



Presseinformation

Oetker-Gruppe wächst 2018 organisch und mit zahlreichen namenhaften Akquisitionen

5 Prozent operatives Umsatzwachstum

<Bielefeld, 18.06.2019> Die Oetker-Gruppe blickt auf ein insgesamt gutes Geschäftsjahr 2018 zurück. Das berichtete Dr. Albert Christmann, persönlich haftender Gesellschafter der Dr. August Oetker KG, im Rahmen der Bilanzvorstellung für das Geschäftsjahr 2018. Auch wenn nach dem Verkauf der Schifffahrtsaktivitäten zum 30. November 2017 der Gruppenumsatz deutlich zurückging, konnte die Gruppe sowohl durch organisches Wachstum (um + 5 %) als auch durch Akquisitionen ihren Umsatz wieder deutlich, auf immerhin über 7,1 Mrd. €, steigern. Die bereits vor einigen Jahren begonnene Optimierung der internen Strukturen und Prozesse bei gleichzeitigem Auf- und Ausbau der digitalen Kompetenzen habe sich, so Christmann, im abgelaufenen Geschäftsjahr bereits erfreulich und positiv bemerkbar gemacht. Hinzu seien zahlreiche strategiekonforme Akquisitionen gekommen, die sowohl zur zunehmenden Internationalisierung der Oetker-Gruppe als auch zur Konsolidierung der Märkte beigetragen hätten. Auch im wiederum ordentlich gestarteten laufenden Geschäftsjahr 2019 geht Christmann sowohl von einem weiteren organischen als auch von einem akquisitionsbedingten Wachstum aus.

DAS GESCHÄFTSJAHR 2018 IM DETAIL:



Umsätze der Oetker-Gruppe

Angesichts der schwierigen globalen Rahmenbedingungen hat die Oetker-Gruppe das Geschäftsjahr 2018 ordentlich abgeschlossen. Durch den Verkauf und die Entkonsolidierung des Geschäftsbereiches Schifffahrt am 30. November 2017 ergeben sich entsprechende Verwerfungen in der Umsatzentwicklung für das Berichtsjahr. Die Gruppe erzielte Umsatzerlöse in Höhe von 7.140 Mio. Euro und lag damit merklich unter dem Vorjahreswert. Aus Veränderungen im Konsolidierungskreis resultierte insgesamt ein Umsatzverlust von 4.700 Mio. Euro. Dieser ist maßgeblich bedingt durch den Verkauf der Hamburg Süd und konnte von den Zuwächsen durch die neu akquirierten Unternehmen in den vier verbliebenen Geschäftsbereichen der Oetker-Gruppe nicht ausgeglichen werden. Die Entwicklung der Währungskurse hatte in der Summe einen negativen Einfluss von 87 Mio. Euro, vor allem wegen der Abwertung der Türkischen Lira, des Brasilianischen Reals, des US-Dollars und des Mexikanischen Pesos gegenüber dem Euro. Ohne Berücksichtigung der Effekte aus Erst- und Entkonsolidierungen lagen die kursbereinigten Umsatzerlöse um + 327 Mio. Euro über dem vergleichbaren Vorjahreswert. Die Wechselkurseffekte wurden durch die Anwendung der Jahresdurchschnittskurse des Vorjahres auf die Umsatzerlöse des laufenden Jahres ermittelt. Nach Bereinigung von Konsolidierungskreis- und Kurseffekten lag das organische Umsatzwachstum bei + 5 %. Zu dieser erfreulichen Entwicklung haben alle Geschäftsbereiche der Oetker-Gruppe beigetragen. Like-to-like, also bei Herausrechnung des Umsatzes der Hamburg Süd im Jahr 2017, betrug der Umsatzanstieg erfreuliche + 15 %.

In **Deutschland** wurden 52,6 % oder 3.757 Mio. Euro des Gesamtumsatzes erwirtschaftet (Vorjahr: 33,4 % oder 3.874 Mio. Euro). Der **Auslandsanteil** am Gesamtumsatz der Oetker-Gruppe ist auf 47,4 % oder 3.383 Mio. Euro gesunken (Vorjahr: 66,6 % oder 7.727 Mio. Euro). Vom Auslandsanteil entfielen auf die restliche EU 30,4 % oder 2.169 Mio. Euro (Vorjahr: 24,1 % oder 2.799 Mio. Euro) und auf das restliche Europa 3,9 % oder 276 Mio. Euro (Vorjahr: 4,9 % oder 573 Mio. Euro).



Der Umsatzanteil der restlichen Welt betrug 13,1 % oder 938 Mio. Euro (Vorjahr: 37,5 % oder 4.356 Mio. Euro).

