

DR. AUGUST OETKER KG



2021

Geschäftsbericht 2021

Die Oetker-Gruppe

Kennzahlen

	2019		2020		2021		2020 ¹ 1.1.–31.10.		2021 ¹ 1.1.–31.10.		% ¹ 1.1.–31.10.
	In %		In %		In %		In %		In %		
NETTOUMSATZ NACH GESCHÄFTSBEREICHEN (IN MIO. €)²	7.406	100,0	7.330	100,0	7.413	100,0	6.057	100,0	6.392	100,0	+5,5
Nahrungsmittel	3.883	52,4	4.137	56,4	4.104	55,4	3.364	55,5	3.375	52,8	+0,3
Bier und alkoholfreie Getränke	1.792	24,2	1.625	22,2	1.621	21,9	1.417	23,4	1.370	21,4	-3,3
Sekt, Wein und Spirituosen	1.053	14,2	970	13,2	788	10,6	726	12,0	788	12,3	+8,5
Weitere Interessen	678	9,2	598	8,2	900	12,1	549	9,1	859	13,4	+56,3
NETTOUMSATZ NACH REGIONEN (IN MIO. €)²	7.406	100,0	7.330	100,0	7.413	100,0					
Deutschland	3.427	46,3	3.381	46,1	3.581	48,3					
Restliche EU ³	2.384	32,2	2.360	32,2	1.820	24,6					
Restliches Europa ³	299	4,0	309	4,2	738	10,0					
Restliche Welt	1.296	17,5	1.280	17,5	1.273	17,2					
INVESTITIONEN (IN MIO. €) (OHNE ERSTKONSOLIDIERUNGEN)²	358	100,0	343	100,0	361	100,0					
Nahrungsmittel	176	49,1	191	55,6	169	46,9					
Bier und alkoholfreie Getränke	93	25,9	82	23,9	99	27,5					
Sekt, Wein und Spirituosen	36	10,0	18	5,3	17	4,8					
Weitere Interessen	54	15,0	52	15,2	75	20,9					
BESCHÄFTIGTE (NACH KÖPFEN)²	34.060	100,0	36.831	100,0	46.384	100,0					
Nahrungsmittel	18.743	55,0	20.040	54,4	19.926	43,0					
Bier und alkoholfreie Getränke	7.094	20,8	7.083	19,2	6.921	14,9					
Sekt, Wein und Spirituosen	3.556	10,4	3.494	9,5	2.805	6,0					
Weitere Interessen	4.667	13,7	6.214	16,9	16.732	36,1					

¹ Umsatzzahlen des internen Controllings.

² Mit Vollzug am 2. November 2021 sind die Gesellschafter Dr. Alfred Oetker, Carl Ferdinand Oetker sowie Julia Johanna Oetker im Wege einer unechten Realteilung aus der Dr. August Oetker KG ausgeschieden und erhielten im Gegenzug aus der Oetker-Gruppe Unternehmen der Geschäftsbereiche Nahrungsmittel, Sekt, Wein und Spirituosen sowie Weitere Interessen. Diese Unternehmen sind bis zum 31. Oktober 2021, dem Zeitpunkt der Entkonsolidierung, im Konzernabschluss der Dr. August Oetker KG enthalten. Weitere Details finden Sie im Kapitel Konzernstruktur des Konzernlageberichts.

³ Die Umsätze in Großbritannien sind ab 2021 in der Region Restliches Europa ausgewiesen und waren zuvor der Region Restliche EU zugeordnet.

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*

Konzernstruktur	6
Überblick	6
Geschäftsbereiche	8
Führungsstruktur	15
Gruppenleitung	17
Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	18
Geschäftsverlauf	23
Oetker-Gruppe	23
Nahrungsmittel	26
Bier und alkoholfreie Getränke	32
Sekt, Wein und Spirituosen	37
Weitere Interessen	40
Vermögens- und Finanzlage	45
Prognosebericht	49
Chancen- und Risikobericht	51

02 *Konzernabschluss*

Konzernbilanz	58
Konzernanlagenspiegel	60
Konzernanhang	62
Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers	69

Sehr geehrte Damen und Herren,

vor dem Hintergrund der aktuellen weltpolitischen Lage fällt es uns allen schwer, mit Zuversicht nach vorne zu schauen. Zum einen sind wir tief betroffen von dem Leid der Menschen, das der russische Angriffskrieg gegen die Ukraine verursacht hat. Zum anderen hat der Krieg weit über die Ukraine hinaus Auswirkungen auf den Handel, auf Lieferketten, auf die Verfügbarkeit von Rohstoffen und damit letzten Endes auch auf das Überleben von Menschen in vielen Regionen dieser Welt, die davon abhängig sind. Der Krieg hat zudem demokratische und rechtsstaatliche Werte angegriffen, für die Millionen von Menschen, gerade in Osteuropa, über Jahrzehnte gekämpft haben.

Ökonomisch trifft uns der Krieg in vielerlei Hinsicht: Während es den reichen Ländern im ersten Schritt um Wohlstand geht, hat er für viele Länder auf der Erde und den dort lebenden Menschen bereits existenzielle Auswirkungen. Die Preise für Rohwaren und besonders für Grundnahrungsmittel haben sich in kürzester Zeit manchmal sogar verdoppelt oder verdreifacht. Und: Kriege treiben Inflation – wir erleben gerade erst den Anfang.

Das Geschäftsjahr 2021 war noch nicht von dem Ukraine-Konflikt beeinflusst. Nichtsdestotrotz blicken wir auf ein sehr bewegtes Jahr zurück. Die Corona-Pandemie hat die Geschäfte der Gruppe weltweit geprägt. Darüber hinaus haben die Gesellschafter der Dr. August Oetker KG im Juli 2021 bekanntgegeben, die Oetker-Gruppe in zwei unabhängig voneinander tätige Gruppen aufzuteilen. Die Trennung erfolgte schließlich zum 31. Oktober des vergangenen Jahres. Dieser Geschäftsbericht berücksichtigt noch alle Gruppenunternehmen, wobei die Kennzahlen der scheidenden Unternehmen für den Zeitraum Januar bis einschließlich Oktober aufgeführt werden.

Erfreulicherweise stieg die Weltproduktion 2021 um 5,8 %, wobei die Erholung der Weltwirtschaft im zweiten Halbjahr an Fahrt verlor. Insbesondere in den Sommermonaten schien sich die Lage angesichts sinkender Inzidenzzahlen und damit verbundener Lockerungen im Dienstleistungsbereich zu verbessern. Im dritten Quartal wirkte das steigende Infektionsgeschehen wieder dämpfend auf das Wirtschaftsgeschehen.

Insgesamt stieg das Bruttoinlandsprodukt in der EU im Jahr 2021 um 5,3 % gegenüber Vorjahr. Allerdings zog schon damals die Inflation in nahezu allen fortgeschrittenen Volkswirtschaften kräftig an.

Der weltweite Markt für Lebensmittel wuchs um 2,9 % und damit erwartungsgemäß leicht abgeschwächt. Durch die einsetzende Normalisierung erholte sich auch der Out-of-Home-Sektor – allerdings ohne auch nur annähernd an das Vor-Corona-Niveau anzuknüpfen. Gleichzeitig verstärkte die Pandemie viele globale Trends: die Fokussierung auf Digitalisierung und Nachhaltigkeit, einschließlich der Themen rund um einen bewussteren und gesünderen Konsum, beschleunigten sich. Neben dem Wachstum im stationären Handel verzeichneten weiterhin E-Commerce-Angebote überproportionale Wachstumsraten. Auch in Deutschland, das hier dem internationalen Trend aus verschiedenen Gründen etwas hinterherläuft, haben gerade jüngere Konsumenten diesen Convenience-Trend für sich genutzt. Interessant zu beobachten ist zudem, dass sich die Märkte anzunähern versuchen: Während traditionelle Lebensmittelhändler eigene Online-Plattformen aufbauen, beginnen die ursprünglich reinen E-Commerce-Anbieter mit dem Aufbau oder der Übernahme von physischen Standorten.

Die deutsche Brauwirtschaft musste auch 2021 einen Absatzzrückgang, diesmal um 2,2 %, hinnehmen. Neben strukturellen Gründen verschärften die anhaltende Corona-Pandemie und deren Folgen für die Gastronomie und ein veränderter Wettbewerb die Lage.

Dahingegen erholte sich der Sekt- und Schaumweinmarkt. Hier war 2021 ein zweistelliges Wachstum im Vergleich zu 2020 zu registrieren. Getrieben wurde der Markt vor allem durch die Kategorie Prosecco, dem meistverkauften Schaumwein der Welt.

Die chemisch-pharmazeutische Industrie verzeichnete ein starkes erstes Halbjahr 2021. Mit Erholung der weltweiten Industrieproduktion stieg die Nachfrage nach Chemikalien dynamisch.



Im zweiten Halbjahr konnte sich der Wachstumskurs aufgrund von globalen Materialknappheiten nur abgeschwächt fortsetzen. Dennoch stieg der Branchenumsatz um insgesamt 17,9 %.

Die Tourismusbranche litt auch 2021 unter den schweren Bedingungen durch die Corona-Pandemie. Zwar erhöhten sich die Auslastungszahlen in den Hotels im Vergleich zum katastrophalen Jahr 2020 – ohne allerdings das Vor-Corona-Niveau des Jahres 2019 zu erreichen.

Vor diesem Hintergrund ist es erfreulich, dass wir unseren Gruppenverbund jederzeit auf Kurs halten konnten. Im Like-to-Like-Vergleich zum Vorjahr, also beim Vergleich der ersten zehn Monate der beiden Jahre bis zur Trennung der Gruppe, erreichten wir ein Wachstum von 5,5%, was einem Umsatzanstieg um 335 Mio. Euro auf 6.392 Mio. Euro entspricht (basierend auf internen Controlling-Zahlen). Eine Kommentierung der handelsbilanziellen Umsatzentwicklung von 2021 im Vergleich zum Vorjahr ist nicht sinnvoll, weil Umsatzerlöse der bei der Oetker-Gruppe verbleibenden Unternehmen auf Zwölf-Monats-Basis mit Umsatzerlösen der herausgetrennten Unternehmen auf Zehn-Monats-Basis zu Ganzjahresumsätzen aller Unternehmen im Vorjahr verglichen würden.

Trotz der Teilung wuchsen wir auch im Jahr 2021 personell. Mit Abschluss des Geschäftsjahres waren bereits über 46.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Oetker-Gruppe beschäftigt, die sich seit der Teilung auf die beiden neuen Gruppen aufsplitten. Ihnen gilt mein besonderer Dank, da sie unter weiterhin schweren Bedingungen den Erfolg der Gruppe tragen. Daneben gilt mein Dank allen Geschäftspartnern für die gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit sowie den Gesellschaftergremien und dem Beirat der Dr. August Oetker KG.

Für das laufende Geschäftsjahr erwarte ich, dass wir uns, trotz mehr als herausfordernder wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Rahmenbedingungen, in unserer neuen Gruppenstruktur ebenso gut zurechtfinden wie in der ehemaligen. Unseren langjährigen Gruppenunternehmen und den dort Arbeitenden, die seit November 2021 nicht mehr zur Oetker-Gruppe gehören, wünsche ich von ganzem Herzen alles Gute.

Am meisten aber wünsche ich uns allen, dass möglichst schnell wieder Frieden einkehren möge. In der Ukraine, im Jemen und in allen weiteren Konfliktregionen dieser Erde.

In diesem Sinne und mit den besten Grüßen

Ihr

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

Dr. Albert Christmann

01 *Konzernlagebericht*

Konzernstruktur	6
Überblick	6
Geschäftsbereiche	8
Führungsstruktur	15
Gruppenleitung	17
Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	18
Geschäftsverlauf	23
Oetker-Gruppe	23
Nahrungsmittel	26
Bier und alkoholfreie Getränke	32
Sekt, Wein und Spirituosen	37
Weitere Interessen	40
Vermögens- und Finanzlage	45
Prognosebericht	49
Chancen- und Risikobericht	51

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 mit Sitz der Unternehmenszentrale in Bielefeld gehört zu den großen deutschen Familienunternehmen. Eine breite Diversifikation in unterschiedliche 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 2021 werden insgesamt 314 Gesellschaften (Vorjahr: 442) nach den Regeln der Vollkonsolidierung erfasst, von denen 219 ihren Sitz im Inland (Vorjahr: 247) und 95 im Ausland (Vorjahr: 195) haben. Die Reduktion des Konsolidierungskreises resultierte aus der Teilung der Oetker-Gruppe.

Im Juli 2021 einigten sich die Gesellschafter der Dr. August Oetker KG, die Unternehmen der bisherigen Oetker-Gruppe in zwei unabhängig voneinander agierende Unternehmensgruppen aufzuteilen. Seit dem Vollzug am 2. November 2021 verbleiben Richard Oetker, Rudolf Louis Schweizer, Philip Oetker, Markus von Luttitz sowie Ludwig Graf Douglas als Gesellschafter der Dr. August Oetker KG; zudem sind nun weitere Familienmitglieder als Kommanditisten an dieser Gesellschaft beteiligt. Die drei übrigen Gesellschafter Dr. Alfred Oetker, Carl Ferdinand Oetker und Julia Johanna Oetker sind hingegen als Kommanditisten aus der Dr. August Oetker KG ausgeschieden und erhielten im Gegenzug die Unternehmen Henkell & Co. Sektkellerei KG, Martin Braun Backmittel und Essenzen KG, Chemische Fabrik Budenheim KG, Atlantic Forfaitierungs AG, BELVINI.de GmbH, Columbus Properties, Inc. sowie Oetker Hotel Management Company GmbH, Hôtel Le Bristol S.A.S., Hotel Château du Domaine St. Martin S.A.S. und Kunstsammlung Rudolf August Oetker GmbH, die sie nun über die Geschwister Oetker Beteiligungen KG als neu gegründete Holdinggesellschaft halten. Diese Unternehmen gehören seit dem 2. November 2021 nicht mehr zur Oetker-Gruppe.

Demnach besteht die Oetker-Gruppe seit dem 2. November 2021 aus den nachfolgenden konsolidierten Geschäftsbereichen:

- *Nahrungsmittel* mit den Unternehmen unter dem Dach der Marke Dr. Oetker sowie der Conditorei Coppenrath & Wiese;
- *Bier und alkoholfreie Getränke* der Radeberger Gruppe;
- *Weitere Interessen* in den Geschäftsfeldern der Hotellerie, IT-, Beschaffungs- und Logistikdienstleistungen sowie Oetker Digital und neue digitale Geschäftsmodelle, zum Beispiel in Form von Plattformen und dem Lieferdienst flaschenpost.

Der Konzernabschluss und -lagebericht beziehen sich auf das gesamte Geschäftsjahr 2021. Darin sind die nicht mehr zur Oetker-Gruppe gehörenden Unternehmen, wie die Martin Braun-Gruppe aus dem Geschäftsbereich Nahrungsmittel und die Sektsparte, die Oetker Hotel Management Gesellschaft mit zwei Hotels sowie einige Unternehmen aus dem Geschäftsbereich Weitere Interessen bis zum 31. Oktober 2021, dem Zeitpunkt der Entkonsolidierung, berücksichtigt.

Neben den oben genannten Geschäftsbereichen, die vollkonsolidiert werden, bildete das Bankhaus Lampe mit seinen Tochtergesellschaften den Geschäftsbereich Bank, der auf Basis der At-Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen wurde. Der bereits 2020 angekündigte Verkauf sämtlicher Anteile an der Bankhaus Lampe KG an Hauck & Aufhäuser Privatbankiers AG, Frankfurt am Main, wurde am 30. September 2021 nach Zustimmung durch die Europäische Zentralbank (EZB) und weitere Aufsichtsbehörden vollzogen.

Als Holding 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
coppentrath-wiese.de
martinbraungruppe.de

Nahrungsmittel

Der Geschäftsbereich Nahrungsmittel setzte sich bis zum 2. November 2021 aus den Unternehmensgruppen *Dr. Oetker* inklusive der *Conditorei Coppentrath & Wiese* sowie *Martin Braun* zusammen. Die Unternehmensgruppen haben ihren Hauptsitz in Deutschland und produzieren Nahrungsmittel für End- und Großverbraucher weltweit. Seit November 2021 gehört Martin Braun nicht mehr zur Oetker-Gruppe.

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 verfügt Dr. Oetker über 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 von Dr. Oetker 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*. In Frankreich, den Niederlanden, Belgien, Portugal und Marokko wird das Markenportfolio um *Alsa* ergänzt. Zudem verfügt die Gruppe mit *Mavalério* in Brasilien über einen bedeutenden Markenhersteller 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 Gruppe unter anderem Aromen, Füllungen, Sahne-standmittel, 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. Seit November 2021 gehört die Martin Braun-Gruppe zur Geschwister Oetker Beteiligungen KG.

➤ 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 an: Neben dem namensgebenden Radeberger Pilsner gehören bekannte und beliebte Biermarken wie Jever, Clausthale 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 in Deutschland der exklusive Vertriebspartner für die Marken Guinness, Hop House 13 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 Getränkemarkten.

Mit ihrem Markenportfolio pflegt die Radeberger Gruppe deutsche Bier- und Getränkevielfalt. Dabei wird das Markenportfolio regelmäßig um Neuprodukte und Sortimentsergänzungen erweitert und aktualisiert. So können stets die jeweiligen Verbraucherwünsche bedient werden.

Bereits seit vielen Jahren treibt die Radeberger Gruppe die Vertikalisierung ihres Geschäftes voran und ist inzwischen mit starken Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette vertreten. Dazu gehören zum Beispiel im Einzelhandel Getränke Hoffmann und im Getränkemarkt (GFGH) der DrinkPort-Verbund, dessen Betriebe die Gastronomie beliefern. Zusätzlich entwickelt die Gruppe sowohl allein als auch zusammen mit Partnern neue Plattformmodelle in den Bereichen der Supply Chain und des Außer-Haus-Marktes mit. Hierzu zählt zum Beispiel das Joint Venture Food & Beverage Services (FBS); daneben sind im Streckengeschäft das Joint Venture Deutsche Getränke Logistik (DGL) und im Leergutmanagement die H. Leiter GmbH hervorzuheben.

Darüber hinaus eröffnet die Digitalisierung als einer der Schlüsselfaktoren für den zukünftigen Markterfolg neue Geschäftsfelder, zum Beispiel im Bereich E-Commerce.

➤ henkell-freixenet.com

Sekt, Wein und Spirituosen

Henkell Freixenet bildete innerhalb der Oetker-Gruppe bis zum Vollzug der Trennung den Geschäftsbereich Sekt, Wein und Spirituosen und ist seit November 2021 Teil der Geschwister Oetker Beteiligungen KG. 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 an, 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 zudem die stärkste Importmarke für spanischen Wein in Deutschland. 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 darüber hinaus 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 mit Wodka Gorbatschow Marktführer in Deutschland, bei Gin in Polen und bei Weinbrand in der Slowakei.

