaften verspricht einen effektiven Weg aus der Pandemie: Daraus sollten wir Hoffnung schöpfen für die kommenden Monate.

Spannungsverhältnisse, wie zum Beispiel der Handelskonflikt zwischen den USA und China, traten durch die Corona-Pandemie in den Hintergrund, verschwunden sind sie aber nicht. Eine Verbesserung der Situation verspricht der Regierungswechsel in den USA, weil die neue Regierung erkennbar stärkere multilaterale Ansätze verfolgt und sich in diesem Zuge mit der Europäischen Union (EU) verständigt, um gemeinsame Positionen zu beziehen.

In der Gesamtbetrachtung der EU ging das Bruttoinlandsprodukt im Jahr 2020 um 6,3 % zurück. Besonders beigetragen zu dem Rückgang haben aufgrund der Maßnahmen zum Infektionsschutz das Gastgewerbe und die Unterhaltungsbranche. Auch der stationäre Einzelhandel (ohne Lebensmittel), einer der wichtigsten Absatzkanäle für Konsumgüterhersteller, war stark belastet.

Der gemeinsame Fokus von Industrie und Lebensmittelhandel liegt seit Ausbruch der Pandemie darauf, die Versorgung mit Lebensmitteln sicherzustellen. Der weltweite Markt in diesem Sektor wuchs infolge der Corona-Pandemie um 7,4 %. Die positiven Umsatzeffekte erklären sich im Wesentlichen aus dem veränderten Einkaufsverhalten der Konsumenten, bedingt vor allem durch Bevorratung, Kontaktbeschränkungen und Schließungen in Gastronomiegewerbe und Außer-Haus-Verzehr und dem damit verbundenen Trend zu Homeoffice und Homeschooling. Viele Konsumenten haben zudem erstmalig Online-Lieferdienste genutzt, dementsprechend wuchsen die Umsätze im E-Commerce Geschäft um 30 % gegenüber dem Vorjahr.

Als Kehrseite der positiven Entwicklung im Retail-Bereich schränkten die Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie den Außer-Haus-Konsum dramatisch ein. Dies führte zu einem gravierenden Einbruch der Geschäftstätigkeiten im Betrieb von Cafés, Restaurants oder Kantinen, also im gesamten Professional-Umfeld. Unabhängig davon wurden Lebensmittelhersteller von hohen Kosten für die Umsetzung von Hygienekonzepten entlang der Lieferketten und in der Produktion belastet.

Für den deutschen Biermarkt verschärfen sich durch die Corona-Krise die Rahmenbedingungen in einem ohnehin angespannten Marktumfeld. Der vor allem durch die Gastronomieschließungen bedingte Einbruch im Segment Fassbier lässt insbesondere stark gastronomieorientierte Brauereien und Getränkefachgroßhändler ins Wanken geraten. Der gesamte deutsche Biermarkt verzeichnete 2020 Absatzrückgänge um 5,5 % im Inland und um 5,8 % im Exportgeschäft.

Der seit einem Jahrzehnt anhaltende Wachstumstrend im Sekt- und Schaumweinmarkt wurde pandemiebedingt ein wenig gedämpft. Absatzrückgänge durch Lockdowns konnten aber zumindest teilweise durch Zuwächse, vor allem in den Premiumsegmenten des Lebensmittelhandels, kompensiert werden.



Für die chemisch-pharmazeutische Industrie war das Jahr 2020 durch ein Auf und Ab geprägt. Zwar profitierte die Industrie von der gestiegenen Nachfrage nach Hygieneartikeln und Pharmazeutika, wurde aber gleichzeitig getroffen durch Rückgänge für Zulieferer der Automobil-, Metall- und Elektroindustrie.

Besonders gelitten hat im vergangenen Jahr die Tourismusbranche. Der Rückgang der internationalen Reisebewegung von Touristen und Geschäftsreisenden lag weltweit bei 74 % gegenüber dem Vorjahr.

Trotz all dieser Widrigkeiten konnte die Oetker-Gruppe durch ihre Diversifizierung die Rückgänge vor allem im Geschäftsbereich Bier sowie die signifikanten Umsatzeinbußen der Oetker Collection fast kompensieren. Mit Umsatzerlösen von 7.330 Mio. Euro lagen wir nur 1,0 % unter dem Vorjahreswert. Damit hat die Oetker-Gruppe das Geschäftsjahr angesichts der Rahmenbedingungen ordentlich und im Rahmen ihrer Erwartungen abgeschlossen.

Dafür bedanke ich mich in besonderem Maße bei unseren mittlerweile knapp 37.000 Beschäftigten, die unter mehr als anspruchsvollen Bedingungen Außerordentliches geleistet haben. Daneben gilt mein Dank allen Geschäftspartnern für die gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit sowie den Gesellschaftergremien und dem Beirat der Dr. August Oetker KG.

Es fällt mir an dieser Stelle schwer, eine konkrete Prognose für das laufende Geschäftsjahr abzugeben. Vieles hängt sicher von den Impferfolgen in allen Ländern der Welt ab. Denn wenn wir eines gelernt haben, dann, dass wir gemeinsame globale Lösungen finden müssen. Von nationalen Alleingängen lassen sich weder das Virus noch die Weltwirtschaft beeindrucken. Wir werden in den kommenden Monaten und Jahren noch mit den Auswirkungen der Pandemie zu kämpfen haben. Nichtsdestotrotz schaue ich zuversichtlich in die Zukunft. Auch in der Oetker-Gruppe haben wir viele spannende Projekte und Geschäftsideen angestoßen, die die Zukunftsfähigkeit jeder einzelnen Sparte verbessern. Gemeinsam mit dem Engagement und Ideenreichtum unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie unserer qualitativ hochwertigen Produkt- und Dienstleistungslösungen ist das ein starkes Fundament, auf das wir aufbauen und zählen.

In diesem Sinne und mit den besten Grüßen

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'A. Christmann'. The signature is fluid and cursive.

Dr. Albert Christmann

## 01 *Konzernlagebericht*

---

<b>Konzernstruktur</b>	<b>6</b>
Überblick	6
Geschäftsbereiche	7
Führungsstruktur	13
Gruppenleitung	15
<b>Wirtschaftliche Rahmenbedingungen</b>	<b>16</b>
<b>Geschäftsverlauf</b>	<b>21</b>
Oetker-Gruppe	21
Nahrungsmittel	24
Bier und alkoholfreie Getränke	30
Sekt, Wein und Spirituosen	35
Weitere Interessen	40
<b>Vermögens- und Finanzlage</b>	<b>45</b>
<b>Prognosebericht</b>	<b>48</b>
<b>Chancen- und Risikobericht</b>	<b>49</b>

Die im Konzernlagebericht und Konzernabschluss enthaltenen Prozentzahlen beziehen sich auf die exakten Beträge, nicht auf die gerundeten Beträge. Aufgrund von Auf- bzw. Abrundung ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen (€, % usw.) nicht genau zur angegebenen Summe aufaddieren lassen.

# Konzernlagebericht



# Konzernstruktur

## Überblick

Die Oetker-Gruppe gehört zu den großen deutschen Familienunternehmen. Eine breite Diversifikation in vier Geschäftsfelder kennzeichnet die international agierende Unternehmensgruppe, die weltweit in mehr als 50 Ländern mit Produktions-, Vertriebs- und Serviceeinheiten vertreten ist. Im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2020 werden insgesamt 442 Gesellschaften (Vorjahr: 407) nach den Regeln der Vollkonsolidierung erfasst, von denen 247 ihren Sitz im Inland (Vorjahr: 204) und 195 im Ausland (Vorjahr: 203) haben. Der Sitz der Unternehmenszentrale befindet sich in Bielefeld (Deutschland).

Der Unternehmensverbund besteht aus den nachfolgenden vier konsolidierten Geschäftsbereichen:

- Nahrungsmittel
- Bier und alkoholfreie Getränke
- Sekt, Wein und Spirituosen
- Weitere Interessen

Neben diesen oben genannten Geschäftsbereichen, die vollkonsolidiert werden, bildet das Bankhaus Lampe mit seinen Tochtergesellschaften den Geschäftsbereich Bank, der auf Basis der At-Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen wird. Am 5. März 2020 unterzeichneten die Gesellschafter der Bankhaus Lampe KG einen Vertrag zum Verkauf sämtlicher Anteile an Hauck & Aufhäuser Privatbankiers AG, Frankfurt am Main. Der Zusammenschluss der beiden Traditionshäuser steht noch unter dem Vorbehalt der Genehmigungen durch die Aufsichtsbehörden.

Als Führungsholding gibt die Dr. August Oetker KG die strategischen Leitlinien vor, übernimmt die Koordination von Finanzen und Steuern und stellt zudem zentrale Services zur Verfügung. Gruppenübergreifende Normen und Werte bilden den Rahmen für eine effektive, auf hoher unternehmerischer Kontinuität beruhende Zusammenarbeit zwischen den Unternehmen. Unter dem gemeinsamen Dach und aufbauend auf den strategischen Potenzialen und Kernkompetenzen der Oetker-Gruppe werden die Geschäftsbereiche eigenständig entwickelt und ausgebaut.



# Geschäftsbereiche

➤ oetker.com  
oetker.de  
oetker-professional.de  
coppenrath-wiese.de  
martinbraungruppe.de

## Nahrungsmittel

Der Geschäftsbereich Nahrungsmittel setzt sich aus den Unternehmensgruppen *Dr. Oetker* inklusive der *Conditorei Coppenrath & Wiese* sowie *Martin Braun* zusammen. Die Unternehmensgruppen haben ihren Hauptsitz in Deutschland und produzieren Nahrungsmittel für End- und Großverbraucher weltweit.

Unter dem Dach von *Dr. Oetker*, mit Hauptsitz in Bielefeld, werden Gesellschaften aus 43 Ländern, die auf allen Kontinenten vertreten sind, geführt. Die verschiedenen Produkte, die das Unternehmen herstellt und vermarktet, werden weltweit in allen wichtigen Distributionskanälen vertrieben. Die *Dr. Oetker* Vertriebsaktivitäten sind dezentral aufgestellt und landesspezifisch organisiert. Somit ist der Vertrieb immer an den lokalen Bedürfnissen der Kunden ausgerichtet. Er ist nach den übergeordneten Handelszielgruppen in Endverbraucher und Professional-Kunden getrennt. Im Endverbrauchergeschäft konzentriert sich *Dr. Oetker* auf die Kategorien Kuchen/Dessert und Pizza. Daneben hat *Dr. Oetker* ein besonderes Angebot für Großverbraucher, das unter der Marke *Dr. Oetker Professional* entsprechende Gebindegrößen für Großküchen und Kantinen, Krankenhäuser und andere Institutionen bereitstellt. Die weltweit vertriebenen Produkte werden in den Kernmärkten Europas, in Nord- und Südamerika sowie in Afrika, Asien und Australien produziert.

Neben der Marke *Dr. Oetker* führt das Unternehmen in mehreren Ländern weitere starke Marken, die im Markt fest etabliert sind. Innerhalb Europas zählen dazu zum Beispiel in Italien *cameo* und *Paneangeli*, in den Niederlanden *Koopmans* und in Großbritannien *Chicago Town*. Im Vorjahr hat sich das Markenportfolio unter anderem um *Alsa* in Frankreich, den Niederlanden, Belgien, Portugal und Marokko erweitert. Zudem erfolgte 2019 mit der Akquisition von *Mavalério* in Brasilien die Übernahme eines bedeutenden Markenherstellers von Dekorartikeln auf dem südamerikanischen Kontinent. In Mexiko ist *Dr. Oetker* seit mehreren Jahren mit den starken Marken *D'Gari* und *Rexal* vertreten. Den nordamerikanischen Markt bearbeitet *Dr. Oetker* vor allem mit *Wilton*, der in den USA führenden Marke für Dekor, Backformen und Backzubehör. Die Landesgesellschaften führen sowohl internationale *Dr. Oetker* Produkte als auch dem jeweiligen landestypischen Geschmack angepasste nationale Artikel.

Zur Erfüllung der hohen Qualitätsanforderungen der *Dr. Oetker* Produkte erfolgt die Beschaffung sämtlicher Fertigungsmaterialien nur über sorgfältig ausgewählte und in einem regelmäßigen Qualitätssicherungsprozess freigegebene Lieferanten. Die Einhaltung der strengen Qualitätsnormen hat hierbei oberste Priorität.

Innovationen sind bei *Dr. Oetker* der Garant für Wachstum und Erfolg. Die Verbraucherakzeptanz und das Vertrauen in die Qualität der Produkte sind der Maßstab für neue Produkte und die kontinuierliche Verbesserung des bestehenden Sortiments. Internationale Teams begleiten die Erzeugnisse während des gesamten Lebenszyklus.

Die *Conditorei Coppenrath & Wiese* ist Marktführer für tiefgekühlte Torten und Kuchen in Deutschland. Die in Mettingen hergestellten Backwaren werden national und international

an Supermärkte und Discounter unter der Unternehmensmarke Conditorei Coppenrath & Wiese sowie unter Handelsmarken vertrieben. Das Sortiment des Unternehmens umfasst neben Sahnetorten, gebackenen Kuchen, Blechkuchen, Sahnerollen und -schnitten, Strudeln, Minigebäck und Desserts unter anderem auch tiefgekühlte Brötchen und Baguettes. Das Geschäftsmodell verfolgt dabei das Credo „Wir bieten die beste Alternative zum Selberbacken“ und verbindet klassische Backtraditionen und das Know-how des Konditorenhandwerks mit modernen Herstellungsmethoden.

Bei Coppenrath & Wiese sind die hohen Qualitätsanforderungen an die Backwaren sowie die Anforderungen der Kunden Maßstab für die Rohwaren- und Leistungsqualität der Lieferanten. Die Beschaffung agiert nah am Markt und stellt durch langjährige enge Lieferantenbeziehungen auf kurzem Weg effiziente Lösungen, insbesondere für neue Rohwaren, Verpackungen und indirekte Güter, bereit.

Die *Martin Braun-Gruppe* mit ihrem Hauptsitz in Hannover entwickelt, produziert und vertreibt ein Vollsortiment an Convenience-Produkten für die Backbranche, Süßwarenindustrie und Gastronomie. Sie liefert ihre Produkte weltweit an den Groß- und Einzelhandel, Bäckereien, Konditoreien und Food-Service- sowie Industrieunternehmen. Die international agierende Martin Braun-Gruppe ist mit ihrer Produktvielfalt in vielen Exportländern in allen relevanten Absatzkanälen vertreten. Mit Fokus auf dem Bereich „Großverbraucher Backen“ umfasst das Portfolio der Martin Braun-Gruppe unter anderem Aromen, Füllungen, Sahnestandmittel, Glasuren, Rohmassen, Dekorartikel, Fertig- und Vormischungen für Backwaren, Biohefe, Gelier- und Bindemittel, Eisprodukte, Toppings, Konzentrate für Getränke und Fruchtpürees. Das umfangreiche Sortiment bietet Zutaten für süße Produkte unter der Marke Braun, Zutaten für Brot und Brötchen unter der Marke Agrano sowie Zutaten für Speiseeis unter der Marke Cresco Italia. Zudem produziert die Gruppe Premium-Tiefkühlbackwaren unter den Marken Wolf ButterBack und Diversi Foods mit einem Vollsortiment an Brot und Brötchen, Croissants sowie süßen und herzhaften Snackprodukten.

Eine hohe Transparenz im Einkaufsprozess wird innerhalb der Gruppe durch die Einkaufsrichtlinien von Martin Braun gewährleistet. So werden die Lieferanten nach definierten Kriterien ausgesucht, alle eingehenden Fertigungsmaterialien unterliegen einer sorgfältigen Eingangsprüfung. Die Martin Braun-Gruppe sichert durch eine ganzheitliche Produktbetrachtung entlang der gesamten Wertschöpfungskette das kundenorientierte Angebot an gelingsicheren Backzutaten und Premium-Tiefkühlbackwaren unter Beachtung der lebensmittelrechtlichen Vorgaben.

➤ radeberger-gruppe.de

### **Bier und alkoholfreie Getränke**

Die *Radeberger Gruppe* mit ihrem Hauptsitz in Frankfurt am Main ist Deutschlands größte private Brauereigruppe und bildet den Geschäftsbereich Bier und alkoholfreie Getränke der Oetker-Gruppe. Sie bietet ein breites Markenportfolio starker internationaler, nationaler und regionaler Marken: Neben dem namensgebenden Radeberger Pilsner gehören bekannte und beliebte Biermarken wie Jever, Clausthaler Alkoholfrei, Schöffelhofer Weizen, Allgäuer Büble Bier, Ur-Krostitzer, Stuttgarter Hofbräu, Berliner Pilsner und Freiburger dazu. Hinzu kommt die Mineralwassermarke Original Selters. Der Kernabsatzmarkt der Radeberger Gruppe ist Deutschland. Zudem werden Produkte in mehr als 60 Ländern vermarktet. Darüber hinaus ist das Unternehmen der exklusive Vertriebspartner für die Marken Guinness und Kilkenny aus dem Hause Diageo und die tschechische Marke Krušovice aus dem Heineken-Konzern. Im Rahmen einer langfristig angelegten Partnerschaft mit der Firma PepsiCo produziert und vertreibt die Radeberger Gruppe in Deutschland exklusiv die Marken Pepsi, Mirinda, 7Up, Schwip Schwap und Punica Apfelschorle für den Außer-Haus-Markt sowie in ausgewählten Getränkeabholmärkten.

Mit ihrem Markenportfolio pflegt die Radeberger Gruppe deutsche Bier- und Getränkevielfalt und entwickelt gemeinsam mit Partnern aktiv neue Plattformmodelle im Bereich der Supply Chain oder des Außer-Haus-Marktes. Dabei wird das Markenportfolio regelmäßig um Neuprodukte oder Sortimentsergänzungen erweitert und aktualisiert, um damit stets die jeweiligen Verbraucherwünsche bedienen zu können.

Bereits seit vielen Jahren treibt die Radeberger Gruppe die Vertikalisierung ihres Geschäftes voran. Um möglichen Risiken aus dem Kerngeschäft Brauerei entgegenzuwirken, ist die Gruppe mit starken Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette vertreten. Dazu gehören zum Beispiel im Einzelhandel Getränke Hoffmann, im Fachgroßhandel die Gesellschaften des Getränkefachgroßhandels (GFGH), deren einheitliche Leitung durch die Vertriebsgesellschaft für Gastronomie (VfG) erfolgt, sowie das Joint Venture Food & Beverage Services (FBS), im Streckengeschäft das Joint Venture Deutsche Getränke Logistik (DGL) und im Leergutgeschäft die H. Leiter GmbH. Die Aktivitäten im GFGH-Bereich konnte die Radeberger Gruppe im Jahr 2020 durch den Erwerb der Pachmayr-Unternehmensgruppe weiter verstärken.

Darüber hinaus eröffnet die Digitalisierung als einer der Schlüsselfaktoren für den zukünftigen Markterfolg neue Geschäftsfelder, zum Beispiel im Bereich der Online-Getränkeliieferung. Nachdem die Radeberger Gruppe mit dem selbst gegründeten und im Schulterschluss mit Oetker Digital ausgebauten Unternehmen Durstexpress erste wesentliche Erfahrungen in diesem dynamischen Marktumfeld gesammelt hatte, hat die Unternehmensgruppe ihr Engagement mit dem im Dezember 2020 vollzogenen Erwerb des Mitbewerbers flaschenpost strategisch ausgebaut. Die Aktivitäten aus dem Bereich Online-Getränkeliieferung werden unter der einheitlichen Marke flaschenpost weitergeführt, im Geschäftsbereich Weitere Interessen ausgewiesen und zusammen mit anderen digitalen Geschäftsmodellen und Oetker Digital gebündelt.

➤ [henkell-freixenet.com](http://henkell-freixenet.com)**Sekt, Wein und Spirituosen**

*Henkell Freixenet* bildet innerhalb der Oetker-Gruppe den Geschäftsbereich Sekt, Wein und Spirituosen. Der weltweit führende Hersteller von Schaumwein ist in über 30 Ländern mit eigenen Produktions- sowie Vertriebsstandorten aktiv und exportiert Schaumwein-, Wein- und Spirituosenmarken in rund 150 Länder. Der Vertrieb erfolgt über den Groß- und Einzelhandel sowie die Gastronomie. Hinzu kommt die direkte und indirekte Vermarktung der Produkte über den E-Commerce-Kanal sowie das Direktgeschäft an den Standorten (Direct-to-Consumer).

Henkell Freixenet bietet alle namhaften Schaumweingattungen aus eigener Produktion, darunter Freixenet als weltweit führenden Cava, Mionetto als weltweit meistverkauften Prosecco und Henkell Sekt als meistexportierte deutsche Sektmarke. Hinzu kommen etablierte Champagner-, Cava-, Crémant- und Sektmarken aus Frankreich, Spanien, den USA, Deutschland, Ungarn, Tschechien, Rumänien und der Slowakei.

Neben den Schaumweinen nimmt Stillwein eine große Bedeutung im Sortiment von Henkell Freixenet ein. Freixenet ist die führende Importmarke für spanischen Wein. Schloss Johannisberg steht für erlesene, weltbekannte Riesling-Weine und mit den Weingütern in Tschechien, der Slowakei und Ungarn zählt die Gruppe in Zentraleuropa zu den führenden Qualitätsweinanbietern. Weltweit ist die Gruppe zudem mit renommierten Weingütern in Kalifornien und Mexiko sowie mit der Weinmarke *i heart WINES* vertreten, die zu den am schnellsten wachsenden Weinmarken in England zählt.

Henkell Freixenet steht außerdem für ein breites Portfolio an Spirituosen, das nahezu alle relevanten Gattungen von Wodka über Korn, Gin, Creme- und Bitterliköre bis hin zu Aperitifs umfasst. Im Spirituosenmarkt ist die Gruppe Marktführer bei Wodka in Deutschland, bei Gin in Polen und bei Weinbrand in der Slowakei.

➤ [budenheim.com](http://budenheim.com)  
[oetkercollection.com](http://oetkercollection.com)  
[oediv.de](http://oediv.de)  
[oetkerdigital.com](http://oetkerdigital.com)  
[roland-transport.de](http://roland-transport.de)  
[atlanticforfaiting.com](http://atlanticforfaiting.com)**Weitere Interessen**

Der Geschäftsbereich Weitere Interessen fasst Unternehmen der Oetker-Gruppe zusammen, die in unterschiedlichen Branchen tätig sind. Hierzu gehören der Chemiespezialist *Budenheim*, die *Oetker Collection*, *OEDIV Oetker Daten- und Informationsverarbeitung*, *Oetker Digital* und neue Geschäftsmodelle, die *Handelsgesellschaft Sparrenberg (HGS)*, *Roland Transport*, *Atlantic Forfaitierung* sowie weitere Unternehmen.

*Budenheim* hat sich auf den Weltmärkten als Mittelständler zu einem international führenden Produkt- und Serviceanbieter hochwertiger Spezialchemie entwickelt. Die Produkte werden im Direktvertrieb und über Distributoren in rund 100 Ländern vermarktet. Der Chemiespezialist fasst seine Aktivitäten in drei Business Units zusammen: Food Ingredients, Performance Materials und Material Ingredients. Die verschiedenen Cluster, die sich über diese drei Geschäftsbereiche erschließen, fokussieren sich unter anderem auf Innovationen im pharmazeutisch-medizinischen Bereich, neue Wege in den Feldern Ernährung und Gesundheit sowie Sicherheit und Ressourcenschonung in technisch-industriellen Marktsegmenten. In vielen dieser marktorientierten Bereiche zählt Budenheim

zu den führenden Spezialchemieunternehmen. Budenheim hat seinen Ursprung in der gleichnamigen Gemeinde in Rheinhessen. Das Unternehmen ist international aufgestellt und produziert sowohl am deutschen Standort als auch in den USA, Mexiko, Spanien, den Niederlanden und China. Mit seinem Netzwerk aus zahlreichen Handelspartnern und Vertriebsstätten, zum Beispiel in Singapur, Indien und Südamerika, ist das Unternehmen in den Märkten und bei seinen Kunden präsent.

Die *Oetker Collection* repräsentiert eine exklusive Sammlung internationaler Grandhotels. Hierzu gehören vier eigene Hotels der Luxusklasse in Deutschland und Frankreich. Darüber hinaus stellt die Oetker Collection das Management fünf einzigartiger Masterpiece Hotels in fremdem Eigentum an verschiedenen Standorten in der Welt. Die Hotels der Oetker Collection werden mit ihren Marketingaktivitäten und Vertriebsprozessen von der Oetker Hotel Management Company (OHMC) koordiniert. Hierdurch ist eine abgestimmte und effiziente Marktbearbeitung möglich. Wesentlich für den Vertriebs Erfolg bleiben dabei die Zusammenarbeit mit den führenden Reiseagenturen in den Kernmärkten, die intensive Betreuung der Hotels durch ein internationales Netzwerk von PR-Agenturen und die enge Kooperation der Hotels bei der gegenseitigen Promotion der einzelnen Betriebe der Oetker Collection.