Bezogen auf den Umsatzanteil der jeweiligen Geschäftsbereiche am Gesamtumsatz haben sich die Relationen aufgrund des Wegfalls des Schifffahrtsbereiches gegenüber dem Vorjahr merklich verschoben: Die drei konsumgüterorientierten Geschäftsbereiche machten insgesamt den größten Anteil von 90,4 % am Gesamtumsatz aus (Vorjahr: 48,0 %). Der Nahrungsmittelbereich steuerte 48,5 % der Umsatzerlöse bei (Vorjahr: 27,0 %), Bier und alkoholfreie Getränke 30,5 % (Vorjahr: 16,4 %), Sekt, Wein und Spirituosen 11,4 % (Vorjahr: 4,5 %). Der Bereich Weitere Interessen trug mit 9,6 % zum Gesamtumsatz bei (Vorjahr: 5,5 %).

Investitionen

Das Investitionsvolumen (ohne Erstkonsolidierungen) in Höhe von 350 Mio. Euro lag unter dem hohen Niveau des Vorjahres (558 Mio. Euro), in dem allerdings noch die Hamburg Süd mit 217 Mio. Euro enthalten war. Mit 61,4 % (Vorjahr: 73,3 %) war der Investitionsanteil der inländischen Unternehmen weiterhin sehr hoch. Der Großteil der Investitionen entfiel auf den Geschäftsbereich Nahrungsmittel. Ursächlich hierfür waren in erster Linie Investitionen im 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. Daneben sind die Investitionen im Geschäftsbereich Sekt, Wein und Spirituosen deutlich angestiegen.

Mitarbeiter

Der Personalbestand der Oetker-Gruppe sank im Berichtsjahr um 3,9 % auf 30.937 Beschäftigte (Vorjahr: 32.204). Insgesamt waren im Jahr 2018 18.102 Mitarbeiter in Deutschland und 12.835 Mitarbeiter im Ausland für die Gruppe tätig. Der Geschäftsbereich Nahrungsmittel erhöhte die Mitarbeiterzahl – insbesondere aufgrund akquisitionsbedingter Veränderungen – von 15.733 auf 17.394. Des Weiteren führten die Akquisitionen im Bier- und



Sektbereich zu einer deutlichen Steigerung der Personalzahlen. Dort stieg die Zahl der Beschäftigten von 6.066 auf 7.989 und der Geschäftsbereich Sekt, Wein und Spirituosen verzeichnete einen Personalanstieg von 1.934 auf 2.701 Beschäftigte. Die Entkonsolidierung der Hamburg Süd-Gruppe zum 30. November 2017 wirkte sich mit 5.874 Mitarbeitern aus. Der Personalbestand im Geschäftsbereich Weitere Interessen wuchs von 2.597 auf 2.853 Mitarbeiter an. Ohne Berücksichtigung der Veränderungen im Konsolidierungskreis der Oetker-Gruppe, darunter auch die noch im Vorjahr für elf Monate einbezogenen Mitarbeiter der Hamburg Süd, stieg die Mitarbeiterzahl um 5,0 %.

Umsätze der einzelnen Geschäftsbereiche

Wachstum im Geschäftsbereich Nahrungsmittel

Der Geschäftsbereich **Nahrungsmittel** setzt sich aus den Unternehmen **Dr. Oetker**, der **Conditorei Coppenrath & Wiese** und der **Martin Braun-Gruppe** zusammen. Im Geschäftsjahr 2018 erwirtschaftete er insgesamt Umsatzerlöse in Höhe von 3.460 Mio. Euro und konnte somit im Berichtsjahr um + 10,3 % wachsen. Bereinigt um Konsolidierungskreis- und Wechselkurseffekte betrug das Umsatzwachstum 4,5 %. Wachstumstreiber waren insbesondere Dr. Oetker und Coppenrath & Wiese. Die Investitionen lagen bei 191 Mio. Euro (Vorjahr: 198 Mio. Euro). Die Anzahl der Mitarbeiter stieg im Berichtszeitraum um 10,6 % auf 17.394 Beschäftigte, im Wesentlichen bedingt durch die Akquisitionen bei Dr. Oetker und Martin Braun. Ohne Veränderungen im Konsolidierungskreis ergab sich ein Anstieg der Personalzahlen um 2,0 % auf 16.049 Beschäftigte.

Dr. Oetker einschließlich Coppenrath & Wiese erzielte im Jahr 2018 Umsatzerlöse in Höhe von 2.975 Mio. Euro und konnte im Berichtsjahr um + 6,8 % gegenüber dem Vorjahr wachsen. Bereinigt um Konsolidierungskreis- und Wechselkurseffekte betrug das organische Wachstum erfreuliche + 4,7 %. Die Entwicklung der Wechselkurse hatte einen negativen Einfluss auf das Umsatzwachstum, insbesondere durch die Abwertungen der



Türkischen Lira sowie des Mexikanischen Pesos und des Brasilianischen Reals gegenüber dem Euro.