➤ budenheim.com
oetkercollection.com
oediv.de
oetkerdigital.com
flaschenpost.de
roland-transport.de
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 wie *flaschenpost*, die *Handelsgesellschaft Sparrenberg (HGS)*, *Roland Transport*, *Atlantic Forfaitierung* sowie weitere Unternehmen.

Budenheim, seit November 2021 zur Geschwister Oetker Beteiligungen KG gehörend, hat sich als mittelständisches Unternehmen zu einem international führenden Produkt- und Serviceanbieter hochwertiger Spezialchemie entwickelt. Die Produkte werden im Direktvertrieb und über Distributoren in rund 100 Ländern vermarktet. Das Unternehmen 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.

Das Hotelportfolio der Oetker-Gruppe umfasst zum Bilanzstichtag das Brenner's Park Hotel in Baden-Baden sowie das Hotel du Cap-Eden-Roc in Antibes. Mit der Teilung der Oetker-Gruppe haben die Hotels Le Bristol Paris und Château St. Martin & Spa ebenso wie die Oetker Hotel Management Company (OHMC) den Unternehmensverbund der Dr. August Oetker KG verlassen. Die beiden weiterhin im Eigentum der Gruppe befindlichen Hotels werden nach wie vor im Verbund mit anderen Luxushotels unter dem Markendach *Oetker Collection* vermarktet. Darüber hinaus erbringt die OHMC für beide Häuser weiterhin Serviceleistungen in verschiedenen Bereichen der Verwaltung.

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-Lösungen. 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 90 % der Umsatzerlöse stehen. Die Leistungen von OEDIV werden hohen Qualitätsstandards gerecht. Infolge der hohen Prozesskritikalität der durch OEDIV betriebenen Systeme müssen die eingesetzten Konzepte und Architekturen höchsten Verfügbarkeitsanforderungen der Kunden gerecht werden. Zur Absicherung ihrer Leistungen betreibt OEDIV eigene, georedundante Rechenzentren mit entsprechenden Zertifizierungen, 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.

Die *flaschenpost* SE mit Hauptsitz in Münster ist Deutschlands führender Getränkefortlieferdienst, der seit der Gründung im Jahr 2016 die Letzte-Meile-Logistik revolutioniert. Das Unternehmen ist seit Ende 2020 Teil der Oetker-Gruppe. In nahezu allen Metropolregionen Deutschlands vertreten, bietet die *flaschenpost* SE mit der Getränkelieferung innerhalb von 120 Minuten ein besonderes Einkaufserlebnis. Das Angebot wird kontinuierlich weiterentwickelt und ergänzt.

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. Das Unternehmen gehört seit dem 2. November 2021 nicht mehr zur Oetker-Gruppe.

➔ bankhaus-lampe.de

Bank

Am 1. Oktober 2021 wurde der im Vorjahr angekündigte Verkauf des Bankhaus Lampe an die Hauck & Aufhäuser Privatbankiers AG durch die Dr. August Oetker KG nach der Zustimmung durch die Europäische Zentralbank (EZB) und weitere Aufsichtsbehörden jetzt abgeschlossen.

Führungsstruktur

Die Oetker-Gruppe ist eines der großen deutschen Familienunternehmen. Die in über 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 begleitet 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 nicht zu den Gesellschafterfamilien gehörenden Personen besteht, wird von Herrn Rudolf Louis Schweizer geführt.

Gruppenleitungsmitglieder sind Herr Dr. Albert Christmann und Frau Ute Gerbaulet, die im Geschäftsjahr Herrn Dr. Heino Schmidt in dieser Funktion abgelöst hat.

Gesellschafter

Beirat

Gruppenleitung

Dr. Albert Christmann

Persönlich haftender Gesellschafter der Dr. August Oetker KG und verantwortlich für die Bereiche *Nahrungsmittel, Bier und alkoholfreie Getränke, Plattformen und Ökosysteme, Personal* sowie *Unternehmenskommunikation*.

Ute Gerbaulet

Persönlich haftende Gesellschafterin der Dr. August Oetker KG und verantwortlich für die Bereiche *Weitere Interessen, Oetker Digital, Be8 Ventures, Finanzen, Controlling, Recht* und *Steuern*.

Geschäftsführungen der Gruppenunternehmen

Gruppenleitung



Dr. Albert Christmann
Nahrungsmittel, Bier und alkoholfreie Getränke, Plattformen und Ökosysteme, Personal,
Unternehmenskommunikation



Ute Gerbaulet
Weitere Interessen, Oetker Digital, Be8 Ventures, Finanzen, Controlling, Recht, Steuern

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Auch im Jahr 2021 waren die konjunkturellen Rahmenbedingungen weltweit geprägt durch die Corona-Pandemie. In vielen Teilen der Welt bremsten erneut zunehmende Corona-Infektionen die wirtschaftliche Aktivität. Zudem haben globale Lieferengpässe und Kapazitätsprobleme im Logistiksystem, insbesondere im Seeverkehr, die Warenproduktion beschränkt und somit den Aufschwung der Industrieproduktion behindert.

Insgesamt ist die Weltproduktion in 2021 um 5,8% gestiegen. Die Erholung der Weltwirtschaft hat nach der Jahresmitte an Fahrt verloren. Während noch das zweite Quartal 2021 davon gezeichnet war, dass angesichts sinkender Inzidenzen die pandemiebedingten Beschränkungen gelockert wurden und sich das Wirtschaftsgeschehen, besonders in den Dienstleistungsbereichen, deutlich erholte, wirkte das wieder verstärkte Infektionsgeschehen im dritten und vierten Quartal dämpfend. Mit Ausbreitung der Delta-Variante kam es nicht nur in den asiatischen Schwellenländern zu deutlichen Rückgängen der wirtschaftlichen Aktivität, auch in den fortgeschrittenen Volkswirtschaften hat sich die Konjunktur zuletzt spürbar abgeschwächt. Wie in früheren Wellen hemmte das Infektionsgeschehen im Winterhalbjahr besonders die Aktivität in den kontaktintensiven Dienstleistungsbranchen, wenngleich der Einbruch weniger drastisch ausfiel als im Winter des vergangenen Jahres.

In der Gesamtbetrachtung für die Europäische Union (EU) war das Bruttoinlandsprodukt für das Jahr 2021 um 5,3% höher als im Jahr zuvor. In Deutschland betrug der Anstieg des Bruttoinlandsprodukts 2,9%. Auch hier belasteten Lieferengpässe die Produktion im verarbeitenden Gewerbe. Seit Beginn der Pandemie haben sich die Auftragseingänge deutlich besser entwickelt als die Industrieproduktion. Besonders betroffen von Lieferproblemen bei Vorleistungsgütern war die deutsche Automobilbranche.

Die Inflation hat im Verlauf des Jahres 2021 nicht nur in Deutschland, sondern insgesamt in den fortgeschrittenen Volkswirtschaften kräftig angezogen. Dies geht vor allem auf den Anstieg der Preise für Energie, besonders für Gas, zurück. Der drastische Anstieg des Gaspreises strahlte auch auf den Ölpreis aus, der im November auf rund 85 Dollar je Barrel der Sorte Brent stieg. Mit dem Aufkommen der neuen Virusvariante Omikron sanken die Ölpreisnotierungen zunächst wieder deutlich, weil negative Auswirkungen auf die Konjunktur und vor allem auf den Luftverkehr, der gerade erste Erholungszeichen setzte, befürchtet wurden.

Die Geldpolitik im Euroraum war weiter expansiv ausgerichtet. Während die US-Fed und die Bank von England die Märkte darauf einstellten, ihre Politik früher als bisher beabsichtigt straffen zu können, war im Euroraum eine Leitzinsanhebung kurzfristig nicht in Sicht, sodass die Leitzinsen vorerst auf ihren niedrigen Niveaus verblieben. Die Liquiditätszufuhr sollte zunächst mit dem Auslaufen des Pandemie-Sonderprogramms zum Kauf von Anleihen im März 2022 verringert werden. Die Anleihenkäufe im Rahmen des regulären

Ankaufsprogramms sollen Mitte des Jahres 2022 beendet werden, sofern der Inflationsausblick im Einklang mit dem Inflationsziel der EZB steht. Die Finanzierungsbedingungen im Euroraum waren in 2021 weiterhin günstig, infolgedessen hat sich das Volumen der Kredite unvermindert ausgeweitet.

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.

STICHTAGS-¹ UND DURCHSCHNITTS- KURSE GEGENÜBER DEM EURO	Stichtag 31.12.2020	Stichtag 31.12.2021	Durchschnitt 2020	Durchschnitt 2021
Australischer Dollar	1,5896	1,5615	1,6567	1,5783
Brasilianischer Real	6,3735	6,3101	5,9988	6,3786
Britisches Pfund	0,8990	0,8403	0,8894	0,8584
Kanadischer Dollar	1,5633	1,4393	1,5380	1,4804
Mexikanischer Peso	24,4160	23,1438	24,7300	24,0516
Polnischer Zloty	4,5597	4,5969	4,4680	4,5720
Türkische Lira	9,1131	15,2335	8,1579	10,8104
US-Dollar	1,2271	1,1326	1,1470	1,1816

¹ Euro-Referenzkurse der EZB vom 31. Dezember 2021.

Geschäftsbereichsbezogene Rahmenbedingungen

Nahrungsmittel

Der weltweite Markt für Lebensmittel stellt über den stationären Lebensmittelhandel für den Geschäftsbereich Nahrungsmittel der Oetker-Gruppe den wichtigsten Zugang zum Verbraucher dar. Auch im Geschäftsjahr 2021 waren die Lebensmittelmärkte geprägt von der Corona-Pandemie. Das Wechselspiel von Lockdown-Maßnahmen vornehmlich in der ersten Jahreshälfte und den Lockerungsmaßnahmen im weiteren Jahresverlauf führten insgesamt zu einem auf 2,9 % abgeschwächten Wachstum des globalen Lebensmittelmarktes. Die Bevorratungskäufe aus dem Vorjahr wiederholten sich erwartungsgemäß nicht. Mit einsetzender Normalisierung erholte sich der Out-of-Home-Sektor leicht, konnte jedoch bei weitem nicht die Umsätze aus den Jahren vor der Corona-Pandemie aufweisen. Zudem hat die Pandemie viele globale Trends verstärkt und die Fokussierung auf Digitalisierung und Nachhaltigkeit, einschließlich der Themen rund um einen bewussteren und gesünderen Konsum, beschleunigt. Dementsprechend ist die Nachfrage nach Fertig- und Convenience-Produkten im Kontext eines zunehmenden Gesundheits- und Umweltbewusstseins gestiegen. Dies zeigt sich auch am wachsenden Bedürfnis nach natürlicheren („frei von“), gesünderen (wie „gluten free“) oder nachhaltigeren (wie „plant based“) Produkten in idealerweise plastikfreier Verpackung.

Neben dem Wachstum im stationären Handel verzeichnet der E-Commerce-Kanal weiterhin überproportionale Wachstumsraten. Im Lebensmittelsektor bildet sich zunehmend ein Wettbewerb um den relevantesten Konsumentenzugang. Während einerseits traditionelle Lebensmittelhändler eigene Online-Plattformen aufbauen, beginnen die ursprünglich reinen E-Commerce-Anbieter ihrerseits mit dem Aufbau oder der Übernahme von physischen Standorten.

Auf den Beschaffungsmärkten führten diverse pandemieinduzierte Verwerfungen zu signifikanten und nachhaltigen Kostensteigerungen für Rohwaren, Verpackungen und Energie. Daneben ergaben sich erhebliche und anhaltende Engpässe bei der Beschaffung von Rohwaren und Verpackungsmaterialien sowie Transportkapazitäten. Zudem verstärkten klimatische Einflüsse diese Effekte weiter.

Bier und alkoholfreie Getränke

Im Inland verzeichnete der deutsche Biermarkt nach Angaben des Statistischen Bundesamts im Jahr 2021 einen Absatzrückgang um 3,4 %. Dieser Rückgang konnte auch durch das Wachstum um 4,0 % im Exportgeschäft nicht ausgeglichen werden, sodass die deutsche Brauwirtschaft in der Summe einen Absatzrückgang von 2,2 % verzeichnen musste. Damit hat sich die rückläufige Absatzentwicklung der vergangenen Jahre weiter fortgesetzt. Neben diesen strukturellen externen Einflussfaktoren verschärfen sich die Probleme in der Leergut-Supply-Chain. Das Mehrwegsystem, das Leergut zu einem der wichtigsten Rohstoffe werden lässt, ist zunehmend in seiner Stabilität gefährdet. Das liegt unter anderem an einer wachsenden Gebindevielfalt, die den Leergutsortieraufwand spürbar erhöht, bei gleichzeitig fehlenden Investitionen in die Leergut- und Sortiertechnik sowie strukturellen Personalengpässen.

Verschärft wird die seit Jahren angespannte Situation auf dem Biermarkt durch die Digitalisierung, die einen umwälzenden Veränderungsprozess in Gang gesetzt hat: Neue Anbieter oder rasant wachsende Quick-Commerce-Anbieter wecken neue Kundenbedürfnisse und ziehen Mengen aus der stationären Welt des Handels in eine neu entstehende Online-Welt. Bestellplattformen versuchen, als neue lösungsorientierte Partner der Gastronomie die Schnittstelle zu Gastronomen zu besetzen und diesen Kundenzugang gegenüber der Industrie zu monetarisieren.

Die Corona-Pandemie verstärkt die bestehenden herausfordernden Rahmenbedingungen weiter. Neben den wirtschaftlichen Auswirkungen der monatelangen und dadurch massiv belastenden Lockdown-Phasen ist noch nicht absehbar, wie Geschäftsvolumina und Verbraucherverhalten langfristig durch die Pandemie verändert werden. Kurzfristig war zu beobachten, dass ein Teil der Out-of-Home-Absätze temporär verloren ging, während sich ein anderer Teil von der Gastronomie in den Handel verlagerte. Diese Umsätze führten dort zu einem merklichen Anstieg des Flaschenbierabsatzes. Mit dem Ende des zweiten

Lockdowns wanderten diese Absätze sukzessive zurück in die Gastronomie. Aufgrund der höheren Margen insbesondere beim Fassbier hat die Erholung des Out-of-Home-Geschäftes nicht nur für die Brauereien eine hohe Bedeutung, sondern auch für angeschlossene Bereiche wie den Getränkefachgroßhandel oder auf Großverbraucher spezialisierte Lieferanten wie Transgourmet.

Sekt, Wein und Spirituosen

Durch die Corona-Pandemie haben sich die internationalen Marktgegebenheiten auch für Sekt, Schaumwein und Spirituosen zum Teil stark geändert. Weltweite Auswirkungen ergaben sich in allen Ländern sowie im Bereich Global Travel Retail. Besonders betroffen waren in Europa Spanien, Italien und Frankreich, wo die Kontaktbeschränkungen den Schaumweinkonsum in der Gastronomie stark einbrechen ließen, ebenso auch in Polen, Tschechien, Ungarn und Deutschland. Auch außerhalb Europas, zum Beispiel in den USA, in Kanada sowie in Südamerika waren die Corona-Auswirkungen deutlich spürbar.

Bedingt durch die Pandemie wurde der seit mehr als einem Jahrzehnt anhaltende Wachstumstrend im Sekt- und Schaumweinmarkt bereits im Vorjahr unterbrochen. Eine Erholung des Marktes im Jahr 2021 auf das Vorkrisenniveau hat voraussichtlich noch nicht stattgefunden. In der Summe ermittelte das Institut für Analysen des weltweiten Marktes an alkoholischen Getränken (IWSR-Institut) für den globalen Schaumweinmarkt für 2020 noch einen wertmäßigen Rückgang der weltweiten Nachfrage um 4,5 %; die Daten für das Jahr 2021 liegen zum Redaktionsschluss noch nicht vor. Das Unternehmen erwartet jedoch für 2021 ein zweistelliges Wachstum, das unter anderem erneut durch Prosecco, der mengenmäßig abermals um 32,2 % zugelegt hat, getrieben sein wird. Prosecco war bereits 2020 mit 560,7 Mio. Flaschen der meistverkaufte Schaumwein der Welt. Es folgt Champagner mit 240,4 Mio. Flaschen und Cava mit 221,7 Mio. Flaschen. Hinzu kam ein anhaltender Trend zu Premiumprodukten.

Auf der Versorgungsseite war das Jahr 2021 von kontinuierlichen Problemen und steigenden Preisen gekennzeichnet, vor allem bei Flaschen, Etiketten, Kartonagen, Energie und Logistik. Ebenso war ein deutlicher Anstieg der Weinpreise zu verzeichnen.

Chemie

Die chemisch-pharmazeutische Industrie verzeichnete ein starkes erstes Halbjahr 2021. Mit Erholung der weltweiten Industrieproduktion ist die Nachfrage nach Chemikalien dynamisch gestiegen. Infolgedessen und aufgrund anziehender Preise (+4,7 %) ist der Umsatz mit chemisch-pharmazeutischen Produkten in der ersten Jahreshälfte um 12 % gestiegen. Die COVID-19-Pandemie, Engpässe bei Vorprodukten und Probleme in der Lieferkette konnten diesen Trend nicht unterbrechen. Zur Jahresmitte lag die Auslastung der Anlagen mit über 86 % deutlich oberhalb des für die Branche üblichen Niveaus, sodass viele Unternehmen ihre Kapazitätsgrenzen erreichten.

Globale Knappheiten bei Material und Logistik bei gleichzeitig steigenden Energiepreisen führten zu Produktionsrückgängen im dritten Quartal. Der Wachstumskurs konnte sich daher im weiteren Verlauf des Jahres 2021 nur abgeschwächt fortsetzen. Dass die Branchenerzeugung insgesamt dennoch zulegen konnte, ist vor allem auf die positive Entwicklung im Pharmabereich zurückzuführen. Für steigende Erlöse sorgten auch der anhaltende Anstieg der Chemikalienpreise sowie eine erhöhte Nachfrage zur Vorbeugung von Materialengpässen. Nach Angaben des Verbandes der chemischen Industrie e.V. (VCI) belief sich im Gesamtjahr 2021 der Produktionsanstieg auf 5,3 % und das Umsatzwachstum auf 17,9 %.

Hotels

Große Teile der internationalen Hotellerie litten auch im Jahr 2021 stark unter den Auswirkungen der Corona-Pandemie. Weitreichende Reisebeschränkungen und regionale Lockdowns stellten die Branche auch im zweiten Jahr der Krise vor große Herausforderungen. Insgesamt zeigte sich die Situation gegenüber dem ersten Jahr der Pandemie allerdings verbessert. Die Auslastungszahlen lagen über denen des katastrophalen Vorjahres. Dabei erholten sich Ressort-Destinationen deutlich schneller und stärker als die Metropolregionen. Insgesamt zeigten sich Nachholeffekte insbesondere im Luxussegment und eine geringere Preissensitivität aufseiten der Nachfrage. Im Herbst des abgelaufenen Geschäftsjahres konnten auch die internationalen Großstädte wieder eine verstärkte Reiseaktivität und zunehmende Übernachtungszahlen verzeichnen, bevor sich die Stimmung im Dezember mit dem Aufkommen der Omikron-Virusvariante wieder eintrübte.