*OEDIV Oetker Daten- und Informationsverarbeitung* ist der zentrale IT-Dienstleister der Oetker-Gruppe. Der Schwerpunkt liegt im Management zentraler IT-Infrastrukturen und in der Ergänzung der IT-Services, wie dem Basisbetrieb und dem Datenbankmanagement von SAP-Systemen, sowie dem Betrieb von Microsoft-Produkten. Ergänzend zu den Kernapplikationen betreibt OEDIV ein weitreichendes Spektrum angrenzender Dienste. Hierzu zählen unter anderem hybride Cloud-Szenarien, Human Resource Services sowie Web- und Sicherheitslösungen. Aufgrund der wachsenden Anforderungen und des digitalen Wandels erweitert OEDIV kontinuierlich das Leistungsspektrum, auch über Unternehmenszukäufe und strategische Beteiligungen. OEDIV bietet die Dienstleistungen für eine von Jahr zu Jahr wachsende Zahl an externen Unternehmen an, die für mehr als 80% der Umsatzerlöse stehen. Die Leistungen von OEDIV werden höchsten Qualitätsstandards gerecht. Infolge der hohen Prozesskritikalität der durch OEDIV betriebenen Systeme müssen die eingesetzten Konzepte und Architekturen höchsten Verfügbarkeitsanforderungen der Kunden standhalten. Zur Absicherung ihrer Leistungen betreibt OEDIV eigene Rechenzentren, sodass im Katastrophenfall die kritischen Systeme weiter erreichbar sind bzw. schnellstmöglich wieder in Betrieb gehen können. Darüber hinaus gewährleisten aktuelle Sicherheitssysteme und -infrastrukturen den notwendigen Datenschutz.

Seit der Gründung im Jahr 2016 unterstützt *Oetker Digital* die Unternehmen der Oetker-Gruppe aktiv auf ihrem Weg in die digitale Zukunft. Als Partner stärkt Oetker Digital die etablierten Marken der Gruppe und identifiziert und entwickelt neue, zukunftsfähige Geschäftsmodelle, die das Portfolio der Gruppenunternehmen erweitern und das digitale Profil der Oetker-Gruppe nachhaltig schärfen. Zudem bündelt die Oetker-Gruppe im Bereich Weitere Interessen neue Geschäftsmodelle, die nicht direkt den anderen Geschäftsbereichen zugeordnet werden. Hierzu zählen zum Beispiel der E-Commerce-Weinhändler

Belvini und der Online-Getränkeliieferdienst Durstexpress sowie das im Dezember 2020 akquirierte Unternehmen flaschenpost, ein Getränkesofortlieferdienst mit Sitz in Münster. Nach der Übernahme von flaschenpost erfolgt die Zusammenführung mit Durstexpress – mit dem Ziel eines einheitlichen Auftritts unter der Marke flaschenpost. Durch die Kombination der Stärken beider Unternehmen, u.a. hinsichtlich Standorte, Prozesse, IT-Systeme und Marketing-Konzepte, soll die Marktführerschaft in Deutschland weiter ausgebaut werden.

Die *Handelsgesellschaft Sparrenberg (HGS)* als spezialisierter Informations- und Beschaffungsdienstleister bündelt das konzeptionelle Beschaffungs-Know-how in der Oetker-Gruppe und unterstützt diese sowie externe Kunden bei der Erschließung neuer strategischer Perspektiven. Die HGS verfügt über langjährige Erfahrung in der Analyse und Nutzung europäischer Beschaffungsmärkte, in der Recherche, Aufbereitung und Interpretation von Markt- und Preisdaten sowie in der Ableitung möglicher künftiger Entwicklungen.

Als unabhängiger und serviceorientierter Fourth-Party-Logistics-Partner (4PL) bietet das Unternehmen *Roland Transport* umfassende Logistikdienstleistungen für den Mittelstand an. Das Unternehmen agiert als 4PL-Dienstleister stets neutral ohne eigenen Fuhrpark und optimiert dabei die verschiedenen Dienstleistungsangebote in einem Gesamtpaket.

*Atlantic Forfaitierung* befasst sich seit Ende der 1950er Jahre mit Export- und Handelsfinanzierungen. Die langjährige Marktpräsenz als kleine, spezialisierte Forfaitierungsfirma hat zu gefestigten Geschäftsbeziehungen, Vertrauen und Wertschätzung bei Exportkunden und Banken geführt. Der Fokus der Dienstleistungen liegt auf der Übernahme von Handelsforderungen ohne Rückgriff auf den Verkäufer. Daneben umfasst das Portfolio auch Importfinanzierungen und Kredite ebenso wie den An- und Verkauf von Handelsforderungen.

➤ [bankhaus-lampe.de](http://bankhaus-lampe.de)

### **Bank**

Das *Bankhaus Lampe* bildet mit seinen Tochtergesellschaften den Geschäftsbereich Bank und zählt zu den führenden unabhängigen sowie von persönlich haftenden Gesellschaftern geführten Privatbanken in Deutschland. In der Geschäftstätigkeit fokussiert sich die Bank auf die Beratung und Betreuung der drei Zielkundengruppen vermögende Privatkunden, Unternehmen und institutionelle Kunden. Sie wird mittels der At-Equity-Methode im Konzernabschluss berücksichtigt. Für weitergehende Informationen wird auf den separaten Geschäftsbericht der Bank verwiesen. Am 5. März 2020 unterzeichneten die Gesellschafter der Bankhaus Lampe KG einen Vertrag zum Verkauf aller Gesellschaftsanteile an Hauck & Aufhäuser Privatbankiers AG, Frankfurt am Main. Der Zusammenschluss der beiden Traditionshäuser steht unter dem Vorbehalt der Genehmigungen durch die Aufsichtsbehörden und soll im Laufe des Jahres 2021 erfolgen.

## *Führungsstruktur*

Die Oetker-Gruppe ist eines der großen deutschen Familienunternehmen. Die in 130 Jahren Unternehmensgeschichte geprägten Werte, die den Menschen in den Mittelpunkt allen Handelns stellen, werden von den Mitgliedern des obersten operativen Führungsgremiums, der Gruppenleitung, unverändert verkörpert, in den Gruppenunternehmen gelebt und aktiv in die zunehmend digitalisierte Zukunft transferiert.

Die Führungsstruktur stellt sicher, dass marktnahe, an den Notwendigkeiten der jeweiligen Branchen orientierte Entscheidungen dezentral getroffen und Ressourcen gleichzeitig zentral gebündelt werden.

Der Beirat überwacht die Umsetzung der gemeinsam mit den Gesellschaftern und der Gruppenleitung verabschiedeten Strategie. Die operative Führung wird durch die Geschäftsführungen der einzelnen Unternehmen wahrgenommen.

Der Beirat der Dr. August Oetker KG, der aus Gesellschaftern und einer Mehrheit von nicht zu den Gesellschafterfamilien gehörenden Personen besteht, wird von Herrn Rudolf Louis Schweizer geführt.

Gruppenleitungsmitglieder sind die Herren Dr. Albert Christmann und Dr. Heino Schmidt.

---

## *Gesellschafter*

---

## *Beirat*

---

## *Gruppenleitung*

### **Dr. Albert Christmann**

Persönlich haftender Gesellschafter der Dr. August Oetker KG und verantwortlich für die Bereiche Nahrungsmittel sowie Sekt, Wein, Spirituosen, Oetker Digital und seit dem 1. April 2020 darüber hinaus für den Bereich Bier und alkoholfreie Getränke. Zudem Vorsitzender der Geschäftsführung der Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG.

### **Dr. Niels Lorenz (bis zum 31. März 2020)**

Generalbevollmächtigter der Dr. August Oetker KG und Sprecher der Geschäftsführung der Radeberger Gruppe KG sowie verantwortlich für den Bereich Bier und alkoholfreie Getränke.

### **Dr. Heino Schmidt**

Generalbevollmächtigter der Dr. August Oetker KG, verantwortlich für die Bereiche Weitere Interessen, Bank, Finanzen, Controlling, Recht und Steuern.

---

## *Geschäftsführungen der Gruppenunternehmen*



## Gruppenleitung



**Dr. Albert Christmann**  
Nahrungsmittel, Bier und alkoholfreie Getränke sowie Sekt, Wein, Spirituosen und Oetker Digital



**Dr. Heino Schmidt**  
Weitere Interessen, Bank, Finanzen, Controlling, Recht und Steuern

# Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

## Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Das weltweite Wirtschaftsgeschehen im Jahr 2020 war geprägt durch die Corona-Pandemie. Die Weltproduktion ist um 3,3% eingebrochen, der Rückgang des Welthandels fiel mit -5,4% noch deutlicher aus.

Nach dem erheblichen Konjunkturreinbruch im Frühjahr konnte sich die Weltwirtschaft bis zum Herbst 2020 erholen. Das Ausmaß der Erholung fiel sowohl sektoral als auch regional unterschiedlich aus. Die Industrieproduktion, insbesondere in den Schwellenländern und China, zog zwischenzeitlich wieder an. Uneinheitlich war dagegen die Normalisierung der wirtschaftlichen Aktivitäten im Dienstleistungsbereich. Einer raschen Erholung im Einzelhandel standen Einbußen bei Dienstleistungen mit sozialen Kontakten, vor allem im Gast- und Unterhaltungsgewerbe, gegenüber. Der seit dem Frühjahr insgesamt einsetzende Erholungsprozess wurde unterbrochen durch die Shutdown-Maßnahmen im November und Dezember als Reaktion auf die zweite Corona-Welle ab dem Herbst 2020.

Diese zweite Welle hat – mit unterschiedlicher Intensität – die meisten europäischen Länder erfasst. In der Gesamtbetrachtung für die Europäische Union (EU) war das Bruttoinlandsprodukt für das Jahr 2020 um 6,3% rückläufig. In Deutschland betrug der Rückgang des Bruttoinlandsprodukts -5,3%. Besonders belastet waren auch hier der stationäre Einzelhandel als einer der wichtigen Absatzkanäle der Konsumgüterhersteller. Die Maßnahmen zum Infektionsschutz dämpften die Konsumaktivitäten, wodurch die privaten Konsumausgaben entsprechend gesunken sind. Daneben ist vor allem die Wertschöpfung im Gastgewerbe und in der Unterhaltungsbranche eingebrochen.

Weltweite Handelsspannungen, beispielsweise zwischen den Vereinigten Staaten und der EU sowie China, traten durch die Corona-Krise in den Hintergrund, sind aber nach wie vor nicht beigelegt. Mit dem Regierungswechsel in den USA könnte sich das handelspolitische Klima verbessern. Die neue US-Regierung wird zwar in handelspolitischen Fragen ebenfalls nationale Interessen vertreten, sie verfolgt aber voraussichtlich stärker multilaterale Ansätze und dürfte eine Verständigung mit der EU suchen, um in den bestehenden Handelskonflikten mit China eine gemeinsame Position zu beziehen. Die wirtschaftlichen Beziehungen mit dem Vereinigten Königreich nach dem Ende der Brexit-Übergangsfrist konnten mit dem Handelspakt der EU zum Jahresende doch noch auf eine rechtlich abgesicherte Grundlage gestellt werden.

Die Geldpolitik war weiter expansiv ausgerichtet. Die Notenbanken in den fortgeschrittenen Volkswirtschaften haben ihre im Frühjahr infolge der Corona-Krise eingeführten Maßnahmen zumeist nochmals ausgeweitet. So wurden das Volumen des Anleihekaufprogramms im Euroraum und im Vereinigten Königreich erhöht und Laufzeiten verlängert. Nicht zuletzt deshalb sind die Kapitalmarktzinsen auf einem niedrigen Niveau geblieben, wobei in den USA seit August eine Aufwärtsbewegung eintrat, als die US-Notenbank ihre verän-

derte Interpretation des Inflationsziels ankündigte. Die damit verbundenen höheren Inflationserwartungen waren auch ein Grund für die Abwertung des US-Dollars in den vergangenen Monaten.

Das internationale Geschäft der Oetker-Gruppe wird vom Wechselkurs des Euros zu zahlreichen Währungen beeinflusst. Die Entwicklung der für die Oetker-Gruppe wichtigen Währungen gegenüber dem Euro stellt nachfolgende Tabelle dar.

<b>STICHTAGS-<sup>1</sup> UND DURCHSCHNITTS- KURSE GEGENÜBER DEM EURO</b>	Stichtag 31.12.2019	Stichtag 31.12.2020	Durchschnitt 2019	Durchschnitt 2020
Australischer Dollar	1,5995	1,5896	1,6079	1,6567
Brasilianischer Real	4,5157	6,3735	4,4175	5,9988
Britisches Pfund	0,8508	0,8990	0,8759	0,8894
Kanadischer Dollar	1,4598	1,5633	1,4822	1,5380
Mexikanischer Peso	21,2202	24,4160	21,6082	24,7300
Polnischer Zloty	4,2568	4,5597	4,2990	4,4680
Türkische Lira	6,6843	9,1131	6,3577	8,1579
US-Dollar	1,1234	1,2271	1,1195	1,1470

<sup>1</sup> Euro-Referenzkurse der EZB vom 31.12.2020.

## Geschäftsbereichsbezogene Rahmenbedingungen

### *Nahrungsmittel*

Der weltweite Markt für Lebensmittel war im Jahr 2020 geprägt von der Corona-Pandemie. Während bereits vor der Corona-Krise ein globales Marktwachstum von 4,6% für Lebensmittel im Retail-Bereich prognostiziert wurde, stieg dieses im abgelaufenen Jahr um weitere 2,9 Prozentpunkte auf 7,4%. Bei Betrachtung aller Retail-Segmente zeigte sich bei Lebensmitteln das zweitstärkste Wachstum. Der gemeinsame Fokus von Handel und Industrie liegt seit Beginn der Pandemie darauf, die Versorgung sicherzustellen.

Die in der Summe positiven Umsatzeffekte haben sich aufgrund des veränderten Einkaufsverhaltens unterschiedlich stark in der Retail-Handelslandschaft niedergeschlagen: Vor allem profitierten Discounter durch sogenannte Hamsterkäufe und eine gestiegene Preissensitivität, aber auch die wohnungsnahen Convenience-Stores sowie die Online-Stores konnten ihr Wachstum ausbauen. Der E-Commerce-Kanal ist weiterhin der zwar anteilmäßig kleinste, aber mit großem Abstand der am schnellsten wachsende Absatzkanal. Im Jahr 2020 wirkte die Pandemie hier als starker Katalysator einer sich bereits vollziehenden Veränderung. Viele Konsumenten haben vor dem Hintergrund der Lockdowns und ihrer Sorge vor Ansteckungen erstmals Online-Lieferdienste genutzt. Somit belief sich das E-Commerce-Wachstum insgesamt auf 30% gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Viele Lebensmittel Einzelhändler treiben die eigene digitale Transformation voran, bauen Formate für das veränderte Konsumverhalten aus und stärken zugleich das klassische Offline-Geschäft. Dafür notwendige Investitionen erhöhten den Kostendruck im Bereich Retail und damit mittelbar auch bei den Herstellern.

Als Kehrseite der beschriebenen Entwicklung im Retail-Bereich schränkten Lockdowns, Schulschließungen, verstärkte Heimarbeit und ähnliche Maßnahmen jeglichen Außer-Haus-Konsum dramatisch ein, was sich etwa auf den Betrieb von Restaurants, Cafés oder auch Kantinen negativ auswirkte. B2B-Lebensmittelanbieter in diesem sogenannten Professional-Bereich verzeichneten drastische Geschäftseinbrüche. Zudem belasteten die Lebensmittelhersteller exorbitant hohe Kosten für die Umsetzung der notwendigen Hygienekonzepte in der Produktion und der Supply Chain.

#### *Bier und alkoholfreie Getränke*

Der deutsche Biermarkt steht seit Jahren unter starkem Druck: Rückläufiger Bierkonsum, hohe Überkapazitäten, permanente Kostensteigerungen, im harten Wettbewerb um Marktanteile erodierende Margen und Markenwerte sowie eine wachsende Ungleichheit im Verhältnis zwischen Herstellern und stationärem Handel prägten die Marktentwicklung. Daneben war das Mehrwegsystem, das Leergut zu einem der wichtigsten Rohstoffe werden lässt, zunehmend in seiner Stabilität gefährdet. Der Biermarkt befindet sich nach wie vor in einem massiven strukturellen Veränderungsprozess. Neue und etablierte Wettbewerber drängen mit innovativen Lösungsangeboten in den Markt und gewinnen zum Beispiel mit digitalen Plattformmodellen entlang der gesamten Wertschöpfungskette an Bedeutung.

In diesem angespannten Marktumfeld verschärften sich die Rahmenbedingungen durch die Corona-Pandemie, die sowohl die Wirtschaft als auch die Gesellschaft mit ihren bis heute nicht endgültig absehbaren disruptiven und schmerzhaften Auswirkungen auf Geschäftsvolumina und langfristiges Verbraucherverhalten beherrscht. Der Einbruch im Segment Fassbier durch die Fortschreibung von Kontaktverboten und die Ausweitung bereits belastender Auflagen für Gastronomie sowie Fest- und Eventgeschäft um Sperrstunden und Alkohol-Ausschankverbote bis hin zu wiederholten Gastronomieschließungen lassen vor allem stark gastronomieorientierte Brauereien und Getränkefachgroßhändler um den Fortbestand ihrer Unternehmen kämpfen. Laut Statistischem Bundesamt hat der deutsche Biermarkt allein im Jahr 2020 insgesamt ca. 5 Mio. Hektoliter Menge verloren, insbesondere margenträchtigen Fassbierabsatz. Dies entspricht etwa dem Fünffachen eines Absatzrückgangs gegenüber den Marktentwicklungen vor der Corona-Pandemie. Im Inland verzeichnete der deutsche Biermarkt nach Angaben des Statistischen Bundesamts im Jahr 2020 einen Absatzrückgang um 5,5%. Auch das Exportgeschäft der deutschen Brauereien konnte keinen Ausgleich schaffen, die Exportmengen waren gegenüber dem Vorjahr um insgesamt 5,8% rückläufig.

#### *Sekt, Wein und Spirituosen*

Durch die Corona-Pandemie haben sich die internationalen Marktgegebenheiten auch für Sekt, Schaumwein und Spirituosen zum Teil stark geändert. Besonders betroffen waren in Europa die Länder Spanien, Italien und Frankreich, wo die Kontaktbeschränkungen den Schaumweinkonsum in der Gastronomie stark einbrechen ließen. Dies betrifft ebenso die Gastronomie in Polen, Tschechien, Ungarn und Deutschland. Auch außerhalb Europas, zum Beispiel in den USA und Kanada sowie in Südamerika, waren die Corona-

Auswirkungen deutlich spürbar. Mit Blick auf die Preisklassen befanden sich die unteren und mittleren Preissegmente weltweit auf stabilem Niveau. Premiumprodukte waren tendenziell rückläufig.

Bedingt durch die Pandemie wurde der seit mehr als einem Jahrzehnt anhaltende Wachstumstrend im Sekt- und Schaumweinmarkt unterbrochen. In der Summe hatte das IWSR-Institut im Frühjahr 2020 für den globalen Schaumweinmarkt einen Rückgang der weltweiten Nachfrage von 15% prognostiziert. Nach einer deutlichen Erholung der Märkte in den Sommermonaten kam es im Herbst aufgrund der Lockdowns in vielen Ländern wieder zu Absatzeinbrüchen. Aufgrund weiterer Verschärfungen der Corona-Maßnahmen im Dezember konnten die Rückgänge nicht durch das Jahresendgeschäft kompensiert werden. Einhergehend mit einer deutlichen Reduzierung von Reisen kam es – neben den Einbrüchen in der Gastronomie und Hotellerie – auch im Bereich Duty-Free- und Airline-Geschäft zu starken Absatzeinbußen.

Dagegen konnten der stationäre Lebensmittelhandel und der Online-Handel Zuwächse verzeichnen. Besonders positiv entwickelte sich dort Wein, gefolgt von Spirituosen und Schaumwein.

Auf der Beschaffungsseite war die Lage nach zwei durchschnittlichen Ernten in den Jahren 2019 und 2020 in Verbindung mit der Rekordernte aus dem Jahr 2018 insgesamt ausreichend bis gut. Das im Mittel hohe Bestandsniveau an Fassware erhöhte sich durch den COVID-19-bedingten Nachfragerückgang an den Weinmärkten weiter.

### *Chemie*

Das Jahr 2020 war für die chemisch-pharmazeutische Industrie von einem kräftigen Auf und Ab in den vier Quartalen geprägt. Nach einem robusten Auftakt in das Jahr 2020 wurde die chemisch-pharmazeutische Industrie in Deutschland gegen Ende des ersten Quartals von der COVID-19-Pandemie erfasst. Die Folgen der Pandemie waren zunächst weniger stark zu spüren, da die gestiegene Nachfrage nach Hygieneartikeln, Verpackungsmaterialien und Pharmazeutika die sich abzeichnende Rezession milderte. Dieser Effekt konnte jedoch die Rückgänge für Zulieferer der Automobil-, Metall- und Elektroindustrie nicht ausgleichen.

Aufgrund weltweit unterschiedlich stark ausgeprägter Lockdowns und der daraus resultierenden Folgen ging die globale Industrienachfrage im Jahr 2020 stark zurück. Für die chemisch-pharmazeutische Industrie in Deutschland führte dies im Vergleich zum Vorjahr zu einer deutlichen Verringerung des Branchenumsatzes um 6% sowie einem spürbaren Rückgang der Produktion um 3%. Dabei mussten sämtliche Sparten Einbußen hinnehmen. Die Spannbreite reichte von einem nur geringen Produktionsrückgang im Bereich Pharma um 0,5% bis zu einem Minus von 6,5% bei Polymeren. Unter dem Corona-bedingten Auftragsmangel litt das Auslandsgeschäft in nahezu allen Exportmärkten. Der Absatz nahm gegenüber dem Jahr 2019 sowohl im In- (um 5,5%) als auch im Auslandsgeschäft (um 6,5%) ab. Gleichzeitig gaben die Chemikalienpreise um 2% nach. Trotz der

Auswirkungen der globalen Krise auf die deutsche Industrie blieb die Beschäftigungszahl, auch dank Möglichkeiten der Kurzarbeit, stabil.

#### *Hotels*

Während sich die Hotelbranche über Jahre global dynamisch entwickelte und der Markt für Hotelinvestitionen boomte, wurde dieser Trend im Jahr 2020 durchbrochen: Die Tourismusbranche durchlebt derzeit infolge der COVID-19-Pandemie eine ihrer schwersten Krisen. Umfangreiche Reise- und Ausgangsbeschränkungen brachten das wirtschaftliche und soziale Leben zeitweise fast vollständig zum Erliegen, mit katastrophalen Auswirkungen für Hotels und Restaurants auf der ganzen Welt. Die Situation verbesserte sich in der zweiten Jahreshälfte nur sehr langsam, wurde jedoch zum Jahresende infolge weiter verschärfter Corona-Maßnahmen deutlich belastet. Großstädte sind noch härter betroffen als leicht zugängliche Urlaubsorte. Der durch die Pandemie ausgelöste Nachfrageeinbruch ist beispiellos. Im Hinblick auf das Gesamtjahr 2020 lag nach Angaben der United Nations World Tourism Organization (UNWTO) der Rückgang der internationalen Reisebewegungen von Touristen und Geschäftsreisenden gegenüber dem Vorjahr weltweit bei 74%.