Im Jahr 2018 wurde das organische Wachstum durch mehrere Akquisitionen strategiekonform ergänzt. Bereits im Februar 2018 hat Dr. Oetker die Marke natura auf dem tschechischen Markt akquiriert und dort die Marktführerschaft im Teilmarktsegment Stärke in der Kategorie Kuchen und Dessert erlangt. Im März 2018 konnte Dr. Oetker die Mehrheit (75 %) am südafrikanischen Tiefkühlortenthersteller Château Gâteaux erwerben. Das Unternehmen verkauft seine Produkte sowohl an B2B-Kunden als auch über eigene Cafés direkt an Konsumenten. Den Markteintritt in Ägypten hat Dr. Oetker im Juli 2018 durch die Akquisition von Tag El Melouk vollzogen. Tag El Melouk ist Marktführer im Backartikelmarkt des Retail-Geschäftes und eröffnet Dr. Oetker nun Wachstumschancen im drittgrößten Land Afrikas und zugleich größten Land der arabischen Welt. Mit der Akquisition von Wilton hat Dr. Oetker im Oktober 2018 die in den USA führende Marke für Dekor, Backformen und Backzubehör übernommen, um die Position im großen und potenzialträchtigen US-Markt zu stärken. Die Marke Wilton ist seit fast 90 Jahren bei den amerikanischen Verbrauchern nahezu ein Synonym für das häusliche Backen und kreative Dekorieren von Kuchen, Torten und Backwerk.

Die Anteile an der Dr. Oetker Frischeprodukte Moers KG wurden in ein Gemeinschaftsunternehmen mit der Molkerei Gropper GmbH & Co. KG eingebracht. Das Produktions-Joint-Venture, an dem Dr. Oetker 50 % der Anteile hält, wurde zum 1. Juli 2018 gegründet. Aufgrund der ab diesem Zeitpunkt vorgenommenen Anwendung der At-Equity-Methode werden keine Umsatzbeiträge aus diesem Joint Venture konsolidiert.

Beim Vergleich der Regionen ist das Nettoumsatzwachstum in Deutschland – und zwar sowohl bei Dr. Oetker als auch bei Coppenrath & Wiese – positiv hervorzuheben. Diese erfolgreiche Entwicklung ist einerseits auf die gute Einmachsaison zurückzuführen. Zum anderen haben insbesondere der



erfolgreiche Launch von Innovationen, wie beispielsweise dem Pizza-Sortiment La Mia Grande oder des Desserts Seelenwärmer, sowie weitere Innovationen zum Wachstum beigetragen. Eine notwendige Sortimentsbereinigung im Bereich Professional wirkte dem dämpfend entgegen.

Die Regionen West- und Osteuropa weisen insgesamt eine plankonforme Entwicklung auf. Dies entspricht einem leicht über dem Vorjahresniveau liegenden Nettoumsatz. Während in Westeuropa, und hier insbesondere in Großbritannien, Norwegen, Finnland und Spanien, ein deutliches Wachstum in der Kategorie Pizza erzielt wurde, standen dieser positiven Entwicklung Herausforderungen in gesättigten und teilweise rückläufigen Märkten entgegen. Des Weiteren belasteten unterschiedliche Auffassungen bei der Vermarktung der Dr. Oetker Produkte mit einigen Kunden sowie negativ wirkenden Wechselkursentwicklungen die Umsatzentwicklung in dieser Region.

In der Region Osteuropa wurde die Entwicklung insbesondere durch die Abwertung der Türkischen Lira negativ beeinflusst, sodass die positiven Effekte aus der Sortimentsentwicklung und das durch Innovationen getriebene Mengenwachstum – insbesondere in Polen – im Umsatzwachstum teilweise aufgezehrt wurden.

Ein großer Anteil des Wachstums von Dr. Oetker in 2018 entfiel auf die Region Amerika. Dies ist vorrangig auf die Akquisition des Back- und Dekorartikelspezialisten Wilton zurückzuführen. Positive Umsatzentwicklungen in den Landesgesellschaften Mexiko und Brasilien wurden durch gegenläufige Fremdwährungsumrechnungseffekte zumindest teilweise kompensiert.

Das deutliche Umsatzwachstum in der Region Asien, Afrika und Australien ist einerseits durch die Akquisitionen in Südafrika und Ägypten und andererseits durch positive Umsatzentwicklungen in Australien und Südkorea begründet.



Die Investitionen von Dr. Oetker und der Conditorei Coppenrath & Wiese lagen im Jahr 2018 mit 149 Mio. Euro auf einem weiterhin hohen Niveau, um die Grundlagen für zusätzliches Wachstum in den kommenden Jahren zu legen und den aktuellen Stand der Technik sowie hochqualitative und effiziente Prozesse innerhalb des gesamten Supply-Chain-Prozesses zu gewährleisten. In diesem Kontext umfassten die Investitionen relevante Projekte in allen Regionen.

