



## Presseinformation

### **Weichen für die Zukunft gestellt – Oetker-Gruppe auf Wachstumskurs**

#### Ordentliche Entwicklung im Geschäftsjahr 2014

<Bielefeld, 16.06.2015> „Die Oetker-Gruppe hat sich im Geschäftsjahr 2014 angesichts der durchwachsenen globalen Rahmenbedingungen noch ordentlich und in der Regel in jedem Geschäftsbereich besser als die jeweilige Branche entwickelt“, teilte Richard Oetker, persönlich haftender Gesellschafter der Holding **Dr. August Oetker KG**, am Dienstag auf der Bilanz-Pressekonferenz in Bielefeld mit. Gleichzeitig habe das Unternehmen mit zahlreichen Akquisitionen und den Vorbereitungen für weitere Übernahmen die Weichen für zukünftiges Wachstum gestellt.

Vor diesem Hintergrund zeigten die Geschäftsbereiche der Unternehmensgruppe im Berichtsjahr 2014 eine noch zufriedenstellende Entwicklung und konnten den **Umsatz** mit 10.934 Mio. Euro (Vorjahr: 10.844 Mio. Euro) um 0,8 % leicht steigern. Ohne Berücksichtigung der Erst- und Endkonsolidierungen lag das kursbereinigte Wachstum ebenfalls bei 0,8 % und damit unter den geplanten Zahlen. In **Deutschland** wurden 34,2 % oder 3.742 Mio. Euro des Gesamtumsatzes erwirtschaftet (Vorjahr: 32,4 % oder 3.519 Mio. Euro). Der **Auslandsanteil** am Gesamtumsatz der Oetker-Gruppe ist leicht gesunken auf 65,8 % oder 7.192 Mio. Euro (Vorjahr: 67,6 % oder 7.325 Mio. Euro). Vom Auslandsanteil entfielen auf die restliche EU 23,6 % oder 2.575 Mio. Euro (Vorjahr: 23,4 % oder 2.537 Mio. Euro) und auf das weitere Europa 5,1 % oder 561 Mio. Euro



(Vorjahr: 3,2 % oder 344 Mio. Euro). Der Umsatz in der restlichen Welt betrug 37,1 % oder 4.056 Mio. Euro (Vorjahr: 41 % oder 4.444 Mio. Euro). Bezogen auf den Gesamtumsatz der jeweiligen Geschäftsbereiche haben sich die Relationen gegenüber dem Vorjahr unmerklich verschoben: Die Schifffahrt hatte mit 47,4 % weiterhin den größten Anteil am Gesamtumsatz (Vorjahr: 48,5 %). Die drei konsumgüterorientierten Geschäftsbereiche machten insgesamt einen Anteil von 48 % am Gesamtumsatz aus (Vorjahr: 47,1 %). Der Nahrungsmittelbereich steuerte 24 % der Umsatzerlöse bei (Vorjahr: 23,8 %), Bier und alkoholfreie Getränke 17,6 % (Vorjahr: 17 %), Sekt, Wein und Spirituosen 6,4 % (Vorjahr: 6,3 %). Der Bereich Weitere Interessen trug mit 4,6 % zum Gesamtumsatz bei (Vorjahr: 4,4 %).

Die Zahl der **Mitarbeiter** erhöhte sich insgesamt um 5,4 % auf 28.354 (Vorjahr: 26.907). Im Geschäftsbereich Nahrungsmittel stieg der Personalbestand um 4,2 % auf 12.790 Mitarbeiter (Vorjahr: 12.272). Der Geschäftsbereich Bier und alkoholfreie Getränke verzeichnete einen leichten Personalzuwachs. In der Radeberger Gruppe waren im vergangenen Jahr 5.757 Mitarbeiter angestellt (Vorjahr: 5.689), das entspricht einem Plus von 1,2 %. Im Bereich Sekt, Wein und Spirituosen fielen die Mitarbeiterzahlen leicht: Bei der Henkell & Co. Sektkellerei waren es mit 2.007 Mitarbeitern 1,0 % weniger als im Jahr zuvor (2.028). Der Personalbestand bei der Hamburg Süd stieg im abgelaufenen Geschäftsjahr kräftig um 19,3 % auf 5.360 Mitarbeiter (Vorjahr: 4.491). Der Anstieg der Mitarbeiterzahlen ist im Wesentlichen dadurch zu begründen, dass die in der Vergangenheit als fremde Seeleute eingestuft Personen jetzt als eigenes Personal gezählt werden. Im Bereich Weitere Interessen stieg die Zahl der Mitarbeiter von 2.427 auf 2.440 Beschäftigte; das entspricht einer Steigerung von 0,5 %.