Geschäftsverlauf

Oetker-Gruppe

	2019		2020		2021	
	In %	In %	In %	In %	In %	In %
NETTOUMSATZ NACH GESCHÄFTSBEREICHEN (IN MIO. €)¹	7.406	100,0	7.330	100,0	7.413	100,0
Nahrungsmittel	3.883	52,4	4.137	56,4	4.104	55,4
Bier und alkoholfreie Getränke	1.792	24,2	1.625	22,2	1.621	21,9
Sekt, Wein und Spirituosen	1.053	14,2	970	13,2	788	10,6
Weitere Interessen	678	9,2	598	8,2	900	12,1
NETTOUMSATZ NACH REGIONEN (IN MIO. €)¹	7.406	100,0	7.330	100,0	7.413	100,0
Deutschland	3.427	46,3	3.381	46,1	3.581	48,3
Restliche EU ²	2.384	32,2	2.360	32,2	1.820	24,6
Restliches Europa ²	299	4,0	309	4,2	738	10,0
Restliche Welt	1.296	17,5	1.280	17,5	1.273	17,2
INVESTITIONEN (IN MIO. €) (OHNE ERSTKONSOLIDIERUNGEN)¹	358	100,0	343	100,0	361	100,0
Nahrungsmittel	176	49,1	191	55,6	169	46,9
Bier und alkoholfreie Getränke	93	25,9	82	23,9	99	27,5
Sekt, Wein und Spirituosen	36	10,0	18	5,3	17	4,8
Weitere Interessen	54	15,0	52	15,2	75	20,9
BESCHÄFTIGTE (NACH KÖPFEN)¹	34.060	100,0	36.831	100,0	46.384	100,0
Nahrungsmittel	18.743	55,0	20.040	54,4	19.926	43,0
Bier und alkoholfreie Getränke	7.094	20,8	7.083	19,2	6.921	14,9
Sekt, Wein und Spirituosen	3.556	10,4	3.494	9,5	2.805	6,0
Weitere Interessen	4.667	13,7	6.214	16,9	16.732	36,1

¹ Mit Vollzug am 2. November 2021 sind die Gesellschafter Dr. Alfred Oetker, Carl Ferdinand Oetker sowie Julia Johanna Oetker im Wege einer unechten Realteilung aus der Dr. August Oetker KG ausgeschieden und erhielten im Gegenzug aus der Oetker-Gruppe Unternehmen der Geschäftsbereiche Nahrungsmittel, Sekt, Wein und Spirituosen sowie Weitere Interessen. Diese Unternehmen sind bis zum 31. Oktober 2021, dem Zeitpunkt der Entkonsolidierung, im Konzernabschluss der Dr. August Oetker KG enthalten. Weitere Details finden Sie im Kapitel Konzernstruktur des Konzernlageberichts.

² Die Umsätze in Großbritannien sind ab 2021 in der Region Restliches Europa ausgewiesen und waren zuvor der Region Restliche EU zugeordnet.

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 Oetker-Gruppe erzielte 2021 insgesamt Umsatzerlöse in Höhe von 7.413 Mio. Euro, wobei die Umsätze der im Rahmen der unechten Realteilung entkonsolidierten Unternehmen nur bis zum 31. Oktober 2021 berücksichtigt werden (siehe unten). Auch im Geschäftsjahr 2021 spiegelte sich die Diversifizierung der Gruppe in den Absatz- und Umsatzberichten wider. Entsprechend sind die Umsätze der konsumgüterorientierten Geschäftsbereiche Nahrungsmittel sowie Bier und alkoholfreie Getränke jeweils in etwa auf dem Niveau des Vorjahres geblieben, während der Bereich Weitere Interessen eine deutliche Steigerung erzielen konnte. Gemäß den Erwartungen für Dr. Oetker haben sich die Corona-bedingt positiven Sondereffekte aus dem Vorjahr, vor allem im Geschäft mit Backzutaten und in der Kategorie Pizza, nicht wiederholt. Dr. Oetker konnte allerdings trotz gegenüber dem Vorjahr rückläufiger Märkte das im Jahr 2020 um 10,1 % gestiegene Umsatzniveau stabilisieren und damit im Durchschnitt der beiden letzten Jahre um 5 % jährlich wachsen. Der Geschäftsbereich Bier und alkoholfreie Getränke musste der allgemeinen Marktentwicklung folgend Verluste im gastronomieorientierten Brauereigeschäft hinnehmen, die größtenteils durch Umsatzsteigerungen der Getränkefachmärkte kompensiert wurden. Dem gegenüber steht ein signifikantes Wachstum im Geschäftsbereich Weitere Interessen, der seine Umsatzerlöse um 50,5 % auf 900 Mio. Euro steigern und somit den Anteil am Gesamtumsatz weiter ausbauen konnte. Getrieben wurde dieses Umsatzwachstum in erster Linie durch die digitalen Geschäftsmodelle, allen voran flaschenpost. Diese Unternehmensgruppe wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr erstmals mit ihren Umsatzbeiträgen konsolidiert. Daneben konnten die Hotels den Umsatz deutlich erhöhen, nachdem die Oetker Collection im Vorjahr erhebliche Umsatzrückgänge infolge der Auswirkungen der Corona-Pandemie hatte verkraften müssen.

Bei der Umsatzentwicklung ist zu beachten, dass im Zuge der Trennung der Oetker-Gruppe in zwei unabhängige Unternehmensgruppen die Umsätze der an die Geschwister Oetker Beteiligungen KG übertragenen Gesellschaften nur bis zum 31. Oktober 2021, dem Zeitpunkt der Entkonsolidierung, im Konzernabschluss der Dr. August Oetker KG enthalten sind. Dies erklärt im Jahresvergleich den Umsatzrückgang bei Sekt, Wein und Spirituosen ebenso wie bei Martin Braun (Geschäftsbereich Nahrungsmittel) und in Teilbereichen, wie der Chemiesparte, unter dem Dach Weitere Interessen.

Der in Deutschland erwirtschaftete Umsatz der Gruppe erhöhte sich um 5,9 % auf 3.581 Mio. Euro, im Wesentlichen bedingt durch flaschenpost. Der Anteil des außerhalb Deutschlands erzielten Umsatzes ist mit 51,7 % des Gesamtumsatzes leicht gesunken (Vorjahr: 53,9 %). Die Umsatzveränderungen für die Regionen Restliche EU und Restliches Europa hängen vor allem mit dem Brexit zusammen: Während die Umsätze in Großbritannien noch im Vorjahr unter Restliche EU ausgewiesen wurden, sind diese ab 2021 Bestandteil der Region Restliches Europa. Auf vergleichbarer Basis ergibt sich für die Region Restliche EU lediglich ein Umsatzrückgang von 3,5 % (statt -22,9 % wie in der Kennzahlentabelle), die Region Restliches Europa verzeichnete ein Minus von 5,6 % (anstelle von unbereinigt +138,9 %). Der Umsatzrückgang in beiden Regionen ist insbesondere dem fehlenden Jahresendgeschäft im Sektbereich geschuldet. Vor allem höhere Umsätze in den französischen Hotels konnten den Umsatzverlust der Region Restliche EU zum Teil kompensieren.

Das Investitionsvolumen (ohne Erstkonsolidierungen) in Höhe von 361 Mio. Euro in der Oetker-Gruppe lag um 5,2 % über dem Niveau des Vorjahres (343 Mio. Euro). Der Anstieg resultierte im Wesentlichen aus höheren Ausgaben in der Biersparte sowie der flaschenpost SE, die im Dezember 2020 erworben wurde. Mit 66,8 % (Vorjahr: 66,4 %) war der Investitionsanteil der inländischen Unternehmen weiterhin sehr hoch. Der Großteil der Investitionen entfiel auf den Geschäftsbereich Nahrungsmittel, die Ausgaben waren dort um 11,4 % geringer 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 2021 insgesamt 31.413 Mitarbeiter in Deutschland und 14.971 Mitarbeiter im Ausland tätig. Die Anzahl der Beschäftigten stieg im Berichtsjahr um 25,9 % auf weltweit 46.384. Der Zuwachs von insgesamt 9.554 Mitarbeitern entfiel im Wesentlichen auf den Geschäftsbereich Weitere Interessen und resultierte aus der erstmals ganzjährigen Berücksichtigung der Beschäftigten bei flaschenpost. Auf vollzeitäquivalenter Basis zählt flaschenpost einen deutlich niedrigeren Personalbestand. Infolgedessen fällt der vollzeitäquivalente Mitarbeiterbestand der Oetker-Gruppe mit 34.285 (+2,6 % gegenüber dem Vorjahr) im Vergleich zu den Kopffzahlen von insgesamt 46.384 wesentlich geringer aus. Ohne die Veränderungen im Konsolidierungskreis sind die Kopffzahlen um 4,9 % angewachsen. Neben flaschenpost betrifft die konsolidierungskreisbedingte Bereinigung in erster Linie die an die Geschwister Oetker Beteiligungen KG abgehenden Unternehmen, die nur mit zehn Monaten in den Durchschnittszahlen berücksichtigt sind, was sich in einem entsprechenden Personalarückgang widerspiegelt.

Nahrungsmittel

➤ Allgemeine Informationen zum Geschäftsbereich finden Sie auf Seite 8 f.

Besonderer Fokus auf vegane, vegetarische und fettarme Produkte

Geschäftsprozesse

Dr. Oetker hat im Supply-Chain-Prozess (Beschaffung, Produktion und Logistik) Kapazitätserweiterungen und Maßnahmen zur Prozessverbesserung umgesetzt. So hat das Unternehmen seine internationale Einkaufsorganisation ausgebaut, um globale Synergien zu nutzen und den Einkaufsprozess zu optimieren. Gleichzeitig hat *Dr. Oetker* seine Produktions- und Logistikprozesse verbessert.

Im Geschäftsjahr 2021 hat *Dr. Oetker* sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene eine Vielzahl innovativer Produkte auf den Markt gebracht und gleichzeitig bestehende Sortimente weiterentwickelt. Das Unternehmen hat in der Kategorie Kuchen und Dessert mit *Love It* einen veganen Pudding auf pflanzlicher Basis eingeführt. Sehr erfolgreich verlief zudem die Markteinführung der fettarmen und ohne künstlichen Zuckerzusatz versehenen *High-Protein-Pudding-Range* in verschiedenen europäischen Ländern. Nach einem vielversprechenden Test im Vorjahr hat *Dr. Oetker* zur Weihnachtssaison die Angebote unter der Submarke *Taste of Christmas* in gleich mehreren Ländermärkten um weihnachtliche Dekore, Backmischungen und Dessertpulver erweitert. In der Kategorie Pizza konnte das Sortiment *La Mia Grande* weiterhin wachsende Umsätze und Marktanteile verzeichnen. Darüber hinaus erfolgten eine Reihe neuer Produkteinführungen. Dazu gehören *La Mia Pinsa*, ein länglicher Sauerteigfladen aus mehreren Mehlsorten mit langer Teigruhe, und *The Good Baker*, eine vegetarische Pizza in mehreren Sorten mit optimierten Nährwertprofilen.

Die *Conditorei Coppenrath & Wiese* hat im Geschäftsjahr 2021 einen Schwerpunkt auf die Optimierung der Produktionsabläufe gelegt. Dies umfasste die Fortsetzung von Projekten, die auf schnelleres Rüsten bei Produktionswechseln, Dosierungsoptimierungen und der sogenannten *Low-Cost-Automation* abzielen. Am Standort Mettingen wurden zwei Linien für Fertigmehlkuchen in Betrieb genommen. Außerdem hat das Unternehmen ein Engineering-Zentrum errichtet, das zukünftig Platz für rund 80 Ingenieure, eine neue Werkstatt für den Anlagenbau sowie das Ersatzteillager bieten wird. Bei der *Spedition Overnight Tiefkühl-Service*, einer hundertprozentigen Tochter der *Conditorei Coppenrath & Wiese*, wurde ein neues Tiefkühlager erfolgreich in Betrieb genommen. Damit verfügt die *Spedition* über das erste *Multiflex-Tiefkühl-Hochregallager* in Deutschland. Engpässe erfährt das Unternehmen vor allem aufgrund des akuten Fahrer mangels als Folge der *Corona-Pandemie*.

Die *Martin Braun-Gruppe* hat als Folge der *Corona-Pandemie* vermehrt in die digitale Infrastruktur investiert. So hat das Unternehmen seine Webinaraktivitäten optimiert und intensiviert. Kundengespräche per Videoberatung und digitale kundenindividuelle Schulungen hat *Martin Braun* ebenfalls weiter ausgebaut. Der durch die erheblichen Reisebeschränkungen bedingte Wegfall der Kundenbesuche vor Ort konnte auf diesem Wege aufgefangen werden.

Neues Siedegebäck-Sortiment ist komplett palmölfrei und trägt dem Verbraucherwunsch nach gesunden und nachhaltigen Lebensmitteln Rechnung

Mit dem im Geschäftsjahr 2021 entwickelten palmölfreien Siedegebäck-Sortiment trägt Martin Braun dem aktuellen Food-Trend Nachhaltigkeit Rechnung. Das Sortiment zeichnet sich durch den kompletten Verzicht auf Palm- bzw. Tropenfett aus und beinhaltet die bekannten Produkte Berliner Wolke, Brauns Quarkbällchen und Brauns Spritzkuchen. In Bezug auf Clean Label hat das Unternehmen die Überarbeitung des gesamten Sahne-stand-Sortiments weitergeführt. Der Fokus lag dabei auf dem Einsatz von ausschließlich natürlichen Aromen, färbenden Lebensmitteln und der Eliminierung von modifizierten Stärken und Hydrokolloiden. Ebenfalls neu eingeführt wurde 2021 die gebrauchsfertige Zuckerglasur Icing RTU (Ready to use).

Im Bereich Brot/Brötchen hat Martin Braun das Agrano-Konzept Achtsamkeit in Form einer Brotbackmischung inklusive der verkaufsfördernden Werbemittel auf den Markt gebracht. Gleichzeitig hat sich das Unternehmen in diesem Bereich vermehrt mit der Entwicklung von Backmitteln mit Bioland-Zertifizierung beschäftigt.

Auch im Bereich Frozen Bakery gab es zahlreiche Neuentwicklungen. Dazu gehört mit dem Gebäck Sweet Heart Erdbeer-Vanille von Wolf ButterBack eine besonders erfolgreiche Markteinführung. Die bereits 2020 entwickelte Produktinnovation Laugen-Croquette wurde 2021 bei dem Convenience Best Award mit Gold ausgezeichnet.

Geschäftsverlauf

KENNZAHLEN	2020	2021
Umsatzerlöse (Mio. €)	4.137	4.104
Investitionen (Mio. €)	191	169
Beschäftigte	20.040	19.926

Der Geschäftsbereich Nahrungsmittel erwirtschaftete insgesamt Umsatzerlöse in Höhe von 4.104 Mio. Euro. Dabei sind die Umsätze der Martin Braun-Gruppe nur bis zum 31. Oktober 2021, dem Zeitpunkt der Entkonsolidierung infolge der Trennung der Gesellschaftergruppen, berücksichtigt. Während sich das Geschäft von Dr. Oetker inklusive der Conditorei Coppenrath & Wiese gemäß den Erwartungen als stabil gegenüber dem Vorjahr erwies, konnte die Martin Braun-Gruppe, die im Vorjahr erhebliche Umsatzrückgänge verzeichnen musste, im Jahr 2021 über nahezu alle Länder und Sortimentsbereiche hinweg wieder deutlich wachsen. Die Investitionen lagen bei 169 Mio. Euro und entfielen nach wie vor zum Großteil auf Dr. Oetker. Bei der Mitarbeiterzahl verzeichnete der Geschäftsbereich einen Rückgang um 0,6 % auf 19.926 Beschäftigte im Berichtszeitraum, im Wesentlichen bedingt durch die Martin Braun-Gruppe, die nur zeitanteilig in die Durchschnittszahlen einbezogen war. Ohne Veränderungen im Konsolidierungskreis ergab sich in 2021 ein Anstieg der Personalzahlen um 1,2 %.

Die beiden Nahrungsmittelunternehmen *Dr. Oetker* und *Conditorei Coppentrath & Wiese* verzeichneten Umsatzerlöse von insgesamt 3.685 Mio. Euro, was dem hohen Umsatzniveau des Vorjahres und damit den Erwartungen für das Geschäftsjahr 2021 entspricht. Wechselkurseffekte hatten einen negativen Einfluss auf die Wachstumsentwicklung, vor allem bedingt durch die deutliche Abwertung der türkischen Lira gegenüber dem Euro. Angepasst um insgesamt negative Wechselkurseinflüsse sowie nach Bereinigung von positiven Konsolidierungskreiseffekten zeigt sich das Umsatzniveau ebenfalls als stabil gegenüber dem Vorjahr.

Im Bereich der Akquisitionen lag der Fokus im Jahr 2021 primär auf der fortgesetzten Integration der in den Vorjahren erworbenen Unternehmen. Zudem wurden kleinere Unternehmen erworben: So hat das Unternehmen mit der Akquisition der Create Better Group Ltd. im Oktober 2021 seine neuen Geschäftsmodelle verstärkt. Die Gruppe ist in Großbritannien marktführend im B2C-Bereich der Multi-Brand-Specialty-Stores und ergänzt damit die zum 31. Dezember 2020 in den Niederlanden erworbene NewCakes B.V., den europäischen Marktführer für Multi-Brand-Specialty-Stores Cakes. Darüber hinaus hat Dr. Oetker in Indien mit dem Erwerb von Kuppies eine Marke und Produktionsstätte sowie Fertigungs-Know-how für Fertigmehlkuchen mit an die lokalen Verzehrgegewohnheiten angepassten Rezepturen übernommen.

Erfolgreiche Produktinnovationen und Marktinvestitionen sowie die neuen Geschäftsmodelle der Specialty-Retail-Baking-Unternehmen haben die Umsätze bei Dr. Oetker positiv beeinflusst. In vielen Ländern begünstigten die Lockdowns den Konsum zu Hause. Die sukzessive Lockerung der Pandemiemaßnahmen im zweiten Quartal, aber auch die Ferienzeit in den Sommermonaten in wesentlichen Absatzländern nutzten die Verbraucher zum Konsum außer Haus. Im restlichen Jahresverlauf stabilisierten sich die Umsätze, die wie geplant insgesamt das außerordentliche Niveau des Vorjahres erreichten.