Die **Martin Braun-Gruppe** erreichte im Geschäftsjahr 2018 ein Umsatzplus von 39 %. Wie geplant war ein Großteil dieses Wachstums akquisitionsbedingt. Ende Februar 2018 hat Martin Braun die Anteile an Diversi Foods erworben, die mit Wirkung zum 1. März 2018 konsolidiert wurden. Infolgedessen konnte die Gruppe beim Umsatz kräftig zulegen. Die organische Umsatzsteigerung betrug 3,4 %. In vielen Landesregionen, darunter auch in Deutschland, wurde ein erfreuliches Wachstum erzielt. Trotz der zunehmend schwierigen Marktbedingungen setzt die Martin Braun-Gruppe ihren nun über viele Jahre hinweg stattfindenden Wachstumsprozess konsequent fort. Die Wechselkursentwicklungen in der Schweiz sowie insbesondere in der Türkei reduzierten den Umsatz der lokal sehr erfolgreichen Geschäftsbereiche zum Teil erheblich. Die Butterpreis- und andere Rohwarenpreiserhöhungen sorgten ebenfalls für signifikanten Druck auf die Marge. Wie bereits in der Vergangenheit konnte der Bereich mit Tiefkühlbackwaren seinen Erfolg europaweit ausbauen. Weitere Treiber waren Spezialbrotmischungen, der Bereich der Biohefe und verschiedene süße Produktinnovationen für kleine wie auch für große Bäckereien.

Steigerung der Umsatzerlöse im Geschäftsbereich Bier und alkoholfreie Getränke

In einem positiven Marktumfeld konnte auch die **Radeberger Gruppe** erwartungsgemäß den Getränkeabsatz und die Umsatzerlöse steigern. Im Geschäftsjahr 2018 betragen die gruppenweiten Umsatzerlöse 2.181 Mio. Euro, dies entspricht einer Steigerung von + 14 %. Nach der Eliminierung



von Währungs- und Konsolidierungskreiseffekten erzielte die Gruppe ein Umsatzwachstum um + 4 %. Die Zahl der Beschäftigten stieg insbesondere aufgrund der im Jahr 2018 getätigten Akquisitionen von 6.066 auf 7.989. Bei einem konstanten Konsolidierungskreis waren für die Gruppe im Jahr 2018 durchschnittlich 6.868 Mitarbeiter tätig.

Die Entwicklung innerhalb der einzelnen Segmente und Marken war im Berichtsjahr heterogen. Bei den nationalen Marken im Portfolio der Radeberger Gruppe konnten Jever und Schöfferhofer von dem schönen Wetter profitieren, während bei Radeberger Pilsner die Preiserhöhung in Verbindung mit einer Reduzierung der Aktionsanteile wie erwartet zu einem Absatzrückgang geführt hat. Insbesondere die Schöfferhofer Mixgetränke profitierten neben dem außergewöhnlichen Sommerwetter des Jahres 2018 auch von der fokussierten Vertriebsarbeit. Im Segment der nationalen Spezialitäten gelang es Clausthaler, die rückläufige Absatzentwicklung der letzten Jahre trotz weiterer Distributionsverluste zu stoppen und wieder Wachstum zu generieren. Die Importmarken Guinness und Kilkenny entwickelten sich stabil gegenüber dem Vorjahr, während Captain Morgan aufgrund fehlender Verbraucherakzeptanz zum Jahresende eingestellt wurde.

Auf besonders hohe Akzeptanz stießen weiterhin die regionalen Premiummarken, die trotz selektiver Preiserhöhungen wieder deutlich zulegen konnten. Neben Ur-Krostitzer, das seine Erfolgsgeschichte im abgelaufenen Geschäftsjahr fortschreiben konnte, wiesen auch Berliner Kindl und Berliner Pilsner, Freiburger sowie wiederum Allgäuer Büble Bier eine erfreuliche Entwicklung auf. Sowohl bei den regionalen Traditionsmarken als auch bei den Preiseinstiegsbieren wurde im Jahr 2018 erwartungsgemäß ein leichter Rückgang verzeichnet. Dank anziehender Geschäfte in Osteuropa, China und Skandinavien erreichte der Exportabsatz in etwa die geplante Menge und übertraf damit leicht das Vorjahr.



Von der langen Hitzeperiode profitierten auch die alkoholfreien Getränke Selters und Pepsi. Der Absatz auf vergleichbarer Basis konnte um +8 % gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden.

Im Jahr 2018 lagen die Investitionen der Radeberger Gruppe mit 90 Mio. Euro weiterhin auf einem hohen Niveau, unter anderem bedingt durch höhere Investitionen in Leergut und neue Kästen für die Marken Clausthaler, Schöffelhofer sowie Selters.

Erfreuliche Akquisition im Geschäftsbereich Sekt, Wein und Spirituosen

Henkell Freixenet hat sich als weltweit führender Schaumweinanbieter etabliert. Die neue spanisch-deutsche Allianz verfügt über ein breites Portfolio, das Produkte aller Schaumweingattungen enthält. Gemäß der Prognose aus dem Vorjahr konnte das Unternehmen eine positive Umsatzentwicklung verzeichnen. Insgesamt erreichte die Gruppe im Berichtsjahr einen Umsatz von 816 Mio. Euro, dies entspricht einem Plus von 56 % im Vergleich zum Vorjahr. Bereinigt um Kurs- und Konsolidierungskreiseffekte ergab sich ein Umsatzwachstum um + 5,3 %. Die durchschnittliche Zahl der Mitarbeiter hat sich akquisitionsbedingt deutlich erhöht von 1.934 Beschäftigten im Vorjahr auf 2.701.