## **Geschäftsbereich Nahrungsmittel erzielte 2014 ein durchwachsendes Ergebnis**

Der **Geschäftsbereich Nahrungsmittel**, der das Markenartikel- und Großverbrauchergeschäft umfasst, steigerte die Umsatzerlöse leicht um 1,7 % auf 2.622 Mio. Euro (Vorjahr: 2.577 Mio. Euro). Bereinigt um Währungs- und Konsolidierungskreiseffekte wuchs der Umsatz um 2,0 %.

Die Entwicklung der **Dr. Oetker** Landesgesellschaften verlief sehr unterschiedlich. Insgesamt konnte die Dr. Oetker GmbH bei Umsatz und Ertrag trotz anhaltendem Preisdruck auf den Rohstoffmärkten und weltwirtschaftlichen Schwankungen ein ordentliches Ergebnis erzielen. Die Umsätze der deutschen Unternehmen blieben stabil und veränderten sich nicht, während die Umsätze der ausländischen Schwestergesellschaften im vergangenen Jahr um 1,3 % gewachsen sind (Vorjahr: 2,3 %). Das Auslandsgeschäft machte dabei insgesamt einen Anteil von 67,3 % am Gesamtumsatz aus (Vorjahr: 67 %). Insbesondere konnten durch erfolgreich abgeschlossene Akquisitionen die Weichen für die weitere Internationalisierung gestellt werden.

Insgesamt haben sich die strategischen Sortimente in den Bereichen Nahrungsmittel, TK-Pizza und Frische positiv entwickelt. Im wettbewerbsintensiven Pizza-Markt konnte Dr. Oetker seine Marktanteile ausbauen. Dazu hat unter anderem die innovative Produkt-Range Pizzaburger beigetragen. Pizza Ristorante hat seine internationale Erfolgsgeschichte fortgesetzt und ist weiterhin eines der erfolgreichsten Pizzakonzepte. Ein weiteres Highlight war die Neueröffnung des Dr. Oetker Pizzawerkes in Kanada. Auch konnte das Nahrungsmittelsortiment seine internationale Präsenz stärken. Backartikel und vor allem das seit einigen Jahren signifikant ausgebauten Sortiment für Backdekorartikel erfreuten sich dabei besonderer Beliebtheit der Konsumenten. In ganz Europa trafen diese Segmente den Trend zum Selberbacken und Dekorieren und trugen zur positiven Ent-



wicklung in diesem Bereich bei. Zudem konnten Tassenküchlein in vielen Ländern das Sortiment der „kleinen Backmischungen für Zwischendurch“ ergänzen. Auch der Sortimentsbereich Frische entwickelte sich mit seinen Fertigdesserts positiv. Die Marken Paula und Marmorette wurden um weitere innovative Varianten ergänzt. Marmorette Splits mit Schoko Stücken in der Sahne und Paula Stracciatella sind technologisch und geschmacklich eine Besonderheit, die zum Wachstum der Marke Dr. Oetker im Bereich der Fertigdesserts beigetragen haben. Im Berichtsjahr wurde zudem eine Vielzahl neuer Produkte in allen Sortimenten eingeführt. Dazu gehören im Retailbereich neben den Tassenküchlein für die Mikrowelle unter anderem die kleinen Fertigkuchen in Kastenform und das Vitalis Roasted Müsli. Der Sortimentsbereich Dr. Oetker Food-Service veränderte sein Erscheinungsbild. Mit dem neuen Markenkonzept Dr. Oetker Professional werden die Bedürfnisse und Anforderungen der professionellen Verwender der Außer-Haus-Versorgung noch stärker adressiert.