In der Kategorie Kuchen und Dessert wirkten sich Neuprodukte positiv auf die Umsatzentwicklung aus. Wesentlich dazu beigetragen haben der Bereich der frischen Desserts mit den High-Protein-Puddings sowie den Puddings auf pflanzlicher Basis und der Ausbau der internationalen Submarke Taste of Christmas, die sich mit weihnachtlichen Dekoren, Backmischungen und Dessertpulvern in mehreren europäischen Ländern in den Regalen finden lässt. Bei den Dekoren wirkten sich zudem die Geschäftsbelebung bei Wilton in Amerika sowie die Akquisition von NewCakes, dessen Umsätze erstmals im Geschäftsjahr 2021 konsolidiert wurden, positiv auf den Umsatz aus. Die Pulverdesserts verzeichneten vor allem aufgrund von Währungsabwertungen in Brasilien einen Rückgang gegenüber dem Vorjahr.

Erfolgreicher Ausbau der internationalen Submarke Taste of Christmas

Die Kategorie Pizza partizipierte an dem gestiegenen Konsum von Pizzaprodukten für den häuslichen Verzehr. Aufgrund der Wachstumsraten hervorzuheben sind die Pizza La Mia Grande sowie Ristorante und Bistro-Baguettes, die die fehlenden Umsätze aus dem im Vorjahr in den USA veräußerten Ellios-Geschäft zum Teil ausgleichen konnten.

Nach einem starken Einbruch im Vorjahr war das Professional-Geschäft auch im laufenden Jahr durch die anfänglich bestehenden Pandemierestriktionen geprägt und erholte sich im weiteren Verlauf nur langsam. Während sich Qualitätsprodukte in den Kategorien Kuchen/Dessert und Pizza zunehmender Beliebtheit erfreuen, geht die Nachfrage nach würzigen Nahrungsmittelsortimenten seit Jahren zurück. Diese Entwicklung hat sich durch die Corona-Pandemie deutlich verstärkt. Vor diesem Hintergrund wurde entschieden, das Professional-Sortiment entsprechend neu auszurichten und infolgedessen die Produktion am Standort Ettlingen schrittweise einzustellen.

Die Region Deutschland erzielt Umsätze über dem außergewöhnlichen Vorjahresniveau

Auch bei der regionalen Betrachtung spiegeln sich im Wesentlichen die Auswirkungen der Corona-Pandemie wider: Die Region Deutschland erzielte Umsätze deutlich über dem Niveau des außergewöhnlichen Vorjahres. Dabei profitierte Dr. Oetker von den erfolgreichen Innovationen und dem in der ersten Jahreshälfte vergleichsweise stärkeren Konsum zu Hause, wodurch die insgesamt nur langsame Erholung des Professional-Geschäfts kompensiert wurde. Die Region Westeuropa konnte nicht an die hohe Vergleichsbasis des Vorjahres anknüpfen. Vor allem Italien und Frankreich, deren pulverbasierte Sortimente von den längeren Lockdown-Phasen im Jahr 2020 besonders profitierten, haben das hohe Vorjahresniveau nicht halten können.

Schwache Wechselkurse in Osteuropa, allen voran die Abwertung der türkischen Lira gegenüber dem Euro, belasteten die Umsatzentwicklung dieser Region. In der organischen Umsatzbetrachtung konnte Osteuropa die Umsätze aus 2020 moderat steigern. Erfreulichen Geschäftsentwicklungen in der Türkei standen Rückgänge in Polen gegenüber. Zudem führten schlechte Ernten zu einer schwachen Einmachsaison, was sich negativ auf den Verkauf der Einmachprodukte in vielen osteuropäischen Ländern ausgewirkt hat.

Erholungen durch Wiedereröffnungen wichtiger Vertriebskanäle in der Region Amerika

Die Region Amerika profitierte von der Wiedereröffnung und Erholung wichtiger Vertriebskanäle wie der Craft-Stores für Wilton in den USA oder der Party-Stores für Mavalério in Brasilien. Bei dem anhaltenden „Home-Baking-Trend“ konnte die Gruppe in Amerika ein deutliches organisches Wachstum verzeichnen. Negative Einflüsse auf die Umsatzentwicklung resultierten zum einen aus den Lieferketten-Turbulenzen, vor allem einhergehend mit eingeschränkten Seecontainerverfügbarkeiten, wodurch zum Teil Kundenaufträge nicht erfüllt werden konnten. Zum anderen belasteten ungünstige Wechselkurse, allen voran die Abwertung des brasilianischen Reals gegenüber dem Euro, die gute operative Entwicklung.

Die Geschäftsentwicklung in der Region 3A lag umsatzseitig deutlich über dem Vorjahr. Erhebliche Wachstumsraten konnten die Landesgesellschaften in Südafrika, Tunesien und Indien erzielen.

Positiv entwickelte sich das Geschäft mit Backspezialartikeln der sogenannten Specialty-Retail-Unternehmen. Maßgeblich unterstützt wurde diese erfreuliche Entwicklung durch die Akquisition von NewCakes, einem Fachhändler mit breitem Sortiment an Backutensilien- und Produkten, im Dezember 2020, dessen Umsatzbeiträge erstmals im abgelaufenen Geschäftsjahr berücksichtigt sind. InterNestor, das über die Plattform deinetorte.de Motivatorten vertreibt, als zweite wesentliche Umsatzsäule der neuen Geschäftsmodelle hat zum Wachstum beigetragen, insbesondere aufgrund des Ausbaus im B2C-Geschäft in den Kernmärkten Deutschland, Frankreich, Niederlande, Schweden und Polen.

Erfreuliche Entwicklungen der Segmente Blechkuchen, Torten und Brötchen

Die Conditorei Coppenrath & Wiese verzeichnete im Jahr 2021 einen leichten Rückgang ihrer Umsatzerlöse um 1,9%. Während das Handelsmarkengeschäft in Deutschland weiter zurückging, verlief das Markengeschäft in Deutschland, vor allem infolge der positiven Entwicklung des strategischen Segments Blechkuchen sowie der Torten, erfreulich. Das Tortengeschäft erholte sich und erreichte das Vor-Corona-Niveau. Insbesondere das vielfältige Angebot aus großen und kleinen Torten bietet eine breite Auswahl für verschiedene Verzehranlässe an Feiertagen und Wochenenden. Segmente wie Strudel, die während der Hochphase der Pandemie besonders stark nachgefragt wurden, blieben unter dem Vorjahresniveau. Dagegen zeigte sich das strategische Segment Brötchen stabil und konnte damit die hohen Zuwächse aus der Corona-Zeit halten. Im Geschäft mit Großbritannien sind die Bedingungen weiter schwierig. Aufgrund der Post-Brexit-Situation und des weiterhin ungünstigen Wechselkurses des britischen Pfunds zum Euro blieb das Geschäft deutlich unter dem Umsatzniveau des Vorjahres. Das E-Commerce-Geschäft der Gruppe entwickelte sich dagegen im Geschäftsjahr 2021 dynamisch. In diesem Bereich kooperiert das Unternehmen nach wie vor mit AmazonFresh, Rewe digital, Kaufland digital, AllyouneedFresh und myTime.

Investitionen in moderne Technologien und Kapazitätsausbau

Die Investitionen bei Dr. Oetker und der Conditorei Coppenrath & Wiese lagen im Jahr 2021 mit 136 Mio. Euro (Vorjahr: 156 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 gewährleisten den aktuellen Stand der Technik sowie hochqualitative Prozesse innerhalb der gesamten Supply Chain. Wesentliche Projekte, die im letzten Jahr fertiggestellt wurden, betreffen beispielsweise zwei neue Fertigungslinien an den Pizzastandorten in Wittlich und Lebcz (Polen), ein neues Versandlager am Standort Leyland in Großbritannien sowie verschiedene Investitionen in weitere Prozessautomatisierung, etwa im Bielefelder Werk. Die Conditorei Coppenrath & Wiese hat zur Fortsetzung des Kapazitätsausbaus ebenfalls im abgelaufenen Geschäftsjahr Investitionen in den Neubau eines Hochregallagers getätigt. Damit konnten die Lagerkapazitäten am Standort Atter um 20.000 Stellplätze erweitert werden.

Signifikantes Wachstum in den Bereichen TK und Süß

Die *Martin Braun-Gruppe* ist im Geschäftsjahr 2021 bis zum 31. Oktober, dem Zeitpunkt der Entkonsolidierung infolge der Trennung der Gesellschaftergruppen, im Konzernabschluss berücksichtigt. In den ersten zehn Monaten erwirtschaftete Martin Braun Umsätze von 418 Mio. Euro. Teilweise belasteten negative Währungseffekte, allen voran die weitere Abwertung der türkischen Lira, die lokale Geschäftsentwicklung. Trotz weiterhin zahlreicher Herausforderungen in vielen Märkten bewies Martin Braun eine erfreulich starke Resilienz und konnte die erheblichen Umsatzrückgänge von 2020 über nahezu alle Länder- und Sortimentsgrenzen hinweg überwinden und wieder deutlich wachsen. Während das kleine Sortiment Brot, Brötchen auf dem Niveau des vergleichbaren Vorjahreszeitraums blieb, konnten die beiden Sortimente TK und Süß signifikant wachsen. Das größte relative Wachstum gegenüber dem entsprechenden Zeitraum Januar bis Oktober 2020 entfiel auf das Sortiment Eis.

Wenngleich in nahezu allen Ländern und Regionen signifikante Wachstumsraten verzeichnet werden konnten, war der Nachfrageanstieg im Vereinigten Königreich sowie in Südeuropa, der Türkei und den Niederlanden besonders ausgeprägt. Länderübergreifend erhöhte sich beispielsweise der Umsatzanteil für den langfristigen Bestand der Martin Braun-Gruppe am wichtigen Lebensmitteleinzelhandel deutlich. Dies ist vor allem auf ein umfassendes Maßnahmenpaket als Reaktion auf die schwierigen Marktbedingungen zurückzuführen.

Mit Blick auf die Akquisitionen im abgelaufenen Geschäftsjahr hat die Gruppe ihre Anteile an der Polen-Gida-Gruppe um 15 % auf 70 % aufgestockt und damit das Investment in der Türkei weiter ausgebaut.

Prognose

Die beiden Unternehmen *Dr. Oetker* und *Conditorei Coppentrath & Wiese* halten trotz der erheblichen Unsicherheiten und bestehenden Risiken an ihren mittelfristigen Planungen fest. Für 2022 erwartet die Gruppe bei anhaltenden herausfordernden Rahmenbedingungen einen Gesamtumsatz leicht über dem des abgelaufenen Geschäftsjahres. Die Umsatzentwicklung wird stimuliert durch operative Maßnahmeninitiativen, insbesondere Produktinnovationen und Marktinvestitionen, sowie durch den weiteren Distributionsausbau im Kontext des Internationalisierungskonzepts. Als Folge des Krieges in der Ukraine werden signifikante Kostensteigerungen erwartet, die zu Preiserhöhungen und Kosteneinsparungen zwingen. Ursache dafür sind insbesondere gestörte Lieferketten und erhebliche Engpässe bei diversen Rohwaren, Verpackungsmaterialien, Transportleistungen und Energie.



Bier und alkoholfreie Getränke

➤ Allgemeine Informationen zum Geschäftsbereich finden Sie auf Seite 10

Geschäftsprozesse

In der *Radeberger Gruppe* bildeten vor dem Hintergrund der anhaltenden Corona-Pandemie die Absicherung der Lieferketten und die Abfederung der Kostensteigerungen die zentralen Handlungsschwerpunkte im Geschäftsjahr 2021. Weiterhin fester Bestandteil im Lieferantenmanagement ist das Corporate-Social-Responsibility(CSR)-Tool EcoVadis, das seit längerem zur Messung der Nachhaltigkeitsleistung und der Lieferantenstandards eingesetzt wird. Dieses Instrument wird auch im Hinblick auf das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz hilfreich sein. Zur Bündelung von Einkaufskompetenzen im (Getränke-)Fachhandelsbereich hat die Radeberger Gruppe 2021 die Beveco GmbH als neue Einkaufsgesellschaft gegründet.

Etablierung eines neuen Aktionsmengen-Prognosetools

Im Logistikbereich wurde die 2019 begonnene Neukonzeption des gruppenweiten Lagerverwaltungssystems (LVS) auf Basis einer Docker-Kubernetes-Infrastruktur fortgesetzt. Daneben hat die Gruppe im Geschäftsjahr 2021 ein neu geschaffenes Aktionsmengen-Prognosetool etabliert. Das Tool verknüpft systemisch die relevanten Bestandsdaten der Voll- und Leergüter mit aktuellen Absatzdaten. So lassen sich die Absätze schnell und automatisch prognostizieren, was eine verbesserte Mengenplanung der Standorte ermöglicht. Neben diesen gruppenübergreifenden Veränderungen wurden zahlreiche standortspezifische Maßnahmen zur Weiterentwicklung von Produktions- und Logistikstrukturen umgesetzt.

Zur Weiterentwicklung im vertikalen Geschäft konzentrierte sich die Radeberger Gruppe auf die marktgerechte Ausrichtung ihrer Getränkefachgroßhandel(GFGH)-Standortstrukturen. Vor diesem Hintergrund wurde die bereits 2020 erfolgte Zusammenführung der beiden sächsischen GFGH-Betriebe Helmke und Flack & Schwier zu dem einheitlichen Unternehmen HFS Getränke mit der Verschmelzung des GFGH Schneider & Berger aus Freiberg vervollständigt. Im Zuge einer Bereinigung der Gesellschafts- und Beteiligungsstrukturen der Getränke-Lippert-Gruppe hat die Radeberger Gruppe das Filialgeschäft von Getränke Lippert gesellschaftsrechtlich herausgelöst und auf die Getränke Hoffmann Süd GmbH übertragen.

Die Bereiche Marketing und Vertrieb der Unternehmensgruppe mussten aufgrund der Corona-Pandemie und der daraus folgenden Einschränkungen für die Gastronomie geplante Kampagnen und Produktneueinführungen verschieben. Die Radeberger Gruppe reagierte darauf mit einem forcierten Engagement in den sozialen Medien, die mittlerweile einen wichtigen Kanal zur Markenkommunikation darstellten. Trotz dieser Einschränkungen konnte die Gruppe im Geschäftsjahr 2021 diverse Marketingmaßnahmen erfolgreich umsetzen, beispielsweise eine Bewegtbild-Kampagne für die Mix-Range der Weizenbiermarke Schöfferhofer oder die involvierende Aktion „Wahre Helden bewegen was“ für die Marke Ur-Krostitzer. Zudem gelang die Markteinführung einiger Neuprodukte. Dazu gehören die neue Sorte Schöfferhofer Kirsche sowie das Sternburg Hanf-Radler und Brinkhoff's Radler Naturtrüb. Bei der Marke Berliner Kindl profitierte das Neuprodukt Berliner Kindl Alkoholfrei von dem wachsenden Markt alkoholfreier Biere. Darüber hinaus hat das Unternehmen die Berliner Kindl Weisse mit der neuen Sorte Berliner Kindl Weisse Kirsche auf den Markt gebracht.

Der Absatzkanal
Online-Shopping nimmt
deutlich an Fahrt auf

Die Corona-Pandemie wirkt sich bei allen negativen Einflüssen weiterhin positiv als Beschleuniger für die Digitalisierung in der Radeberger Gruppe aus. So hat die Unternehmensgruppe die im Jahr 2020 in Betrieb genommene SAP CX Sales Cloud im Geschäftsjahr 2021 etabliert und weiterentwickelt. Durch die Pandemie hat der Absatzkanal „Online-Shopping“ für viele Verbraucher stark an Bedeutung gewonnen. Um die sich daraus ergebenden Chancen verstärkt zu nutzen, hat das Unternehmen weitere Ressourcen in diesen Bereich investiert und seine internen Prozesse optimiert.

Zur Verbesserung der Vertriebssteuerung erfolgte nach der erfolgreichen Integration der Preiseinstiegsmarken Sternburg und Hansa in die Vertriebsorganisation des Markengeschäftes die Übernahme der nationalen Vermarktung der Marke Kloster Scheyern, die bis dato von der Tucher Privatbrauerei betreut wurde, in den Vertrieb der Radeberger Gruppe. Im Gastronomievertrieb hat die Gruppe das herausfordernde Geschäftsjahr 2021 genutzt, um die Prozesse der Marktbearbeitung zu optimieren. Dafür hat sie ein neues CRM-Steuerungstool entwickelt, das die aktive und zielgerichtete Bearbeitung des Außer-Haus-Marktes verbessert. Darüber hinaus wurde zusammen mit dem GFGH WIGEM ein Pilotprojekt für eine Leadgenerierung aufgesetzt. Dabei werden öffentlich verfügbare Daten auf elektronischem Wege bezogen, analysiert und so aufbereitet, dass dem Vertrieb entsprechende Neukundenpotenziale aufgezeigt werden.

Im Bereich Neuentwicklungen gelang es der Radeberger Gruppe, eine Vielzahl innovativer Produkte zu entwickeln, von denen einige im Geschäftsjahr 2022 eingeführt werden. Dazu zählen das Radeberger Alkoholfrei der Flaggschiff-Marke Radeberger, die Sortimentsergänzung Berliner Pranke unter der Marke Berliner und ein überarbeitetes, um 30 % Zucker reduziertes, naturtrübes Radler der Marke Clausthaler.

Die Einheit „New Technologies“ der Radeberger Gruppe betreibt weiterhin Pionierarbeit auf den Feldern Künstliche Intelligenz und Big Data, um hieraus in Zukunft wertschöpfende Adjustierungen der Geschäftsmodelle und -prozesse anzustoßen. Mit dem Projekt Smart Supply Chain verfolgt die Gruppe einen innovativen Ansatz zur digitalen Steuerung und Optimierung ihrer Wertschöpfungskette. Im Fokus steht eine automatisierte Prozessabwicklung von der Absatzprognose und der Bestellabwicklung im Outlet über die automatisierte Auftragserfassung und Beschaffungsplanung im Getränkefachgroßhandel bis hin zur Produktionsplanung der Brauerei über mehrere Supply-Chain-Stufen. Nach einer erfolgreichen Pilotierung im Berliner Getränkemarkt soll 2022 ein Roll-out dieser Anwendungen erfolgen, zunächst fokussiert auf das Geschäft der Getränkemarkte.

Geschäftsverlauf

KENNZAHLEN	2020	2021
Umsatzerlöse (Mio. €)	1.625	1.621
Investitionen (Mio. €)	82	99
Beschäftigte	7.083	6.921

Stabile Umsatzerlöse
auf Vorjahresniveau

Die Umsatzerlöse der Radeberger Gruppe beliefen sich im Geschäftsjahr 2021 auf 1.621 Mio. Euro und sind im Vergleich zum Vorjahr nahezu stabil geblieben (-0,2 %). Nach der Eliminierung von Währungs- und Konsolidierungskreiseffekten betrug der operative Umsatzrückgang -1,6 % bzw. -26 Mio. Euro. Die Radeberger Gruppe als Deutschlands führende Brauereigruppe konnte sich der rückläufigen Absatzentwicklung auf dem gesamten deutschen Biermarkt nicht entziehen. Die Umsatzerlöse reduzierten sich erwartungsgemäß aufgrund der Corona-bedingt starken Umsatzrückgänge beim Fassbier sowohl im Brauereigeschäft als auch bei den gastronomieorientierten Getränkefachgroßhändlern.