Ein Großteil des Umsatzes wurde auf internationalen Märkten generiert. Das Inlandsgeschäft mit einem Anteil von 25 % entwickelte sich bei einem vor allem akquisitionsbedingtem Umsatzwachstum um +40 % ebenfalls positiv. Der anhaltende Trend der Premiumisierung, auch Trading-up genannt, bei dem zunehmend höherwertige Produkte von den Kunden bevorzugt werden, hat zu dieser Entwicklung beigetragen. Aus diesem Grund haben sich insbesondere die Premiummarken des Unternehmens positiv entwickelt und somit zum Umsatzwachstum beigetragen. Zu ihnen zählen Fürst von Metternich, Freixenet, Mionetto Prosecco und der Manufaktursekt Menger-Krug.



Bei Henkell Freixenet konnte die Region Deutschland/ Österreich/ Schweiz leicht zulegen. Der deutsche Markt blieb für das Unternehmen weiterhin der volumenstärkste Markt im Segment Sekt und Schaumwein. Die große Produktvielfalt in Deutschland führte zu einem intensiven Wettbewerb zwischen den etablierten Sekthäusern.

Triebfeder für das zweistellige Wachstum von Henkell Freixenet im westeuropäischen Markt waren auch in diesem Jahr der italienische Mionetto Prosecco, die internationale Weinmarke i heart WINES sowie Freixenet Prosecco. In der Region Osteuropa konnte Henkell Freixenet nach dem Umsatzrückgang im letzten Jahr eine deutliche Steigerung der Umsatzerlöse erzielen. Osteuropa zählt für die Gruppe zu den wichtigsten Wachstumsmärkten für Sekt. Die positive Entwicklung ist vor allem auf die Landesgesellschaften Bohemia (Tschechien) und Hubert (Slowakei) zurückzuführen. Die Landesgesellschaft in der Ukraine, die im Vorjahr noch mit Rückgängen konfrontiert war, konnte im Jahr 2018 einen Umschwung herbeiführen und zu einer positiven Entwicklung beitragen. Mit der Übernahme von Filipopolis in Litauen konnte zudem das Vertriebsnetz auf das gesamte Baltikum ausgeweitet werden.

Henkell Freixenet definiert für sich auch die Region Amerika als wichtige Wachstumsregion. Neben bereits starken Geschäftstätigkeiten beider Unternehmen in den USA und Kanada ermöglicht die Vereinigung von Henkell & Co. und Freixenet den Zugang zu einer starken Marktpräsenz in Süd- und Mittelamerika. Rückgrat der positiven Wachstumsentwicklung in dieser Region sind vor allem die Marken Freixenet und Mionetto Prosecco.

Stärkste Marke im Spirituosensegment war Wodka Gorbatschow. Ergänzt wurde der deutsche Wodka-Marktführer um Kuemmerling Kräuterlikör und den polnischen Gin Lubuski. Eine ebenfalls erfolgreiche Marktposition nehmen weitere Produkte des Unternehmens wie beispielsweise Mangaroca Batida de Côco, Fürst von Metternich und i heart WINES ein.



Um die erfreuliche Wachstumsentwicklung auch in Zukunft zu unterstützen, investierte das Unternehmen im Jahr 2018 33 Mio. Euro gegenüber 15 Mio. Euro im Vorjahr. Investitionsschwerpunkte lagen dabei auf der Kellereierweiterung von Schloss Johannisberg (Deutschland), dem Ausbau der Mionetto-Kellerei in Valdobbiadene (Italien) sowie dem Ausbau der Weinverarbeitungsanlage bei Vino Mikulov (Tschechien).

Positive Entwicklungen im Geschäftsbereich Weitere Interessen

Der Geschäftsbereich **Weitere Interessen** fasst Unternehmen der Oetker-Gruppe zusammen, die in unterschiedlichen Branchen tätig sind. Hierzu gehören **Budenheim**, die **Oetker Collection**, die **OEDIV Oetker Daten- und Informationsverarbeitung**, **Oetker Digital**, die **Handelsgesellschaft Sparrenberg** und **Roland Transport**. Im Hinblick auf die verschiedenen Märkte haben sich die Firmen dieses Geschäftsbereiches unterschiedlich entwickelt. Insgesamt erzielte der Geschäftsbereich eine Umsatzsteigerung um + 7 % auf 684 Mio. Euro. Nach Bereinigung um Kurs- und Konsolidierungskreiseffekte konnten die Umsatzerlöse im Jahr 2018 um + 8 % gesteigert werden. Die Ausgaben für Investitionen betrugen 36 Mio. Euro für das Berichtsjahr gegenüber 29 Mio. Euro im Jahr zuvor. Der Anstieg der Investitionen ist im Wesentlichen auf höhere Ausgaben in den Hotels zurückzuführen. Die Zahl der Beschäftigten wuchs von 2.597 auf 2.853 in 2018. Dies entspricht einem Anstieg um 9,9 %, der zum Teil auf die Akquisitionen von OEDIV und Budenheim entfällt.