Die internationale Entwicklung des Unternehmens ist mit zwei erfolgreichen Akquisitionen weiter vorangetrieben worden. Mit der Übernahme des nordamerikanischen Tiefkühlpizzageschäfts von McCain Foods Limited mit Standorten in Grand Falls, New Brunswick (Kanada) und Lodi, New Jersey (USA), konnte Dr. Oetker seine internationale Präsenz im TK-Bereich weiter ausbauen und erreichte sowohl die Marktführerschaft im kanadischen Markt für TK-Pizza als auch eine deutliche Stärkung der Präsenz in der Kernregion an der Ostküste der USA. Im Zuge dieser Akquisition wurden zudem verschiedene Marken erworben. Hierzu zählt unter anderem die erfolgreiche US-amerikanische Pizza-Marke „Ellio's“. Mit dem Kauf des mexikanischen Unternehmens D'Gari gelang Dr. Oetker der Eintritt in den mexikanischen Markt für Gelatine-Desserts, die in Deutschland als Götterspeise bekannt sind. Als deutlicher Marktführer im Segment der pulverbasierten Gelatine-Desserts bietet D'Gari eine solide Plattform, um sowohl in weitere Marktsegmente in Mexiko einzutreten als auch das internationale Wachstum voranzutreiben. Das Unternehmen beschäftigt am



Standort Querétaro in Mexiko rund 600 Mitarbeiter. Auf internationaler Ebene war es zudem sehr erfreulich, dass Dr. Oetker insbesondere in Osteuropa sowie der Region Amerika überdurchschnittlich zulegen konnte.

Bei der **Martin Braun-Gruppe** konnte im Geschäftsjahr 2014 eine Umsatzsteigerung von 7,2 % im Vergleich zum Vorjahr erzielt und damit ein Rekordumsatz erreicht werden. Die positive Abweichung zum Vorjahr wurde durch die Integration der zum 1. Januar 2014 erworbenen Gesellschaft Delite B.V. in den Niederlanden sowie durch organisches Wachstum merklich beeinflusst und ist besonders erfreulich, da die europäischen Märkte stagnieren und die Zahl der Handwerksbäckereien im deutschen Markt zurückgeht. Darüber hinaus führte auch die Krise in der Ukraine zu einem Umsatzrückgang in der Ukraine und in Russland. Zu den positiven Umsatzimpulsen haben Produktinnovationen wie das Konzept MySweeties (Kuchen im Becher) und die Laugenecke von Wolf ButterBack beigetragen. Das Deutschland-Geschäft entwickelte sich durch die erfolgreichen TK- und Brot- / Brötchen- / Biohefe-Sortimente entgegen dem Markttrend. In der Schweiz ist die Agrano AG unverändert Marktführer. Die im Jahr 2012 akquirierte Gesellschaft Capfruit in Frankreich sowie der Geschäftsaufbau in der Türkei und in Singapur trugen zur positiven Entwicklung bei wie auch das erfreuliche Wachstum des Marktes in Ungarn.

Die **FrischeParadies-Gruppe** als Deutschlands größter Spezialmarkt und Lieferant für feinste Lebensmittel setzte im abgelaufenen Geschäftsjahr 2014 die positive Entwicklung der Vorjahre fort und konnte ihren Umsatz um 3,3 % steigern. Dies ist neben der Akquisition des Unternehmens Fruchthof in Österreich der positiven Entwicklung des Exportgeschäfts zu verdanken. Insbesondere die baltischen Staaten entwickelten sich überdurchschnittlich. Darüber hinaus trug der Ausbau der Niederlassung auf Mallorca zum Wachstum der Gruppe bei. Die Tochtergesellschaft Ham-



burger Feinfrost GmbH entwickelte sich auch 2014 sehr zufriedenstellend als führender Anbieter im TK-Seafood-Bereich. Die Weinwerk Frankfurt Handelsgesellschaft konnte als Spezialist und Importeur von Wein, Champagner und Spirituosen ihre Aktivitäten im Jahr 2014 ebenfalls weiter ausbauen.

### **Geschäftsbereich Bier und alkoholfreie Getränke hält Absatz stabil und steigert Umsatz deutlich**

Die **Radeberger Gruppe**, Deutschlands größte private Brauereigruppe, bildet innerhalb der Oetker-Gruppe den Geschäftsbereich **Bier und alkoholfreie Getränke** und konnte in einem fordernden Jahr ihren Getränkeabsatz bei 13 Mio. Hektolitern stabil halten und ihren Umsatz deutlich um 4,7 % auf 1.929 Mio. Euro steigern. Positive Sondereffekte wie die Fußball-Weltmeisterschaft und das gute Wetter belebten das Geschäft, doch es fand weiterhin ein starker Wettbewerb statt, in dem sich die Brauereigruppe dank ihrer bewährten Portfoliostrategie gut behauptet hat.