Die Entwicklung innerhalb der einzelnen Unternehmensbereiche war im Geschäftsjahr 2021 unterschiedlich ausgeprägt. Im Brauereigeschäft sorgten der zweite Lockdown mit einer weiteren, noch längeren Schließung des Außer-Haus-Marktes sowie die Auflagen für die Gastronomie im wichtigen Weihnachtsgeschäft erneut für massive Absatzverluste beim Fassbier. Infolgedessen sank die Absatzmenge unter das historisch tiefe Niveau des Jahres 2020. Auch im Handelsgeschäft blieb der Mehrwegabsatz von Bier in der Summe unter dem Vorjahreswert. Insgesamt entwickelte sich der Bier-Inlandsabsatz der Gruppe mit -5,8 % rückläufig gegenüber dem Vorjahr. Hingegen konnte sich der Bereich der Getränkefachmärkte weiter an den aus der Gastronomie „entliehenen“ Umsätzen erfreuen. Getränke Hoffmann konnte im zweiten Jahr in Folge Chancen aus den Corona-bedingten Veränderungen im Einkaufsverhalten nutzen, wodurch die Umsätze deutlich gestiegen sind. In der Supply Chain kam es insbesondere in den Sommermonaten erneut zu erheblichen Verwerfungen in der gesamten Lieferkette, ausgelöst durch den bestehenden Arbeitskräftemangel in der Logistik sowie fehlenden Frachtraum. Die Streckenlogistik, die gemeinsam mit Veltins über das Joint Venture Deutsche Getränke Logistik betrieben wird, bewältigte nicht nur die enormen Absatzspitzen erfolgreich, sondern auch die zunehmenden kostenintensiven Störungen der gesamten Lieferkette. Auch der Leergutspezialist H. Leiter GmbH blieb eine entscheidende Stütze bei der Absicherung der Lieferfähigkeit der Radeberger Gruppe. Der massive Wintereinbruch zu Beginn des abgelaufenen Geschäftsjahres hatte allerdings bei Leiter zu hohen Umsatzausfällen und Mehrkosten geführt, die auch aufgrund von Personalmangel über das Jahr nicht mehr ausgeglichen werden konnten.

Der allgemeinen Marktentwicklung folgend entwickelte sich das Portfolio der Radeberger Gruppe im abgelaufenen Berichtsjahr in der Summe rückläufig. Wie im Vorjahr prognostiziert, waren insbesondere Marken mit einer starken Präsenz in der Gastronomie weiterhin von den Auswirkungen der Corona-Pandemie betroffen. Die nationalen Marken Radeberger, Jever und Schöfferhofer verzeichneten insgesamt einen Absatzrückgang im Vergleich zum Jahr 2020. Der Absatz der fassbierstarken Hauptmarke Radeberger Pilsner sank im Vergleich zum Vorjahr um 8,3%, der der friesischen Marke Jever entwickelte sich insbesondere aufgrund eines starken Wachstums der alkoholfreien Variante Jever Fun positiv. Demgegenüber litt die sehr gastronomieorientierte Weizenbiermarke Schöfferhofer sowohl unter den Corona-bedingten Einschränkungen als auch unter der im Vergleich zum Vorjahr schlechten Witterung im Sommer und verzeichnete dementsprechend spürbare Verluste.

Positive Entwicklung der Marke Allgäuer Büble

Bei den nationalen Spezialitäten konnte sich die Marke Allgäuer Büble sehr erfolgreich entwickeln, auch die noch junge Marke Oberdorfer übertraf die Absatzplanung. Die internationalen Marken bestätigten das Vorjahresniveau. Hingegen entwickelte sich die alkoholfreie Marke Clausthaler rückläufig.

Im Segment der regionalen Premiummarken zeigte sich die stärkste Marke des Segments, Ur-Krostitzer, stabil gegenüber dem Vorjahr. Dagegen verzeichneten die ostregionale Marke Freiburger sowie die Berliner Marken (Berliner Kindl und Berliner Pilsner) moderate Rückgänge. Die stark gastronomieorientierten Tucher-Marken (Tucher und Zirndorfer) litten besonders unter dem ausbleibenden Messe- und Veranstaltungstourismus im Kernabsatzgebiet der Metropolregion Nürnberg.

Das Segment der alkoholfreien Getränke mit seinem starken Fokus auf dem Außer-Haus-Markt wurde ebenfalls erheblich von der Corona-Pandemie getroffen. Im Jahr 2021 hat keine signifikante Erholung stattgefunden; der Absatz hat sich gegenüber dem Vorjahr weiter rückläufig entwickelt.

Im Jahr 2021 lag die Zahl der Beschäftigten mit 6.921 um 2,3 % unter dem Niveau des Vorjahres (7.083). Bereinigt um die Zugänge im Konsolidierungskreis aus dem Vorjahr ergab sich in 2021 ein Rückgang bei den Mitarbeiterzahlen um 3,1 %. Die Investitionen der Radeberger Gruppe summierten sich auf 99 Mio. Euro und lagen damit um 20,7 % über dem Vorjahreswert, vor allem aufgrund der Errichtung einer neuen Abfüllanlage im Allgäuer Brauhaus sowie des Mietkaufs einer Sortieranlage bei der H. Leiter Freienbrink GmbH & Co. KG.

Prognose

Der Bierabsatz in Deutschland wird im Jahr 2022 weiterhin von den Auswirkungen der Corona-Pandemie geprägt sein. Die vierte Corona-Welle mit der hochansteckenden Omikron-Variante und die Auflagen für den Außer-Haus-Bereich zur Eindämmung der Pandemie wirkten sich auch im ersten Quartal 2022 spürbar auf die Gastronomieabsätze aus. Für den weiteren Jahresverlauf wird insbesondere entscheidend sein, wie sich das Infektionsgeschehen entwickelt und ob es beispielsweise im vierten Quartal wieder zu Corona-bedingten Auflagen für die Gastronomie kommt oder eine weitere Normalisierung der Situation stattfindet. Zu den Herausforderungen der Corona-Pandemie treten mit dem Einmarsch Russlands in die Ukraine Ende Februar 2022 weitere Verwerfungen für die Branche, die das Geschäft massiv tangieren werden. So sieht sich die Unternehmensgruppe mit weiteren, kriegsbedingten dramatischen Kostensteigerungen bei Transport- und Logistikunternehmen sowie in nahezu allen Beschaffungsmärkten konfrontiert – und rechnet insbesondere bei energieintensiven Vorlieferanten wie Glashütten, Mälzereien, CO₂-Produzenten oder auch Dosen- und Kronenkorkenherstellern mit angespannten Liefer- und Preissituationen. Daneben wird von einem nahezu vollständigen Entfall der Exportmengen nach Russland ausgegangen; dies wird allerdings keine wesentliche Auswirkung auf die Entwicklung der Gesamtumsätze haben. Die durch die sich fortsetzende Corona-Pandemie und die Ukraine-Krise extrem volatile wirtschaftliche Situation in der Branche erschwert verlässliche Planungen und Prognosen. Sollte im vierten Quartal im Außer-Haus-Bereich ein normales Geschäft möglich sein, erwartet die Radeberger Gruppe für 2022 ein deutliches Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr.



Sekt, Wein und Spirituosen

➤ Allgemeine Informationen zum Geschäftsbereich finden Sie auf Seite 11

Geschäftsprozesse

Trotz erschwerten Bedingungen durch die Corona-Pandemie 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. Mit Herausforderungen sah sich die Gruppe im Jahr 2021 insbesondere auf der Beschaffungsseite konfrontiert, da im Berichtszeitraum erhebliche und anhaltende Probleme auf der Versorgungsseite auftraten.

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.

Bei den Marketing- und Vertriebsaktivitäten legte Henkell Freixenet den Fokus auf seine weltweit vertriebenen Kernmarken Freixenet, Mionetto Prosecco und Henkell Trocken. Zur besseren Steuerung internationaler Prozesse wurden internationale Markenteams für Freixenet, Mionetto, Henkell Trocken sowie i heart WINES und Mangaroca Batida de Côco eingerichtet.

Ausbau der E-Commerce-Aktivitäten

Einen besonders hohen Stellenwert nimmt das digitale Marketing ein. So treibt das Unternehmen gemeinsam mit seinen Handelspartnern den weiteren Ausbau des E-Commerce voran, der durch die Corona-Pandemie einen deutlichen Auftrieb erfahren hat.

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 sowie der Trendsetter Kuemmerling Pfefferminz.

Geschäftsverlauf

KENNZAHLEN	2020	2021 (1.1. – 31.10.)
Umsatzerlöse (Mio. €)	970	788
Investitionen (Mio. €)	18	17
Beschäftigte	3.494	2.805

Bedingt durch die Trennung der Gesellschaftergruppen ist Henkell Freixenet nur bis zum 31. Oktober 2021, dem Zeitpunkt der Entkonsolidierung, im Konzernabschluss der Dr. August Oetker KG enthalten. In den ersten zehn Monaten des Geschäftsjahres 2021

erzielte die Gruppe Umsatzerlöse in Höhe von 788 Mio. Euro. Die Investitionen von Henkell Freixenet beliefen sich im selben Berichtsraum auf 17 Mio. Euro. Der Schwerpunkt lag hierbei auf der Standortentwicklung von Mionetto in Italien. Die durchschnittliche Zahl der Beschäftigten reduzierte sich auf 2.805 Mitarbeiter. Infolge der Entkonsolidierung von Henkell Freixenet sind die Mitarbeiterzahlen für 2021 auf Basis des zehnmonatigen Durchschnitts berechnet.

Der Umsatz der Region DACH (Deutschland, Österreich und Schweiz) lag in den ersten zehn Monaten des Jahres 2021 bei 217 Mio. Euro. Viel Freude bereitete abermals die Entwicklung von Deutschlands führendem Premiumsekt Fürst von Metternich sowie von Henkell und Mionetto Prosecco. Stark wachsen konnte zudem Mangaroca Batida de Côco. In Österreich legten Henkell Trocken als Umsatzmarktführer Österreichs sowie Freixenet zu. In der Schweiz wuchs Mionetto Prosecco ebenfalls deutlich. Schloss Johannisberg konnte im Nach-Corona-Jahr zweistellig zulegen.

Der Umsatz in der Region Westeuropa lag in den ersten zehn Monaten des Jahres 2021 bei 269 Mio. Euro. Angesichts mehrfacher Lockdowns im Vorjahr, die zu einem deutlich niedrigeren Umsatzniveau in 2020 führten, resultierte nun die Erholung in einem Umsatzanstieg von 9,5%. Überproportional positiv entwickelten sich Italien und Spanien mit ihrem hohen Gastronomieanteil. Aber auch im Vereinigten Königreich konnte der Umsatz zweistellig gesteigert werden. Wichtigste Marken dieser Region waren Freixenet, Mionetto sowie i heart WINES.

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 45 % Marktanteil auf dem nationalen Sektmarkt verfügen. Hinzu kommen Henkell Freixenet Polska – zweites Spirituosenkompetenzzentrum der Gruppe neben Deutschland – sowie Rumänien und die Ukraine. In den ersten zehn Monaten betrug der Umsatz der Region 126 Mio. Euro. Erfolgreiche Beiträge leisteten unter anderem Bohemia Sekt und Mionetto Prosecco in Tschechien sowie Törley in Ungarn. In Polen konnte sich Mionetto Prosecco weiterhin dynamisch entwickeln und legte auch insgesamt in der Region deutlich zu.

Eine wichtige Wachstumsregion ist der amerikanische Kontinent, der im Jahr 2021 eine dynamische Erholung erfuhr. Die Nettoumsätze in der Region Americas betragen in den ersten zehn Monaten 136 Mio. Euro. In den USA konnten sowohl Freixenet als auch Mionetto wieder deutlich zulegen. Auch die Standorte Gloria Ferrer in Sonoma und Finca Sala Vivé in Mexiko entwickelten sich deutlich zweistellig positiv. Brasilien war auch 2021 einer der Wachstumstreiber, insbesondere mit Freixenet Cava, der 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 im Zeitraum Januar bis Oktober 2021 einen Umsatz von 33 Mio. Euro. Im klassischen Export war der Bereich „Global Travel Retail“ (GTR) im ersten Halbjahr 2021 noch von krisenbedingten Geschäftsausfällen betroffen, bevor er sich ab dem dritten Quartal maßgeblich erholte. Im Markt Australien konzentrierte sich die Gruppe nach dem im Vorjahr 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 Division 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 betrug 9 Mio. Euro im Zeitraum Januar bis Oktober 2021.

Deutlich positive
Entwicklung der inter-
nationalen Kernmarken

Die internationalen Kernmarken entwickelten sich im selben Zeitraum in der Summe zweistellig positiv. Die Absätze der größten Marke Freixenet lagen um 11,3% über dem Vorjahresniveau im Vergleichszeitraum. Hierzu trugen die positiven Entwicklungen bei Freixenet Prosecco und Italian Rosé sowie im Weinsortiment die neu eingeführten Weinlinien Freixenet Italian Collection und Freixenet Spanish Collection maßgeblich bei.

Mionetto Prosecco zeigte mit seinen Schwerpunktmärkten Italien, USA, Deutschland, Vereinigtes Königreich, Frankreich, Kanada und Osteuropa ein Absatzwachstum von 29,9%. Die Zuwächse resultierten im Wesentlichen aus den USA und dem italienischen Inlandsgeschäft, wo die Gastronomieanteile von Mionetto überproportional hoch sind. Die Region DACH trug vor dem Hintergrund einer besonders in Deutschland positiven Entwicklung ebenso zu dem Wachstum bei wie Osteuropa, das erneut vor allem in Polen stark wachsen konnte. Hieran hatte auch der im Jahr 2020 weltweit eingeführte neue Mionetto Prosecco Rosé seinen Anteil.

Auch Henkell wuchs absatzseitig in den ersten zehn Monaten 2021 deutlich um 20,2%. In Österreich konnte die Marke als Marktführer ebenso Akzente setzen wie auf den kanadischen und australischen Märkten. Auch der sich wiederbelebende Duty-free-Markt trug zur positiven Entwicklung der meistexportierten deutschen Sektmarke bei.

Während i heart WINES von Januar bis Oktober 2021 in seiner Dynamik leicht um 6,1% auf nach wie vor eindrucksvolle 24,4 Mio. Flaschen nachließ, wuchs Mangaroca Batida de Côco im selben Zeitraum abermals um 30,7%. Hierzu trugen maßgeblich die klare Variante Mangaroca Batida Pura Côco und Mangaroca Batida Pineapple in der Ready-to-Drink-Dose bei.



Weitere Interessen

➤ Allgemeine Informationen zum Geschäftsbereich finden Sie auf Seite 12 ff.

Geschäftsprozesse

Auch bei *Budenheim* waren im Geschäftsjahr 2021 die Beschaffungsmärkte bestimmt durch eine gute Nachfrage auf Kundenseite und eine limitierte Angebotssituation aufseiten der Rohstofflieferanten. Um der hohen Auslastung gerecht zu werden, hat Budenheim standortübergreifend zahlreiche Projekte zur Kapazitätserweiterung gestartet. Der Fokus lag hier insbesondere auf Produktlinien für hochwertige Spezialchemie. Unter anderem hat das Unternehmen am Standort Budenheim im Sommer 2021 eine neue Lagerverwaltungssoftware für das Logistikzentrum in Betrieb genommen. Am spanischen Standort erfolgte der Ausbau der Produktion für Melaminphosphate. Um aus seiner Abhängigkeit von Lohnherstellern herauszutreten und Vorlaufzeiten für seine Kunden zu verkürzen, hat Budenheim USA in eine neue Einheit für pulverige Schmierstoffe investiert. Außerdem wurden Produktionserweiterungen bei Budenheim Mexiko erfolgreich vollzogen. Gleichzeitig hat Budenheim wichtige Investitionen in den Bereichen Nachhaltigkeit und Personalorganisation getätigt.

Nachhaltige Produktinnovationen

Den Fokus auf Nachhaltigkeit und marktgetriebene Innovation setzt insbesondere der Geschäftsbereich Food Ingredients. Vor diesem Hintergrund hat das Cluster Savory Solutions das neue ABASTOL®-VEG-Portfolio auf den Markt gebracht. Es deckt die Bedürfnisse der pflanzenbasierten Fleischersatzprodukte ab und ist damit eine wichtige Säule für zukünftiges Wachstum. Das Cluster Nutrition hat unter der Marke WowCaps® Fe 300 mithilfe von Mikroverkapselung sichere und hochfunktionelle, mit Eisen angereicherte Sportgetränke auf den Markt gebracht. Darüber hinaus baut Budenheim seine Führungsposition bei hochreinen Mineralien für die Säuglingsernährung und die Nutrazeutikaindustrie aus. Sowohl das CAFOS®- als auch das PureMin®-Portfolio für eine sichere, zuverlässige und wertvolle Mineralanreicherung ist ausgeweitet worden.

Im Geschäftsbereich Performance Materials hat das Cluster Metal Treatment das bestehende Portfolio der ROLLIT®- und PHOSPHATHERM®-Hochtemperaturschmierstoffe um das Angebot von Aufbringanlagen erweitert. Das Cluster Pharmaceutical & Medical Products hat seine Präsenz in Asien durch die erfolgreiche Registrierung der DICAFOS®- und TRICAFOS®-Portfolios für den chinesischen Markt gestärkt. Die Positionierung als Lösungsanbieter im Markt wurde durch die Präsentation von eigenen Generikaformulierungen und durch wissenschaftliche Publikationen vorangetrieben. Das Cluster Ceramics Solutions erweitert seine Kompetenzen über den Feuerfestbereich hinaus und entwickelt Lösungen für neue Technologien in technischer Keramik.

Der Geschäftsbereich Material Ingredients fokussierte sich auf die Integration von QolorTech B.V. und den Aufbau des neuen Kerngeschäftsfeldes Polymer Masterbatching in Vaassen/Niederlande. Das Cluster Polymers präsentierte sich mit seinen umweltfreundlichen Produkten QolorTech® NIR, QolorTech® ReQolor und QolorTech® ReQreate als „grüner Masterbatcher“. Im Cluster Paints konnte der Geschäftsbereich mit dem flammenhemmenden FR CROS® 585, das sich durch eine einzigartige Verarbeitungsstabilität auszeichnet, entscheidende Zulassungen von Farbformulierungen erreichen.