# Geschäftsverlauf

## Oetker-Gruppe

	2018		2019		2020		% <sup>1</sup>
	in %		in %		in %		
<b>NETTOUMSATZ NACH GESCHÄFTSBEREICHEN (IN MIO. €)<sup>2</sup></b>	<b>7.140</b>	<b>100,0</b>	<b>7.406</b>	<b>100,0</b>	<b>7.330</b>	<b>100,0</b>	<b>-1,0</b>
Nahrungsmittel	3.477	48,7	3.883	52,4	4.137	56,4	6,5
Bier und alkoholfreie Getränke	2.232	31,3	1.792	24,2	1.625	22,2	-9,3
Sekt, Wein und Spirituosen	821	11,5	1.053	14,2	970	13,2	-7,9
Weitere Interessen	610	8,5	678	9,2	598	8,2	-11,7
<b>NETTOUMSATZ NACH REGIONEN (IN MIO. €)</b>	<b>7.140</b>	<b>100,0</b>	<b>7.406</b>	<b>100,0</b>	<b>7.330</b>	<b>100,0</b>	<b>-1,0</b>
Deutschland	3.757	52,6	3.427	46,3	3.381	46,1	-1,3
Restliche EU	2.169	30,4	2.384	32,2	2.360	32,2	-1,0
Restliches Europa	276	3,9	299	4,0	309	4,2	3,3
Restliche Welt	938	13,1	1.296	17,5	1.280	17,5	-1,2
<b>INVESTITIONEN (IN MIO. €) (OHNE ERSTKONSOLIDIERUNGEN)</b>	<b>350</b>	<b>100,0</b>	<b>358</b>	<b>100,0</b>	<b>343</b>	<b>100,0</b>	<b>-4,3</b>
Nahrungsmittel	191	54,5	176	49,1	191	55,6	8,4
Bier und alkoholfreie Getränke	90	25,7	93	25,9	82	23,9	-11,5
Sekt, Wein und Spirituosen	33	9,5	36	10,0	18	5,3	-49,2
Weitere Interessen	36	10,4	54	15,0	52	15,2	-3,5
<b>BESCHÄFTIGTE (NACH KÖPFEN)</b>	<b>30.937</b>	<b>100,0</b>	<b>34.060</b>	<b>100,0</b>	<b>36.831</b>	<b>100,0</b>	<b>8,1</b>
Nahrungsmittel	17.394	56,2	18.743	55,0	20.040	54,4	6,9
Bier und alkoholfreie Getränke	7.989	25,8	7.094	20,8	7.083	19,2	-0,2
Sekt, Wein und Spirituosen	2.701	8,7	3.556	10,4	3.494	9,5	-1,7
Weitere Interessen	2.853	9,2	4.667	13,7	6.214	16,9	33,2

<sup>1</sup> Prozentuale Veränderung 2019/2020.

<sup>2</sup> Im Geschäftsjahr 2020 wurde die Umsatzallokation auf die einzelnen Geschäftsbereiche geändert. Die nicht operativen bzw. sonstigen Umsätze der Gesellschaften werden nicht mehr im Geschäftsbereich Weitere Interessen ausgewiesen, sondern direkt den jeweils für die betreffenden Gesellschaften verantwortlichen Geschäftsbereichen zugeordnet. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.

Die im Konzernlagebericht und Konzernabschluss enthaltenen Prozentzahlen beziehen sich auf die exakten Beträge, nicht auf die gerundeten Beträge. Aufgrund von Auf- bzw. Abrundung ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen (€, % usw.) nicht genau zur angegebenen Summe aufaddieren lassen.

Die Corona-Pandemie hat zum Teil deutliche Spuren in den Absatz- und Umsatzberichten einzelner Gruppenunternehmen hinterlassen. Durch ihre Diversifizierung konnte die Oetker-Gruppe die Rückgänge im Geschäftsbereich Bier und Sekt sowie die signifikanten Umsatzeinbußen der Oetker Collection fast kompensieren. Der Konzern erzielte insgesamt Umsatzerlöse in Höhe von 7.330 Mio. Euro, die damit um 1,0% unter dem Vorjahreswert (7.406 Mio. Euro) lagen. Damit hat die Oetker-Gruppe angesichts der schwierigen globalen Rahmenbedingungen das Geschäftsjahr 2020 noch ordentlich und im Rahmen ihrer Erwartungen abgeschlossen. Aus Veränderungen im Konsolidierungskreis resultierte ein Umsatzzuwachs von 55 Mio. Euro. Dieser ist maßgeblich bedingt durch die ganzjährige Berücksichtigung der im Vorjahr akquirierten Unternehmen bei Dr. Oetker sowie durch weitere Unternehmenskäufe im Jahr 2020, wie zum Beispiel die Akquisition der Pachmayr-Gruppe im Geschäftsbereich Bier und alkoholfreie Getränke. Dem standen Umsatzverluste durch Entkonsolidierungen, vor allem Getränke Essmann, gegenüber. Die Entwicklung der Währungskurse hatte in der Summe einen negativen Einfluss von 127 Mio. Euro, hauptsächlich infolge der Abwertung des brasilianischen Reals, des mexikanischen Pesos sowie des US-Dollars und der türkischen Lira, jeweils gegenüber dem Euro. Ohne Berücksichtigung der Effekte aus Erst- und Entkonsolidierungen<sup>1</sup> lagen die kursbereinigten<sup>2</sup> Umsatzerlöse in etwa (-4 Mio. Euro) auf dem vergleichbaren Vorjahresniveau. Somit wurde das starke organische Umsatzwachstum im Geschäftsbereich Nahrungsmittel, insbesondere getrieben durch Dr. Oetker, und bei Oetker Digital/neuen Geschäftsmodellen (Weitere Interessen) überkompensiert durch die operativen Umsatzverluste, die insbesondere die Hotels und die anderen konsumgüterorientierten Geschäftsbereiche verkraften mussten.

Der in Deutschland erzielte Umsatz der Gruppe ging um 1,3% auf 3.381 Mio. Euro zurück. Diese Entwicklung ist in erster Linie den Umsatzverlusten im Geschäftsbereich Bier und alkoholfreie Getränke geschuldet und konnte nicht durch gestiegene Inlandsumsätze mit Nahrungsmitteln ausgeglichen werden. Der Anteil des außerhalb Deutschlands erzielten Umsatzes ist mit 53,9% des Gesamtumsatzes nahezu unverändert. Gegenüber dem Jahr 2019 zeigte die Region Restliches Europa ein Plus von 3,3%, das im Wesentlichen durch Zuwächse bei Nahrungsmitteln in der Schweiz und der Türkei gestützt wurde. Dagegen verzeichneten die anderen Auslandsregionen in der Summe auf Konzernebene leichte Rückgänge. Besonders ausgeprägt war der Rückgang in Frankreich aufgrund des Umsatzeinbruchs bei den Hotels. Daneben führten vor allem geringe Umsätze der Sektparte in den USA dazu, dass die Region Restliche Welt den Wachstumstrend nicht fortsetzen konnte.

<sup>1</sup> Die Bereinigung von Änderungen im Konsolidierungskreis erfolgt durch Anpassung der Vorjahreszahlen.

<sup>2</sup> Die Bereinigung von Kurseffekten wurde durch die Anwendung der Jahresdurchschnittskurse des laufenden Jahres auf die Umsatzerlöse des Vorjahres ermittelt.



Das Investitionsvolumen (ohne Erstkonsolidierungen) in Höhe von 343 Mio. Euro in der Oetker-Gruppe lag 4,3 % unter dem Niveau des Vorjahres (358 Mio. Euro). Mit 66,4% (Vorjahr: 65,6%) war der Investitionsanteil der inländischen Unternehmen weiterhin sehr hoch. Der Großteil der Investitionen entfiel auf den Geschäftsbereich Nahrungsmittel, die Ausgaben waren dort um 8,4% höher als im Jahr zuvor. Den Schwerpunkt der Investitionen im Bereich Nahrungsmittel bildete wiederum der Produktions- und Logistikbereich. Entsprechend spiegelte sich die Mittelverwendung in einem Anstieg bei den Anlagekategorien Technische Anlagen und Maschinen sowie Anlagen im Bau und Anzahlungen wider.

Für die Oetker-Gruppe waren im Jahr 2020 insgesamt 20.830 Mitarbeiter in Deutschland und 16.001 Mitarbeiter im Ausland tätig. Die Anzahl der Beschäftigten stieg im Berichtsjahr um 8,1% auf weltweit 36.831, ohne die Veränderungen im Konsolidierungskreis ist die Mitarbeiterzahl um 5,6% angewachsen. Der Zuwachs von 2.770 Mitarbeitern insgesamt entfiel mit etwas weniger als der Hälfte auf den Geschäftsbereich Nahrungsmittel, der im Vergleich zum Vorjahr durchschnittlich 6,9% mehr Mitarbeiter zählte. Dieser Anstieg resultierte auch aus akquisitionsbedingten Veränderungen bei Dr. Oetker. Dort schlug sich vor allem die ganzjährige Berücksichtigung der Beschäftigten bei Mavalério in Brasilien und bei Panovia in Rumänien nieder. Während sich bei Sekt und Bier die Beschäftigtenzahlen leicht rückläufig entwickelten, verzeichnete der Geschäftsbereich Weitere Interessen einen deutlichen Anstieg um 33,2% auf 6.214 Mitarbeiter, der maßgeblich aus Personalaufstockungen in den neuen digitalen Geschäftsmodellen, vor allem bei Durstexpress, resultierte.

## Nahrungsmittel

➤ Allgemeine Informationen zum Geschäftsbereich finden Sie auf Seite 7 f.

### Geschäftsprozesse

Dr. Oetker hat im Supply-Chain-Prozess (Beschaffung, Produktion und Logistik) Kapazitätserweiterungen sowie Maßnahmen zur Prozessverbesserung umgesetzt. In diesem Rahmen setzt das Unternehmen seinen Fokus in besonderem Maße auf das Thema Digitalisierung – so wurden beispielsweise die Einkaufsprozesse unter dem Einsatz entsprechender Webplattformen und Tools zunehmend digitalisiert. Anknüpfend an die Entwicklung der Vorjahre hat Dr. Oetker marketingseitig die internationale Zusammenarbeit und den gemeinsamen Austausch zwischen den Ländern verstärkt. Dabei wurden vermehrt digitale Marketingformate und -kanäle genutzt, die stets an den Bedürfnissen der Konsumenten ausgerichtet sind. Auch im Vertriebsbereich hat Dr. Oetker die in den Vorjahren begonnene Digitalisierung fortgesetzt, um die Effektivität und Effizienz – sowohl im Außen- als auch im Innendienst – weiter zu steigern.

Fokus auf Zucker- und Salzreduzierung sowie den Einsatz nachhaltiger Rohstoffe und Verpackungen

Im Geschäftsjahr 2020 hat Dr. Oetker eine Vielzahl neuer Produkte auf den Markt gebracht. In der Kategorie Kuchen und Dessert wurden beispielsweise Dr. Oetker High Protein Puddings eingeführt. Das neue Dessert ohne zugesetzten Zucker fügt sich optimal in den Rahmen einer proteinreichen Ernährung ein und ist in den drei Geschmacksrichtungen Vanille, Schoko und Grieß erhältlich. Für den besonderen Kuchengenuss zwischendurch sorgen die neuen Dr. Oetker Lavakuchen mit flüssigem Kern in den Sorten Choco Lava und Salted Caramel Lava. Ganz ohne Backen, das heißt schnell und unkompliziert, lassen sich die neuen American Style Cheesecakes zubereiten. Die Backmischungen werden in vier Sorten angeboten. In der Kategorie Pizza hat Dr. Oetker die All American Pizza auf dem deutschen Retail-Markt eingeführt. Darüber hinaus hat sich Dr. Oetker auf die Zucker- und Salzreduzierung in Lebensmitteln, den Einsatz alternativer bzw. nachhaltiger Rohstoffe und Verpackungen sowie die Einhaltung ökologischer und ethischer Standards bei den eingesetzten Rohmaterialien fokussiert.

Die Conditorei Coppenrath & Wiese hat im Geschäftsjahr 2020 einen Schwerpunkt auf die Optimierung der Produktionsabläufe gelegt. Dies umfasste die Fortsetzung von Projekten, die auf schnelleres Rüsten bei Produktionswechseln, Dosierungsoptimierungen und sogenannte Low-Cost-Automation abzielen. Am Standort Mettingen wurde im März 2020 eine neue Linie zur Produktion von Cheesecakes in Betrieb genommen. Daneben hat die Conditorei Coppenrath & Wiese mit dem Aufbau weiterer Produktionslinien für Fertigungskuchen begonnen. Auch im Logistikbereich hat das Unternehmen Erweiterungsprojekte eingeleitet. Der Bau eines neuen Hochregallagers am Standort Atter soll im Sommer 2021 fertig gestellt sein und die Kapazitäten um die Hälfte erhöhen. Im Rahmen des Fuhrparkmanagements konnten die Lkw-Auslastung verbessert und somit die Leerkilometer reduziert werden.

Mit Blick auf den Vertrieb spielen die Kundenbeziehungen aus dem E-Commerce-Bereich zunehmend eine Rolle für das Unternehmen. Als Ergebnis der konsequenten Fortführung des Strategieprojekts zum Thema Digitalisierung konnte die Conditorei Coppenrath & Wiese ihre Geschäftsbeziehungen im E-Commerce ausweiten. Auch im klassischen Vertrieb hat das Unternehmen seine Kundenbeziehungen gestärkt.

Eröffnung eines  
neuen Hochregallagers  
in Hannover

Auch die *Martin Braun-Gruppe* fokussierte sich in der Produktion und Logistik auf diverse Instandhaltungs- und Erweiterungsmaßnahmen. Am Standort Hannover hat das Unternehmen Ende des Jahres 2020 ein neues Hochregallager mit hohem Automatisierungsgrad eröffnet. Die Agrano AG in der Schweiz hat ihren Bereich Mischung komplett erneuert und mit moderner Technik ausgestattet. Wolf ButterBack investierte vor allem in neue Verpackungstechnologie. Bei der 2018 akquirierten Unternehmensgruppe Diversi Foods flossen die Investitionen zur Kapazitätserweiterung unter anderem in den Bau der Linie für die „Boulangerie de France“. Hierzu wurden ein neues zusätzliches Gebäude und neue Produktionstechnik angeschafft.

Die Planung der Marketingmaßnahmen hat Martin Braun rollierend an die veränderten Marktgegebenheiten angepasst, um in Zeiten der Corona-Krise flexibel agieren zu können. Trotz der Einschränkungen aufgrund von Corona konnten Kundenkontakte mittels virtueller Kontaktmöglichkeiten intensiviert werden. Zusätzlich wurde ein Webinarprogramm entwickelt, das kundenindividuell und auch Gruppen aus verschiedenen Kunden und Interessierten angeboten wird. Im Vertriebsbereich beobachtet die Gruppe weiterhin eine steigende Nachfrage nach natürlichen und deklarationsarmen Produkten. Um diesem steigenden Verbraucheranspruch nach Natürlichkeit in den Lebensmitteln entgegenzukommen, hat Braun einen Teil des Aromensortiments auf Clean Label umgestellt. Die Philosophie ist, auf bestimmte Zutaten zu verzichten und den Rohstoffeinsatz insgesamt auf das Maß zu beschränken, das für eine gleichbleibende, hervorragende Gebäckqualität absolut notwendig ist. Mit Spicy Crust ist eine innovative, palmölfreie Alternative für herzhafte Produkte im Bereich Brot/Brötchen in den Markt eingeführt worden. Mit Dinkel all in one, einem Backmittelkonzentrat zur Herstellung von Dinkelgebäcken, wurde eine Innovation kreiert, die für ein sehr umfangreiches Anwendungsspektrum nur ein Produkt benötigt. Damit hält das Trendgetreide Dinkel Einzug in den Bereich der süßen Backwaren.

### Geschäftsverlauf

KENNZAHLEN	2019	2020
Umsatzerlöse (Mio. €)	3.883	4.137
Bereinigte Umsatzerlöse Vorjahr (Mio. €) <sup>1</sup>	3.826	
Investitionen (Mio. €)	176	191
Beschäftigte	18.743	20.040

<sup>1</sup> Um Konsolidierungskreis- und Wechselkurseinflüsse bereinigte Umsatzerlöse.

Der Geschäftsbereich Nahrungsmittel erwirtschaftete insgesamt Umsatzerlöse in Höhe von 4.137 Mio. Euro und konnte somit im Berichtsjahr um 6,5% wachsen. Bereinigt um Konsolidierungskreis- und Wechselkurseffekte betrug das Umsatzwachstum 8,1%. Die Investitionen lagen bei 191 Mio. Euro (Vorjahr: 176 Mio. Euro). Bei der Mitarbeiterzahl verzeichnete der Geschäftsbereich einen Anstieg um 6,9% auf 20.040 Beschäftigte im Berichtszeitraum, im Wesentlichen bedingt durch die ganzjährige Berücksichtigung der

im Vorjahr erworbenen Unternehmen bei Dr. Oetker. Ohne Veränderungen im Konsolidierungskreis ergab sich in 2020 ein Anstieg der Personalzahlen um 3,7%.

Die beiden Nahrungsmittelunternehmen *Dr. Oetker* und *Conditorei Coppenrath & Wiese* haben im Geschäftsjahr 2020 den Umsatz auf zusammen 3.687 Mio. Euro gesteigert und konnten damit ein Wachstum von 9,6% gegenüber dem Vorjahr verzeichnen. Wechselkurseffekte hatten einen negativen Einfluss auf die Wachstumsentwicklung, vor allem bedingt durch die deutliche Abwertung der türkischen Lira, des brasilianischen Reals sowie des mexikanischen Pesos gegenüber dem Euro. Bereinigt um Konsolidierungskreis- und Wechselkurseffekte betrug das Wachstum 11,1%.

Im Bereich der Akquisitionen lag der Fokus im Jahr 2020 primär auf der fortgesetzten Integration der in den Vorjahren erworbenen Unternehmen. Zudem wurden kleinere Unternehmen akquiriert, die das organische Wachstum ergänzten: Zum 30. Juli 2020 erfolgte die Aufstockung der Anteile an der InterNestor GmbH, einem Online-Anbieter von selbstgebackenen individualisierten Torten, von 49 auf 100%. Mit wirtschaftlicher Wirkung zum 31. Dezember 2020 erwarb Dr. Oetker die NewCakes B.V., den europäischen Marktführer im Bereich Multi-Brand-Specialty-Stores Cakes in den Niederlanden.

Ab Februar hat die Corona-Pandemie das Geschäft in allen Aktivitätsbereichen stark beeinflusst

Nach einem soliden Jahresstart im Januar 2020 über alle Sortimente und Länder hinweg hat ab Februar die COVID-19-Pandemie das Geschäft in allen Aktivitätsbereichen stark beeinflusst. Auf der einen Seite sind sämtliche Aktivitäten, die den Außer-Haus-Konsum bedienen, eingebrochen. Außerdem zeigten sich die negativen Auswirkungen der Corona-Krise auch bei den auf Backdekoration spezialisierten Vertriebskanälen, wie zum Beispiel den Party-Stores bei Mavalério in Brasilien oder dem Craft Channel für Wilton in den USA, die während der Lockdown-Monate geschlossen waren. Auf der anderen Seite war die Gruppe gleichzeitig über viele Retail-Sortimente hinweg mit einer starken und unerwarteten Nachfrage im ersten Halbjahr konfrontiert. Dabei führten die zur Sicherstellung der Lieferfähigkeit notwendigen Aufwände und Hygienemaßnahmen zu einer hohen Kostenbelastung.

In der Kategorie Kuchen und Dessert erzielte Dr. Oetker gegenüber dem Vorjahr ein deutliches Nettoumsatz-Wachstum, das insbesondere von dem Geschäft mit Backzutaten profitierte. Backmischungen, gekühlte Desserts, Trockenfertigprodukte und tiefgekühlte Kuchen verzeichneten ebenfalls ein jeweils zweistelliges prozentuales Wachstum im Gesamtjahresverlauf.

Die Kategorie Pizza partizipierte an dem gestiegenen Konsum von Pizzaprodukten für den häuslichen Verzehr. Aufgrund der Wachstumsraten hervorzuheben sind dabei die im Vorjahr eingeführte La Mia Grande und die ebenfalls im Jahr 2019 eingeführten TK-Snacks Intermezzo sowie die bereits etablierte Chicago Town Range.

Entgegen diesem positiven Trend verliefen die Entwicklungen im Professional-Bereich. Nachdem das Geschäft in den ersten Monaten der Pandemie aufgrund der bekannten

Lockdown-Maßnahmen und der erheblichen Einschränkungen durch Hygienevorkehrungen stark eingebrochen war, konnten im zweiten Halbjahr leichte Verbesserungen erzielt werden, die allerdings nicht zum Erzielen des Vorjahresniveaus ausreichten.

Retail-Sortimente erzielen moderate Zuwächse, gleichzeitig Verluste im Out-of-Home-Konsum

Auch bei der regionalen Betrachtung spiegeln sich im Wesentlichen die Auswirkungen der Corona-Pandemie wider: Die Retail-Sortimente konnten zulegen, der Out-of-Home-Konsum und die Professional-Märkte brachen ein. Die Regionen Deutschland und Westeuropa profitieren trotz schwacher Professional-Umsätze insgesamt von moderaten Absätzen in den Retail-Sortimenten. In der Region Westeuropa haben über die Hälfte der Landesgesellschaften ein deutliches Wachstum erzielt. Diese erfreuliche Entwicklung war stark getrieben durch die beiden strategischen Kategorien Pizza sowie Kuchen und Dessert, wobei insbesondere die pulverbasierten Sortimente zur Umsatzsteigerung beigetragen haben.

Auch in der Region Osteuropa verzeichnete Dr. Oetker währungsbereinigt ein starkes Wachstum gegenüber dem Vorjahr. Allerdings wurde diese organische Umsatzsteigerung geschwächt durch negative Effekte aus der teilweise massiven Abwertung osteuropäischer Währungen.

Zweistellige Wachstumsraten in Kanada

In der Region Amerika haben sich die Folgen der Pandemie stärker gezeigt als in Europa. Der Umsatz lag in Euro leicht über dem Vorjahresniveau, konnte aber währungsbereinigt gegenüber dem Jahr 2019 deutlich gesteigert werden. Die Landesgesellschaft in Kanada erreichte vor allem aufgrund ihres erfolgreichen Pizzasortiments in lokaler Währung zweistellige Wachstumsraten. Auch Dr. Oetker Brasilien zeigte 2020 eine sehr gute Entwicklung im Sortiment Kuchen und Dessert. Dagegen waren die Gesellschaften Mavalério und Wilton stark negativ betroffen: Der Lockdown und damit die Schließung der wichtigen Craft-Stores in den USA sowie der Party-Stores in Brasilien führten zu Absatzeinbrüchen.

Die Geschäftsentwicklung in der Region 3A war wesentlich durch das Wachstum der Kategorie Kuchen und Dessert geprägt. Hervorzuheben ist die starke Entwicklung der Landesgesellschaften in Ägypten, Tunesien, Marokko und Indien.

In den neuen Geschäftsmodellen, insbesondere mit der Hospitality GmbH, konnte Dr. Oetker nicht wie ursprünglich geplant Fahrt aufnehmen. Aufgrund der pandemiebedingten Restriktionen wurde die Eröffnung geplanter Gastronomieformate in den USA und Deutschland in das Geschäftsjahr 2021 verschoben.

Erfreulicher Verlauf im Markengeschäft der Conditorei Coppenrath & Wiese

Die *Conditorei Coppenrath & Wiese* konnte im Jahr 2020 ihre Umsatzerlöse um 5,7% steigern. Die Umsatzerhöhung resultierte vorrangig aus dem erfreulichen Verlauf im Markengeschäft in Deutschland, vor allem infolge der starken Entwicklung der strategischen Segmente Blechkuchen und Brötchen sowie der kleinen Kuchen, Rollen und Strudel. Das Tortengeschäft schwächelte aufgrund der Corona-bedingten Kontaktbeschränkungen und des damit verbundenen Ausbleibens von Verzehranlässen. Im Geschäft mit Großbritannien konnten Belastungen aus dem weiterhin ungünstigen Wechselkurs des britischen Pfunds

zum Euro durch positive Abweichungen bei den Rohstoffkosten und eine aktive Sortimentspolitik zum Teil kompensiert werden.

Investitionen auf hohem Niveau als Grundlage für weiteres Wachstum

Die Investitionen bei Dr. Oetker und der Conditorei Copenrath & Wiese lagen im Jahr 2020 mit 156 Mio. Euro (Vorjahr: 149 Mio. Euro) auf einem weiterhin hohen Niveau. Der Großteil entfiel auf Dr. Oetker. Damit schaffen die Unternehmen die Grundlagen für zusätzliches Wachstum in den kommenden Jahren und gewährleiten den aktuellen Stand der Technik sowie hochqualitative Prozesse innerhalb der gesamten Supply Chain. In diesem Kontext erfolgten beispielsweise an den Dr. Oetker Produktionsstandorten in Deutschland, Polen, Südafrika und Brasilien Großinvestitionen in neue Produktionslinien oder Lagererweiterungen. Die Conditorei Copenrath & Wiese hat zur Fortsetzung des Kapazitätsausbaus ebenfalls im abgelaufenen Geschäftsjahr Investitionen in weitere Produktionslinien für Brötchen und Cheesecake sowie in eine neue Fertigungstechnik für Fertigkuchen getätigt.

Umsatzrückgang durch Corona-Pandemie

Die *Martin Braun-Gruppe* hat im Geschäftsjahr 2020 den über viele Jahre hinweg stattfindenden Wachstumsprozess nicht fortsetzen können und musste einen erheblichen Umsatzrückgang um 13,1% ausweisen. Zudem belasteten zum Teil negative Währungseffekte, allen voran die Abwertung der türkischen Lira, die lokale Geschäftsentwicklung. Bereinigt um Währungseinflüsse belief sich die organische Umsatzveränderung auf –11,4%.