Das Marktsegment der national vertriebenen Marken in Deutschland stand im abgelaufenen Jahr durch veränderte Preisbilder im Markt besonders unter Druck. Erfreulich war es daher, dass alle nationalen Marken der Radeberger Gruppe (Radeberger Pilsner, Jever Pilsner und Schöfferhofer Weizen) im Umsatz zulegen konnten. Ein weiter steigendes Interesse der Verbraucher an besonderen Bieren verhalf dem Segment der national vertriebenen Spezialitäten zu einer ebenso erfreulichen Entwicklung. Während Clausthaler Alkoholfrei im Umsatz einstellig zulegte, überzeugten die internationalen Importbiere, vor allem getrieben durch die Marken Guinness und Kilkenny, mit deutlich zweistelligen Zuwachsraten. Überproportional gut entwickelten sich zudem die regionalen Premiummarken der Gruppe. Die Rückbesinnung auf regionale Identität und eine stärkere Identifikation mit Unternehmen und Produkten



der eigenen Region verschafften diesem Segment positiven Rückenwind und eine deutliche Umsatzsteigerung. Treiber dieser insgesamt überdurchschnittlichen Entwicklung waren vor allem die sächsischen Biere Ur-Krostitzer und Freiburger, die Berliner Premiummarken Berliner Kindl und Berliner Pilsener, Dortmunder Kronen und Brinkhoff's No. 1, Stuttgarter Hofbräu sowie das Allgäuer Büble Bier. Auch von der Nachfrage nach deutschen Bieren im Ausland konnte die Radeberger Gruppe profitieren. Sie steigerte ihren Umsatz mit Exporten deutlich zweistellig.

Die alkoholfreien Getränke der Radeberger Gruppe konnten das warme Wetter des Jahres 2014 gut für sich nutzen: Sie legten im Umsatz deutlich zu und verteidigten damit nicht nur ihre Marktposition, sondern konnten diese auch gezielt ausbauen. In einem Jahr, das auch im Zeichen der umfangreichen Vorbereitungen für die im Januar 2015 gestartete Kooperation mit PepsiCo Deutschland stand, konnten sich alle alkoholfreien Marken der Radeberger Gruppe gut behaupten: Original Selters wuchs erneut deutlich im Umsatz. Wie schon im Vorjahr zeigte Bionade auch 2014 ein erfreuliches Absatz- und Umsatzwachstum. Der Erfrischungstee Ti machte in seinem zweiten Jahr nach Markteinführung ordentliche Fortschritte und untermauerte dies mit einem klaren Umsatzplus.

## **Geschäftsbereich Sekt, Wein und Spirituosen legt in Umsatz und Absatz zu**

Der Bereich **Sekt, Wein und Spirituosen** führte sein Wachstum trotz negativer Kurseffekte auch im Jahr 2014 fort und erzielte einen Umsatz von 697 Mio. Euro (Vorjahr: 687 Mio. Euro). Das entspricht einem Umsatzplus von 1,5 % gegenüber dem Jahr 2013. Gleichzeitig stieg der Absatz der **Henkell & Co.-Gruppe** von 242,6 Mio. Flaschen Sekt, Wein und Spirituosen im Vorjahr auf 250,2 Mio. Flaschen im Berichtsjahr.



Während der Sektbereich mit 159 Mio. Flaschen leicht über dem Vorjahr lag, stieg der Weinabsatz um 17,6 % auf 46,4 Mio. Flaschen. Die Spirituosen gingen im gleichen Zeitraum leicht um 0,8 % auf 44,8 Mio. Flaschen zurück. Während der deutsche Markt für klassischen Sekt bereits das zweite Jahr in Folge rückläufig war, entwickelte sich der um Secco und weinhaltige Cocktails erweiterte Schaumweinmarkt positiv. Auch international entwickelte sich der Schaumweinmarkt prinzipiell positiv. Spürbar negative Auswirkungen hatten jedoch die Wiedereinführung der Sektsteuer auf dem österreichischen Markt sowie die politische Entwicklung in der Ukraine. Dies führte entgegen der Prognose in Österreich und der Ukraine zu rückläufigen Schaumweinabsätzen und bremste die insgesamt positive Schaumweinbilanz der Henkell & Co.-Gruppe.