Bei *OEDIV* hat sich die im Jahr 2020 vollzogene Aufteilung in die Säulen Managed Solutions, SecuSys und HR Services bewährt. Die Kernthemen von *OEDIV* lassen sich so 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.

OEDIV SecuSys umfasst das 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.

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.

Geschäftsverlauf

KENNZAHLEN	2020	2021
Umsatzerlöse (Mio. €)	598	900
Investitionen (Mio. €)	52	75
Beschäftigte	6.214	16.732

Die Unternehmen des Geschäftsbereiches Weitere Interessen sind vorrangig in der chemischen Industrie und in der Luxushotellerie tätig. Daneben wird gezielt der Bereich Oetker Digital/neue Geschäftsmodelle ausgeweitet, der zuletzt maßgeblich durch die Akquisition von flaschenpost im Dezember 2020 verstärkt wurde.

Infolge der Trennung der Gesellschaftergruppen sind einige Unternehmen des Geschäftsbereiches Weitere Interessen nur bis zum 31. Oktober 2021, dem Zeitpunkt der Entkonsolidierung, im Konzernabschluss der Dr. August Oetker KG enthalten. Dazu zählen die Chemische Fabrik Budenheim KG mit ihren Tochterunternehmen und die Oetker Hotel Management Company GmbH mit den Hotels Hôtel Le Bristol S.A.S. in Paris und Château du Domaine St. Martin S.A.S. in Vence sowie weitere ausgewählte Einzelunternehmen des Geschäftsbereiches Weitere Interessen, wie zum Beispiel der E-Commerce-Weinhändler Belvini.

Im Hinblick auf die verschiedenen Märkte haben sich die Firmen unterschiedlich entwickelt. Insgesamt verzeichnete der Geschäftsbereich Weitere Interessen gegenüber dem Gesamtjahr 2020 einen Umsatzanstieg um 50,5 % auf 900 Mio. Euro. Ursächlich hierfür war in erster Linie die erstmals ganzjährige Berücksichtigung von flaschenpost, die dem Digitalbereich eine erfreuliche Fortsetzung seines Wachstumskurses ermöglichte. Teilweise reduzierende Effekte resultierten aus den fehlenden Umsatzbeiträgen der abgegangenen Unternehmen(-sgruppen) für die Monate November und Dezember 2021. Die Ausgaben für Investitionen betrugen 75 Mio. Euro für das Berichtsjahr gegenüber 52 Mio. Euro im Jahr zuvor. Der Anstieg ist maßgeblich bedingt durch die Investitionen von flaschenpost. Die Zahl der Beschäftigten erhöhte sich signifikant von 6.214 auf 16.732 in 2021. Ohne Veränderungen im Konsolidierungskreis sind die Personalzahlen, insbesondere aufgrund der unterjährigen Personalaufstockungen bei flaschenpost, um 15,1 % gestiegen.

Erfreuliche Umsatzentwicklung trotz pandemiebedingter Lieferkettenprobleme

Budenheim sah sich auch im Jahr 2021 mit wettbewerbsintensiven Marktbedingungen konfrontiert, die durch die anhaltende COVID-19-Pandemie und Lieferkettenprobleme noch einmal verstärkt wurden. Umso erfreulicher ist die Entwicklung der Umsätze, die sich in den ersten zehn Monaten des Geschäftsjahres 2021 auf 300 Mio. Euro beliefen. Dies ist auf einen gelungenen Mix aus höheren Verkaufsvolumina, einem verantwortungsvollen Produktmanagement und marktgetriebenen Preisanstiegen zurückzuführen.

Die Business Unit Food Ingredients, die den größten Anteil am Gesamtumsatz ausmacht, wuchs moderat gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Das größte Cluster, Savory Solutions, verzeichnete ein starkes Wachstum, angeführt vor allem durch den Nachfrageanstieg in der Gastronomie, die im Vorjahr besonders von der Pandemie betroffen war. Das Wachstumscluster Nutrition war ebenfalls durch eine deutliche Umsatzsteigerung geprägt. Dies geht unter anderem zurück auf die Gesundheits- und Nachhaltigkeitstrends der Verbraucher, die ein großer Treiber für Nahrungsergänzungs- und Lebensmittel sind. Beide Cluster haben die geringe Umsatzentwicklung im Cluster Backen überkompensiert.

Die Geschäftseinheit Performance Materials verzeichnete ein deutliches Umsatzwachstum, das in erster Linie durch einen signifikanten Anstieg der Absatzmengen getrieben war. Die im Jahresverlauf stark gestiegenen Rohstoffpreise wurden durch umgehende Preiserhöhungen kompensiert. Der Umsatz des Clusters Pharmaceutical and Medical Products lag auf dem hohen Niveau des vergleichbaren Vorjahreszeitraums. Dies wurde gestützt durch ein erhebliches Wachstum in Nordamerika vor dem Hintergrund eines weniger intensiven Wettbewerbs aus Asien. Dagegen verzeichnete das europäische Geschäft infolge einer normalisierten Nachfrage einen moderaten Rückgang. Die Markterholung im Stahlmarkt und die Realisierung mehrerer Neugeschäfte führten zu einem starken Umsatzwachstum mit Feuerfestmaterialien im Cluster Ceramic Solutions. Das Cluster Metal Treatment konnte den Umsatz als Konsequenz der steigenden Ölpreise und der damit einhergehenden Nachfrage nach Stahlrohren ebenfalls wesentlich steigern.

Auch der Geschäftsbereich Material Ingredients konnte den wirtschaftlichen Erholungstrend nutzen, trotz erheblicher globaler Versorgungshindernisse im Besonderen für das Cluster Paints. Budenheims Verlässlichkeit bei seiner internationalen Direktkundenstruktur zahlt sich durch ein starkes Wachstum aus. Vom Trend einer eingeschränkten Verfügbarkeit von Rohstoffen konnte insbesondere die im Vorjahr vollzogene Akquisition QolorTech B.V. mit Recyclinglösungen für Kunststoffe profitieren, die damit deutlich zum Wachstum des Clusters Polymer beitragen konnte. Das Jahr 2021 war insgesamt durch eine volatile, aber hohe Nachfrage bestimmt, die regional sehr unterschiedlich ausgeprägt war. Es zeichnet sich ab, dass die Themen Nachhaltigkeit und Klimawandel die Nachfrage nach Budenheim-Lösungen zu Recycling und ungiftigen Ersatzprodukten in den relevanten Kunststoff- und industriellen Beschichtungsmärkten erheblich beflügelt hat.

Die Hotels der *Oetker Collection* konnten sich dem Marktumfeld und den Auswirkungen der Corona-Pandemie nicht entziehen. Nachdem das Hotel Le Bristol im Jahr 2020 eine fünfmonatige Hotelschließung zu verzeichnen hatte und das Château St. Martin & Spa seinen Geschäftsbetrieb im Vorjahr pandemiebedingt überhaupt nicht aufnehmen konnte, lagen die Umsätze beider Häuser im Jahr 2021 erheblich über dem Vorjahresniveau. Stark über den Vorjahreswerten liegende Umsätze waren auch im Hôtel du Cap-Eden-Roc sowie im Brenner's Park Hotel zu verzeichnen. Beide Hotels konnten ebenfalls länger öffnen als 2020, ohne allerdings zu den üblichen Jahresöffnungszeiten zurückzukehren. Die Umsatzniveaus von vor der Krise blieben folglich unerreicht. Gleichzeitig blieben alle Häuser deutlich hinter ihren Planungen zurück.

Die Umsätze von *OEDIV* haben im Geschäftsjahr 2021 das Niveau des Vorjahres deutlich überschritten und damit die Erwartungen übertroffen. Besonders stach das starke Wachstum im Geschäft mit Drittkunden hervor. *OEDIV* profitierte von einer gesteigerten Nachfrage bestehender Kunden nach zusätzlichen, bisher nicht genutzten Dienstleistungen aus dem Leistungsportfolio sowie wachstumsbedingten Erweiterungen an bestehenden Infrastrukturen. Aus Kundensicht besonders gefragte Services waren Collaboration, Microsoft 365, Security-Lösungen und SAP S/4HANA.

Mit der Übernahme von *flaschenpost* im Dezember 2020 und einer erfolgreichen Integration des Durstexpress in der ersten Jahreshälfte 2021 konnte *flaschenpost* die Chancen des dynamischen Wachstumsmarktes noch besser nutzen. Der Umsatz hat sich wie in den Vorjahren deutlich gesteigert. Der Geschäftsverlauf war insbesondere geprägt von zahlreichen Supermarkt-Rollouts. Insgesamt hat *flaschenpost* Anfangsinvestitionen in elf Standorten geleistet und das Sortiment um Frischwaren und Tiefkühlprodukte erweitert. Die dazugehörigen Prozesse, vor allem im Lagerbereich, wurden entsprechend angepasst und die Warenauswahl konnte weiter optimiert werden. Auf dieser Basis ist es dem Unternehmen gelungen, die Weichen für einen bundesweiten Rollout zu stellen und somit das Ziel der Transformation des stationären Getränke- und Lebensmittelhandels zum E-Commerce weiter voranzutreiben.

flaschenpost stellt
Weichen für bundes-
weiten Rollout

Prognose

Da die Erholung im Jahr 2021 nur einen Teil der gravierenden Umsatzverluste des Jahres 2020 wettmachen konnte, rechnen die im Konzernverbund der Dr. August Oetker KG verbleibenden beiden Hotels der *Oetker Collection* auch für das Jahr 2022 mit erheblichen Umsatzsteigerungen gegenüber dem Vorjahr. Ziel ist es in beiden Häusern, sowohl im Brenner's Park Hotel in Baden-Baden als auch im Hôtel du Cap-Eden-Roc in Antibes die Umsatzniveaus des Jahres 2019 zu übertreffen. Dies setzt voraus, dass die Corona-Pandemie spätestens ab dem zweiten Quartal 2022 keine gravierenden Auswirkungen mehr auf das operative Geschäft der Hotels haben wird und internationale Tourismusreisen wieder nahezu uneingeschränkt möglich sein werden.

OEDIV erwartet für das Jahr 2022 eine stabile Umsatzentwicklung. Das Umsatzvolumen, das laut Planung leicht über dem Vorjahresniveau liegen wird, wird voraussichtlich in erster Linie getragen durch Leistungen im Bestandskundenbereich, aber auch durch zusätzliche Umsätze mit Neukunden.

Im kommenden Geschäftsjahr rechnet *flaschenpost* aufgrund des anhaltenden Online-Trends mit einer weiterhin großen Nachfrage. Entsprechend erwartet das Unternehmen für 2022 ein deutliches Umsatzwachstum. Insbesondere die Erweiterung des Serviceangebots wird den Wachstumskurs stützen.

Vermögens- und Finanzlage

Bedingt durch die Teilung der Oetker-Gruppe im November 2021 hat sich die Bilanzstruktur zum Stichtag 31. Dezember 2021 deutlich verändert. So reduzierte sich die Bilanzsumme gegenüber dem 31. Dezember 2020 um 4.211 Mio. Euro auf 6.096 Mio. Euro. Die Eckwerte stellen sich wie folgt dar:

BILANZSTRUKTUR			
In Mio. €	2019	2020	2021
Bilanzsumme	10.010	10.307	6.096
Anlagevermögen	3.962	4.632	3.213
Vorräte/Forderungen/RAP	2.823	2.862	1.699
Liquide Mittel	3.225	2.814	1.183
Eigenkapital	4.104	4.226	2.438
Rückstellungen	1.417	1.573	1.285
Verbindlichkeiten/RAP/passive latente Steuern	4.489	4.509	2.372

Das immaterielle Anlagevermögen ist gegenüber dem Vorjahr um 465 Mio. Euro auf 1.114 Mio. Euro gesunken. Hiervon entfallen 357 Mio. Euro auf Abschreibungen. Daneben wirkten sich konsolidierungskreisbedingte Abgänge in Höhe von netto 168 Mio. Euro reduzierend aus; diese betreffen hauptsächlich Markenrechte und bislang im Konzernabschluss bilanzierte Firmenwerte. Die Zugänge betragen im Jahr 2021 insgesamt 42 Mio. Euro (Vorjahr: 893 Mio. Euro) und sind mit 24 Mio. Euro (Vorjahr: 874 Mio. Euro) auf die Erstkonsolidierungen zurückzuführen. Hiervon entfielen 15 Mio. Euro auf Geschäfts- und Firmenwerte, die überwiegend bei Dr. Oetker bilanziert sind. Daneben sind Markenrechte im Wert von 9 Mio. Euro, in erster Linie resultierend aus der Kaufpreisallokation für die Akquisitionen bei Dr. Oetker, zugegangen.

Der Rückgang des Sachanlagevermögens um 755 Mio. Euro auf 1.554 Mio. Euro zum Bilanzstichtag ist wiederum geprägt durch die Abgänge im Konsolidierungskreis in Höhe von 871 Mio. Euro. Den Zugängen von 343 Mio. Euro (Vorjahr: 348 Mio. Euro), von denen 1 Mio. Euro (Vorjahr: 24 Mio. Euro) akquisitionsbedingt waren, standen Abschreibungen von 260 Mio. Euro (Vorjahr: 279 Mio. Euro) gegenüber. Der Großteil der Investitionen betraf technische Anlagen sowie Anlagen im Bau und geleistete Anzahlungen für den Geschäftsbereich Nahrungsmittel.

Die gesamten Zugänge bei den Sachanlagen und immateriellen Anlagewerten beliefen sich auf 385 Mio. Euro (Vorjahr: 1.241 Mio. Euro). Hiervon entfielen 24 Mio. Euro auf Akquisitionen (Vorjahr: 898 Mio. Euro). Die laufenden Investitionen betragen 361 Mio. Euro und lagen damit um 18 Mio. Euro über dem Niveau des Vorjahres, im Wesentlichen aufgrund höherer Investitionen in der Biersparte sowie der erstmaligen Berücksichtigung von flaschenpost. Regional betrachtet lag der Fokus erneut auf Investitionen in Inlandsgesellschaften, der Anteil der Auslandsgesellschaften an den laufenden Investitionen entsprach mit 33,2 % nahezu dem Vorjahreswert. Die Abschreibungen auf das immaterielle Anlagevermögen und das Sachanlagevermögen betragen insgesamt 617 Mio. Euro (Vorjahr: 504 Mio. Euro).

Die Beteiligungen an assoziierten Unternehmen sind um 171 Mio. Euro auf 360 Mio. Euro zum Bilanzstichtag gesunken. Der Rückgang des Buchwerts resultierte in erster Linie aus dem Verkauf der Bankhaus Lampe KG sowie den Abgängen im Zuge der Trennung der Oetker-Gruppe. Diese betreffen wertmäßig vor allem die Solid Rock Properties S.A.S., Saint-Barthélemy (Frankreich), und die Emaphos Euro Maroc Phosphore S.A., Casablanca (Marokko). Weiterhin nach der At-Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen sind im Wesentlichen die Moers Frischeprodukte GmbH & Co. KG, die Deutsche Getränke Logistik GmbH & Co. KG (DGL) und die S.A. Damm, Barcelona (Spanien).

Der Buchwert der Vorräte betrug 612 Mio. Euro und hat sich damit gegenüber dem Vorjahr um 45,4 % verringert. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen reduzierten sich um 417 Mio. Euro auf 742 Mio. Euro am Bilanzstichtag. Die Rückgänge sind bedingt durch die Abgänge im Konsolidierungskreis. Nach Bereinigung um Konsolidierungskreiseffekte erhöhten sich die Vorräte um 10,8 % bzw. 59 Mio. Euro. Dies ist überwiegend der operativen Entwicklung einzelner Gesellschaften im Geschäftsbereich von Dr. Oetker geschuldet. Bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ergab sich auf bereinigter Basis ein Anstieg um 4,2 % bzw. 30 Mio. Euro. Den nahezu unveränderten Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht, von 49 Mio. Euro zum Jahresende standen Verbindlichkeiten von 28 Mio. Euro (Vorjahr: 16 Mio. Euro) gegenüber. Sie bestand gegenüber nicht in die Konsolidierung einbezogenen in- und ausländischen Beteiligungen.

Die sonstigen Vermögensgegenstände sind zum Bilanzstichtag auf 269 Mio. Euro (Vorjahr: 489 Mio. Euro) gesunken. Diese Bilanzposition enthält unter anderem nicht mit Passivposten verrechnete Ansprüche aus der Rückdeckung von Pensionsverpflichtungen bei der Condor-Versicherungsgruppe, Forderungen aus Leergut und Ähnliches. Zudem wurden im Vorjahr die Vermögensgegenstände, insbesondere bestehend aus kurzfristigen Geldanlagen, der Atlantic Forfaitierungs AG einbezogen, die zum 31. Dezember 2021 nicht mehr zum Konsolidierungskreis gehörte. Dies führte – neben geringeren Steuererstattungsansprüchen – maßgeblich zum Rückgang der sonstigen Vermögensgegenstände.

Am Bilanzstichtag betragen die Finanzmittel 1.183 Mio. Euro (Vorjahr: 2.814 Mio. Euro). Sie setzen sich zusammen aus Wertpapieren des Umlaufvermögens und der Position „Kassenbestand, Guthaben bei fremden Kreditinstituten und Schecks“. Der vergleichsweise geringere Finanzmittelbestand hängt insbesondere mit gesunkenen Wertpapieren infolge von Fondsübertragungen anlässlich der Teilung der Oetker-Gruppe zusammen. Außerdem bestanden im Vorjahr noch Forderungen gegen die inzwischen veräußerte Bankhaus Lampe KG, die nun zum 31. Dezember 2021 in den Guthaben bei fremden Kreditinstituten enthalten sind.

Das Festkapital der Dr. August Oetker KG ist von 450 Mio. Euro auf 1.125 Mio. Euro gestiegen. Die Rücklagen des Konzerns reduzierten sich um 2.388 Mio. Euro auf 1.499 Mio. Euro zum Bilanzstichtag. Diese Entwicklung ist vor allem auf die Trennung der Gesellschaftergruppen sowie zum Teil auf die Erhöhung des Festkapitals zurückzuführen. Die positive Veränderung der Eigenkapitaldifferenz aus der Währungsumrechnung von 63 Mio. Euro resultierte einerseits aus den konsolidierungskreisbedingten Abgängen sowie andererseits aus der Aufwertung zahlreicher Währungen gegenüber dem Euro, allen voran des US-Dollars, des kanadischen Dollars und des britischen Pfunds. Der auf nicht beherrschende Anteile entfallende Eigenkapitalposten ist von 142 Mio. Euro auf 5 Mio. Euro zum Bilanzstichtag gesunken: Im Vorjahr entfiel dieser Posten hauptsächlich auf die Anteile anderer Gesellschafter an der Freixenet-Gruppe, die im Zuge der Teilung im November 2021 entkonsolidiert wurde. Somit ergab sich insgesamt eine Eigenkapitalreduktion um 1.788 Mio. Euro auf 2.438 Mio. Euro zum 31. Dezember 2021.