Infolge des Nachfragerückgangs in der Corona-Krise haben sich die Umsätze nicht wie ursprünglich geplant entwickeln können. In den ersten drei Monaten der Krise im Jahr 2020 waren die Bäckereien und der Food-Service weltweit stark betroffen, in zahlreichen Ländern hatten viele Kunden über Monate geschlossen. Mit der zweiten Corona-Welle im Herbst kam es erneut zu zahlreichen lokalen und nationalen Lockdowns in den Zielmärkten. Auch in Deutschland haben über mehrere Wochen die handwerklichen Bäckereien gelitten, da viele Endkonsumenten nur zu einem sogenannten One-Stop-Shopping im Einzelhandel übergegangen sind und zudem abgepackte Backwaren zeitweise vorgezogen haben. Schwierig war die Situation ebenso bei den umsatzstarken Outlets der Bäckereifilialisten an Hochfrequenzorten mit in der Regel viel To-go-/Out-of-Home-Umsatz. Diese wie auch die zahlreichen Food-Service-Kunden der *Martin Braun-Gruppe* haben deutliche Rückgänge zu verzeichnen. Eine sehr erfreuliche Ausnahme war der Bereich der Biohefe. Das Bedürfnis der Endkonsumenten, mehr zu Hause zu backen, hat hier ebenso Wirkung gezeigt wie der weiter steigende Biotrend. Mit Hilfe eines umfassenden Maßnahmenpakets hat die Gruppe auf die schwierigen Marktbedingungen reagiert und konnte auf diese Weise einen Teil des Umsatzrückgangs abmildern.

**Prognose**

Die beiden Unternehmen *Dr. Oetker* und *Conditorei Coppenrath & Wiese* erwarten für 2021 einen Gesamtumsatz in etwa auf dem Niveau des abgelaufenen Geschäftsjahres. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die Umsätze im Vorjahr durch positive Sondereffekte in Zeiten der Corona-Krise beeinflusst waren. Die Zuwächse im Pizza- und Nahrungsmittelgeschäft für den häuslichen Konsum gingen zum Teil auf den Lockdown der Gastronomie sowie auf Bevorratung zurück und sind nicht nachhaltig für die Zukunft. Somit wird die Umsatzentwicklung stimuliert durch operative Maßnahmeninitiativen, insbesondere Produktinnovationen und Marktinvestitionen in allen Regionen, sowie durch den weiteren Distributionsausbau in den Wachstumsregionen Asien und Afrika.

Die *Martin Braun-Gruppe* erwartet auch im Jahr 2021 ein schwieriges Marktumfeld, das weiterhin negativ von den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie betroffen sein wird. Das größte Risiko ist die Ungewissheit über die Geschwindigkeit der Erholung der einzelnen Ländermärkte von der COVID-19-Pandemie. Für 2021 gibt die Gruppe für alle Regionen eine positive Umsatzprognose ab und erwartet insgesamt einen leichten Anstieg bei den Umsatzerlösen. Insbesondere die Auslandsregionen werden ihren Umsatz voraussichtlich wieder steigern. Zahlreiche operative Maßnahmen wie der Ausbau der Sortimente für den Food-Service-Markt, sowohl im Bereich Ingredients als auch im Bereich Frozen, die europaweit immer stärkere Fokussierung der Projekte im Lebensmitteleinzelhandel und der Ausbau neuer Zielgruppen werden dieses Wachstum unserer Prognose zufolge ermöglichen. Gleichzeitig nehmen jedoch aufgrund der weiterhin zunehmenden Konsolidierung auf dem europäischen Backwarenmarkt die Risiken zu.



## Bier und alkoholfreie Getränke

➤ Allgemeine Informationen zum Geschäftsbereich finden Sie auf Seite 9

### Geschäftsprozesse

Im Jahr 2020 verschob sich in der *Radeberger Gruppe* aufgrund der Corona-Pandemie der Hauptfokus im Beschaffungsprozess auf die Absicherung der Lieferketten und der Liquidität. Dabei haben die in den vergangenen Jahren fortwährend professionalisierten Purchase-to-Pay(P2P)-Prozesse und etablierte Source-to-Contract(S2C)-Strategien zu einem adäquaten Management der Corona-Krise beigetragen. Weiterhin fester Bestandteil im Lieferantenmanagement ist das Corporate-Social-Responsibility(CSR)-Tool EcoVadis, das 2017 zur Messung der Nachhaltigkeitsleistung und der Lieferantenstandards eingeführt wurde. Dieses Instrument wird auch im Hinblick auf das Lieferkettensorgfaltsgesetz hilfreich sein.

Projekt Smart Supply Chain erfolgreich eingeführt

In der Produktion musste die Gruppe durch die Corona-bedingten Schließungen der Gastronomie und entsprechende Absatzeinbrüche im Fassbierbereich die Fassabfüllanlagen temporär komplett stilllegen. Darüber hinaus wurde wiederholt ausgeliefertes Vollgut, das wegen des eingebrochenen Fassbierabsatzes mit Blick auf das Mindesthaltbarkeitsdatum gefährdet war, aus der Gastronomie zurückgeholt. Im Logistikbereich wurden die Arbeiten an einem neuen gruppenweiten Lagerverwaltungssystem fortgesetzt. Die operative Umsetzung an den Brauereistandorten verzögert sich allerdings aufgrund der Corona-Pandemie, sodass erst im Jahr 2022 mit einer Inbetriebnahme zu rechnen ist. Mit dem Projekt Smart Supply Chain verfolgt die Radeberger Gruppe einen innovativen Ansatz zur digitalen Steuerung und Optimierung ihrer Wertschöpfungskette. Dieses Projekt wurde erfolgreich im Berliner Getränkemarkt pilotiert. Im Fokus steht eine automatisierte Prozessabwicklung von der Prognose der Absätze sowie der Bestellabwicklung im Outlet über die automatisierte Auftrags erfassung und Beschaffungsplanung im Getränkefachgroßhandel bis hin zur Produktionsplanung der Brauerei über mehrere Supply-Chain-Stufen. Der Roll-out dieser Anwendungen soll ab dem Jahr 2021 stattfinden.

Investitionen in Kapazitätserweiterungen und Innovationen

Neben diesen gruppenübergreifenden Veränderungen wurden zahlreiche standortspezifische Maßnahmen zur Weiterentwicklung von Produktions- und Logistikstrukturen umgesetzt. Dazu zählt beispielsweise die notwendige Kapazitätserweiterung beim Allgäuer Brauhaus. Die Installation einer zweiten Abfülllinie, die auf Bügelflaschen spezialisiert ist, soll moderne Technik mit höchster Effizienz vereinen. Am Standort Radeberg wurde eine neue Mehrweg-Abfüllanlage in Betrieb genommen. In Krostitz konnten im Zuge der Kapazitätserweiterung vier neue Gärtanks in das System eingebunden werden. Zur Weiterentwicklung im vertikalen Geschäft konzentrierte sich der Bereich Handel weiter auf die marktgerechte Ausrichtung seiner GFGH-Standortstrukturen. Vor diesem Hintergrund wurden die beiden sächsischen Betriebe Helmke und Flack & Schwier zu einem gemeinsamen Unternehmen (HFS Getränke als „Region Sachsen“) verschmolzen. Durch den Erwerb des Getränkefachgroßhändlers Pachmayr am Standort Oberhaching hat die Radeberger Gruppe ihr GFGH-Netz weiter nach Süden ausgedehnt. Des Weiteren hat die Gruppe an verschiedenen Standorten die Leergutsortierung optimiert, um die ständig wachsenden Anforderungen komplexer werdender Leergutströme zeitnah bearbeiten und das Leergut schnellstmöglich zur Rückführung bereitstellen zu können.



Die Bereiche Marketing und Vertrieb mussten infolge der Corona-Krise bereits geplante Kampagnen oder Neuprodukteinführungen partiell verschieben sowie die Außendienstbetreuung zwischenzeitlich zurückfahren. Zur teilweisen Kompensation der Corona-bedingten Ertragseinbrüche hat die Radeberger Gruppe spürbare Kosten- und Budgetreduzierungen vorgenommen. Hiervon waren auch die Marketing- und Vertriebsbudgets betroffen. Um ihre Marken trotz dieser notwendigen Kosteneinsparungen weiter kraftvoll im Bewusstsein der Verbraucher zu halten, forcierte die Radeberger Gruppe die Engagements der Marken in den sozialen Medien, die gerade in Zeiten der Krise einen wichtigen Kanal zur Markenkommunikation darstellen. Trotz dieser Einschränkungen konnten im Jahr 2020 zahlreiche Marketingmaßnahmen erfolgreich umgesetzt werden: Anfang 2020 startete die neue Kampagne der Marke Jever unter dem Motto „Der Charakter macht den Unterschied“, die neben TV-Werbung diverse Sponsorings und Online-Aktivitäten umfasst. Im Sommer startete die Einführung des neuen Markenkastens für Radeberger Pilsner. Die Positionierung der Marke Clausthaler Alkoholfrei wurde im Hinblick auf einen noch stärkeren Alltagsbezug sowie die Akzeptanz in der relevanten Zielgruppe geschärft. Auch während der Pandemie wuchs die Marke im Export deutlich, sodass das internationale Geschäft für Clausthaler Alkoholfrei mittlerweile der wichtigste Absatzkanal ist.

Markteinführungen  
vielversprechender  
Neuprodukte

Auch im Jahr 2020 konnte die Radeberger Gruppe mehrere vielversprechende Neuprodukte in den Markt einführen. Als neues eigenständiges Bier der Kategorie Helles wurde die Marke Oberdorfer im Markt platziert. Aus dem Hause Diageo wurde mit Hop House 13 ein Neuprodukt der Marke Guinness eingeführt. Auch im Bereich der alkoholfreien Biere hat die Radeberger Gruppe ihr Portfolio um spannende Neuprodukte erweitert: Das Sortiment der Marke Ur-Krostitzer wurde um eine alkoholfreie Variante ergänzt und bei der Weizenbiermarke Schöffelhofer ersetzt eine 0,0%-Variante das bisherige alkoholfreie Angebot. Die Sorte Blutorange erweiterte die Jever-Fun-Range, während das Clausthaler-Sortiment um ein naturtrübes Radler ergänzt wurde. Darüber hinaus ist die Einführung von Schöffelhofer Weizen-Mix Zitrone (auch alkoholfrei), Binding Radler Naturtrüb sowie Freiburger Radler Grapefruit Naturtrüb erfolgreich gelungen.

Die Vertriebsaktivitäten der Gruppe folgen der konsequenten Ausrichtung auf die Kundenbedürfnisse. Zentrale Bedeutung hatte vor allem der weitere Ausbau des CRM-Systems, das nach vollständiger Etablierung zu einer noch besseren Kunden- und Marktbearbeitung führt, insbesondere bei der Flächenbearbeitung und -vernetzung sowie bei der Potenzialermittlung und -bearbeitung. Entsprechend der Digitalisierungsstrategie konnten weitere wichtige neue Systeme eingeführt werden. Parallel zu den neuen Systemen und Technologien hat die Gruppe ihre Aufbauorganisation angepasst und zukunftsfähig aufgestellt. Im Marketing wurde im Juni 2020 ein zentrales Social-Media-Team installiert, das die entscheidende Schnittstelle zur Düsseldorfer Agentur OnlineDialog darstellt, an der die Radeberger Gruppe beteiligt ist. Der Vertrieb Handel fasste die Betreuung für nationale und regionale GAM-Kunden zusammen; darüber hinaus wurde die GFGH-Betreuung der Gastronomie und des Handels mit Blick auf Logistikhemen nach dem Prinzip „One Face to the Customer“ in eine Hand gelegt. Zur Verbesserung der Vertriebssteuerung konnte

BraufactuM auf eine klassische Distribution über Gastro-GFGHs und Streckenlogistiker umgestellt werden. Gleichzeitig erfolgte zum Jahreswechsel 2020/2021 die Integration verschiedener bislang unabhängig geführter Marken in die Vertriebsorganisation des Markengeschäfts. Dies betrifft zum Beispiel die Preiseinstiegsmarken Sternburg und Hansa.

### Geschäftsverlauf

KENNZAHLEN	2019	2020
Umsatzerlöse (Mio. €)	1.792	1.625
Bereinigte Umsatzerlöse Vorjahr (Mio. €) <sup>1</sup>	1.802	
Investitionen (Mio. €)	93	82
Beschäftigte	7.094	7.083

<sup>1</sup> Um Konsolidierungskreis- und Wechselkurseinflüsse bereinigte Umsatzerlöse.

Die Radeberger Gruppe als Deutschlands führende Brauereigruppe konnte sich der Absatzentwicklung auf dem gesamten deutschen Biermarkt nicht entziehen, sodass die Umsatzerlöse – auch aufgrund der Corona-bedingt starken Umsatzrückgänge bei unseren gastro-orientierten Getränkefachgroßhändlern – um 9,3% auf 1.625 Mio. Euro gesunken sind. Nach der Eliminierung von Währungs- und Konsolidierungskreiseffekten betrug der Umsatzrückgang 9,8% bzw. 177 Mio. Euro.

Steigerungen im  
Handelsgeschäft können  
Verluste im Fassbier-  
geschäft nicht komplett  
kompensieren

Die Entwicklung innerhalb der einzelnen Unternehmensbereiche war unterschiedlich ausgeprägt. Für das Brauereigeschäft machte sich neben den massiven Fassbiervverlusten absatzseitig eine signifikante Steigerung im Handelsgeschäft aufgrund eines verstärkten Heimkonsums bemerkbar. Dieses Mengenwachstum beim Mehrwegsortiment konnte den drastischen Absatzeinbruch bei Gastronomiegebunden nicht kompensieren, sodass die Gesamtmenge im Vergleich zum Vorjahr rückläufig war. Durch die Verschiebung vom Außer-Haus- zum Heimkonsum war darüber hinaus ein deutlich negativer Struktureffekt zu verzeichnen, da insbesondere bei margenstarken Artikeln/Gebunden die Menge schrumpfte. Insgesamt entwickelte sich der Bier-Inlandsabsatz der Gruppe um 4,5% rückläufig gegenüber dem Vorjahr. Angesichts des brachliegenden Gastronomiegeschäftes kam in der Folge auch das Geschäft der gastro-orientierten Getränkefachgroßhandlungen zeitweise komplett zum Erliegen, sowohl während der harten Schließungen im Frühjahr als auch während der Lockdowns ab November 2020, die eine erneute Schließung der Gastronomie nach sich zogen. Anders verlief die Situation im Bereich der Getränkeabholmärkte: Getränke Hoffmann entwickelte sich mit deutlich zweistelligen Wachstumsraten besser als der ohnehin sehr dynamische Markt. Die Supply Chain war durch das volatile Geschäft aufgrund von sogenannten Hamsterkäufen, langanhaltenden Schönwetterperioden und Preisaktionen des Handels stark belastet. Die Streckenlogistik, die gemeinsam mit Veltins über das Joint Venture Deutsche Getränke Logistik betrieben wird, hatte insbesondere zu Beginn der Hamsterkäufe mit Absatzspitzen wie im Hoch-

sommer zu kämpfen, gefolgt von einem signifikanten Einbruch und anschließender schwankungsintensiver Geschäftsentwicklung. Durch das starke Wachstum des Absatzvolumens im Mehrwegbereich, gepaart mit der extrem volatilen Entwicklung, wuchs auch im Leergutbereich der Druck: Ein sich verlangsamender Gebinderücklauf bei der H. Leiter GmbH sowie ein rückläufiger Einzelflaschenverkauf und ein damit einhergehender Leergutmangel führten zu sehr schwankenden Auslastungen in den einzelnen Betrieben.

Der allgemeinen Marktentwicklung folgend entwickelte sich auch das Portfolio der Radeberger Gruppe im abgelaufenen Berichtsjahr in der Summe rückläufig, insbesondere Marken mit einer starken Präsenz in der Gastronomie wurden hart von den Auswirkungen der Corona-Pandemie getroffen. Die nationalen Marken, also Radeberger Pilsner, Jever und Schöfferhofer, verzeichneten insgesamt einen moderaten Absatzrückgang im Vergleich zum Vorjahr. Der Absatz der fassbierstarken Hauptmarke Radeberger Pilsner konnte nach einem stabilen Vorjahr in 2020 nicht gehalten werden und sank um 5,5%. Der Absatz der friesischen Marke Jever entwickelte sich insbesondere aufgrund eines starken Wachstums der alkoholfreien Variante Jever Fun positiv. Demgegenüber litt die sehr gastronomieorientierte Weizenbiermarke Schöfferhofer besonders unter den Corona-bedingten Einschränkungen und verzeichnete dementsprechend erhebliche Verluste.

Bei den nationalen Spezialitäten entwickelten sich absatzseitig die Volumenmarken Clausthaler und Guinness deutlich rückläufig. Dagegen konnten sich die Marken Altenmünster sowie Berliner Weisse in dem schwierigen Marktumfeld behaupten und das Vorjahresniveau bestätigen.

Im Segment der regionalen Premiummarken gibt es einzelne Marken, die dem allgemeinen Negativtrend erfolgreich trotzten und sich im Vorjahresvergleich stabil bis positiv entwickelten. Die größte Marke des Segments, Ur-Krostitzer, blieb auch 2020 weiterhin auf Erfolgskurs und verzeichnete im Vergleich zum Vorjahr eine moderate Steigerung der Absatzmenge. Auch die zweitstärkste Marke des Segments, Freiberger, konnte sich in dem schwierigen Marktumfeld mit einer im Vergleich zum Vorjahr stabilen Absatzmenge behaupten. Darüber hinaus erzielte die Segmentmarke Kloster Scheyern Zuwächse, während Allgäuer Buble nicht ganz an das gute Vorjahresniveau anknüpfen konnte.

Das stark gastronomieorientierte Segment der alkoholfreien Getränke wurde erheblich von der Corona-Pandemie getroffen und musste starke Absatzrückgänge verkraften.

Im Jahr 2020 lag die Zahl der Beschäftigten mit 7.083 in etwa auf dem Niveau des Vorjahres (7.094). Bereinigt um Zu- und Abgänge im Konsolidierungskreis ergab sich in 2020 ein Rückgang bei den Mitarbeiterzahlen um 2,9%. Die Investitionen der Radeberger Gruppe summierten sich auf 82 Mio. Euro und lagen damit 11,5% unter dem Vorjahreswert, vor allem aufgrund geringerer Investitionen in den Bereichen Technik, Verwaltung und Vertrieb.

**82 Mio.**  
Euro Investitionen

**Prognose**

Die deutsche Brauereiwirtschaft erlebte im abgelaufenen Jahr 2020 ihre tiefste Krise seit vielen Jahrzehnten. Der enorme Druck auf den Markt setzt sich im aktuellen Jahr unvermindert fort, die anhaltenden Corona-Einschränkungen bedingen einen branchenweit ernüchternden Jahresauftakt 2021. Auch die Radeberger Gruppe wird von dieser Entwicklung spürbar getroffen: Wie bereits im Vorjahr wird es auch im Jahr 2021 insbesondere in der Gastronomie sowie dem Fest- und Eventgeschäft weiterhin zu deutlichen Absatzeinbußen kommen, in den gastronomieorientierten Tochtergesellschaften der Gruppe fehlt während der Lockdown-Perioden weiterhin die Geschäftsgrundlage. Daher erwartet die Radeberger Gruppe sowohl im Brauereigeschäft als auch bei den gastronomieorientierten Getränkefachgroßhändlern deutliche Umsatzeinbußen mit spürbaren Ergebnisbelastungen, die das Geschäftsjahr 2021, je nach Dauer der erlassenen Maßnahmen bzw. dem Beginn einer flächendeckenden Immunisierung, massiv beeinflussen werden. Diese Einbrüche werden durch die auch im ersten Quartal 2021 anhaltende positive Entwicklung des Getränkeeinzelhandels nicht kompensiert werden können, sodass auch in 2021 zur Abfederung der Corona-Belastungen weiterhin umfassende Ausgaben- und Budgetkürzungen sowie die Anmeldung von Kurzarbeit notwendig sein werden.



## Sekt, Wein und Spirituosen

➤ Allgemeine Informationen zum Geschäftsbereich finden Sie auf Seite 10

### Geschäftsprozesse

Auch im Geschäftsjahr 2020 konnte Henkell Freixenet Synergie- und Effizienzpotenziale in der Beschaffung, Logistik und Produktion sowie dem Qualitätsmanagement heben. Seit dem Unternehmenszusammenschluss von Henkell & Co. und der Freixenet S.A. im Sommer 2018 läuft eine intensive Kooperation mit dem Ziel, die fortan gemeinsame Supply Chain zu harmonisieren. Dadurch wird eine verbesserte Wettbewerbsfähigkeit erreicht. Daneben hat die Gruppe ihre Beschaffungsstrategie weiter diversifiziert. Ein Eckpfeiler dieser Strategie besteht darin, vorgelagerte Prozesse in der Wertschöpfungskette selbst zu übernehmen, beispielsweise durch den eigenen Anbau von Rohstoffen. Im Zusammenschluss mit Freixenet konnten auch neue Lieferanten für Glasflaschen gewonnen werden. Die Verfügbarkeit von Glas war in den vergangenen Jahren aufgrund von längeren Sommerperioden und des erhöhten Bedarfs an Getränken sowie des negativen Images von PET zunehmend schwieriger.

Automatisierung von Prozessen

In der Produktion und Logistik wurden weitere Projekte zur digitalen Transformation vorangetrieben. Das Hauptaugenmerk lag dabei auf der Automatisierung von Prozessen, verbunden mit dem Ziel, Strukturkosten zu reduzieren. Dazu hat die Gruppe ihr digitales Prozessmanagement weiterentwickelt, das eine vollautomatisierte Produktionsplanung sowie eine Vernetzung und den Einsatz moderner Maschinen und Produktionsroboter ermöglicht. Zudem wurden hierbei Nachhaltigkeitsaspekte des GRI-Standards implementiert.

Ausbau des E-Commerce

Bei den Marketing- und Vertriebsaktivitäten legte Henkell Freixenet weiterhin den Fokus auf seine Kernmarken und unterstützte diese mit klassischer Werbung sowie mit Point-of-Sale-, Digital- und PR-Aktivitäten. Die Verantwortung für die Markenführung liegt in den Ursprungsländern. Zur besseren Steuerung der internationalen Prozesse wurden internationale Markenteams eingerichtet. Mit dem Ausbau von Henkell Freixenet Global konnten sowohl der Markenaufbau als auch die internationale Vermarktung der Produkte in Wiesbaden und Sant Sadurni erfolgreich zentralisiert werden. Darüber hinaus hat das Unternehmen dem digitalen Marketing einen höheren Stellenwert beigemessen, um den Herausforderungen bei dem Aufbau und der Pflege von Marken in der fragmentierten digitalen Welt zu begegnen. Auf diese Weise wird der interaktive Dialog mit den Verbrauchern weiter gestärkt. Mit den Maßnahmen zur Digitalisierung konnte Henkell Freixenet auch den Ausbau des E-Commerce vorantreiben, der in Zeiten von Corona einen deutlichen Auftrieb erfahren hat.

Die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden nach neuen Produktkategorien und Geschmackserlebnissen sind die Triebkraft für die Entwicklungsaktivitäten von Henkell Freixenet, ebenso wie das Engagement der Gruppe für die Weiterentwicklung bestehender Marken und Produkte. Entsprechend der anhaltenden Tendenz zur Premiumisierung hat Henkell Freixenet im Premiumbereich die Freixenet Wine Collection in der gefrosteten Flasche und die Freixenet Diamond Wine Collection in der ikonischen Kristallflasche eingeführt. Weitere Impulse resultierten aus den Ice-Varianten, wie zum Beispiel Freixenet Ice in Spanien und Bohemia Sekt Ice in Tschechien. Aufmerksamkeitsstarke Akzente im

Spirituosenbereich setzten die Wodka Gorbatschow Limited Edition mit Eko Fresh sowie der Trendsetter Kuemmerling Pfefferminz.

Auch das zunehmende Gesundheitsbewusstsein und der Wunsch nach einem gesünderen Lebensstil haben starken Einfluss auf die Branche. Darüber hinaus besteht eine Nachfrage nach mehr Innovationen und Convenience Drinks. Diese Trends bediente die Gruppe beispielsweise mit alkoholreduziertem Sekt und Wein für die skandinavischen Länder sowie mit Marktinnovationen im Ready-to-Drink- und Mischgetränkereich wie Mangaroca Batida Passion und Pineapple oder Söhnlein Sparkling White ICE und Pink ICE in der Ready-to-Drink-Dose.