Die Kernmarken entwickelten sich im Berichtszeitraum fast alle positiv. Bei Henkell sorgte die bereits genannte Wiedereinführung der Sektsteuer im österreichischen Nachbarmarkt für einen Rückgang um 8 % auf 14,3 Mio. Flaschen. Mionetto hingegen konnte seinen Absatz um 4,2 % auf 16,4 Mio. Flaschen ausbauen. Hierzu trug besonders die positive Entwicklung des Hauptproduktes Mionetto Prosecco DOC Treviso bei. Fürst von Metternich, der mit Abstand führende deutsche Premiumsekt, entwickelte sich nach zweistelligem Wachstum im Vorjahr abermals sehr erfreulich. Mit einem Plus von 7 % konnte er seine Marktposition ausbauen. Sehr positive Resonanz erzeugte Fürst von Metternich Chardonnay mit einer neuen, weiß lackierten Flasche. Überproportional positiv entwickelte sich Söhnlein Brillant, die absatzstärkste Marke aus dem Gruppenportfolio. Mit 21,5 Mio. Flaschen konnte die Marke um 12,3 % zulegen. Anklang fanden vor allem auch Söhnlein Brillant Medium Dry und Söhnlein Brillant Mild. Während Törley Sekt in Ungarn seine positive Entwicklung mit einem Plus von 1,9 % auf 9,8 Mio. Flaschen fortsetzte, konnte Bohemia Sekt in Tschechien sogar um 7,3 % auf ebenfalls 9,8 Mio. Flaschen und Hubert





Sekt in der Slowakei um 7,0 % auf 6,5 Mio. Flaschen wachsen. Alle drei Marken sind damit in ihren Heimatländern weiterhin Marktführer.

Die Kernmarken im Spirituosensbereich entwickelten sich unterschiedlich, jedoch insgesamt knapp auf dem Vorjahresniveau. Wodka Gorbatschow, der seit Mitte der 70er Jahre unangefochtene Wodka-Marktführer in Deutschland, konnte seinen Absatz um 11,1 % auf nunmehr 16,3 Mio. 1/1-Flaschen steigern und damit seinen Marktanteil nochmals ausbauen. Kuemmerling Kräuterlikör verharrte bei 3,3 Mio. 1/1-Flaschen.

Besondere Freude machte 2014 das Weingeschäft der Henkell & Co.-Gruppe. Während die deutschen Weingüter der Gruppe, Schloss Johannisberg und das G.H. von Mumm'sche Weingut, aufgrund der geringen Ernte in ihrem Absatz limitiert waren, entwickelten sich die Weingüter und Marken in Ungarn und in Tschechien durchweg positiv. Hinzu kommt das im Jahr 2013 erworbene Unternehmen Copestick Murray, das in Großbritannien die Marken der Henkell & Co.-Gruppe vertreibt und darüber hinaus die eigene Weinmarke I heart sehr erfolgreich auf einen Absatz von über 4 Mio. Flaschen ausbauen konnte. Trotz teilweise widriger Umstände konnte das Geschäftsjahr damit insgesamt durchaus zufriedenstellend abgeschlossen werden.

## **Geschäftsbereich Schifffahrt: Weichen für die Zukunft gestellt**

Die **Hamburg Süd-Gruppe** bildet innerhalb der Oetker-Gruppe den Geschäftsbereich **Schifffahrt**. Ihr Kerngeschäft ist die Containerlinienschifffahrt inklusive aller vor- und nachgelagerten Logistikdienstleistungen mit der Hamburg Süd als deutschem Carrier und der Aliança als brasilianischer Reederei. Darüber hinaus ist sie mit Rudolf A. Oetker (RAO), Furness Withy Chartering und Aliança Bulk (Aliabulk) in der Massengut- und Produktentankerfahrt tätig sowie mit der Hamburg Süd Reiseagentur als Spezialdienstleister unter anderem für



Geschäftsreisen und Kreuzfahrten. Trotz des erneuten Umsatzrückgangs um 1,3 % auf 5.186 Mio. Euro konnte sich die Hamburg Süd in einem weiterhin schwierigen Umfeld im Jahr 2014 gut behaupten. Angesichts der schlechten wirtschaftlichen Entwicklung der meisten Länder Südamerikas mit zum Teil rückläufigen Handelsvolumina konnte die Gruppe in der Linienschifffahrt ihr Transportvolumen lediglich um 2,3 % auf 3,375 Millionen TEU (1 TEU = 20-Fuß-Standardcontainer) steigern und somit ein positives, wenn auch nicht zufriedenstellendes Linienergebnis erreichen.