Budenheim sah sich auch im Jahr 2018 mit wettbewerbsintensiven Marktbedingungen in der Chemiebranche konfrontiert. Dennoch erzielte die Gruppe gegenüber dem Vorjahr eine Umsatzsteigerung um + 7 % auf 313 Mio. Euro. Bereinigt um Wechselkurseinflüsse und Effekte aus der Akquisition von La Campana® erhöhten sich die Umsätze um + 4 %. Darüber hinaus haben sich auch Umwelteinflüsse auf das Geschäft ausgewirkt. Besonders in den Sommermonaten war die Rohstofflieferung an den deutschen Produktionsstandort durch zu niedrige Wasserstände im Rhein beeinträchtigt, was zu Umsatzeinbußen führte.



Der Umsatz in der umsatzstärksten Business Unit Food Ingredients stieg im Jahresvergleich deutlich an. Getragen wurde dieses Wachstum von der vorwärtsintegrierenden Akquisition des spanischen Speziallösungsanbieters La Campana®, der ein sehr schwieriges Jahr in Nordamerika kompensiert hat. Das Bestandsgeschäft von Food Ingredients am Produktionsstandort in Deutschland sah sich mit erheblichen Rohstoffkostensteigerungen konfrontiert. Die neuen Marktbedingungen führten zu einer konsequenten und strengen Produktportfoliooptimierung und zu Preiserhöhungen in allen Regionen der Welt.

Im Bereich Performance Materials verzeichnete das umsatzstärkste Cluster Pharmaceutical & Medical Products in 2018 eine deutliche Steigerung, die in erster Linie auf dem starken Wachstum in China, Indien und Indonesien beruhte. Zudem wurde diese positive Entwicklung durch die Einführung des ersten Wirkstoffs seitens Budenheim („API“) gestützt.

Die **Oetker Collection** konnte im Jahr 2018 die geplanten Umsatzziele leicht übertreffen und beendete das Jahr mit einer Umsatzsteigerung um + 11 % auf 166 Mio. Euro. Hierzu haben alle konsolidierten Hotels beigetragen. Starke Zuwachsraten verzeichneten das Hotel du Cap-Eden-Roc, das Château St. Martin und die Oetker Hotel Management Company (OHMC).

Daneben konnten das Hotel Le Bristol und das Brenners Park-Hotel die Umsätze deutlich steigern. Besser als erwartet haben sich die Umsätze im Hotel du Cap-Eden-Roc und im Hotel Le Bristol entwickelt. Hierdurch konnten die leicht unterplanmäßigen Entwicklungen im Brenners Park-Hotel, im Château St. Martin und in der Managementgesellschaft OHMC kompensiert werden. Die Umsätze im Château St. Martin wurden gestützt von einer deutlich steigenden Durchschnittsrate. Die Managementgesellschaft OHMC profitierte im Jahresvergleich von der erstmaligen ganzjährigen Berücksichtigung der Umsätze aus dem Managementbetrieb auf Jumby Bay Island. Treiber für die erfolgreiche Performance des Hotel du Cap-Eden-



Roc und des Hotel Le Bristol waren die steigenden Auslastungs- und Übernachtungszahlen sowie Umsätze in den F&B-Bereichen, die die geplanten Zahlen übertrafen.

Im sogenannten Geomix ergaben sich für 2018 zum Teil deutliche Änderungen aufgrund von Portfolioeffekten. Während das Hotel Eden Rock St. Barth infolge des Hurricanes Irma geschlossen blieb und keine Gäste beherbergen konnte, haben die neuen Managementbetriebe der Oetker Collection in São Paulo und Antigua mit ihrer erstmaligen ganzjährigen Öffnung zu Wachstum, insbesondere in den Märkten USA und Brasilien, geführt.

Die Umsätze der **OEDIV Oetker Daten- und Informationsverarbeitung** haben sich im Geschäftsjahr 2018 kräftig erhöht. Außer auf das organische Wachstum ist die erfreuliche Umsatzentwicklung auch auf Akquisitionseffekte zurückzuführen. Im August 2018 hat die OEDIV die Anteile am Unternehmen Personal Partner Strixner GmbH (PPS) mit Sitz in Augsburg erworben. Durch die Akquisition konnte das marktseitig geforderte Leistungsangebot im Bereich der HR-Services realisiert werden. Mit seiner Kompetenz im Bereich des Business Process Outsourcing (BPO) für HR-Leistungen ist Strixner eine optimale Ergänzung für das bisherige Portfolio der OEDIV.

Wie im Vorjahr trugen die Kernsegmente SAP und Microsoft mit zwei Dritteln den Großteil zum Umsatz der OEDIV bei. Ein wesentlicher Treiber des Umsatzwachstums waren SAP HANA sowie ein in diesem Jahr einmaliger Großauftrag eines Neukunden. Daneben profitierte die OEDIV von einer gesteigerten Nachfrage bestehender Kunden nach zusätzlichen, bisher nicht genutzten Dienstleistungen aus dem OEDIV-Leistungssportfolio sowie wachstumsbedingten Erweiterungen an bestehenden Infrastrukturen. Darüber hinaus hat auch die erfolgreiche Akquise von Neukunden zum Umsatzwachstum beigetragen.