### Geschäftsverlauf

KENNZAHLEN	2019	2020
Umsatzerlöse (Mio. €)	1.053	970
Bereinigte Umsatzerlöse Vorjahr (Mio. €) <sup>1</sup>	1.037	
Investitionen (Mio. €)	36	18
Beschäftigte	3.556	3.494

<sup>1</sup> Um Konsolidierungskreis- und Wechselkurseinflüsse bereinigte Umsatzerlöse.

**970 Mio.**  
Euro Umsatz

Henkell Freixenet erzielte im Geschäftsjahr 2020 Umsatzerlöse in Höhe von 970 Mio. Euro (Vorjahr: 1.053 Mio. Euro). Dies entspricht einem Rückgang von 7,9%, der maßgeblich auf die Auswirkungen der Corona-Krise sowie Wechselkurseffekte zurückzuführen ist. Bereinigt um Konsolidierungskreis- und Wechselkurseinflüsse ergab sich ein Umsatzrückgang um 6,5% von 1.037 Mio. Euro im Vorjahr auf 970 Mio. Euro im Berichtsjahr. Die Investitionen von Henkell Freixenet beliefen sich im Jahr 2020 auf 18 Mio. Euro gegenüber 36 Mio. Euro im Jahr zuvor. Der Schwerpunkt lag hierbei auf der Standortentwicklung von Mionetto in Italien. Die durchschnittliche Zahl der Beschäftigten hat sich unter anderem durch Restrukturierungsmaßnahmen in Spanien sowie durch den Verkauf von Weingütern in Australien um 62 Mitarbeiter auf 3.494 Mitarbeiter in 2020 verringert.

Der Umsatz der Region DACH (Deutschland, Österreich und Schweiz) lag mit 302 Mio. Euro um 1,1% über dem Vorjahreswert. Viel Freude bereitete die Entwicklung von Deutschlands führendem Premiumsekt Fürst von Metternich sowie von Wodka Gorbatschow. Eine sehr gute Entwicklung zeigten zudem die Weine Freixenet Mederaño und Mia. Im Herbst wurde eine neue Weinlinie unter der Marke Freixenet mit spanischen Rebsortenweinen eingeführt. In Österreich legten Henkell Trocken als Umsatzmarktführer Österreichs sowie Kupferberg Gold als Österreichs Absatzmarktführer zu. In der Schweiz konnte die seit Jahrzehnten führende Schaumweinmarke Freixenet einen Absatzrekord erzielen. Schloss Johannisberg konnte die Fokussierung auf Schlossweine vorantreiben.

Der Umsatz in der Region Westeuropa betrug im Jahr 2020 323 Mio. Euro (Vorjahr: 359 Mio. Euro). Die Umsatzentwicklung dieser Region war besonders betroffen von mehrfachen Lockdowns. Der hohe Gastronomieanteil in Spanien, Italien und Frankreich führte zu überproportionalen Rückgängen, die ein zweistelliges Umsatzminus zur Folge hatten. Im Vereinigten Königreich konnte der Umsatz deutlich gesteigert werden. Wichtigste Marken dieser Region waren Freixenet, Mionetto sowie *i heart WINES*. In Großbritannien konnte die Marktposition mit Freixenet und *i heart WINES* abermals deutlich ausgebaut werden. Hinzu kamen die Innovationen Freixenet Diamond Wine Collection, Care for Wild Wine Collection, *i heart Prosecco Rosé* und Mionetto Prosecco Rosé. Im Dezember 2020 konnte mit Jascots Wine Limited Englands renommiertester Gastronomie-Supplier übernommen werden.

Die Region Osteuropa ist geprägt von den starken Landesgesellschaften Bohemia in Tschechien, Törley in Ungarn und Hubert in der Slowakei, die jeweils über mehr als 60% Marktanteil auf dem nationalen Sektmarkt verfügen. Hinzu kommen Henkell Freixenet Polska – zweites Spirituosenkompetenzzentrum der Gruppe neben Deutschland – sowie Rumänien und die Ukraine. Der Umsatz der Region ging um 5,3% auf 165 Mio. Euro im Jahr 2020 zurück. Erfolgreiche Beiträge leisteten im Corona-Jahr 2020 unter anderem Bohemia Sekt in Tschechien mit einer guten Entwicklung der gleichnamigen Kernmarke sowie Törley in Ungarn und Hubert in der Slowakei mit ihrem starken Sektgeschäft. In Polen wurden erstmals 1 Mio. Flaschen Mionetto Prosecco verkauft, der sich auch insgesamt in der Region Osteuropa deutlich positiv entwickelte. Umgekehrt verzeichnete die Ukraine aufgrund der Reorganisation der Aktivitäten in eine reine Vertriebsgesellschaft starke Rückgänge.

Positive Entwicklung  
von Mionetto Prosecco  
in Osteuropa

Eine zunehmend wichtige Wachstumsregion ist der amerikanische Kontinent, der im Jahr 2020 gleichwohl stark von den Auswirkungen der Corona-Pandemie betroffen war. Die Nettoumsätze in der Region Americas sanken auf 133 Mio. Euro (Vorjahr: 167 Mio. Euro). In den USA stehen zurückgehenden Umsätzen bei Mionetto im Gastronomiegeschäft erfreuliche Absätze bei den Cava-Marken Freixenet und Segura Viudas gegenüber. Der Standort Gloria Ferrer in Sonoma musste zeitweise geschlossen werden, was zu hohen Umsatzeinbußen führte. Ähnlich war die Lage in Mexiko: Aufgrund der Standortschließung der Finca Sala Vivé mussten über 50% Umsatzrückgang in Kauf genommen werden. Im Jahr 2019 hatte der Standort noch 240.000 Besucher. Brasilien wiederum war 2020 trotz der Pandemie auf Wachstumskurs im Importsegment mit Freixenet. Die neuen Wachstumstreiber waren hier Freixenet Wine Collection und Freixenet Mia.

Die Region Asien/Pazifik umfasst die Aktivitäten der Henkell-Freixenet-Gesellschaften in Japan, Australien und China sowie alle weiteren Exportaktivitäten in der Region Asien-Pazifik und Afrika. Insgesamt erzielte die Region einen Umsatz von 42 Mio. Euro (nach 50 Mio. Euro im Vorjahr). Im klassischen Export war der Bereich „Global Travel Retail“ (GTR) von krisenbedingten Geschäftsausfällen betroffen. Im Markt Australien konzentrierte sich die Gruppe nach dem in 2020 erfolgten Verkauf der Weingüter Deakin und Katnook

sowie der Marken Deakin, LaLaLand und Azahara nunmehr auf das Importgeschäft mit Henkell Trocken, Freixenet und Mionetto.

In der Region RoW/Global vereint die Gruppe das Geschäft mit Importeuren und Distributoren in Ländern ohne eigene Vertriebsgesellschaft. Auch das Duty-free-Geschäft, das in Zeiten von Corona gänzlich entfallen ist, zählt zur Region Global. Der Umsatz dieser Region konnte dennoch auf 5 Mio. Euro ausgebaut werden (+20,0%).

Die internationalen Absätze der Marke Freixenet lagen trotz Pandemie über dem Vorjahresniveau

Die internationalen Kernmarken entwickelten sich unterschiedlich. Die Absätze der wichtigsten Marke Freixenet lagen über dem Vorjahresniveau. Hierbei stehen Corona-bedingten Rückgängen bei Cordon Negro und Carta Nevada positive Entwicklungen bei Freixenet Prosecco und Italian Rosé und im Weinsortiment mit der neu eingeführten Freixenet Italian Range sowie Freixenet Mederaño und Mia gegenüber. Hinzu kamen positiven Effekte aus der Neueinführung der spanischen Freixenet-Wine-Collection in mättierter Flasche.

Mionetto Prosecco zeigte mit seinen Schwerpunktmärkten Italien, USA, Deutschland, Vereinigtes Königreich, Frankreich, Kanada und Osteuropa einen einseitigen Rückgang. Die Verluste resultierten im Wesentlichen aus den USA und dem italienischen Inlandsgeschäft, wo die Gastronomieanteile von Mionetto überproportional hoch sind. Die Region DACH war vor dem Hintergrund einer in Deutschland abermals positiven Entwicklung insgesamt konstant. Osteuropa verzeichnete mit Mionetto Prosecco auch im Corona-Jahr fast durchgehend Zuwächse. Weltweit eingeführt wurde der neue Mionetto Prosecco Rosé.

Henkell lag in der Summe unter dem Niveau des Vorjahres. In Österreich konnte die Marke als Umsatzmarktführer ebenso Akzente setzen wie auf den kanadischen und australischen Märkten. Neu eingeführt wurden Piccolo-Varianten in Rosé und als Blanc de Blancs in der weiß lackierten Flasche.

Deutliches Wachstum von i heart WINES

*i heart WINES* wuchs deutlich zweistellig auf nun mehr als 30 Mio. 1/1-Flaschen. Die Zuwächse entfallen vor allem auf den Heimatmarkt Vereinigtes Königreich sowie auf das Geschäft in Benelux und im Export. Eine kontinuierliche Portfolioerweiterung mit den *i heart* Regionals (zum Beispiel *i heart* Rioja) oder neuen Produkten, wie zum Beispiel *i heart* Prosecco Rosé und *i heart* Gin, ermöglichte eine bessere Marktabdeckung und unterstützte das starke Wachstum.

Mangaroca Batida de Côco konnte die Wachstumsdynamik auch im Jahr 2020 fortsetzen. Das Original Mangaroca Batida de Côco wurde mit der klaren Variante Mangaroca Batida Pura Côco und Mangaroca Batida Pineapple in der Ready-to-Drink-Dose ergänzt. Die Marke entwickelte sich durchweg positiv und konnte bereits das vierte Jahr in Folge wachsen.



**Prognose**

Die Corona-Pandemie führt zu einschneidenden Veränderungen in allen Märkten. In zahlreichen Ländern kommt das öffentliche Leben immer wieder zum Erliegen, wovon insbesondere die Gastronomie und Hotellerie sowie das Duty-free-Geschäft existenzgefährdend betroffen sind. Eine Prognose für das gesamte Jahr hängt daher maßgeblich von dem weiteren Verlauf der Pandemie, der volkswirtschaftlichen Entwicklung sowie den staatlichen Maßnahmen in den unterschiedlichen Märkten ab.

Henkell Freixenet geht vor dem Hintergrund dieser schwer planbaren Rahmenbedingungen für das Jahr 2021 von einem stagnierenden bis leicht steigenden Umsatz aus. Entscheidend wird abermals das vierte Quartal sein, das aufgrund des Weihnachts- und Jahresendgeschäfts von saisonal großer Bedeutung ist.



## Weitere Interessen

➤ Allgemeine Informationen zum Geschäftsbereich finden Sie auf Seite 10 ff.

### Geschäftsprozesse

Im Jahr 2020 konnte *Budenheim* die Zusammenarbeit mit seinen Kunden weiter intensivieren. Durch die vollständige Einbettung aller Vertriebs- und Innovationsaktivitäten in das Customer-Relationship-Management-System ist es dem Unternehmen gelungen, einen umfassenderen Blick auf die Kunden und Distributionspartner zu richten und letztlich die Innovationsgeschwindigkeit zu erhöhen. Daneben erfolgten der Aufbau webbasierter Customer Touchpoints sowie die erstmalige Durchführung von Transaktionen über die digitale B2B-Vertriebsplattform. Der Forschungs- und Entwicklungsbereich von *Budenheim* verfolgte die konsequente Ausrichtung auf strategische Märkte. Die verschiedenen Maßnahmen haben dazu geführt, dass *Budenheim* im Berichtsjahr eine Innovationsquote von 8% erzielen und damit den Vorjahreswert nahezu halten konnte.

Nachhaltige Produktinnovationen

Der Geschäftsbereich Food Ingredients hat seine Ausrichtung auf Innovationen über Phosphate hinaus verstärkt und sich zunehmend auf Lösungen für Fleisch- und Käsealternativen auf pflanzlicher Basis sowie Clean-Label-Lösungen für Backwaren und Meeresfrüchte spezialisiert. Das Cluster Nutrition konnte über neueingeführte Produkte in den Sporternährungsmarkt einsteigen. Der Schwerpunkt des Clusters Baking lag auf Zuckersersatzlösungen auf Naturfaserbasis sowie Clean-Label-Triebsäuren und Hefesystemen. Unter dem Markennamen BeNATURE® hat *Budenheim* weltweit eine verbesserte natürliche Lösung zur Veredelung der Garnelentextur eingeführt.

Die Innovationen des Geschäftsbereiches Performance Materials verstärken den Wandel vom Verkauf einzelner Inhaltsstoffe hin zur Positionierung als Gesamtlösungsanbieter, der alle marktrelevanten Bedürfnisse erfüllt. Im Cluster Pharmaceutical and Medical Products hat *Budenheim* mit dem Produkt PharSQ® Spheres die gezieltere und zuverlässigere Freisetzung von Wirkstoffen im menschlichen Körper ermöglicht. Mit der neu eingeführten Produktreihe PharSQ® Base konnte die Komplexität des Produktportfolios deutlich verringert und gleichzeitig ein attraktives Angebot für biopharmazeutische Anwendungen geschaffen werden. Die Business Line Metal Treatment hat mit der Innovation „High Performance Mandrel Bar Lubricant“ eine effektive Lösung gefunden, um den notwendigen Energieaufwand bei der Herstellung von Stahlrohren deutlich zu reduzieren. Das Cluster Ceramic Solutions konzentriert sich auf ökologisch nachhaltige Lösungen für den Feuerfestmarkt, die schädliche organische Harze ersetzen. Mit dem neu geschaffenen Cluster Customized Chemicals positioniert sich der Geschäftsbereich als zuverlässiger Technologieanbieter, der kundenspezifische Sonderanforderungen realisiert.

Im Geschäftsbereich Material Ingredients haben sich die Innovationsaktivitäten des Clusters Polymers auf Additivlösungen für halogenfreien Flammenschutz sowie die Entwicklung von laseraktiven Pigmenten und funktionalen Recyclingprodukten fokussiert. Das Cluster Paints setzte die Entwicklung der erfolgreichen FR-CROS®-Serie mit neuen Produkten fort, die neue Geschäftsmöglichkeiten bei der Holz- und Textilbeschichtung sowie in Duroplasten eröffnen.

Passend zum 25-jährigen Firmenjubiläum von *OEDIV* hat das Unternehmen im Jahr 2020 das Geschäft in die drei Säulen Managed Solutions, SecuSys und HR Services neu aufgeteilt. Damit lassen sich die Kernthemen von *OEDIV* noch stärker und themenfokussierter am Markt positionieren.

Die Säule *OEDIV* Managed Solutions mit Stammsitz in Bielefeld sowie einer Niederlassung in Oldenburg umfasst das Kerngeschäft. Dieses Tätigkeitsfeld konzentriert sich auf den Betrieb von Standard-Softwaresystemen der Hersteller SAP und Microsoft sowie weiterer Systeme zur ganzheitlichen Abwicklung der Geschäftsprozesse. Der professionelle Betrieb der neuesten Technologien dieser Hersteller ist ein wesentliches strategisches Ziel. Durch die Entwicklung des SAP- und Microsoft-Spektrums hin zu cloudbasierten Lösungen ist die Ausweitung der Expertise auf diese Betriebsmodelle von hohem strategischem Wert für *OEDIV*. Die Entwicklung und der Betrieb von Hybrid- oder Multi-Cloud-Szenarien sowie Web- und Sicherheitslösungen sind ein zentraler Baustein zur nachhaltigen Weiterentwicklung der angebotenen Managed IT-Services.

*OEDIV* SecuSys umfasst das in 2020 akquirierte Unternehmen iSM SecuSys in Rostock, einen Anbieter von Lösungen für Identity and Access Management im Security-Bereich. Mit dem Zukauf ist *OEDIV* nun Anbieter einer eigenen Plattform, über die Zugriffe und Rechte über verschiedene Systeme wie Microsoft und SAP hinweg verwaltet werden können. Dies ermöglicht den Aufbau von Kompetenzen im Bereich Security Operation Center (SOC). Angesichts der hohen Marktnachfrage nach Sicherheitskonzepten und -architekturen – nicht zuletzt aufgrund der steigenden Cyber-Kriminalität – erwartet *OEDIV* in diesem Bereich in den kommenden Jahren ein dynamisches Wachstum.

Mit HR Services ist *OEDIV* im Markt für „Payroll as a Service“ aktiv. Dieser Bereich wird an den beiden Standorten Bielefeld und Augsburg, wo die *OEDIV*-Tochter Personal Partner Strixner ansässig ist, betrieben. *OEDIV* bietet im Rahmen des Outsourcings der Entgeltabrechnung die drei wesentlichen Payroll-Anwendungen Paisy, SAP und LOGA an. Abgerundet wird das Portfolio durch eigene Beratungsleistungen sowie unterschiedliche Partnerservices wie die digitale Personalakte oder Personalmanagement-Consulting.

### Geschäftsverlauf

<b>KENNZAHLEN</b>	2019	2020
Umsatzerlöse (Mio. €)	678	598
Bereinigte Umsatzerlöse Vorjahr (Mio. €) <sup>1</sup>	668	
Investitionen (Mio. €)	54	52
Beschäftigte	4.667	6.214

<sup>1</sup> Um Konsolidierungskreis- und Wechselkurseinflüsse bereinigte Umsatzerlöse.

**52 Mio.**

Euro Investitionen

Die Unternehmen des Geschäftsbereiches Weitere Interessen sind vorrangig in der chemischen Industrie und in der Luxushotellerie tätig, daneben wurde der Bereich Oetker Digital/neue Geschäftsmodelle ausgeweitet. Im Hinblick auf die verschiedenen Märkte haben sich die Firmen unterschiedlich entwickelt. Insgesamt verzeichnete der Geschäftsbereich Weitere Interessen einen Umsatzrückgang um 11,7% auf 598 Mio. Euro. Ursächlich hierfür war in erster Linie der signifikante Umsatzeinbruch der Oetker Collection. Dagegen setzte der Digitalbereich mit seinen Unternehmen, wie dem E-Commerce-Weinhändler Belvini oder den Online-Getränkeliiefersdiensten, seinen Wachstumskurs fort. Letztere werden durch die Zusammenführung von flaschenpost und Durstexpress im Dezember 2020 nochmals gestärkt. Nach Bereinigung um Kurs- und Konsolidierungskreiseffekte reduzierten sich die Umsatzerlöse im Jahr 2020 um 10,5% auf 598 Mio. Euro. Die Ausgaben für Investitionen betragen 52 Mio. Euro für das Berichtsjahr gegenüber 54 Mio. Euro im Jahr zuvor. Die Zahl der Beschäftigten wuchs von 4.667 auf 6.214 in 2020. Dies entspricht einem Anstieg um 33,2%, der maßgeblich auf Oetker Digital/neue Geschäftsmodelle entfällt. Ohne Veränderungen im Konsolidierungskreis sind die Personalzahlen, insbesondere aufgrund der Personalaufstockungen bei Durstexpress, um 31,5% gestiegen.

*Budenheim* sah sich auch im Jahr 2020 mit wettbewerbsintensiven Marktbedingungen konfrontiert, die durch die weltweite COVID-19-Pandemie noch einmal verstärkt wurden. Infolgedessen sank der Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 6,4% auf 304 Mio. Euro. Bereinigt um Konsolidierungskreis- und Wechselkurseinflüsse ging der Umsatz um 3,3% zurück.

Moderater Anstieg der Cluster Nutrition und Baking in der Business Unit Food Ingredients

Innerhalb Budenheims umsatzstärkster Business Unit Food Ingredients stieg der Umsatz der Cluster Nutrition und Baking im Jahresvergleich moderat an, was durch die höhere Nachfrage nach Backwaren und Gesundheitsprodukten in Supermärkten unterstützt wurde. Dennoch konnte dieses Wachstum einen Umsatzrückgang im Cluster Savory Solutions, der von der globalen Pandemie schwer getroffen wurde, nicht ausgleichen. Fast ein Drittel des Geschäftes in diesem Cluster ist mit dem Food-Service-Markt (Hotels, Restaurants und Catering) verbunden, bei dem die Nachfrage drastisch zurückging.

Die Geschäftseinheit Performance Materials setzt die Transformation hin zu verstärktem Austausch mit Direktkunden fort und hat zu diesem Zweck die Strukturen und Aktivitäten des globalen Vertriebsteams angepasst. In diesem Zuge wurde auch das Vertriebsteam in der asiatisch-pazifischen Region verstärkt, um das hohe regionale Wachstum zu unterstützen. Hiervon profitiert insbesondere das Cluster Pharmaceutical and Medical Products, dessen Position in China und anderen asiatischen Schwellenländern deutlich ausgebaut wurde. Getrieben durch eine stärkere Nachfrage und die erfolgreiche Einführung von Produkten mit einer Wirkstoffzulassung stieg der Umsatz im Pharmabereich deutlich an. Demgegenüber erlitt das Cluster Metal Treatment als Folge des niedrigen Ölpreises und des damit einhergehenden Einbruchs der Stahlrohrproduktion einen erheblichen Rückgang. Das Cluster positioniert sich vor diesem Hintergrund mit Innovationen in neuen, von der Ölindustrie unabhängigen Anwendungsbereichen. Der schwache Stahlmarkt senkte die Nachfrage nach feuerfesten Materialien, was zu starken Umsatzeinbußen im Cluster

Ceramic Solutions führte. Dies konnte auch nicht durch den erfolgten Markteintritt in China und Japan ausgeglichen werden.

Auch der Geschäftsbereich Material Ingredients wurde von der COVID-19-Pandemie deutlich beeinflusst. Betroffen waren die technischen Anwendungen des Geschäftsbereiches, vor allem das Cluster Polymers. Das Jahr 2020 war insgesamt von deutlichen Rückgängen in den Trendindustrien im Bereich elektrischer und elektronischer Kunststoffanwendungen geprägt, die nicht durch Projekte im Bereich der stabileren Bauanwendung kompensiert werden konnten. Die Größe des Marktes für Polymeradditive bietet weiterhin ein breites Spektrum an Wachstumsoptionen, die seitens Budenheim unter anderem durch den Zusammenschluss mit dem Masterbatch-Hersteller QolorTech genutzt werden. Dieser Zusammenschluss treibt die Transformation des Unternehmens zu einem Anbieter von Komplettlösungen voran.

Oetker Collection muss aufgrund der Corona-Pandemie hohe Umsatzrückgänge hinnehmen

Die Hotels der *Oetker Collection* konnten sich dem desaströsen Marktumfeld und den Auswirkungen der COVID-19-Krise nicht entziehen. Die konsolidierten Umsatzerlöse der Hotelgruppe blieben um 118 Mio. Euro oder 69,4% hinter dem Vorjahreswert von 170 Mio. Euro zurück. Den größten Umsatzrückgang musste das Le Bristol Paris verkraften, das aufgrund der lokalen Corona-Regelungen für fünf Monate schließen musste. Das Brenners Park-Hotel konnte zwar im Juni 2020 nach nur dreimonatiger Schließung wiedereröffnet werden und zeigte während des Sommers vielversprechende Belegungszahlen. Dennoch lag die Auslastung, auch aufgrund der erneuten Schließung zu Anfang November, deutlich unter dem Niveau des Vorjahres, sodass auch hier insgesamt hohe Umsatzverluste zu verzeichnen waren. Das Hôtel du Cap-Eden-Roc blickte auf eine sehr kurze Sommersaison zurück. Eine in Anbetracht der Umstände ordentliche Geschäftsentwicklung in den Monaten Juli und August half, die Auswirkungen auf Umsatz und Ergebnis zumindest in Teilen zu reduzieren. Das Château St. Martin & Spa blieb in der gesamten Saison 2020 geschlossen und hat demzufolge keine Umsatzerlöse erzielt. Mit diesem Schritt konnten allerdings die operativen Verluste begrenzt werden.

Für die Oetker Hotel Management Company (OHMC) war das Jahr ebenfalls sehr schwierig, da das Geschäft mit der Verwaltung von Hotels im Auftrag von Drittbesitzern infolge der Corona-Pandemie eingebrochen war. Positiv zu erwähnen ist, dass die Oetker Hotel Management Company zwei neue Hotels in ihr Portfolio aufnehmen wird. Im Sommer 2021 wird The Woodward als zehntes Masterpiece Hotel im Herzen von Genf eröffnet. Im Frühjahr 2022 wird die Oetker Collection das Hotel La Palma in Capri eröffnen. Aktuell wird es renoviert und in ein elegantes und exklusives Haus mit 50 Zimmern und Suiten verwandelt.