Die Flotte der Hamburg Süd umfasste mit Stand 31. Dezember 2014 insgesamt 168 Schiffe, davon 46 gruppeneigene. 112 Schiffe wurden in den Liniendiensten und 56 ausschließlich gecharterte Schiffe im Trampbereich (Massengutschiffe, Produktentanker) eingesetzt. Wie auch im Vorjahr wurde die Flotte um weitere Schiffe der „Cap San“-Baureihe mit einer Kapazität von je 9.600 TEU erweitert. Zusätzliche Schiffe der „San“-Klasse mit 9.000 TEU und ebenfalls einem hohen Anteil an Stellplätzen für Kühlcontainer kamen hinzu. Insgesamt sind 13 Schiffe mit einer Stellplatzkapazität von mindestens 9.000 TEU im Einsatz, die mit ihrer großen Reefer-Kapazität hauptsächlich zwischen Asien bzw. Europa und der Ost-Küste Südamerikas im Einsatz sind. Die Cabotage-Flotte der Hamburg Süd-Tochter Aliança wurde ebenfalls um zwei moderne 4.800-TEU Wide-Beam-Schiffe erweitert. Fünf ältere und kleinere Einheiten wurden verkauft, der Containerbestand stieg somit geringfügig von 457.000 auf 468.000 Units. Bei einer auf zirka 537.000 TEU gestiegenen Gesamtkapazität in der Linie wuchs die durchschnittliche Schiffsgröße von 4.437 TEU auf 4.795 TEU. Weitere drei Cap-San-Neubauten stehen 2015 zur Ablieferung an. Die Reedereigruppe setzt auf diesem Weg ihre Strategie zur Effizienzsteigerung der Flotte fort. Mit der steigenden Durchschnittskapazität der Schiffe geht eine kontinuierliche Reduktion der Kosten pro Stellplatz einher.



Angesichts der anhaltend hohen Überkapazitäten blieben die Erträge im Bulkbereich in allen Schiffsklassen über das Jahr 2014 hinweg unter Druck. Die unter dem Namen Rudolf A. Oetker, Furness Withy Chartering und Aliança Bulk operierenden Massengutaktivitäten der Schifffahrtsgruppe konnten im Jahr 2014 erneut kein positives Ergebnis auffahren und bewegten sich damit in etwa auf dem Niveau des Vorjahres.

Ende März dieses Jahres übernahm die Hamburg Süd die Liniendienste der Compañía Chilena de Navegación Interoceánica (kurz CCNI) zwischen der Westküste Südamerikas einerseits und Asien, Nordamerika und Europa andererseits. Das Transportvolumen der Schifffahrtsgruppe wächst damit um knapp 10 % oder zirka 300.000 TEU. Die Hamburg Süd erreicht in einigen Verkehren die Marktführerschaft und erschließt sich Routen, auf denen sie bislang noch nicht aktiv war. Die Integration wird in der ersten Jahreshälfte 2015 erfolgen.

Um das Liniennetzwerk auszubauen und die sich daraus ergebenden logistischen Vorteile zu nutzen, erfolgte zum Jahreswechsel der Eintritt der Hamburg Süd in die Ost-West-Verkehre. Durch die seit Anfang 2015 umgesetzte Kooperation mit United Arab Shipping Corp. (UASC), mit Sitz in Dubai, erhält die Hamburg Süd Gelegenheit, Kapazität zu wettbewerbsfähigen Konditionen zu stellen. Im Gegenzug erhält die UASC Stellplätze auf ausgewählten Südamerika-Routen der Hamburg Süd. Durch die Zusammenarbeit mit UASC verringert die Hamburg Süd die Abhängigkeit von Südamerika und bietet ihren Kunden ein erweitertes Netzwerk an, das von diesen gut angenommen wird. Zudem erschließt sie sich dadurch weiteres Wachstums- und Kostensenkungspotential auf See und an Land.