Der überwiegende Teil des Umsatzes der OEDIV wird durch deutsche Kunden mit internationalen Standorten getragen. Auch die beschriebenen Umsatzsteigerungen wurden durch diese Kundengruppe generiert.

Geschäftsbereich Bank

Die **Bankhaus Lampe KG** bildet mit ihren Tochtergesellschaften den Geschäftsbereich **Bank** und zählt zu den führenden unabhängigen sowie von persönlich haftenden Gesellschaftern geführten Privatbanken in Deutschland. Weitere Standorte befinden sich in London, New York und Wien. In der Geschäftstätigkeit fokussiert sich die Bank auf die Beratung und Betreuung der drei Zielkundengruppen vermögende Privatkunden, Unternehmen und institutionelle Kunden. Sie wird mittels der Equity-Methode im Konzernabschluss berücksichtigt. Für weitergehende Informationen wird auf den separaten Geschäftsbericht und die dazugehörige Presseinformation der Bank verwiesen.

Finanzkennzahlen Oetker-Gruppe

Die Bilanzsumme erhöhte sich gegenüber dem 31. Dezember 2017 um 679 Mio. Euro auf 9.822 Mio. Euro, wobei die Veränderung der Bilanzstruktur zum Jahresultimo 2018 maßgeblich durch die Akquisitionen im abgelaufenen Geschäftsjahr geprägt war. Der Bestand an liquiden Mitteln reduzierte sich vor allem durch die akquisitionsbedingten Ausgaben um 957 Mio. Euro auf 3.217 Mio. Euro zum 31. Dezember 2018. Die Mittelverwendung spiegelte sich insbesondere im Anstieg des Anlagevermögens wider. Das immaterielle Anlagevermögen ist gegenüber dem Vorjahr um 552 Mio. Euro auf 903 Mio. Euro gestiegen. Die Zugänge betragen im Jahr 2018 insgesamt 724 Mio. Euro und sind mit 703 Mio. Euro größtenteils auf die Erstkonsolidierungen in 2018 zurückzuführen. Hiervon entfielen 360 Mio. Euro auf Geschäfts- und Firmenwerte, die überwiegend im Geschäftsbereich Nahrungsmittel bilanziert sind. Daneben sind Markenrechte im Wert von 335 Mio. Euro, in erster Linie resultierend aus den Kaufpreisallokationen für die Akquisitionen von Wilton und Freixenet,



zugegangen. Die Erhöhung des Sachanlagevermögens um 267 Mio. Euro auf 2.236 Mio. Euro ist hauptsächlich verursacht durch die bilanzielle Entwicklung bei den Grundstücken und Gebäuden sowie den technischen Anlagen und Maschinen. Zusätzlich zu den laufenden Investitionen von 329 Mio. Euro, die das Abschreibungsvolumen im Berichtsjahr überstiegen, schlugen sich in dieser Anlagenkategorie akquisitionsbedingte Zugänge in Höhe von 277 Mio. Euro, vor allem im Sektbereich, nieder. Die gesamten Zugänge bei den Sachanlagen und immateriellen Anlagewerten beliefen sich auf 1.331 Mio. Euro (Vorjahr: 598 Mio. Euro). Hiervon entfielen 980 Mio. Euro auf Akquisitionen (Vorjahr: 40 Mio. Euro). Die laufenden Investitionen betrugen 350 Mio. Euro und lagen damit um 207 Mio. Euro unter dem Niveau des Vorjahres. Der Rückgang entsprach in etwa den Investitionsausgaben des Vorjahres für die Schifffahrt. Regional betrachtet lag der Fokus erneut auf Investitionen in Inlandsgesellschaften, der Anteil der Auslandsgesellschaften an den laufenden Investitionen erhöhte sich allerdings von 26,7 % auf 38,6 % im Jahr 2018. Die Abschreibungen auf das immaterielle Anlagevermögen und das Sachanlagevermögen betrugen insgesamt 433 Mio. Euro (Vorjahr: 673 Mio. Euro).

Das Festkapital der Dr. August Oetker KG lag unverändert bei 450 Mio. Euro. Das Eigenkapital wuchs im Vergleich zum Vorjahr um 278 Mio. Euro auf 4.027 Mio. Euro. Bei einem gleichzeitigen Anstieg der Bilanzsumme um 7,4 % belief sich die Eigenkapitalquote unverändert auf 41,0 %.

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2019

Die Geschäftsentwicklung der Oetker-Gruppe wird auch 2019 wesentlich von der Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen abhängig sein. Dabei wird in den Konsumgütergeschäftsbereichen mit steigenden Rohstoffpreisen gerechnet, die sich aufgrund von Preissicherungen aber nur teilweise auswirken werden. Hinsichtlich der Kurse der für die Oetker-Gruppe wichtigen Fremdwährungen ist, mit Ausnahme des Kanadischen



Dollars und der Türkischen Lira, durchweg nah am Jahresdurchschnitt 2018 geplant worden.