Die Umsätze von *OEDIV* übertrafen im Geschäftsjahr 2020 deutlich das Niveau des Vorjahres, das durch hohe einmalige Umsätze bereits positiv beeinflusst war. In 2020 konnte das Geschäft mit Drittkunden weiter ausgebaut werden. Daneben profitierte *OEDIV* von einer gesteigerten Nachfrage bestehender Kunden nach zusätzlichen, bisher nicht genutzten Dienstleistungen aus dem Leistungsportfolio sowie wachstumsbedingten Erweiterungen

an bestehenden Infrastrukturen. Seit Beginn der Corona-Pandemie lag der Schwerpunkt auf Services, wie Collaboration, Microsoft 365, SAP-HANA-Projekten und hybriden IT-Services. Durch große Anstrengungen zur Platzierung dieser Services konnte ein „Corona-Gap“ erfolgreich kompensiert werden.

Auch akquisitionsbedingt konnte OEDIV wachsen. Erstmals sind in den konsolidierten Zahlen die Umsätze der zum 1. Februar 2020 akquirierten iSM SecuSys AG in Rostock, die im April 2020 in OEDIV SecuSys GmbH umfirmiert wurde, enthalten. Der überwiegende Teil des Umsatzes wurde bei OEDIV durch deutsche Kunden mit teilweise internationalen Standorten erzielt. Auch die beschriebenen Umsatzsteigerungen entfielen auf diese Kundengruppen.

#### **Prognose**

*Budenheim* plant für das Geschäftsjahr 2021 insgesamt mit einer deutlichen Umsatzsteigerung. Diese Steigerung wird zum einen durch das erwartete Mengenwachstum nach dem Einbruch im Jahr 2020 getrieben. Zum anderen berücksichtigt die Umsatzprognose auch akquisitionsbedingte Umsatzzuwächse aus dem Erwerb des Unternehmens QolorTech im dritten Quartal 2020. Währungseffekte werden voraussichtlich eine negative Auswirkung auf den Jahresumsatz 2021 haben.

Die *Oetker Collection* rechnet mit einer Erholung der Umsätze erst im Sommer 2021. Die Hotels der Collection prognostizieren eine Umsatzsteigerung gegenüber 2020, jedoch weiterhin signifikant unter den erreichten Umsätzen aus 2019. Der Saisonstart der im Sommer betriebenen Saisonhotels in Südfrankreich wird etwas weiter in den Sommer verschoben, jedoch werden für die Hochsaison wieder hohe Auslastungszahlen erwartet. Die Managementgesellschaft OHMC prognostiziert ebenfalls wieder eine Steigerung im Umsatz, unter anderem bedingt durch ein wachsendes Hotelportfolio und einen Anstieg der Managementgebühren. Trotz der erwarteten Erholung im Sommer geht die Hotelgruppe für das kommende Geschäftsjahr 2021 nicht davon aus, das Umsatzniveau des Jahres 2019 erreichen zu können.

*OEDIV* erwartet für das Jahr 2021 ein moderates Umsatzwachstum. Dieses Wachstum wird voraussichtlich aus der positiven Entwicklung im Drittkundenbereich sowohl bei Neukunden wie auch bei bestehenden Kunden resultieren.

## Vermögens- und Finanzlage

Die Bilanzsumme erhöhte sich gegenüber dem 31. Dezember 2019 um 297 Mio. Euro auf 10.307 Mio. Euro. Die Bilanzstruktur zeigte zum Stichtag 31. Dezember 2020 keine wesentlichen Änderungen, mit Ausnahme der Erhöhung immaterieller Vermögensgegenstände. Infolgedessen ist der Anteil des Anlagevermögens am Gesamtvermögen von 39,6% im Vorjahr auf 44,9% angestiegen. Die Mittelverwendung im Anlagevermögen spiegelte sich in rückläufigen Nettofinanzmitteln wider. Die Eckwerte der Bilanzstruktur stellen sich wie folgt dar:

<b>BILANZSTRUKTUR</b>			
In Mio. €	2018	2019	2020
Bilanzsumme	9.822	10.010	10.307
Anlagevermögen	3.816	3.962	4.632
Vorräte/Forderungen/RAP	2.788	2.823	2.862
Liquide Mittel	3.217	3.225	2.814
Eigenkapital	4.027	4.104	4.226
Rückstellungen	1.387	1.417	1.573
Verbindlichkeiten/RAP/passive latente Steuern	4.408	4.489	4.509

Das immaterielle Anlagevermögen ist gegenüber dem Vorjahr um 621 Mio. Euro auf 1.579 Mio. Euro gestiegen. Die Zugänge betragen im Jahr 2020 insgesamt 893 Mio. Euro (Vorjahr: 316 Mio. Euro) und sind mit 874 Mio. Euro größtenteils auf die Erstkonsolidierungen des Jahres zurückzuführen. Hiervon entfielen 638 Mio. Euro auf Geschäfts- und Firmenwerte, die überwiegend im Geschäftsbereich Digital/neue Geschäftsmodelle sowie in der Biersparte bilanziert sind. Daneben sind Markenrechte im Wert von 234 Mio. Euro, in erster Linie resultierend aus der Kaufpreisallokation für die Akquisition von flaschenpost, zugegangen. Das Sachanlagevermögen hat sich um 28 Mio. Euro auf 2.309 Mio. Euro reduziert. Den Zugängen von 348 Mio. Euro (Vorjahr: 403 Mio. Euro), davon waren 24 Mio. Euro akquisitionsbedingt, standen Abschreibungen von 279 Mio. Euro (Vorjahr: 274 Mio. Euro) gegenüber. Der Großteil der Investitionen betraf Anlagen im Bau und geleistete Anzahlungen für den Geschäftsbereich Nahrungsmittel. Die gesamten Zugänge bei den Sachanlagen und immateriellen Anlagewerten beliefen sich auf 1.241 Mio. Euro (Vorjahr: 719 Mio. Euro). Hiervon entfielen 898 Mio. Euro auf Akquisitionen (Vorjahr: 361 Mio. Euro). Die laufenden Investitionen betragen 343 Mio. Euro und lagen damit um 15 Mio. Euro unter dem Niveau des Vorjahres. Regional betrachtet lag der Fokus erneut auf Investitionen in Inlandsgesellschaften, der Anteil der Auslandsgesellschaften an den laufenden Investitionen betrug 33,6% (Vorjahr: 34,4%). Die Abschreibungen auf das immaterielle Anlagevermögen und das Sachanlagevermögen betragen insgesamt 504 Mio. Euro (Vorjahr: 547 Mio. Euro).

Die Beteiligungen an assoziierten Unternehmen sind um 65 Mio. Euro auf 531 Mio. Euro zum Bilanzstichtag gestiegen. Sie umfassen nach der Anteilserhöhung an Solid Rock Properties S.A.S, Saint-Barthélemy (Frankreich) vor allem die ebenfalls nach der At-Equity-Methode bilanzierten Beteiligungen an der Bankhaus Lampe KG, der Moers Frischeprodukte GmbH & Co. KG, der Deutsche Getränke Logistik GmbH & Co. KG (DGL), der S.A. Damm, Barcelona (Spanien), und der Emaphos Euro Maroc Phosphore S.A., Casablanca (Marokko).

Der Buchwert der Vorräte betrug 1.121 Mio. Euro und hat sich damit gegenüber dem Vorjahr (1.123 Mio. Euro) nur geringfügig verändert. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen reduzierten sich um 44 Mio. Euro auf 1.159 Mio. Euro am Bilanzstichtag. Der Rückgang bei den Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht, um 12 Mio. Euro auf 51 Mio. Euro zum Jahresende ist in erster Linie auf die Beteiligungen an DGL und F&B Food and Beverage Services GmbH im Bierbereich sowie auf die Moers Frischeprodukte GmbH & Co. KG zurückzuführen. Den Forderungen standen Verbindlichkeiten von 16 Mio. Euro (Vorjahr: 12 Mio. Euro) gegenüber. Sie bestehen gegenüber nicht in die Konsolidierung einbezogenen in- und ausländischen Beteiligungen.

Die sonstigen Vermögensgegenstände sind zum Bilanzstichtag auf 489 Mio. Euro (Vorjahr: 398 Mio. Euro) gestiegen, unter anderem bedingt durch höhere Steuererstattungsansprüche. Daneben werden in diesem Bilanzposten nicht mit Passivposten verrechnete Ansprüche aus der Rückdeckung von Pensionsverpflichtungen bei der Condor-Versicherungsgruppe, Forderungen aus Leergut und Ähnliches ausgewiesen. Hierunter werden auch die Vermögensgegenstände der Atlantic Forfaitierungs AG gefasst, die insbesondere aus kurzfristigen Geldanlagen bestehen. Ein Betrag von 44 Mio. Euro (Vorjahr: 39 Mio. Euro) der sonstigen Vermögensgegenstände hat eine Restlaufzeit von mehr als einem Jahr.

Am Bilanzstichtag betragen die Finanzmittel 2.814 Mio. Euro (Vorjahr: 3.225 Mio. Euro). Sie setzen sich zusammen aus Forderungen gegen die Bankhaus Lampe KG, Wertpapieren des Umlaufvermögens und der Position „Kassenbestand, Guthaben bei fremden Kreditinstituten und Schecks“.

Das Festkapital der Dr. August Oetker KG lag unverändert bei 450 Mio. Euro. Die Rücklagen des Konzerns erhöhten sich um 249 Mio. Euro auf 3.887 Mio. Euro zum Bilanzstichtag. Die negative Veränderung der Eigenkapitaldifferenz aus der Währungsumrechnung von 132 Mio. Euro resultierte maßgeblich aus der Abwertung des brasilianischen Reals, des US-Dollars und der türkischen Lira gegenüber dem Euro. Der auf nicht beherrschende Anteile entfallende Eigenkapitalposten ist von 137 Mio. Euro auf 142 Mio. Euro zum Bilanzstichtag angestiegen und entfällt hauptsächlich auf die Anteile anderer Gesellschafter an der Freixenet-Gruppe. Somit ergab sich insgesamt eine Eigenkapitalerhöhung um 122 Mio. Euro auf 4.226 Mio. Euro zum 31. Dezember 2020.



Die Pensionsrückstellungen betragen zum Bilanzstichtag 476 Mio. Euro und haben sich im Vergleich zum Vorjahr um 11 Mio. Euro reduziert. Während sich Auszahlungen hierbei mit –39 Mio. Euro auswirkten, hatten Zins- und Kurseffekte einen Einfluss von +31 Mio. Euro. Ein Teil der Altersversorgung der Belegschaftsangehörigen ist, wie bisher, durch Direktversicherungsverträge vor allem bei der Condor Lebensversicherungs-AG gedeckt. Die dafür erforderlichen Versicherungsprämien sind weitgehend durch Einmalzahlungen entrichtet. Policen-Darlehen sind nicht in Anspruch genommen worden. In den Steuerrückstellungen in Höhe von 78 Mio. Euro (Vorjahr: 26 Mio. Euro) waren nur effektive Steuern enthalten. Die sonstigen Rückstellungen umfassten Beträge für ausstehende Rechnungen, für Pfandguthaben aus dem Brauereibereich, für Erlösschmälerungen insbesondere im Nahrungsmittelbereich sowie für den Personalbereich.

Die Verbindlichkeiten betragen 4.459 Mio. Euro (Vorjahr: 4.402 Mio. Euro) und sind, gegliedert nach Restlaufzeiten, dem Anhang zu entnehmen. Unter den im Gesamtbetrag enthaltenen anderen sonstigen Verbindlichkeiten von 2.309 Mio. Euro (Vorjahr: 2.692 Mio. Euro) werden unter anderem die Gesellschafterkonten innerhalb der Dr. August Oetker KG ausgewiesen.

Die passiven latenten Steuern reduzierten sich um 38 Mio. Euro auf 37 Mio. Euro zum Bilanzstichtag und resultierten ausschließlich aus Konsolidierungsmaßnahmen, da auf Ebene der Einzelabschlüsse – im Wesentlichen infolge von unterschiedlichen Wertansätzen bei den Pensionsrückstellungen – ein Aktivüberhang bestand und insofern von dem Wahlrecht des § 274 Abs. 1 Satz 2 HGB Gebrauch gemacht wurde.

Die Finanzlage der Oetker-Gruppe ist durch Innenfinanzierung, eine weitgehende Thesaurierung der Ergebnisse und langfristige Bankkredite geprägt. Der positive Saldo der Netto-Finanzguthaben reduzierte sich von 2.300 Mio. Euro zum 31. Dezember 2019 auf 1.465 Mio. Euro zum 31. Dezember 2020, vor allem bedingt durch die Ausgaben für Akquisitionen.

Das Eigenkapital wuchs im Vergleich zum Vorjahr um 122 Mio. Euro auf 4.226 Mio. Euro. Bei einem gleichzeitigen Anstieg der Bilanzsumme um 3,0% belief sich die Eigenkapitalquote unverändert auf 41,0%. Die Bankverbindlichkeiten beruhen überwiegend auf Krediten mit langfristigen Laufzeiten, die plankonform bedient wurden. Im Berichtsjahr wurden langfristige Kredite in Höhe von 94 Mio. Euro getilgt. Neue langfristige Darlehen wurden in Höhe von 600 Mio. Euro aufgenommen, daneben gab es eine Abnahme kurzfristiger Darlehen von 82 Mio. Euro. Leasingvereinbarungen und andere außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente haben für die Oetker-Gruppe nur eine untergeordnete Bedeutung.

Finanzierungen sowie Geldanlagen von Tochtergesellschaften werden möglichst innerhalb der Oetker-Gruppe gebündelt, um Risiken zu minimieren und Optimierungspotenziale zu nutzen. Zins-, Preis- und Währungssicherungen werden vor allem durch die Dr. August Oetker KG mittels derivativer Finanzinstrumente in Form von Devisentermingeschäften vorgenommen.

## Prognosebericht

Die Weltwirtschaft ist weiterhin geprägt durch die Entwicklung der Corona-Pandemie. Nach wie vor sind Teile der Wirtschaft durch Vorsichtsmaßnahmen zur Infektionsvermeidung stark beeinträchtigt, insbesondere betroffen sind die Bereiche Gastronomie, Tourismus und Veranstaltungswesen. Die aktuelle Entwicklung der Infektionszahlen im Frühjahr dämpft den Optimismus. Gleichwohl wächst mit zunehmender Impfung der Bevölkerung die Aussicht auf eine Normalisierung des wirtschaftlichen Geschehens. Das Kieler Institut für Weltwirtschaft (IfW) unterstellt für das Gesamtjahr ein Wachstum der Weltwirtschaft um 6,7%. Damit wird aber in wesentlichen Weltregionen das Vorkrisenniveau von 2019 noch nicht wieder erreicht sein. Kräftige Zuwachsraten werden in den Vereinigten Staaten erwartet, vor allem bedingt durch fiskalische Impulse. Die IfW-Prognose für das Wachstum des Bruttoinlandsprodukts in der Europäischen Union (EU) beträgt 4,6%. Bei den Konsumausgaben der privaten Haushalte in der EU wird eine Steigerung um 3,0% erwartet. Zusätzliche Zuflüsse an EU-Mitteln aus dem beschlossenen Programm zur Bewältigung der Pandemiefolgen werden eine stützende Wirkung für die Konjunktur haben.

Die Geschäftsentwicklung der Oetker-Gruppe wird auch 2021 wesentlich von der Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, die in erheblichem Maß unter dem Einfluss der Pandemie stehen, abhängig sein. Die Gruppenleitung ist aber zuversichtlich, dass die Gruppe durch ihre Diversifizierung in verschiedene Sparten und innerhalb dieser Sparten durch die Bearbeitung vielfältiger Sortimentsbereiche und Absatzkanäle in der Lage sein wird, die Krise weiterhin zu meistern und, auf einem stabilen Fundament aufbauend, den eingeschlagenen Wachstumspfad weiter zu beschreiten.

Für 2021 beruht die Umsatzplanung in erster Linie auf organischem Wachstum, das um vereinzelte Akquisitionen ergänzt wird. Hinsichtlich der Kurse der für die Oetker-Gruppe wichtigen Fremdwährungen ist, mit Ausnahme des mexikanischen Pesos, der türkischen Lira und des brasilianischen Real, durchweg nah am Jahresdurchschnitt 2020 geplant worden. Insgesamt rechnet die Gruppenleitung mit einem deutlichen Umsatzanstieg auf ein Niveau von über 8 Mrd. Euro. Neben dem positiven Ausblick vor allem für die Hotels werden kräftige Wachstumsimpulse bei den neuen Geschäftsmodellen erwartet, unter anderem infolge der ganzjährigen Berücksichtigung von flaschenpost. Die Investitionen (ohne Erstkonsolidierungen) werden auf zirka 485 Mio. Euro geschätzt, etwa die Hälfte davon entfallen auf den Geschäftsbereich Nahrungsmittel. Das Netto-Finanzguthaben wird weiterhin einen deutlich positiven Saldo aufweisen. Bei den Mitarbeiterzahlen wird es zu einem deutlichen Anstieg kommen, im Wesentlichen resultierend aus der Akquisition von flaschenpost im Jahr 2020.

➤ Die Prognosen der jeweiligen Geschäftsbereiche finden Sie ab Seite 29

Weitere Aspekte der erwarteten Entwicklung in den einzelnen Geschäftsbereichen sind in den jeweiligen Abschnitten beschrieben.

# Chancen- und Risikobericht

Die Geschäftstätigkeiten der Oetker-Gruppe bieten eine Vielzahl von Chancen und unterliegen zugleich permanent Risiken. Übergeordnetes Ziel ist es, für ein ausgewogenes Chancen-Risiken-Verhältnis zu sorgen.

Die für die Gruppe relevanten Trends in den Branchen werden ständig beobachtet. Chancen werden bei der Formulierung der Planung berücksichtigt und im Zuge der periodischen Berichterstattung verfolgt. Dabei werden regelmäßig Markt- und Wettbewerbsanalysen durchgeführt und die kritischen Erfolgsfaktoren der Märkte begutachtet.

Die Gruppenunternehmen unterliegen verschiedenen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. In den drei Konsumgüterparten ist insbesondere die Konsumneigung der Verbraucher relevant. Ein diversifiziertes Produktportfolio und stetige Anstrengungen in der Entwicklung neuer Produkte helfen dabei, Markt- und Konsumentenbedürfnisse zu berücksichtigen. Hierbei wird auch der Wandel hin zu mehr Qualitätsbewusstsein und zur verstärkten Nachfrage nach Produkten aus nachhaltiger Herstellung einbezogen.

Strategische Chancen bietet darüber hinaus der Ausbau der Marktpräsenz. Dies gilt beispielsweise für die Märkte in den Schwellenländern. Mit Hilfe strategischer Akquisitionen lässt sich das Produktportfolio erweitern, die Marktposition verbessern und das Wachstum steigern.

Im Rahmen ihrer sowohl nach Branchen als auch nach Regionen diversifizierten Struktur ist die Oetker-Gruppe auch differenzierten Risiken ausgesetzt. Hierbei handelt es sich vor allem um konjunkturelle Risiken, um Rohstoffpreisrisiken sowie in geringerem Umfang um Währungsrisiken. Der Umgang mit diesen Geschäftsrisiken ist wesentlicher Bestandteil der unternehmerischen Führung der Oetker-Gruppe.

## **Operative Chancen und Risiken**

### *Beschaffungsmarktchancen und -risiken*

Nach Einschätzung der Gruppenleitung werden die Preise auf den Beschaffungsmärkten im kommenden Jahr ansteigen. Zahlreiche in den Konsumgütergeschäftsbereichen wichtige Rohstoffe sind allerdings preislich für das Jahr 2021 fest kontrahiert, sodass insoweit keine Risiken existieren. Durch Streuung zwischen verschiedenen Lieferanten und weitere Maßnahmen zur Volumenabsicherung werden sonstige Risiken in der Beschaffung gemindert. Infolge der Ausbreitung des Corona-Virus kann es jedoch zu Beeinträchtigungen in den Lieferketten und damit zu Rohstoffengpässen und Produktionsengpässen oder -ausfällen kommen.

### *Umfeld- und branchenbezogene Chancen und Risiken*

Für die Konsumgütergeschäftsbereiche ist das Konsumklima von entscheidender Bedeutung. Die durch das Corona-Virus ausgelöste Pandemie kann wesentliche Folgen für das Konsumverhalten haben. Die aktuellen Auswirkungen der Pandemie sind mit großen Unsicherheiten behaftet und variieren erheblich zwischen Regionen und Kundenbranchen. Das Ausmaß und die Dauer der Auswirkungen auf das Geschäft der Oetker-Gruppe sind daher nicht abschätzbar. Darüber hinaus können Eingriffe der nationalen Behörden, handelspolitische Konflikte oder unsichere geopolitische Situationen, wie bereits in mehreren Ländern geschehen, großen Einfluss haben. Auch aus der anhaltenden Schulden- und Finanzkrise in einigen Ländern ergeben sich für die Geschäftsbereiche der Gruppe

Risiken. Daneben bergen der zunehmend intensive Wettbewerb sowie die fortschreitende Handelskonzentration Risiken. Mit der kontinuierlichen Stärkung der Marken und stetigen Produktneuentwicklungen begegnen die Gruppenunternehmen diesen Risiken und generieren hierdurch auch neue Chancen. Außerdem wird durch die Nutzung verschiedener Absatzkanäle ein Ausgleich möglicher struktureller Wanderungsbewegungen bzw. im Nachfrageverhalten der Konsumenten ermöglicht.

### **Funktionale Chancen und Risiken**

#### *Finanzwirtschaftliche Chancen und Risiken*

Die Oetker-Gruppe unterliegt finanzwirtschaftlichen Chancen und Risiken in Bezug auf Liquidität, Währungen und Zinsen. Angesichts der soliden Ertragsstruktur und Finanzlage der Oetker-Gruppe, der langfristigen Verbindungen zu verschiedenen Kreditinstituten und einer auf klassischen langfristigen Bankkrediten beruhenden Finanzierung wird das Liquiditäts- und Zinsrisiko als gering erachtet. Die aus dem Verkauf der Schifffahrtssparte im Jahr 2017 stammenden liquiden Mittel wurden in einem breit diversifizierten Dachfonds sehr konservativ angelegt. Die durch die Corona-Krise ausgelösten Verwerfungen an den Finanzmärkten haben nur geringe Auswirkungen auf diesen Fonds gehabt. Währungsrisiken werden hauptsächlich mit Hilfe von Devisentermingeschäften abgesichert, wodurch potenzielle Verluste limitiert werden.

#### *Rechtliche und regulatorische Risiken*

Als weltweit tätiges Unternehmen hat die Oetker-Gruppe eine Vielzahl rechtlicher und regulatorischer Vorgaben zu beachten. Zu ihrer Umsetzung dienen interne Standards, Leitlinien und Verhaltensanweisungen, die regelmäßig – auch im Rahmen der Managementsysteme – überprüft werden. Mit einer gruppenweit eingerichteten Compliance-Organisation werden zudem alle relevanten rechtlichen und regulatorischen Anforderungen sowie die Einhaltung des Verhaltenskodex der Oetker-Gruppe beobachtet. Daneben wurden branchenübliche Versicherungen zur Abdeckung bestimmter rechtlicher Risiken abgeschlossen.

#### *Chancen und Risiken im Bereich IT/Digitalisierung*

Der Einsatz digitaler Technik ermöglicht eine weitere Vereinheitlichung von Datensystemen und darüber hinaus die Harmonisierung sowie Optimierung von Prozessen. Informationstechnischen Risiken wird durch umfangreiche Investitionen in die Sicherheitsarchitektur der IT-Systeme begegnet. Die digitale Transformation ist ein unaufhaltsamer Trend, der das Konsumentenverhalten und die Marktteilnehmer beeinflusst. Neben Risiken, unter anderem durch den Eintritt neuer Marktteilnehmer, erwachsen hieraus auch neue Angebotsformen und Geschäftsmodelle, die der Oetker-Gruppe, vor allem in den Konsumgütergeschäftsbereichen, neue Wachstumschancen bieten.

#### *Personalchancen und -risiken*

Der wirtschaftliche Erfolg der Oetker-Gruppe wird wesentlich durch die Leistungsbereitschaft und die Fähigkeiten der Mitarbeiter bestimmt. Die Gewinnung hoch qualifizierter Fach- und Führungskräfte und ihre langfristige Bindung an die Oetker-Gruppe sind daher von enormer Bedeutung. Hierfür setzt man auf gezielte Maßnahmen zur Mitarbeiterförderung sowie auf leistungsabhängige Anreizsysteme. Ein weiterer Schwerpunkt der Personalarbeit liegt auf dem Gesundheitsmanagement und der Mitarbeiterberatung in verschiedenen

Lebensphasen. In der aktuellen Corona-Krise hat die Gesundheit der Mitarbeiter mehr denn je höchste Priorität. Ein zentral implementiertes Krisenmanagement informiert über den aktuellen Stand der Ausbreitung des neuen Corona-Virus und tauscht sich aus, um über Maßnahmen und deren Kommunikation im Unternehmen zu beraten. Dies gilt auch für den Umgang mit den Verdachts- und Krankheitsfällen. Auf diese Weise sollen der Gesundheitsschutz der Mitarbeiter sowie der Geschäftspartner gewährleistet und gleichzeitig das Risiko krankheitsbedingter Fehlzeiten in der Belegschaft und die daraus resultierenden Auswirkungen auf den Betriebsablauf minimiert werden.