Die Pensionsrückstellungen betragen zum Bilanzstichtag 378 Mio. Euro und haben sich im Vergleich zum Vorjahr um 98 Mio. Euro reduziert, vor allem aufgrund von Abgängen im Konsolidierungskreis. Während sich Auszahlungen mit –35 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 47 Mio. Euro (Vorjahr: 78 Mio. Euro) waren nur effektive Steuern enthalten. Die Veränderung der sonstigen Rückstellungen um –153 Mio. Euro auf 849 Mio. Euro war ebenfalls gekennzeichnet durch die entkonsolidierten Unternehmenseinheiten. Sonstige Rückstellungen umfassten am Bilanzstichtag vor allem Beträge für ausstehende Rechnungen, für Pfandguthaben aus dem Brauereibereich, für Erlösschmälerungen insbesondere im Nahrungsmittelbereich sowie für den Personalbereich, unter anderem bedingt durch die angekündigte Schließung des Dr. Oetker Standorts Ettlingen.

Die Verbindlichkeiten betragen 2.337 Mio. Euro (Vorjahr: 4.459 Mio. Euro) und sind, gegliedert nach Restlaufzeiten, dem Anhang zu entnehmen. Unter den im Gesamtbetrag enthaltenen anderen sonstigen Verbindlichkeiten von 465 Mio. Euro (Vorjahr: 2.309 Mio. Euro) werden unter anderem die Gesellschafterkonten innerhalb der Dr. August Oetker KG ausgewiesen, die zum Bilanzstichtag infolge der Gruppenteilung einen deutlich niedrigeren Saldo zeigten.

Die passiven latenten Steuern reduzierten sich um 10 Mio. Euro auf 28 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 Saldo der Nettofinanzguthaben reduzierte sich von 1.465 Mio. Euro zum 31. Dezember 2020 auf –189 Mio. Euro zum Ende des Jahres 2021, vor allem bedingt durch den Rückgang bei den Wertpapieren des Umlaufvermögens.

Das Eigenkapital sank im Vergleich zum Vorjahr um 42,3 % bzw. 1.788 Mio. Euro auf 2.438 Mio. Euro. Bei einem Rückgang der Bilanzsumme um 40,9 % sank die Eigenkapitalquote auf 40,0 % (Vorjahr: 41,0 %). Die Bankverbindlichkeiten beruhen überwiegend auf Krediten mit mittel- und langfristigen Laufzeiten, die plankonform bedient wurden. Im Berichtsjahr wurden langfristige Kredite in Höhe von 149 Mio. Euro getilgt. Neue langfristige Darlehen wurden in Höhe von 250 Mio. Euro aufgenommen. Daneben gab es eine Zunahme kurzfristiger Darlehen von 87 Mio. Euro. Die Gesellschaften, die aufgrund der Teilung der Oetker-Gruppe nicht mehr im Konsolidierungskreis sind, hatten zum 31. Dezember 2020 kurzfristige Bankschulden von 165 Mio. Euro, die nun nicht mehr im Konzernabschluss bilanziert sind. 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 vorgenommen.

Prognosebericht

Die Weltwirtschaft hat sich noch nicht vollständig von der Corona-Krise erholt und ist weiterhin geprägt durch die Entwicklung der Pandemie. Aus dem Angriff Russlands auf die Ukraine am 24. Februar 2022 ergeben sich neue Belastungen für die Weltwirtschaft. Der Krieg in der Ukraine belastet wirtschaftlich vor allem über die unsicherer gewordene Rohstoffverfügbarkeit. Russland nimmt global und vor allem für Europa eine bedeutende Rolle als Rohstofflieferant ein. Die Sorge vor einem Ausbleiben russischer Rohstofflieferungen, insbesondere von Öl und Gas, hat die Rohstoffpreise bereits stark ansteigen lassen und wird weiterhin zum Preisauftrieb führen. Daneben sind Russland und auch die Ukraine wichtige Exporteure von Getreide. Aufgrund des Krieges ist davon auszugehen, dass die Ernte in der Ukraine deutlich kleiner ausfällt und infolgedessen die Getreidepreise, aber auch die Kosten für alle weiteren Rohwaren, die für die Lebensmittelproduktion benötigt und in Russland und der Ukraine angebaut werden, stark ansteigen werden. Dieser Preisanstieg verteuert insbesondere die Versorgung mit Grundnahrungsmitteln, was sich vor allem in einigen Entwicklungs- und Schwellenländern bemerkbar machen wird. Die Inflation hat deutlich angezogen und wird in den kommenden Monaten durch den Anstieg der Rohstoffpreise im Zusammenhang mit dem Ukraine-Krieg weiter angeheizt.

Verhängte Sanktionen seitens der westlichen Staatengemeinschaft führen nicht nur zu einer Belastung der Wirtschaft Russlands, sondern auch zu Exporteinbußen in den sanktionierenden Ländern. Durch die Auswirkungen der Sanktionen, höhere Rohstoffpreise und Probleme in den Lieferketten wird die Produktion voraussichtlich verstärkt behindert werden. Unsicherheit über die weitere Entwicklung wirkt dämpfend auf Investitionen und Konsumklima. Das Kieler Institut für Weltwirtschaft (IfW) unterstellt für das Gesamtjahr ein Wachstum der Weltwirtschaft um 3,5%, nach einem Zuwachs von 5,8% in 2021. Die IfW-Prognose für das Wachstum des Bruttoinlandsprodukts in der Europäischen Union (EU) beträgt 2,8% für das Jahr 2022 gegenüber 5,3% im Vorjahr.

Der Geschäftsverlauf der Oetker-Gruppe wird auch 2022 wesentlich von der Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, die unter dem Einfluss der Pandemie und der momentan schwer abschätzbaren Folgen der Ukraine-Krise stehen, abhängig sein. Die Gruppenleitung ist aber zuversichtlich, dass die Oetker-Gruppe in der Lage sein wird, auf einem stabilen Fundament aufbauend den eingeschlagenen Wachstumspfad weiter zu beschreiten.

Für 2022 beruht die Umsatzplanung in erster Linie auf organischem Wachstum, das um vereinzelte Akquisitionen ergänzt wird. Die Umsatzerlöse werden jedoch nicht das Niveau aus dem Jahr 2021 erreichen. Dies resultiert aus der Teilung der Oetker-Gruppe im November 2021 und den folglich fehlenden Umsatzbeiträgen der aus dem Konzernverbund der Dr. August Oetker KG entkonsolidierten Rechtseinheiten. Auf vergleichbarer Basis rechnet die Gruppenleitung mit einem deutlichen Anstieg der Umsätze auf rund 6 Mrd. Euro im Geschäftsjahr 2022. Signifikante Wachstumsimpulse werden vor allem bei den neuen digitalen Geschäftsmodellen, insbesondere Flaschenpost, erwartet. Hinsichtlich der Kurse der für die Oetker-Gruppe wichtigen Fremdwährungen ist durchweg nah am Jahresdurchschnitt 2021 geplant worden. Aus dem Krieg in der Ukraine erwartet die Gruppenleitung erhebliche Kostensteigerungen, die weitere Preiserhöhungen und Einsparungen notwendig machen. Wegen der strukturellen Kostensteigerungen wird von einer nachhaltig über der EZB-Zielmarke von 2% liegenden Inflation ausgegangen. Die Investitionen (ohne Erstkonsolidierungen) werden auf zirka 340 Mio. Euro geschätzt, der Großteil entfällt wiederum auf den Geschäftsbereich Nahrungsmittel. Bei den Mitarbeiterzahlen wird es zu einem deutlichen Rückgang kommen, resultierend aus dem Abgang der Rechtseinheiten an die Geschwister Oetker Beteiligungen KG. Im Geschäftsjahr 2021 waren diese Unternehmen noch anteilig mit zehn Monaten in den Personalzahlen enthalten.

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. Dabei werden zukünftige Veränderungen antizipiert, um im sich stetig wandelnden Wettbewerbsumfeld eine strategische und profitable Perspektive zu haben.

Die Gruppenunternehmen unterliegen verschiedenen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. In den nach der Trennung der Gesellschaftergruppen verbleibenden zwei Konsumgütersparten der Dr. August Oetker KG 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 der Konsumentenbedürfnisse 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.

Infolge der im November 2021 vollzogenen Teilung der Gruppe ergeben sich keine wesentlichen Auswirkungen auf das Chancenpotenzial der unter der Dr. August Oetker KG verbleibenden Gruppenunternehmen. Der Umgang mit den 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 weiter und deutlich ansteigen. Infolge volatiler gewordener externer Einflussfaktoren erweisen sich Prognosen zu künftigen Rohwarenpreisentwicklungen zunehmend schwieriger. Durch die Streuung zwischen verschiedenen Lieferanten und weitere Maßnahmen zur Volumenabsicherung werden sonstige Risiken in der Beschaffung gemindert. Aufgrund von Verwerfungen auf den Beschaffungsmärkten, kann es jedoch zu Beeinträchtigungen in den Lieferketten und damit zu Rohstoffengpässen und Produktionsengpässen oder -ausfällen kommen. Daneben ergeben sich aus dem Krieg in der Ukraine Risiken in Form von weiter steigenden Energie- und Rohstoffpreisen.

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 der Ukraine und in Russland 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 sowie strategischen Partnerschaften begegnen die Gruppenunternehmen diesen Risiken und generieren hierdurch auch neue Chancen.

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 auch nach der Gruppenteilung weiterhin bestehenden soliden Ertragsstruktur und Finanzlage der Oetker-Gruppe, wird das Liquiditäts- und Zinsrisiko als gering erachtet. Allerdings wird die Geldanlage durch das anhaltende Niedrigzinsniveau und die aufgrund der geopolitischen Lage stark volatilen Finanzmärkte erschwert. 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- und Datenschutzorganisation 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 Gefahr von Cyber-Angriffen bzw. Cyber-Terrorismus nimmt durch den Ukraine-Krieg zu. Insbesondere die Tochterfirma OEDIV als IT-Unternehmen und Betreiber eigener Rechenzentren ist diesem Risiko exponiert. Das OEDIV-Security-Team ist sensibilisiert und beobachtet die Entwicklungen engmaschig, um im Falle von

Auffälligkeiten sofort reagieren zu können. Die digitale Transformation ist ein unaufhaltbarer 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 neue Wachstumschancen bieten. Letztlich ermöglicht die digitalisierte Unternehmensorganisation eine schnellere und effizientere Anpassungsfähigkeit an neue Marktentwicklungen oder geänderte Arbeitssituationen bis hin zur Anpassung der Infrastruktur für das mobile Arbeiten in Zeiten der Corona-Krise.

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 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 achtet weltweit auf die Einhaltung hoher Standards in den Bereichen Umwelt, Sicherheit, Gesundheit und Soziales. Die im Absatz zu den rechtlichen und regulatorischen Risiken beschriebenen Maßnahmen sowie Zertifizierungen, Beratungen und Schulungen der Mitarbeiter sorgen dafür, das Risiko für die Beeinträchtigung von Menschen sowie für Umwelt- und Sachschäden zu minimieren. 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

Die starke Konzentration der Logistikbranche, besonders im Bereich der Tiefkühlkost, hat im Zeitverlauf zu einer Wettbewerbsverschärfung geführt. Zudem ist der Markt für Transportkapazitäten angespannt. Der ohnehin seit längerem bekannte Fachkräftemangel in der Logistik- und Lkw-Branche trifft nun auf Corona-bedingte Störungen der Liefer- und Transportketten, die ein Risiko für den termingerechten Warentransport darstellen. Durch den Krieg in der Ukraine kann sich die Situation weiter verschärfen, wenn ukrainische Lkw-Fahrer nicht mehr dem Markt, sondern der Armee zur Verfügung stehen. Um zusätzliche Potenziale in der Logistik auszuschöpfen, sind die Gruppenunternehmen kontinuierlich auf Effizienz und Effektivität in der Supply Chain bedacht.

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 ein erhöhtes Risikodeckungsvolumen geschaffen worden.

02 *Konzernabschluss*

Konzernbilanz	58
Konzernanlagenspiegel	60
Konzernanhang	62
Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers	69

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. €

2020

2021

ANLAGEVERMÖGEN

Immaterielle Vermögensgegenstände

Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	655.736	480.886
Geschäfts- oder Firmenwert	920.788	629.573
Geleistete Anzahlungen	2.963	3.629
	1.579.487	1.114.089

Sachanlagen

Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	1.237.394	814.792
Technische Anlagen und Maschinen	574.750	466.592
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	273.871	184.857
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	222.893	88.158
	2.308.908	1.554.400

Finanzanlagen

Anteile an verbundenen Unternehmen	58	104
Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	530.973	359.600
Beteiligungen an sonstigen Unternehmen	87.870	120.364
Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	20.239	18.800
Wertpapiere des Anlagevermögens	1.889	1.164
Sonstige Ausleihungen	102.644	44.557
Anzahlungen auf Finanzanlagen	35	
	743.708	544.589
	4.632.104	3.213.078

UMLAUFVERMÖGEN

Vorräte

Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	305.406	192.847
Unfertige Erzeugnisse, unfertige Leistungen	238.670	16.472
Fertige Erzeugnisse und Waren	567.375	397.931
Geleistete Anzahlungen	9.976	4.619
	1.121.427	611.869

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.159.159	742.040
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht (außer Kreditinstitute)	50.825	48.945
Sonstige Vermögensgegenstände	489.028	269.292
	1.699.012	1.060.276

Finanzmittel

Forderungen gegen Kreditinstitute, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	105.099	
Wertpapiere des Umlaufvermögens	2.153.897	794.967
Kassenbestand, Guthaben bei fremden Kreditinstituten, Schecks	554.589	388.529
	2.813.585	1.183.496
	5.634.024	2.855.642

RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN

	40.049	24.910
AKTIVER UNTERSCHIEDSBETRAG AUS DER VERMÖGENSVERRECHNUNG	1.037	2.215
	10.307.214	6.095.845

PASSIVA		
In Tsd. €	2020	2021
EIGENKAPITAL		
Festkapital	450.000	1.125.000
Rücklagen des Konzerns	3.887.206	1.499.102
Eigenkapitaldifferenz aus Währungsumrechnung	-253.223	-190.677
Nicht beherrschende Anteile	141.973	4.917
	4.225.956	2.438.341
UNTERSCHIEDSBETRAG AUS DER KAPITALKONSOLIDIERUNG		
	2	
RÜCKSTELLUNGEN		
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	475.825	377.580
Steuerrückstellungen	78.234	47.330
Sonstige Rückstellungen	1.018.656	860.127
	1.572.715	1.285.037
VERBINDLICHKEITEN		
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		
Verbindlichkeiten gegenüber fremden Kreditinstituten	1.338.911	1.372.273
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	10.090	
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	12.848	10.469
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	569.331	402.970
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	20	17
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht (außer Kreditinstitute)	15.913	27.681
Sonstige Verbindlichkeiten		
Aus Steuern	179.741	47.392
Im Rahmen der sozialen Sicherheit	22.745	11.415
Andere	2.308.922	464.582
	4.458.522	2.336.799
RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN		
	12.578	7.739
PASSIVE LATENTE STEUERN		
	37.440	27.929
	10.307.214	6.095.845

Bielefeld, 20. April 2022
 Dr. August Oetker KG
 Die persönlich haftenden Gesellschafter

Dr. Albert Christmann

Ute Gerbaulet

Konzernanlagenspiegel

Dr. August Oetker KG

KONZERNANLAGENSPIEGEL In Tsd. €	Anschaffungs- und Herstellungs- kosten am 1.1.2021	Währungsunter- schiede und Konsolidierungs- kreiseffekte	Zugänge	Abgänge	Umbuchungen	Anschaffungs- und Herstellungs- kosten am 31.12.2021
Immaterielles Anlagevermögen						
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	1.666.364	-7.331	24.936	-357.121	751	1.327.600
Geschäfts- oder Firmenwert	1.412.188	47.508	15.201	-304.187	787	1.171.496
Anzahlungen auf immaterielle Vermögensgegenstände	2.969	52	1.938	-681	-648	3.629
	3.081.521	40.228	42.075	-661.990	890	2.502.725
Sachanlagen						
Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	2.569.267	13.866	44.920	-1.008.722	69.245	1.688.575
Technische Anlagen und Maschinen	2.728.512	15.731	92.531	-877.143	96.222	2.055.853
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	931.781	143	83.820	-324.855	10.199	701.089
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	223.594	1.216	122.129	-82.246	-176.534	88.158
	6.453.153	30.956	343.400	-2.292.966	-869	4.533.674
Finanzanlagen						
Anteile an verbundenen Unternehmen	58	0	65	-20		104
Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	651.764	18	29.788	-312.751		368.818
Beteiligungen an sonstigen Unternehmen	90.180	-1.288	39.468	-7.010		121.351
Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	20.239		152	-1.473	-118	18.800
Wertpapiere des Anlagevermögens	2.197	-0	1	-719		1.479
Sonstige Ausleihungen	132.648	498	17.047	-76.042	96	74.247
Anzahlungen auf Finanzanlagen	35			-35		
	897.122	-772	86.520	-398.049	-21	584.800
SUMME	10.431.797	70.412	471.995	-3.353.004		7.621.200

Kumulierte Abschreibungen am 1.1.2021	Währungsunter- schiede und Konsolidierungs- kreiseffekte	Abschreibungen des Geschäfts- jahres	Abgänge	Um- buchungen	Zuschreibungen des Geschäfts- jahres	Kumulierte Abschreibungen am 31.12.2021	Buchwert am 31.12.2021	Buchwert am 31.12.2020
-1.010.628	19.320	-124.098	267.316	723	654	-846.714	480.886	655.736
-491.400	-42.131	-232.625	225.020	-787		-541.923	629.573	920.788
-6	-0	-25	31			0	3.629	2.963
-1.502.034	-22.811	-356.749	492.367	-64	654	-1.388.637	1.114.089	1.579.487
-1.331.873	-3.010	-57.593	514.629	32	4.032	-873.783	814.792	1.237.394
-2.153.761	-10.135	-119.476	694.254	-527	384	-1.589.260	466.592	574.750
-657.910	335	-83.064	223.991	413	5	-516.231	184.857	273.871
-701	-15	1	569	146		0	88.158	222.893
-4.144.245	-12.825	-260.132	1.433.443	64	4.421	-2.979.274	1.554.400	2.308.908
							104	58
-120.791	-7	-776	112.356			-9.218	359.600	530.973
-2.310	1.289	-1.253	1.288			-987	120.364	87.870
							18.800	20.239
-309	0	-34	20		7	-315	1.164	1.889
-30.004	-451	-1.304	2.069			-29.691	44.557	102.644
								35
-153.414	830	-3.367	115.733		7	-40.211	544.589	743.708
-5.799.694	-34.806	-620.248	2.041.543		5.083	-4.408.121	3.213.078	4.632.104

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 314 Unternehmen (Vorjahr: 442), davon 219 (Vorjahr: 247) deutsche und 95 (Vorjahr: 195) ausländische Unternehmen. Wegen insgesamt untergeordneter Bedeutung wurden drei Unternehmen nicht vollkonsolidiert (Vorjahr: fünf).