Die Umsatzplanung beruht für 2019 sowohl auf organischem Wachstum als auch auf akquisitionsbedingten Umsatzzuwächsen. Insgesamt plant die Gruppenleitung ein wiederum vernünftiges Wachstum der Umsatzerlöse. Für das Jahr 2019 werden Investitionen (ohne Erstkonsolidierungen) von zirka 425 Mio. Euro erwartet, etwa die Hälfte davon werden im Geschäftsbereich Nahrungsmittel investiert. Das Netto-Finanzguthaben wird weiterhin einen deutlich positiven Saldo aufweisen. Bei den Mitarbeiterzahlen wird es zu einem deutlichen Anstieg kommen, im Wesentlichen resultierend aus der ganzjährigen Berücksichtigung der im Jahr 2018 akquirierten Unternehmen.

Für die kommenden Jahre hat sich die die gesamte Unternehmensgruppe viel vorgenommen. „Im Zeitalter der digitalen Globalisierung werden wir den Wachstumskurs der Gruppe mit Mut, Zuversicht und einer konsequenten Orientierung an den Bedürfnissen der Kunden weiterverfolgen. Dabei bleiben wir unserem unternehmerischen Wertekompass stets treu und richten unser Handeln unverändert an unseren Maßstäben aus, um so unseren Verbrauchern und unseren Mitarbeitern gerecht zu werden sowie unserer Gesellschaft das zurückzugeben, was sie uns in den vergangenen Jahrzehnten ermöglichte,“ kündigte Dr. Albert Christmann abschließend an.

Anmerkungen:

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.



*Diese Presseinformation sowie den aktuellen Geschäftsbericht können Sie ab dem 18. Juni 2019 im Pressebereich der Oetker-Gruppe abrufen:
www.oetker-gruppe.de*

Kontakt für Rückfragen:

Dr. August Oetker KG
Hauptabteilung Öffentlichkeitsarbeit
Dr. Jörg Schillinger
Tel.: +49 (0) 521/155-2619
Fax: +49 (0) 521/155-112619
E-Mail: joerg.schillinger@oetker.com



Kennzahlen 2016 – 2018

	2016	in %	2017	in %	2018	in %	Nominelle Veränderung 2017/2018 in %	Operative Veränderung 2017/2018 in % ²
NETTOUMSATZ NACH GESCHÄFTSBEREICHEN¹ (IN MIO. €)	11.704	100,0	11.601	100,0	7.140	100,0	-38,4	4,7
- Nahrungsmittel	3.071	26,2	3.135	27,0	3.460	48,5	10,3	4,5
- Bier und alkoholfreie Getränke	1.901	16,2	1.908	16,4	2.181	30,5	14,3	3,9
- Sekt, Wein und Spirituosen	502	4,3	523	4,5	816	11,4	56,1	5,3
- Schifffahrt	5.624	48,1	5.398	46,5	-	-	-100,0	-100,0
- Weitere Interessen	606	5,2	637	5,5	684	9,6	7,4	8,2
NETTOUMSATZ NACH REGIONEN¹ (IN MIO. €)	11.704	100,0	11.601	100,0	7.140	100,0	-38,4	
Deutschland	3.894	33,3	3.874	33,4	3.757	52,6	-3,0	
Restliche EU	2.663	22,8	2.799	24,1	2.169	30,4	-22,5	
Restliches Europa	580	5,0	573	4,9	276	3,9	-51,8	
Restliche Welt	4.567	39,0	4.356	37,5	938	13,1	-78,5	
INVESTITIONEN¹ (IN MIO. €) (ohne Erstkonsolidierung)	405	100,0	558	100,0	350	100,0	-37,1	
- Nahrungsmittel	182	45,1	198	35,5	191	54,5	-3,6	
- Bier und alkoholfreie Getränke	84	20,8	99	17,8	90	25,7	-9,2	
- Sekt, Wein und Spirituosen	14	3,4	15	2,7	33	9,5	120,5	
- Schifffahrt	77	18,9	217	38,9	-	-	-100,0	
- Weitere Interessen	48	11,9	29	5,1	36	10,4	27,2	
EIGENKAPITAL (IN MIO. €)	3.648		3.749		4.027		7,4	
Eigenkapitalquote (in %)	41,0		41,0		41,0			
BILANZSUMME (IN MIO. €)	8.896		9.143		9.822		7,4	
BESCHÄFTIGTE¹ (NACH KÖPFEN)	32.078	100,0	32.204	100,0	30.937	100,0	-3,9	
- Nahrungsmittel	15.368	47,9	15.733	48,9	17.394	56,2	10,6	
- Bier und alkoholfreie Getränke	5.986	18,7	6.066	18,8	7.989	25,8	31,7	
- Sekt, Wein und Spirituosen	1.922	6,0	1.934	6,0	2.701	8,7	39,7	
- Schifffahrt	6.300	19,6	5.874	18,2	-	-	-100,0	
- Weitere Interessen	2.503	7,8	2.597	8,1	2.853	9,2	9,9	

¹ Im Geschäftsjahr 2017 ist der Geschäftsbereich Schifffahrt bis zum 30. November 2017, dem Zeitpunkt der Entkonsolidierung, berücksichtigt.

² Bereinigt um Währungs- und Konsolidierungskreiseffekte.

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.