#### *Umwelt- und Sicherheitsaspekte*

Die Oetker-Gruppe mit ihren Aktivitäten an zahlreichen Standorten weltweit hat Standards im Bereich Umwelt, Sicherheit, Gesundheit und Soziales zu beachten. Hieraus könnten Beeinträchtigungen für Menschen, deren Umwelt und Schäden an Gütern resultieren. Die zu den rechtlichen und regulatorischen Risiken beschriebenen Maßnahmen wirken dem auch im Bereich Umwelt und Sicherheit entgegen, ebenso wie Zertifizierungen, Beratungen und Schulungen der Mitarbeiter. Daneben sorgen hohe produktionstechnische Standards für eine effektive Absicherung möglicher Umwelt- und Sicherheitsrisiken. Zunehmende Zeichen des Klimawandels, wie Hitzeperioden, Wassermangel oder Starkregenereignisse, können sich negativ auf die Ernteerträge und damit auf die Beschaffung der Rohwaren sowie auf die Standorte der Gruppenunternehmen und das Konsumentenverhalten auswirken. Die Oetker-Gruppe hat sich daher dem verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen verschrieben.

#### *Logistikchancen und -risiken*

Trotz der vorteilhaften Entwicklung in der Logistikbranche, die die Gruppenunternehmen in ihrem Vorhaben, eine effiziente und effektive Supply Chain zu etablieren, unterstützt, sind dennoch Risiken erkennbar. Die starke Konzentration der Logistikbranche, besonders im Bereich der Tiefkühlkost, hat im Zeitverlauf zu einer Wettbewerbsverschärfung geführt. Zudem leidet die Logistikbranche bereits heute unter einem Fachkräftemangel. Daneben führen teils erhebliche Mauterhöhungen zu einer allgemeinen Verteuerung der Logistikdienstleistungen, die somit auch die Kosten innerhalb der Oetker-Gruppe steigern können. Zudem können aus der Corona-Krise Risiken in Bezug auf den termingerechten Warentransport erwachsen.

#### **Zusammenfassende Darstellung der Chancen- und Risikolage**

Risikokonzentrationen in bestandsgefährdendem Umfang liegen weder aufseiten der Kunden noch aufseiten der Lieferanten vor. Auch im Hinblick auf die Länder, in denen die Oetker-Gruppe tätig ist, sind solche Risiken nicht erkennbar.

Risiken, die zu einer Beeinträchtigung der langfristigen Existenz der Oetker-Gruppe führen könnten, sind auch in anderer Hinsicht nicht erkennbar. Zudem ist in den vergangenen Jahren über die solide Eigenkapitalausstattung und die Verbesserung der strategischen Positionen ein erhöhtes Risikodeckungsvolumen geschaffen worden, mit dem aus heutiger Sicht die Risikotreiber der Geschäfte noch besser beherrscht werden.

## 02 *Konzernabschluss*

---

<b>Konzernbilanz</b>	<b>54</b>
<b>Konzernanlagenspiegel</b>	<b>56</b>
<b>Konzernanhang</b>	<b>58</b>
<b>Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers</b>	<b>65</b>

Die im Konzernlagebericht und Konzernabschluss enthaltenen Prozentzahlen beziehen sich auf die exakten Beträge, nicht auf die gerundeten Beträge. Aufgrund von Auf- bzw. Abrundung ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen (€, % usw.) nicht genau zur angegebenen Summe aufaddieren lassen.

# Konzernabschluss



# Konzernbilanz

## Dr. August Oetker KG

AKTIVA		
In Tsd. €	2019	2020
<b>ANLAGEVERMÖGEN</b>		
<b>Immaterielle Vermögensgegenstände</b>		
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	518.236	655.736
Geschäfts- oder Firmenwert	433.356	920.788
Geleistete Anzahlungen	6.459	2.963
	<b>958.051</b>	<b>1.579.487</b>
<b>Sachanlagen</b>		
Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	1.285.556	1.237.394
Technische Anlagen und Maschinen	608.495	574.750
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	277.583	273.871
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	164.797	222.893
	<b>2.336.432</b>	<b>2.308.908</b>
<b>Finanzanlagen</b>		
Anteile an verbundenen Unternehmen	79	58
Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	465.676	530.973
Beteiligungen an sonstigen Unternehmen	55.017	87.870
Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	17.351	20.239
Wertpapiere des Anlagevermögens	1.396	1.889
Sonstige Ausleihungen	127.898	102.644
Anzahlungen auf Finanzanlagen	0	35
	<b>667.418</b>	<b>743.708</b>
	<b>3.961.900</b>	<b>4.632.104</b>
<b>UMLAUFVERMÖGEN</b>		
<b>Vorräte</b>		
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	323.994	305.406
Unfertige Erzeugnisse, unfertige Leistungen	262.274	238.670
Fertige Erzeugnisse und Waren	525.614	567.375
Geleistete Anzahlungen	10.955	9.976
	<b>1.122.837</b>	<b>1.121.427</b>
<b>Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände</b>		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.203.609	1.159.159
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht (außer Kreditinstitute)	63.124	50.825
Sonstige Vermögensgegenstände	397.745	489.028
	<b>1.664.478</b>	<b>1.699.012</b>
<b>Finanzmittel</b>		
Forderungen gegen Kreditinstitute, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	60.875	105.099
Wertpapiere des Umlaufvermögens	2.657.705	2.153.897
Kassenbestand, Guthaben bei fremden Kreditinstituten, Schecks	506.530	554.589
	<b>3.225.110</b>	<b>2.813.585</b>
	<b>6.012.425</b>	<b>5.634.024</b>
<b>RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN</b>	<b>35.280</b>	<b>40.049</b>
<b>AKTIVER UNTERSCHIEDSBETRAG AUS DER VERMÖGENSVERRECHNUNG</b>	<b>849</b>	<b>1.037</b>
	<b>10.010.454</b>	<b>10.307.214</b>



<b>PASSIVA</b>		
In Tsd. €	2019	2020
<b>EIGENKAPITAL</b>		
Festkapital	450.000	450.000
Rücklagen des Konzerns	3.638.108	3.887.206
Eigenkapitaldifferenz aus Währungsumrechnung	-120.727	-253.223
Nicht beherrschende Anteile	136.910	141.973
	<b>4.104.291</b>	<b>4.225.956</b>
<b>UNTERSCHIEDSBETRAG AUS DER KAPITALKONSOLIDIERUNG</b>	<b>8</b>	<b>2</b>
<b>RÜCKSTELLUNGEN</b>		
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	486.995	475.825
Steuerrückstellungen	25.696	78.234
Sonstige Rückstellungen	904.331	1.018.656
	<b>1.417.022</b>	<b>1.572.715</b>
<b>VERBINDLICHKEITEN</b>		
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		
Verbindlichkeiten gegenüber fremden Kreditinstituten	914.983	1.338.911
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	10.005	10.090
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	14.289	12.848
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	599.447	569.331
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	22	20
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht (außer Kreditinstitute)	11.765	15.913
Sonstige Verbindlichkeiten		
Aus Steuern	141.904	179.741
Im Rahmen der sozialen Sicherheit	17.198	22.745
Andere	2.692.070	2.308.922
	<b>4.401.684</b>	<b>4.458.522</b>
<b>RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN</b>	<b>12.427</b>	<b>12.578</b>
<b>PASSIVE LATENTE STEUERN</b>	<b>75.023</b>	<b>37.440</b>
	<b>10.010.454</b>	<b>10.307.214</b>

Bielefeld, 20. April 2021  
Dr. August Oetker KG



Dr. Albert Christmann  
Persönlich haftender Gesellschafter



Dr. Heino Schmidt  
Generalbevollmächtigter

# Konzernanlagenspiegel

## Dr. August Oetker KG

<b>KONZERNANLAGENSPIEGEL</b> In Tsd. €	Anschaffungs- und Herstellungs- kosten am 1.1.2020	Währungsunter- schiede und Konsolidierungs- kreiseffekte	Zugänge	Abgänge	Umbuchungen	Anschaffungs- und Herstellungs- kosten am 31.12.2020
<b>Immaterielles Anlagevermögen</b>						
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	1.472.664	-35.289	252.010	-24.167	1.146	1.666.364
Geschäfts- oder Firmenwert	816.685	-42.520	639.759	-6.230	4.494	1.412.188
Anzahlungen auf immaterielle Vermögensgegenstände	6.583	-38	1.703	-50	-5.228	2.969
	<b>2.295.933</b>	<b>-77.848</b>	<b>893.473</b>	<b>-30.448</b>	<b>411</b>	<b>3.081.521</b>
<b>Sachanlagen</b>						
Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	2.589.273	-32.532	31.559	-49.958	30.925	2.569.267
Technische Anlagen und Maschinen	2.715.955	-31.481	72.266	-79.894	51.665	2.728.512
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	893.952	-7.239	88.719	-52.214	8.563	931.781
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	165.430	-3.745	155.240	-1.767	-91.564	223.594
	<b>6.364.609</b>	<b>-74.997</b>	<b>347.786</b>	<b>-183.834</b>	<b>-411</b>	<b>6.453.153</b>
<b>Finanzanlagen</b>						
Anteile an verbundenen Unternehmen	79	-0	4.202	-4.223		58
Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	586.466	6	63.448	-8.331	10.175	651.764
Beteiligungen an sonstigen Unternehmen	56.736	-5	44.483	-858	-10.175	90.180
Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	17.351		3.851	-963		20.239
Wertpapiere des Anlagevermögens	1.830	-1	73	-110	406	2.197
Sonstige Ausleihungen	138.435	-4	18.681	-24.057	-406	132.648
Anzahlungen auf Finanzanlagen			35			35
	<b>800.897</b>	<b>-5</b>	<b>134.773</b>	<b>-38.543</b>		<b>897.122</b>
<b>SUMME</b>	<b>9.461.439</b>	<b>-152.849</b>	<b>1.376.031</b>	<b>-252.824</b>		<b>10.431.797</b>

Kumulierte Abschreibungen am 1.1.2020	Währungsunter- schiede und Konsolidierungs- kreiseffekte	Abschreibungen des Geschäfts- jahres	Abgänge	Um- buchungen	Zuschreibungen des Geschäfts- jahres	Kumulierte Abschreibungen am 31.12.2020	<b>Buchwert am 31.12.2020</b>	Buchwert am 31.12.2019
-954.428	18.192	-100.729	21.392	4.316	629	-1.010.628	655.736	518.236
-383.329	17.026	-124.173	3.469	-4.393		-491.400	920.788	433.356
-125	0	-1	50	70		-6	2.963	6.459
<b>-1.337.882</b>	<b>35.218</b>	<b>-224.904</b>	<b>24.911</b>	<b>-7</b>	<b>629</b>	<b>-1.502.034</b>	<b>1.579.487</b>	<b>958.051</b>
-1.303.716	7.438	-61.560	23.636	2.329		-1.331.873	1.237.394	1.285.556
-2.107.460	14.709	-124.349	63.187	151		-2.153.761	574.750	608.495
-616.369	5.069	-93.392	49.241	-2.473	13	-657.910	273.871	277.583
-633	69	-137				-701	222.893	164.797
<b>-4.028.178</b>	<b>27.285</b>	<b>-279.437</b>	<b>136.065</b>	<b>7</b>	<b>13</b>	<b>-4.144.245</b>	<b>2.308.908</b>	<b>2.336.432</b>
							58	79
-120.790	-1					-120.791	530.973	465.676
-1.719		-947	355			-2.310	87.870	55.017
							20.239	17.351
-434	3	-6	110		19	-309	1.889	1.396
-10.536		-21.573	2.105			-30.004	102.644	127.898
							35	
<b>-133.479</b>	<b>1</b>	<b>-22.525</b>	<b>2.570</b>		<b>19</b>	<b>-153.414</b>	<b>743.708</b>	<b>667.418</b>
<b>-5.499.539</b>	<b>62.504</b>	<b>-526.866</b>	<b>163.546</b>		<b>661</b>	<b>-5.799.694</b>	<b>4.632.104</b>	<b>3.961.900</b>

# Konzernanhang

## *Dr. August Oetker KG*

### **Anwendung der handelsrechtlichen Vorschriften**

Die Dr. August Oetker KG mit Sitz in Bielefeld, eingetragen im Handelsregister des Amtsgerichts Bielefeld unter HRA 8242, ist als Personenhandelsgesellschaft nach den Vorschriften des zweiten Abschnitts des PublG verpflichtet, einen Konzernabschluss und Konzernlagebericht aufzustellen und offenzulegen. Dieser Konzernabschluss und Konzernlagebericht, erstellt nach § 13 PublG i. V. m. §§ 294 bis 315 HGB, haben für die in der Anteilsbesitzliste gemäß § 313 HGB gekennzeichneten Unternehmen (veröffentlicht im Bundesanzeiger) befreiende Wirkung im Sinne von § 264 Abs. 4 HGB, § 264 b HGB bzw. § 5 Abs. 6 PublG.

Mit Ausnahme der Angaben gemäß § 313 Abs. 2 HGB entspricht dieser Geschäftsbericht den Regelungen des § 13 PublG in Verbindung mit §§ 294 bis 315 HGB.

### **Konsolidierungskreis**

In den Konzernabschluss wurden alle wesentlichen in- und ausländischen Unternehmen einbezogen, auf die die Dr. August Oetker KG unmittelbar oder mittelbar einen beherrschenden Einfluss ausüben kann.

Der Konsolidierungskreis umfasste zum Bilanzstichtag insgesamt 442 Unternehmen (Vorjahr: 407), davon 247 deutsche und 195 ausländische Unternehmen. Wegen insgesamt untergeordneter Bedeutung wurden fünf Unternehmen nicht vollkonsolidiert (Vorjahr: acht). Gleiches gilt für 16 Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht (Vorjahr: elf Unternehmen), in Bezug auf eine Konsolidierung at equity.

Daneben werden 15 Unternehmen (Vorjahr 16) at equity bewertet.

Im Konsolidierungskreis sind die folgenden nennenswerten Veränderungen eingetreten:

Dr. Oetker erwarb zum 30. Juli 2020 die restlichen Anteile an der InterNestor GmbH, einem Online-Anbieter von selbstgebackenen individualisierten Torten. Dies führte zur erstmaligen Einbeziehung dieses Unternehmens in den Konzernabschluss. Zudem wurde zum 31. Dezember 2020 die NewCakes B.V., der europäische Marktführer im Bereich Multi-Brand-Specialty-Stores Cakes aus den Niederlanden, übernommen. Zum 1. Mai 2020 akquirierte die Biersparte die Pachmayr-Gruppe, was den Konsolidierungskreis um fünf Gesellschaften erweiterte. Im Geschäftsbereich Sekt sank die Anzahl der konsolidierten Gesellschaften unter anderem durch einige Fusionen und Liquidationen. Im Geschäftsbereich Weitere Interessen wurden zum 20. August 2020 die Anteile an QolorTech B.V., einem niederländischen Hersteller chemischer Produkte, erworben. Zudem wurde die flaschenpost SE mit insgesamt 34 Unternehmen zum 31. Dezember 2020 in den Konzernabschluss einbezogen. Daneben erfolgten weitere Zugänge, die jedoch insgesamt für den Konzern von untergeordneter Bedeutung sind.

Nicht mehr im Konsolidierungskreis enthalten sind zudem mehrere kleine und aus Konzernsicht unbedeutende Unternehmen, die fusioniert bzw. liquidiert wurden.

Eine Aufstellung über den Anteilsbesitz wird als Bestandteil des Konzernanhangs im Bundesanzeiger veröffentlicht.

#### **Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden**

In den für Konsolidierungszwecke erstellten Einzelabschlüssen der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen wird nach einheitlichen Kriterien nach den Bestimmungen des Publizitätsgesetzes (PublG) und des Handelsgesetzbuchs (HGB) auf Grundlage der Ausweis-, Bilanzierungs- und Bewertungsrichtlinie der Oetker-Gruppe bilanziert und bewertet (Handelsbilanz II). Die Abschlüsse der at equity einbezogenen Unternehmen sind teilweise an die konzerneinheitlichen Richtlinien angepasst.

Das Sachanlagevermögen und die immateriellen Anlagewerte sind nach Maßgabe des § 253 HGB bewertet. Von dem in § 248 Abs. 2 Satz 1 HGB geregelten Wahlrecht zur Aktivierung selbst geschaffener immaterieller Vermögensgegenstände des Anlagevermögens wird innerhalb der Oetker-Gruppe kein Gebrauch gemacht. Geschäfts- oder Firmenwerte werden gemäß der betriebsgewöhnlichen Nutzungsdauer abgeschrieben. Die Bewertungsobergrenze bei den Herstellungskosten bilden die Herstellungskosten gemäß § 255 Abs. 2 Satz 1 und 2 HGB. Investitionszuschüsse werden anschaffungskostenmindernd berücksichtigt. Planmäßig abgeschrieben wird sowohl nach der linearen als auch nach der degressiven Methode (mit Übergang auf die lineare Methode, wenn der hiernach ermittelte Betrag höher ist als der bei degressiver Abschreibung), im Inland unter weitgehender Verwendung der von der deutschen Finanzverwaltung anerkannten Nutzungsdauern. Im Inland werden geringwertige Wirtschaftsgüter mit Anschaffungskosten bis 800 Euro im Jahr des Zugangs vollständig abgeschrieben. Im Ausland wird bei vergleichbaren Sachverhalten ähnlich vorgegangen. Teilweise wird für geringwertige Wirtschaftsgüter, deren Anschaffungs- oder Herstellungskosten für das einzelne Wirtschaftsgut 150 Euro, aber nicht 1.000 Euro übersteigen, ein jahrgangsbezogener Sammelposten gebildet, der über fünf Jahre gleichmäßig gewinnmindernd abgeschrieben wird.

Finanzanlagen werden höchstens zu Anschaffungskosten bewertet, soweit nicht niedrigere Wertansätze geboten sind. Dauernde Wertminderungen im Anlagevermögen werden durch außerplanmäßige Abschreibungen berücksichtigt.

Der Bewertung des Umlaufvermögens liegen die Vorschriften des § 253 HGB und des § 256 HGB zugrunde. Die Herstellungskosten der Vorräte enthalten angemessene Fertigungsgemeinkosten unter Beachtung der Herstellungskostengrenze der Finanzverwaltung; Fremdkapitalzinsen werden nicht aktiviert. Erkennbaren Risiken der Vorratshaltung wird durch verlustfreie Bewertung Rechnung getragen. Ausreichende Einzel- und Pauschalwertberichtigungen decken die Risiken im Forderungsbestand.

Fremdwährungsvorgänge werden mit dem Devisenkassamittelkurs zum Zeitpunkt des Geschäftsvorfalles umgerechnet, aus Vereinfachungsgründen teilweise auch mit Monatsdurchschnittskursen.

Rückstellungen sind in Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrags angesetzt. Die Pensionsrückstellungen werden nach den Regeln des Teilwertverfahrens unter Verwendung der Richttafeln 2018 G von Prof. Dr. Klaus Heubeck bewertet. Hierbei wird die Vereinfachungsregel des § 253 Abs. 2 Satz 2 HGB angewendet und mit dem von der Deutschen Bundesbank ermittelten Zinssatz für 15-jährige Restlaufzeiten mit dem Stand vom 31. Oktober 2020 und prognostiziert auf den 31. Dezember 2020 gerechnet (2,32 %, Vorjahr: 2,71 %); daneben werden eine erwartete Lohn- und Gehaltssteigerung von 2,8 % (Vorjahr: 2,8 %) und eine erwartete Rentensteigerung von 1,3 % (Vorjahr: 1,3 %) zugrunde gelegt. Die Pensionsverpflichtungen der ausländischen Unternehmen werden nach den jeweiligen nationalen Vorschriften bewertet und sind von untergeordneter Bedeutung. Die Differenz gemäß § 253 Abs. 6 HGB beträgt 43 Mio. Euro.

Bei den Jubiläumsrückstellungen wird dieselbe Lohn- und Gehaltssteigerung wie bei den Pensionsrückstellungen unterstellt. Der Zinssatz wird analog wie dort ermittelt, allerdings auf der Basis des Durchschnitts aus den vergangenen sieben Geschäftsjahren; er beträgt 1,62 % (Vorjahr: 1,97 %). Bei den sonstigen Rückstellungen werden erwartete Preissteigerungen von 1,3 % (Vorjahr: 1,3 %) berücksichtigt.

Vermögensgegenstände im Sinne von § 246 Abs. 2 Satz 2 HGB wurden in Höhe von 30 Mio. Euro mit entsprechenden Rückstellungen für Altersversorgungsverpflichtungen verrechnet.

Verbindlichkeiten sind mit dem Erfüllungsbetrag passiviert.

Aufgrund eines Aktivüberhangs bei den latenten Steuern aus Einzelabschlüssen werden die latenten Steuern ausschließlich nach Maßgabe des § 306 HGB gebildet. Aktive und passive latente Steuern aus Konsolidierungsvorgängen werden miteinander verrechnet, wobei ein Passivüberhang verbleibt. Dieser ist gegenüber dem Vorjahr um 38 Mio. Euro auf 37 Mio. Euro gesunken. Es werden unternehmensindividuelle Steuersätze zugrunde gelegt.

Bewertungseinheiten im Sinne von § 254 HGB werden in geringfügigem Umfang gebildet. Hierbei kommt die Einfrierungsmethode zur Anwendung.

#### **Währungsumrechnung**

Die Währungsumrechnung von Fremdwährungsposten in den Bilanzen der einbezogenen Unternehmen richtet sich nach § 256a HGB. Die Bilanzen der ausländischen Tochterunternehmen, sofern nicht bereits in Euro aufgestellt, werden nach der modifizierten Stichtagskursmethode des § 308a HGB umgerechnet. Die Bewegungen im Konzernanlagenspiegel sind zum Jahresdurchschnittskurs umgerechnet.

#### **Konsolidierungsmethoden**

Die Jahresabschlüsse aller einbezogenen Unternehmen sind auf den Stichtag des Konzernabschlusses aufgestellt. Bei der Kapitalkonsolidierung werden zum Erstkonsolidierungs-

zeitpunkt die Anschaffungskosten bzw. Beteiligungsbuchwerte nach den Grundsätzen der Neubewertungsmethode gegen das anteilige Eigenkapital verrechnet. Die Erstkonsolidierung wird zu dem Zeitpunkt durchgeführt, zu dem das Unternehmen Tochterunternehmen wurde. Dabei wird der Zeitwert der erworbenen Vermögensgegenstände, übernommenen Schulden, Rechnungsabgrenzungsposten und Sonderposten möglichst aus Marktpreisen im Rahmen vergleichbarer Transaktionen abgeleitet. Die verbleibenden aktivistischen Unterschiedsbeträge sind als Geschäfts- oder Firmenwert ausgewiesen und werden in den Folgejahren gemäß § 309 Abs. 1 HGB ergebniswirksam abgeschrieben. Die Abschreibung erfolgt linear, die Nutzungsdauer beträgt maximal fünf Jahre. Analoges gilt für die at equity einbezogenen Unternehmen. Passivische Unterschiedsbeträge werden unter dem Posten „Unterschiedsbetrag aus der Kapitalkonsolidierung“ nach dem Eigenkapital ausgewiesen und gemäß § 309 Abs. 2 HGB behandelt.

Alle Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen konsolidierten Unternehmen sind aufgerechnet, aus konzerninternen Lieferungen und Leistungen stammende Zwischenergebnisse sind eliminiert, ebenso Aufwendungen und Erträge zwischen einbezogenen Unternehmen. Bei ergebniswirksamen Konsolidierungsvorgängen sind für Differenzen, die sich in späteren Geschäftsjahren voraussichtlich abbauen, latente Steuern berücksichtigt.

Konzerninterne Ergebnisse aus Lieferungen und Leistungen mit at equity einbezogenen Unternehmen werden nicht eliminiert.

### Sonstige Angaben

Das in der Konzernbilanz ausgewiesene Festkapital entspricht dem Festkapital der Dr. August Oetker KG. Es wird zu gleichen Anteilen, die auch den Stimmrechten entsprechen, von den Kommanditisten der Dr. August Oetker KG gehalten.

Die Verbindlichkeiten betragen 4.459 Mio. Euro. Nach Restlaufzeiten sind die einzelnen Posten wie in Tabelle 1 zu gliedern.