Daneben werden acht Unternehmen (Vorjahr: 15) at equity bewertet.

Im Konsolidierungskreis sind die folgenden nennenswerten Veränderungen eingetreten:

Durch die zum 2. November 2021 vollzogene Teilung der Oetker-Gruppe sind im Wesentlichen die Unternehmensbereiche Sekt, Wein und Spirituosen, die Martin Braun-Gruppe, die Chemie-Gruppe sowie Teile der Hotelgruppe aus dem Konsolidierungskreis ausgeschieden, sodass sich die Anzahl der verbundenen und at equity bewerteten Unternehmen im Vergleich zum Vorjahr deutlich reduziert hat.

Als wesentlicher Zugang ist im Geschäftsbereich Nahrungsmittel der Erwerb der aus sechs Gesellschaften bestehenden britischen Create Better Group zum 5. Oktober 2021 zu nennen. 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.

Zum 30. September 2021 wurde der Verkauf der at equity bewerteten Bankhaus Lampe KG an die Hauck & Aufhäuser Privatbankiers AG vollzogen.

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 beschrieben. Die Bewertungsgrenze bei den Herstellungskosten bilden die Herstellungskosten gemäß § 255 Abs. 2 Satz 1 und 2 HGB. Investitionszuschüsse werden anschaffungskostenmindernd berücksichtigt. Planmäßig beschrieben 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 beschrieben. 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 beschrieben 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 30. September 2021 und prognostiziert auf den 31. Dezember 2021 gerechnet (1,87%, Vorjahr: 2,32%); daneben werden eine erwartete Lohn- und Gehaltssteigerung von 2,7% (Vorjahr: 2,8%) und eine erwartete Rentensteigerung von 1,4% (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 25 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 1,34% (Vorjahr: 1,62%). Bei den sonstigen Rückstellungen werden erwartete Preissteigerungen von 1,4% (Vorjahr: 1,3%) berücksichtigt.

Vermögensgegenstände im Sinne von § 246 Abs. 2 Satz 2 HGB wurden in Höhe von 31 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 10 Mio. Euro auf 28 Mio. Euro gesunken. Dabei werden die folgenden unternehmensindividuellen Steuersätze je Land zugrunde gelegt:

TABELLE 1: STEUERSÄTZE JE LAND

In %	Steuersatz
Ägypten	23,0
Deutschland Kapitalgesellschaft	30,0
Deutschland Personengesellschaft	15,0
Frankreich	26,5
Vereinigtes Königreich	19,0
Vereinigte Staaten von Amerika	26,1

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 Erstkonsolidierungszeitpunkt 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 aktivischen 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, welches in 2021 gemäß neuem Gesellschaftsvertrag von 450 Mio. Euro auf 1.125 Mio. Euro erhöht wurde. Die Anteile am Festkapital, die auch den Stimmrechten entsprechen, werden von den Kommanditisten der Dr. August Oetker KG gehalten. Die Verbindlichkeiten betragen 2.337 Mio. Euro. Nach Restlaufzeiten sind die einzelnen Posten wie in Tabelle 2 zu gliedern.

TABELLE 2: VERBINDLICHKEITEN	Restlaufzeit bis 1 Jahr (Vorjahr)	Restlaufzeit über 1 Jahr (Vorjahr)	Restlaufzeit über 5 Jahre (Vorjahr)
In Mio. €			
Verbindlichkeiten gegenüber fremden Kreditinstituten	262 (321)	1.110 (1.017)	271 (417)
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	– (10)		
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	10 (13)		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	403 (563)	0 (7)	0 (4)
Verbindlichkeiten gegenüber sonstigen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	22 (16)	6 (–)	3 (–)
Sonstige Verbindlichkeiten	424 (578)	100 (1.934)	66 (1.739)
Summe	1.120 (1.501)	1.217 (2.958)	340 (2.160)

Es wurden keine angabepflichtigen Sicherheiten für diese Verbindlichkeiten eingeräumt.

Am Bilanzstichtag bestanden folgende Haftungsverhältnisse gemäß § 251 HGB:

TABELLE 3: HAFTUNGSVERHÄLTNISSE	2020	2021
In Mio. €		
Verbindlichkeiten aus Bürgschaften	27	19
Verbindlichkeiten aus Gewährleistungen	3	17

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 740 Mio. Euro, davon für das nächste Jahr 148 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 112 Mio. Euro und einem beizulegenden Zeitwert von 0 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 25,9% auf durchschnittlich 46.384 Beschäftigte (Vorjahr: 36.831). Im Geschäftsbereich Nahrungsmittel ist die durchschnittliche Mitarbeiterzahl von 20.040 auf 19.926 zurückgegangen. Die Effekte durch den Abgang der Martin Braun-Gruppe überstiegen die konsolidierungskreisbedingten Zugänge. Im Geschäftsbereich Bier und alkoholfreie Getränke sank die Zahl der Beschäftigten von durchschnittlich 7.083 auf 6.921. Der Geschäftsbereich Sekt, Wein und Spirituosen verzeichnete einen Personalarückgang um 688 auf durchschnittlich 2.805 Beschäftigte, was im Wesentlichen auf den konsolidierungskreisbedingten Einbezug für nur zehn Monate im Jahr 2021 zurückzuführen ist. Der Personalbestand im Geschäftsbereich Weitere Interessen wuchs vor allem durch die Erstkonsolidierung der flaschenpost SE von 6.214 auf durchschnittlich 16.732 Mitarbeiter an.

Die Differenz zwischen den entsprechenden Buchwerten und dem anteiligen Eigenkapital aller einbezogenen assoziierten Unternehmen beträgt 2 Mio. Euro.

Das Gesamthonorar gemäß § 314 Abs. 1 Nr. 9 HGB beläuft sich auf 3.146 Tsd. Euro. Davon entfallen 1.732 Tsd. Euro auf Abschlussprüfungsleistungen, 1.284 Tsd. Euro auf andere Bestätigungsleistungen, 82 Tsd. Euro auf Steuerberatungsleistungen sowie 48 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 4.

TABELLE 4: ANLAGE ZUR BILANZ

gemäß § 13 Abs. 3 Satz 2 PublG in Verbindung mit § 5 Abs. 5 Satz 3 PublG	2020	2021
a) Außenumsatzerlöse (in Tsd. €)	7.329.747	7.413.450
b) Erträge aus Beteiligungen (in Tsd. €)	14.279	38.054
c) Löhne, Gehälter, soziale Abgaben, Aufwendungen für Altersversorgung und Unterstützung (in Tsd. €)	1.609.966	1.711.131
d) Zahl der Beschäftigten Umgerechnet auf Vollzeitbeschäftigungsverhältnisse beträgt die Zahl der Beschäftigten im Jahresdurchschnitt 2021 34.285 (Vorjahr: 33.407)	36.831	46.384

Die Umsatzerlöse gliedern sich nach geografisch bestimmten Märkten und Tätigkeitsbereichen wie in Tabelle 5 gezeigt.

TABELLE 5: VERTEILUNG UMSATZERLÖSE

In Mio. €	2020	2021
Nach Regionen entfallen auf:		
Deutschland	3.381	3.581
Restliche EU	2.360	1.820
Restliches Europa	309	738
Restliche Welt	1.280	1.273
Nach Tätigkeitsbereichen entfallen auf:		
Nahrungsmittel	4.137	4.104
Bier und alkoholfreie Getränke	1.625	1.621
Sekt, Wein und Spirituosen	970	788
Weitere Interessen	598	900

Die Umsatzerlöse haben sich bereinigt um die Veränderungen im Konsolidierungskreis gegenüber dem Vorjahr um 338 Mio. Euro erhöht. Unter Ausschluss von Wechselkurseffekten ergibt sich ein operativer Anstieg der Umsatzerlöse von 358 Mio. Euro.

Nachtragsbericht

Die Anfang 2020 durch das Corona-Virus ausgelöste Pandemie wirkt sich weiterhin auf große Teile des öffentlichen Lebens und damit auch 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 2021 der Dr. August Oetker KG entnommen werden.

Im Februar 2022 brach nach der Invasion Russlands eine kriegerische Auseinandersetzung in der Ukraine aus mit weitreichenden Folgen für die Weltwirtschaft. Die Oetker Gruppe verkauft infolgedessen alle Anteile an der russischen Dr. Oetker Landesgesellschaft an seine bisherigen russischen Geschäftsführer und beendet damit sämtliche Aktivitäten in Russland. Mittelbar ergeben sich darüber hinaus Auswirkungen aufgrund von Energie- und Rohstoffpreisen, die seitdem einen sehr starken Anstieg erfahren haben.

Bielefeld, 20. April 2022
 Dr. August Oetker KG
 Die persönlich haftenden Gesellschafter

Dr. Albert Christmann

Ute Gerbaulet

Wiedergabe des Bestätigungsvermerks des Abschlussprüfers für den vollständigen Konzernabschluss

Prüfungsurteile

Wir haben den Konzernabschluss der Dr. August Oetker KG, Bielefeld, und ihrer Tochtergesellschaften (der Konzern) – bestehend aus der Konzernbilanz zum 31. Dezember 2021, der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2021 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 2021 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 2021 sowie seiner Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2021 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 Wirt-

schaftsprüfer (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 Unvollständigkeits, 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 2022

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
Internet: www.oetker-gruppe.de

Redaktion

Hauptabteilung Öffentlichkeitsarbeit

Konzeption und Gestaltung

3st kommunikation, Mainz

Bildnachweis

Dr. August Oetker KG und ihre
Gruppenunternehmen
Seite 15 Porträt Dr. Christmann: Bernd Thissen,
picture alliance/dpa,
Seite 15 Porträt Ute Gerbaulet: Stephan Pick

Druck

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



PLATZHALTER
FSC-LOGO
Druckerei setzt Logo direkt
in das Druck-PDF ein.

Die Oetker-Gruppe Highlights 2021

Januar

📌 Nach der Übernahme des Getränkefortlieferdienstes **flaschenpost** durch die Oetker-Gruppe haben sich die Beteiligten auf eine konkrete Strategie für die gemeinsame Zukunft des zur Gruppe gehörenden Unternehmens Durstexpress und von flaschenpost verständigt. So tritt das Unternehmen ab sofort einheitlich unter der Marke flaschenpost auf. Die Gesamtlogistik basiert ebenfalls auf den Geschäfts- und Operationsprozessen von flaschenpost.



Richard Oetker wird am 4. Januar 70 Jahre alt. Der Urenkel des Unternehmensgründers ist stellvertretender Vorsitzender des Beirats der Dr. August Oetker KG. Im Zeitraum von 2010 bis 2017 war Richard Oetker persönlich haftender Gesellschafter der Dr. August Oetker KG und Vorsitzender der Geschäftsführung der Dr. Oetker GmbH.

Februar

📌 Alle Henkell-Sektarten von **Henkell Freixenet** schmücken sich zukünftig mit dem V-Label und sind somit offiziell vegan zertifiziert: Mit dieser Kennzeichnung bewirkt die Weltmarke beim Thema Sekt mehr Transparenz.

März

📌 Die Ristorante Pizza Margherita Pomodori von **Dr. Oetker** ist die erste vegane Tiefkühlpizza des Erfolgssortiments. Eine Alternative auf Kokosölbasis ersetzt den herkömmlichen Käse. Rote Cocktailtomaten, grünes Kräuter-Pesto und marinierte Tomatenstückchen sorgen darüber hinaus für einen einzigartigen Geschmack – komplett ohne tierische Zutaten.



📌 **Henkell Freixenet** wird bei der MUNDUS-VINI-Frühjahrsverkostung des Jahres 2021 mit dem international anerkannten Weinpreis „Best Producer Sparkling Wines“ ausgezeichnet. Zwölf Produkte erhalten eine Goldmedaille. Sechs Produkte bekommen eine Silbermedaille verliehen und zwei Produkte werden als „Best of Show“ geehrt. Hervorzuheben sind die Produkte der Marke Fürst von Metternich, die neben drei Goldmedaillen die Prämierung „Best of Show Deutscher Sekt“ für sich entscheiden können.

April

📌 **Dr. Oetker** bekennt sich öffentlich zu seinen ehrgeizigen Nachhaltigkeitszielen und stellt die 2020 verabschiedete internationale Nachhaltigkeitsstrategie, die Dr. Oetker Sustainability Charter, vor. Insgesamt 28 Projektteams arbeiten innerhalb der drei Dimensionen Our Food, Our World und Our Company mit Hochdruck an der Umsetzung der Ziele.

📌 Jubiläum im Hause **Dr. Oetker**: Bereits seit 50 Jahren produziert das Familienunternehmen seine beliebten Backmischungen. Die ersten Sorten Königs Kuchen, Käsetorte, Torte nach Sacher Art, Frankfurter Kranz, Marmorkuchen und Nusskuchen fanden 1971 erstmals den Weg in die Supermarktregale.

📌 Zum 100-jährigen Jubiläum der Spirituose Wodka Gorbatschow von **Henkell Freixenet** verlängert die Marke die Kooperation mit dem Rapper Eko Fresh. Mit der weiterhin bestehenden Zusammenarbeit folgen eine Limited Edition des Produkts und ein für die Marke produzierter Song, den der Musiker selbst geschrieben hat.



Mai

📌 **Dr. Oetker** steigt im Zuge der Universum-Studie 2021 in der Kategorie beliebtester Arbeitgeber im Vergleich zum Vorjahr um 22 Plätze auf und liegt somit auf Platz 49 von 155 teilnehmenden deutschen Unternehmen. Damit erhält Dr. Oetker die Auszeichnung als höchster Aufsteiger für das Jahr 2021.

📌 Die Frankfurter Binding-Brauerei der **Radeberger Gruppe** und das Fashionlabel Frankfurtliebe haben gemeinsame Produkte wie eine City-Bag und einen Push-Up-Flaschenöffner entwickelt. Das Design ist eine Kombination aus schwarzem Hintergrund, weißer Schrift und der Frankfurter Skyline mit dem Binding-Adler.

Juni

Ute Gerbaulet ist zukünftig Generalbevollmächtigte und persönlich haftende Gesellschafterin der **Dr. August Oetker KG**. Damit übernimmt sie die Aufgaben von Dr. Heino Schmidt, der nach über 32-jähriger Tätigkeit in der Oetker-Gruppe auf eigenen Wunsch aus der Gruppenleitung austritt. Bis dato ist Ute Gerbaulet für das Bankhaus Lampe zuständig gewesen und war dort von 2017 bis zum Verkauf des Unternehmens persönlich haftende Gesellschafterin.

Juli

Die **Martin Braun Backmittel und Essenzen KG** übernimmt den Vertrieb von Günthart-Dekoren im deutschen Handwerksmarkt. Die Basis hierfür ist eine Exklusivkooperation der Unternehmen und Partner. Der Braun-Vertrieb betreut daher in Zukunft nicht nur die klassischen Zielgruppen wie Bäckereien und Konditoreien sowie Cafés und Eisdielen, sondern auch den Bereich der backenden Industrie sowie der Gastronomie und Hotellerie.

August

Die **Martin Braun KG** ändert alle relevanten Produkte auf Rezepturen ohne Palmöl: Inbegriffen sind unter anderem die Produkte Berliner Wolken, Berliner Classic und Berliner Quick zur Herstellung von Krapfen bzw. Berlinern, Apfelkrapfen und Hefe-Donuts.



Henkell Freixenet übernimmt den gesamten litauischen Distributions-spezialisten Filipopolis: Nachdem das Unternehmen 2018 bereits den Großteil von Filipopolis erworben hat, werden nun auch die übrigen Anteile an Henkell Freixenet übertragen. Filipopolis firmiert ab sofort unter dem Namen UAB Henkell Freixenet Lietuva.

September

Die **Conditorei Copenrath & Wiese** präsentiert neue Käsekuchen-Variationen: Die Käsekuchen-Neuheit der Reihe Café Landhaus und der Beeren-Schmand-Kuchen aus der Range Kuchenliebe lassen die Vielfalt des Käsekuchen-Angebots wachsen.

Die **Oetker Collection** eröffnet das zehnte Masterpiece Hotel am Ufer des Genfer Sees: Das luxuriöse Hotel namens The Woodward ist das erste All-Suite-Hotel in Genf und beinhaltet die Restaurants L'Atelier Robuchon und Le Jardinier sowie ein Guerlain Spa auf 1.200 m².



Oktober

Dr. Oetker bringt mit LoVE it! Grieß Pudding Natur den ersten veganen Grießpudding auf den Markt: Das innovative Dessert wird als LoVE it!-Produkt auf der Basis von Mandeln hergestellt.



Die Tucher Privatbrauerei der **Radeberger Gruppe** kann sich als „Nürnbergers attraktivster Arbeitgeber 2021“ bezeichnen: Im Rahmen einer Arbeitnehmer-Befragung durch das Statistikportal Statista und das Fachmagazin Capital ist unter anderem auch Tucher mit diesem Titel ausgezeichnet worden. Das regionale Engagement und die soziale Verantwortung waren hierfür wichtige Faktoren.

Der Verkauf des **Bankhauses Lampe** an die Hauck & Aufhäuser Privatbankiers AG ist nun abgeschlossen, nachdem die Europäische Zentralbank (EZB) und weitere Aufsichtsbehörden zugestimmt haben.

November

Dr. Oetker führt den Nutri-Score ein: Bis zum Abschluss des Jahres 2023 soll in allen Ländern eine Kennzeichnung auf den Produkten erfolgen, in denen der Nutri-Score legitimiert ist. Den Startschuss macht „La Mia Pinsa“, gefolgt von den Ristorante-Produkten sowie allen Pizzen im Dr. Oetker Sortiment.

Die **Teilung der Oetker-Gruppe** ist vollzogen: Nach der Ankündigung im Juli, die Oetker-Gruppe in zwei unabhängig voneinander tätige Gruppen aufzuteilen, ist die Trennung nun abgeschlossen. Die entsprechenden Handelsregistereintragungen erfolgten.

Dezember

Laut einer Metastudie des Institute of Research Date Aggregation gehört **Dr. Oetker** zu den Top Leading Employers. Aus den erfassten Daten der rund 160.000 Unternehmen in Deutschland wurde das vorne liegende eine Prozent ermittelt. In Bielefeld belegt Dr. Oetker Platz eins der 25 ausgezeichneten Firmen, in Nordrhein-Westfalen Platz zwei von 533 ausgezeichneten Unternehmen. In der Kategorie Nahrungsmittel/Landwirtschaft liegt Dr. Oetker auf Platz eins vor den anderen 50 Unternehmen.



Herausgeber

Dr. August Oetker KG
Öffentlichkeitsarbeit
Lutterstraße 14
33617 Bielefeld
www.oetker-gruppe.de