<b>TABELLE 1: VERBINDLICHKEITEN</b>	<b>Restlaufzeit bis 1 Jahr (Vorjahr)</b>	<b>Restlaufzeit über 1 Jahr (Vorjahr)</b>	<b>Restlaufzeit über 5 Jahre (Vorjahr)</b>
In Mio. €			
Verbindlichkeiten gegenüber fremden Kreditinstituten	321 (345)	1.017 (570)	417 (186)
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	10 (10)		
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	13 (14)		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	563 (591)	7 (8)	4 (4)
Verbindlichkeiten gegenüber sonstigen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	16 (12)		
Sonstige Verbindlichkeiten	578 (588)	1.934 (2.263)	1.739 (1.930)
<b>Summe</b>	<b>1.501 (1.561)</b>	<b>2.958 (2.840)</b>	<b>2.160 (2.120)</b>

Es wurden keine angabepflichtigen Sicherheiten für diese Verbindlichkeiten eingeräumt.

Am Bilanzstichtag bestanden folgende Haftungsverhältnisse gemäß § 251 HGB:

**TABELLE 2: HAFTUNGSVERHÄLTNISSE**

In Mio. €	2019	2020
Verbindlichkeiten aus Bürgschaften	22	27
Verbindlichkeiten aus Gewährleistungen	3	3

Risiken aus der Inanspruchnahme bei den Haftungsverhältnissen werden aufgrund der Bonität der jeweiligen Schuldner nicht erwartet.

Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen gemäß § 314 Abs. 1 Nr. 2a HGB betragen insgesamt 1.014 Mio. Euro, davon für das nächste Jahr 356 Mio. Euro. Außerbilanzielle Geschäfte gemäß § 314 Abs. 1 Nr. 2 HGB wurden nur in einem für die Finanzlage der Oetker-Gruppe vernachlässigbaren Umfang vorgenommen.

Die Dr. August Oetker KG und ihre Tochtergesellschaften unterliegen als international operierende Unternehmen Zins-, Preis- und Währungsrisiken. Um diese Risiken zu begrenzen, hat vor allem die Dr. August Oetker KG derivative Finanzinstrumente (Termingeschäfte, Swaps und Optionen) abgeschlossen. Am Bilanzstichtag bestanden Devisenterminkäufe/-verkäufe mit einem Transaktionsvolumen von 365 Mio. Euro und einem beizulegenden Zeitwert von –1 Mio. Euro.

Für die nicht in Bewertungseinheiten eingehenden Termingeschäfte, Swaps und Optionen sind keine nennenswerten Rückstellungen gebildet worden.

Die Bewertung der derivativen Finanzinstrumente beruht auf bestimmten Annahmen und Bewertungsmodellen, wie zum Beispiel der Barwertmethode.

Der Personalbestand der zum Konsolidierungskreis der Oetker-Gruppe zählenden Unternehmen stieg im Berichtsjahr um 8,1% auf 36.831 Beschäftigte (Vorjahr: 34.060). Der Geschäftsbereich Nahrungsmittel erhöhte die Mitarbeiterzahl von 18.743 auf 20.040, darin spiegeln sich auch Konsolidierungskreiseffekte, wie die ganzjährige Berücksichtigung der im Vorjahr erworbenen Unternehmen Panovia und Mavalério, wider. Im Geschäftsbereich Bier und alkoholfreie Getränke sank die Zahl der Beschäftigten von 7.094 auf 7.083. Der Geschäftsbereich Sekt, Wein und Spirituosen verzeichnete einen Personalrückgang um 62 auf 3.494 Beschäftigte, was zum Teil auf Konsolidierungskreiseffekte zurückzuführen ist. Der Personalbestand im Geschäftsbereich Weitere Interessen wuchs im Wesentlichen durch die Ausweitung des Geschäftes mit neuen Geschäftsmodellen von 4.667 auf 6.214 Mitarbeiter an.

Die Differenz zwischen den entsprechenden Buchwerten und dem anteiligen Eigenkapital aller einbezogenen assoziierten Unternehmen beträgt 35 Mio. Euro.



Das Gesamthonorar gemäß § 314 Abs. 1 Nr. 9 HGB beläuft sich auf 2.216 Tsd. Euro. Davon entfallen 1.749 Tsd. Euro auf Abschlussprüfungsleistungen, 77 Tsd. Euro auf andere Bestätigungsleistungen, 83 Tsd. Euro auf Steuerberatungsleistungen sowie 307 Tsd. Euro auf sonstige Leistungen.

Geschäfte mit nahestehenden Unternehmen und Personen gemäß § 314 Abs. 1 Nr. 13 HGB wurden nur in unwesentlichem Umfang abgeschlossen.

#### Gewinn- und Verlustrechnung

Eine Gewinn- und Verlustrechnung wird gemäß § 13 Abs. 3 Satz 2 PublG nicht veröffentlicht. In analoger Anwendung des PublG für den Lagebericht werden dort ebenfalls keine Aussagen zur Ertragslage und zu finanziellen Leistungsindikatoren, mit Ausnahme der Umsatzerlöse, getroffen. Die Gewinn- und Verlustrechnung der Bank ergibt sich aus deren gesondertem Konzernabschluss.

Die nach § 5 Abs. 5 Satz 3 PublG erforderlichen Angaben werden in einer Anlage publiziert – siehe Tabelle 3.

**TABELLE 3: ANLAGE ZUR BILANZ**

gemäß § 13 Abs. 3 Satz 2 PublG in Verbindung mit § 5 Abs. 5 Satz 3 PublG	2019	2020
a) Außerumsatzerlöse (in Tsd. €)	7.405.782	7.329.747
b) Erträge aus Beteiligungen (in Tsd. €)	25.805	14.279
c) Löhne, Gehälter, soziale Abgaben, Aufwendungen für Altersversorgung und Unterstützung (in Tsd. €)	1.568.640	1.609.966
d) Zahl der Beschäftigten Umgerechnet auf Vollzeitbeschäftigungsverhältnisse beträgt die Zahl der Beschäftigten im Jahresdurchschnitt 2020 33.407 (Vorjahr: 31.096)	34.060	36.831

Die Umsatzerlöse gliedern sich nach geografisch bestimmten Märkten und Tätigkeitsbereichen wie in Tabelle 4 gezeigt. Die Aufgliederung der Umsatzerlöse nach Tätigkeiten erfolgt ab dem Jahr 2020 nach den verantwortlichen Geschäftsbereichen. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.

**TABELLE 4: VERTEILUNG UMSATZERLÖSE**

In Mio. €	2019	2020
Nach Regionen entfallen auf:		
Deutschland	3.427	3.381
Restliche EU	2.384	2.360
Restliches Europa	299	309
Restliche Welt	1.296	1.280
Nach Tätigkeitsbereichen entfallen auf:		
Nahrungsmittel	3.883	4.137
Bier und alkoholfreie Getränke	1.792	1.625
Sekt, Wein und Spirituosen	1.053	970
Weitere Interessen	678	598

Die Umsatzerlöse haben sich bereinigt um die Veränderungen im Konsolidierungskreis gegenüber dem Vorjahr um 131 Mio. Euro reduziert. Unter Ausschluss von Wechselkurseffekten ergibt sich ein operativer Rückgang der Umsatzerlöse von 4 Mio. Euro.

#### **Nachtragsbericht**

Die Anfang 2020 durch das Corona-Virus ausgelöste Pandemie legt weiterhin große Teile des öffentlichen Lebens lahm und wirkt sich damit noch immer massiv auf die Wirtschaft aus. Eine genaue Einschätzung der Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Oetker-Gruppe ist aufgrund der vielen Unwägbarkeiten weiterhin nicht möglich. Weitere Ausführungen hierzu können dem Konzernlagebericht 2020 der Dr. August Oetker KG entnommen werden.

Am 5. März 2020 unterzeichneten die Gesellschafter der Bankhaus Lampe KG einen Vertrag zum Verkauf sämtlicher Anteile an Hauck & Aufhäuser Privatbankiers AG. Der Zusammenschluss der beiden Traditionshäuser steht noch unter dem Vorbehalt der Genehmigungen durch die Aufsichtsbehörden.

Bielefeld, 20. April 2021  
Dr. August Oetker KG

Dr. Albert Christmann  
Persönlich haftender Gesellschafter

Dr. Heino Schmidt  
Generalbevollmächtigter

# Wiedergabe des Bestätigungsvermerks des Abschlussprüfers für den vollständigen Konzernabschluss

An die Dr. August Oetker KG, Bielefeld

## Prüfungsurteile

Wir haben den Konzernabschluss der Dr. August Oetker KG, Bielefeld, und ihrer Tochtergesellschaften (der Konzern) – bestehend aus der Konzernbilanz zum 31. Dezember 2020, der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2020 sowie dem Konzernanhang, einschließlich der Darstellung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden – geprüft. Darüber hinaus haben wir den Konzernlagebericht der Dr. August Oetker KG für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2020 geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

- entspricht der beigefügte Konzernabschluss in allen wesentlichen Belangen den nach § 13 PublG anzuwendenden deutschen handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns zum 31. Dezember 2020 sowie seiner Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2020 und
- vermittelt der beigefügte Konzernlagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns. In allen wesentlichen Belangen steht dieser Konzernlagebericht in Einklang mit dem Konzernabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Gemäß § 322 Abs. 3 Satz 1 HGB erklären wir, dass unsere Prüfung zu keinen Einwendungen gegen die Ordnungsmäßigkeit des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts geführt hat.

## Grundlage für die Prüfungsurteile

Wir haben unsere Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts in Übereinstimmung mit § 14 PublG unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Unsere Verantwortung nach diesen Vorschriften und Grundsätzen ist im Abschnitt „Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts“ unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind von den Konzernunternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und haben unsere sonstigen deutschen Berufspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet

sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht zu dienen.

**Verantwortung der gesetzlichen Vertreter für den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht**

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Konzernabschlusses, der den nach § 13 PublG anzuwendenden deutschen handelsrechtlichen Vorschriften in allen wesentlichen Belangen entspricht, und dafür, dass der Konzernabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie in Übereinstimmung mit den deutschen Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Konzernabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist.

Bei der Aufstellung des Konzernabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit des Konzerns zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen. Des Weiteren haben sie die Verantwortung, Sachverhalte in Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit, sofern einschlägig, anzugeben. Darüber hinaus sind sie dafür verantwortlich, auf der Grundlage des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu bilanzieren, sofern dem nicht tatsächliche oder rechtliche Gegebenheiten entgegenstehen.

Außerdem sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Aufstellung des Konzernlageberichts, der insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Konzernabschluss in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Vorkehrungen und Maßnahmen (Systeme), die sie als notwendig erachtet haben, um die Aufstellung eines Konzernlageberichts in Übereinstimmung mit den anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften zu ermöglichen, und um ausreichende geeignete Nachweise für die Aussagen im Konzernlagebericht erbringen zu können.

**Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts**

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Konzernabschluss als Ganzes frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist und ob der Konzernlagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Konzernabschluss sowie mit den bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnissen in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der

zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt, sowie einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht beinhaltet.

Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit § 14 PublG unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführte Prüfung eine wesentliche falsche Darstellung stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus Verstößen oder Unrichtigkeiten resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieses Konzernabschlusses und Konzernlageberichts getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Adressaten beeinflussen.

Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – falscher Darstellungen im Konzernabschluss und im Konzernlagebericht, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zu dienen. Das Risiko, dass wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist bei Verstößen höher als bei Unrichtigkeiten, da Verstöße betrügerisches Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können.
- gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Prüfung des Konzernabschlusses relevanten internen Kontrollsystem und den für die Prüfung des Konzernlageberichts relevanten Vorkehrungen und Maßnahmen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme abzugeben.
- beurteilen wir die Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben.
- ziehen wir Schlussfolgerungen über die Angemessenheit des von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die bedeutsame Zweifel an der Fähigkeit des Konzerns zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen können. Falls wir zu dem Schluss kommen,

dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, im Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Konzernabschluss und im Konzernlagebericht aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser jeweiliges Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch dazu führen, dass der Konzern seine Unternehmenstätigkeit nicht mehr fortführen kann.

- beurteilen wir die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Konzernabschlusses einschließlich der Angaben sowie ob der Konzernabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse so darstellt, dass der Konzernabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt.
- holen wir ausreichende geeignete Prüfungsnachweise für die Rechnungslegungsinformationen der Unternehmen oder Geschäftstätigkeiten innerhalb des Konzerns ein, um Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht abzugeben. Wir sind verantwortlich für die Anleitung, Überwachung und Durchführung der Konzernabschlussprüfung. Wir tragen die alleinige Verantwortung für unsere Prüfungsurteile.
- beurteilen wir den Einklang des Konzernlageberichts mit dem Konzernabschluss, seine Gesetzesentsprechung und das von ihm vermittelte Bild von der Lage des Konzerns.
- führen wir Prüfungshandlungen zu den von den gesetzlichen Vertretern dargestellten zukunftsorientierten Angaben im Konzernlagebericht durch. Auf Basis ausreichender geeigneter Prüfungsnachweise vollziehen wir dabei insbesondere die den zukunftsorientierten Angaben von den gesetzlichen Vertretern zugrunde gelegten bedeutsamen Annahmen nach und beurteilen die sachgerechte Ableitung der zukunftsorientierten Angaben aus diesen Annahmen. Ein eigenständiges Prüfungsurteil zu den zukunftsorientierten Angaben sowie zu den zugrunde liegenden Annahmen geben wir nicht ab. Es besteht ein erhebliches unvermeidbares Risiko, dass künftige Ereignisse wesentlich von den zukunftsorientierten Angaben abweichen.

Wir erörtern mit den für die Überwachung Verantwortlichen unter anderem den geplanten Umfang und die Zeitplanung der Prüfung sowie bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschließlich etwaiger Mängel im internen Kontrollsystem, die wir während unserer Prüfung feststellen.

Bielefeld, den 22. April 2021

PricewaterhouseCoopers GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Peter Krupp  
Wirtschaftsprüfer



Thomas Angele  
Wirtschaftsprüfer

## Impressum

### Herausgeber

Dr. August Oetker KG  
Lutterstraße 14  
33617 Bielefeld  
Telefon: +49 521 155-0  
Telefax: +49 521 155-2995  
E-Mail: [presse@oetker.de](mailto:presse@oetker.de)  
Internet: [www.oetker-gruppe.de](http://www.oetker-gruppe.de)

### Redaktion

Hauptabteilung Öffentlichkeitsarbeit

### Konzeption und Gestaltung

3st kommunikation, Mainz

### Bildnachweis

Dr. August Oetker KG und ihre  
Gruppenunternehmen  
Seite 15 Porträts Dr. Christmann und Dr. Schmidt:  
Bernd Thissen, picture alliance/dpa,

### Druck

Hans Gieselmann Druck und  
Medienhaus GmbH & Co. KG, Bielefeld



# Die Oetker-Gruppe Highlights 2020

## Januar

Das Nachhaltigkeitskomitee der Lampe Asset Management GmbH, eine Tochtergesellschaft der **Bankhaus Lampe KG**, hat seine Arbeit aufgenommen. Das Gremium berät und unterstützt die Einheit „Portfoliomanagement Nachhaltigkeit“ bei der Aufstellung und Umsetzung von Zielen zur nachhaltigen Vermögensverwaltung.

Besondere Wertschätzung für die **Oetker Collection**: Die Restaurants Le Saint Martin (aus dem Hotel Château Saint-Martin) sowie Epicure und 114 Faubourg (beide aus dem Le Bristol Paris) behalten ihre Michelin-Sterne.

## Februar

Die Übernahme des Softwareherstellers OEDIV SecuSys GmbH (ehemals iSM Secu-Sys AG) aus Rostock ist erfolgreich abgeschlossen. Mit dem Erwerb verstärkt die **OEDIV** ihr Portfolio um Lösungen für Identity and Access Management im IT-Security-Bereich.



## März

Baubeginn des Großprojektes proNext: Das langfristig flexibel nutzbare Produktionsgebäude stärkt die Marktposition des Chemiespezialisten **Budenheim** im Bereich Life-Science. Zukünftig werden hier Produkte für die Lebensmittel- und Pharmaindustrie nach modernsten Technik- und Hygienestandards hergestellt. Die Fertigstellung des Gebäudes und Inbetriebnahme der ersten Anlagen sind Ende 2021 geplant.



Auszeichnungen für die **Radeberger Gruppe**: Bereits zum zwölften Mal hat die Binding-Brauerei die Prüfer der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG) mit ihrer kontinuierlichen Qualitätsleistung überzeugt und dafür den „Preis für langjährige Produktqualität“ erhalten. Außerdem erhalten sechs Allgäuer Büble Biere die Goldmedaille beim großen Qualitätstest der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG).

## April

Revolution im Kühlregal: **Dr. Oetker** bringt mit dem neuen High Protein Pudding die Extra-Portion Protein im 400g-Becher auf den Markt. Das Sortiment umfasst die beliebten Sorten Vanille, Schoko und Grieß und überzeugt durch einen cremigen und vollmundigen Geschmack.



Stabübergabe in der **Radeberger Gruppe**: Dr. Niels Lorenz, seit 2013 Sprecher der Geschäftsführung, wechselt nach rund sieben Jahren an der Spitze der Unternehmensgruppe in den Beirat. Nachfolger wird sein Geschäftsführungskollege Guido Mockel, der bisher das Brauereigeschäft verantwortet hat und nun über seinen bisherigen Wirkungskreis hinaus als Sprecher der Geschäftsführung die Radeberger Gruppe führen wird.

## Mai

Die **Oetker Collection** erhält zum 1. Mai einen neuen CEO: Dr. Timo Grünert übernimmt die Leitung und tritt damit die Nachfolge von Frank Marrenbach an.

Das Handels- und Distributionsgeschäft der **Radeberger Gruppe** erhält Zuwachs: Die Unternehmensgruppe übernimmt sämtliche Anteile der Otto Pachmayr GmbH & Co mit Sitz in Oberhaching. Das Unternehmen ist der Lokalmatador im Münchner Getränkemarkt – und somit eine echte Bereicherung für das vertikale Geschäft der Radeberger Gruppe.

## Juni

Für Fans der Minions haben die Conditoren von **Coppenrath & Wiese** seit Mitte Juni die perfekte Neuheit parat: Mit ihrer zielgruppengerechten Optik bringt die Minions Bananen-Schoko-Piñata-Torte eine ordentliche Portion Spaß in die Tiefkühltruhe, denn die gelbe Kuppeltorte sieht aus wie einer der putzigen, einäugigen Filmstars.

Hand in Hand mit dem Handel: **Dr. Oetker** hat ein innovatives Gastronomiekonzept mit dem Namen FRAU RENATE für den Handel auf Franchisebasis entwickelt. Am 15. Juni eröffnet der erste Teststore im EDEKA Markt Goerzen in Koblenz. In dem ersten kulinarischen Markenerlebnis des Bielefelder Nahrungsmittelunternehmens kann sich der Gast bei traditionellen und modernen Speisen rundum wohlfühlen.





## Juli

Insgesamt 14 Produkte, darunter Wodka Gorbatschow, OTTO Crafted Korn, Kuemmerling, Mangaroca Batida und Cardenal Mendoza, wurden von der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG) mit zwölfmal Gold und zweimal Silber prämiert. Auch beim 17. Meininger's International Spirits Award (ISW) 2020 schneidet **Henkell Freixenet** erfolgreich ab. Das Unternehmen erhält vier Gold- und zwei Silbermedaillen bei dem renommierten Wettbewerb mit international besetzter Fachjury bestehend aus rund 50 Spirituosenexperten.

Dank eines vorbildlichen Engagements sowie Präventionsmaßnahmen, die weit über die gesetzlich vorgeschriebenen Mindestanforderungen hinausgehen, hat die Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe die **Martin Braun KG** bereits zum sechsten Mal in Folge prämiert. Dabei wurden die Bereiche Arbeitsschutz-Organisation, Aus- und Weiterbildung, Transport und Verkehr, Arbeitssicherheit sowie Gesundheit und Ergonomie untersucht.

## August

**Budenheim** erwirbt sämtliche Anteile des niederländischen Unternehmens QolorTech B.V. QolorTech entwickelt und produziert kundenspezifische Farb-, Schwarz-, Weiß- und Additiv-Vormischungen in Form von Kunststoffgranulaten. Neben der Einfärbung tragen funktionale Additive unter anderem zu UV-Stabilisierung, Feuchtigkeitsabsorption, Antistatik und Antibeschlag der Kunststoffe bei.

**Dr. Oetker** übernimmt die Kölner Tortenmanufaktur deineTorte.de: Die Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG hat mit Wirkung vom 30.07.2020 die bereits bestehende Minderheitsbeteiligung (49 Prozent) an der InterNestor GmbH, dem europäischen Marktführer für individualisierbare Fototorten, auf 100 Prozent aufgestockt.



**Dr. Oetker Professional** räumt beim Cooking Award 2020 ab: In der Warengruppe Desserts sicherte sich die Mousse au Café die Bronze-Platzierung. Die Spinat-Ricotta-Klößchen konnten in der Kategorie Suppen, Soßen & Fonds punkten und den Silber-Rang erzielen.

## September

Die neue **Freixenet** Wine Collection kommt auf den Markt, bestehend aus einem Rotwein aus 100 Prozent Cabernet Sauvignon, einem Weißwein aus 100 Prozent Sauvignon Blanc sowie einem Rosado. Analog zum Cava-Pendant erscheint der Wein in gefroreter Flasche.



Die **OEDIV** feiert ihr 25-jähriges Firmenjubiläum. Gleichzeitig strukturiert das Unternehmen seine Organisation um. Ab sofort teilt sich die OEDIV in drei strategische Säulen auf: OEDIV Managed Solutions, OEDIV HR Services und OEDIV SecuSys. Darüber hinaus hat die OEDIV ein neues Corporate Design entwickelt und eingeführt.

Die bisherige ‚Geschäftsleitung‘ wird per 1. September 2020 in ‚Geschäftsführung‘ der **Martin Braun-Gruppe** umbenannt und in veränderter Besetzung arbeiten. Zukünftig werden Dr. Detlev Krüger als CEO, Franky De Grave als CFO, Reto Huber als COO und Christian Tomasch als COO die Martin Braun-Gruppe führen.

## Oktober

**Dr. Oetker** feiert 50 Jahre Tiefkühlpizza und lässt den Siegeszug des gefrorenen italienischen Teigfladens mit einer Medienkampagne Revue passieren. Die erste Tiefkühlpizza im deutschen Handel war übrigens eine Pizza Romana, belegt mit Tomaten, Paprika, Mortadella und einer hochwertigen Käsemischung.



## November

Der würzige Halbbitter-Kräuterlikör Kuemmerling aus der Spirituosen-Sparte von **Henkell-Freixenet** kann sich über die beliebte Auszeichnung „Beste Spirituose 2020“ der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG) freuen. In der Kategorie „Kräuter- und Gewürzliköre“ ist Kuemmerling als klarer Sieger hervorgegangen.

Um dem steigenden Verbraucheranspruch nach Natürlichkeit in den Lebensmitteln entgegenzukommen, hat **Martin Braun** einen Teil des Aromensortiments auf Clean Label umgestellt. Alle Fruchtpasten sowie eine Auswahl an Spezialitäten-Aromen wie Caramel, Mocca und Walnuss sind entsprechend in der Rezeptur überarbeitet worden, weitere Produkte werden nach und nach folgen.

## Dezember

Catering-Stars 2020: Die Goldmedaille in der Kategorie „Vegetarische Produkte“ geht an das Rote-Bete-Feta Knuspermedaillon mit Quinoa von **Dr. Oetker Professional**. Die Mousse au Café erklimmt den zweiten Platz unter den Desserts, während die Pizza Perfetissima (Warengruppe Backwaren herzhafte), EisknaXx (Warengruppe Eiscreme) und der Fisch- und Krustentierfond (Warengruppe Soßen, Suppen / -einlagen, Fonds) die Bronzemedaille erhalten.

Die wohl beliebteste Datingshow im deutschen Fernsehen steht wieder in den Startlöchern. Mit dabei: jede Menge Rosen und Mangaroca Batida de Côco aus dem Hause **Henkell-Freixenet**. Als offizieller Sponsor begleitet der brasilianische Kokoslikör den „Bachelor“ bereits zum vierten Mal bei seiner Suche nach der großen Liebe.

Herzlich Willkommen in der Oetker-Gruppe: Das Bundeskartellamt genehmigt die Akquisition des Online-Getränkeliieferndienstes **flaschenpost SE** durch die Dr. August Oetker KG. Damit ist jetzt der Weg frei für die Aufnahme von konkreten Planungen für die Zusammenführung von Durstexpress und flaschenpost zu einem gemeinsamen Unternehmen der Oetker-Gruppe.



**Herausgeber**

Dr. August Oetker KG  
Öffentlichkeitsarbeit  
Lutterstraße 14  
33617 Bielefeld  
[www.oetker-gruppe.de](http://www.oetker-gruppe.de)