Im Februar 2015 haben die Hamburg Süd und die CMA CGM bekanntgegeben, dass sie zusätzlich zu den bereits existierenden gemeinsamen Diensten zwischen Nordeuropa und der West- und Ostküste Südamerikas auf weiteren Routen zusammenarbeiten werden. So ist zum Beispiel die



Aufnahme eines Gemeinschaftsdienstes von Asien durch den Panama-kanal an die US-Ostküste und weiter nach Europa und zurück geplant.

### **Heterogene Entwicklung im Geschäftsbereich Weitere Interessen**

Im Hinblick auf die verschiedenen Märkte haben sich die Unternehmen des Geschäftsbereiches **Weitere Interessen** unterschiedlich entwickelt. Insgesamt erzielte der Geschäftsbereich im Jahr 2014 eine Umsatzsteigerung von 3,7 % auf 500 Mio. Euro (Vorjahr: 483 Mio. Euro).

Die Wertorientierung von **Budenheim** hat sich auch im Jahr 2014 bewährt. Das Unternehmen konnte das geplante Mengenwachstum nicht erreichen, aber beim Ergebnis zulegen. Ein Teil der Entlastung bei den Rohstoffkosten wurde an Kunden weitergegeben. Bei insgesamt leicht rückläufigen Preisen (- 1 %) ging der Umsatz um 1 % auf 259 Mio. Euro zurück. Budenheim hat in seinem Kerngeschäft 3,1 % weniger abgesetzt. Bei verändertem Produktmix erhöhte sich der Durchschnittspreis per saldo um 0,6 %. Das Umsatzminus im Kerngeschäft belief sich auf 2,6 %. Bei Einbeziehung des Säurehandels, der sich erfreulich entwickelte, ergab sich insgesamt ein Plus von 1,6 % bei der Menge.

Die Unternehmen der **Oetker Collection** blicken mit einer Umsatzsteigerung von 7,1 % auf 157 Mio. Euro auf ein zufriedenstellendes Jahr zurück. Hierzu haben insbesondere die positiven Umsatzentwicklungen im Hotel Le Bristol Paris und im Hotel du Cap-Eden-Roc in Antibes beigetragen. Größere Investitionen wurden im Hotel Le Bristol und im Brenners Park-Hotel & Spa getätigt. Im Hotel Le Bristol standen dabei umfangreiche Zimmerrenovierungen im Mittelpunkt. Im Brenners Park-Hotel & Spa wurde im Dezember 2014 das umfangreiche und mehrjährige Umbau- und Renovierungsprojekt zur Neugestaltung der Villa Stéphanie fertiggestellt, die im Januar 2015 neu eröffnet wurde. Die Villa Stéphanie beherbergt als Teil des Gebäudeensembles des Brenners Park-Hotels künftig den neuen



Spa-Bereich des Hotels sowie 15 neue Zimmer und Suiten. Zudem hat die Oetker Hotel Management Company im abgelaufenen Geschäftsjahr das Management des Hotels Eden Rock – St Barths übernommen sowie einen Managementvertrag für das Hotel The Lanesborough in London unterschrieben, das im Sommer 2015 nach aufwendiger Renovierung neu eröffnet wird. Es ist das neunte Masterpiece Hotel im Portfolio der Oetker Collection. Auch bedingt durch die vergangenen Expansionsschritte stieg die Zahl der verkauften Übernachtungen im Jahresvergleich um 11,8 % deutlich.

Der **Dr. Oetker Verlag** konnte sich auch im abgelaufenen Geschäftsjahr nicht dem unter Druck stehenden und unter rückläufigen Umsätzen leidenden klassischen deutschen Buchmarkt entziehen. Gerade bei Koch- und Backbüchern stellt es sich als schwierig dar, bei den Verbrauchern Akzeptanz für die Vermarktung elektronischer Inhalte zu erreichen. Das Geschäftsjahr 2014 verlief für den Dr. Oetker Verlag daher trotz vieler Anstrengungen unter dem Vorjahresniveau.

Der Umsatz der **OEDIV Oetker Daten- und Informationsverarbeitung** hat sich 2014 erfreulich weiterentwickelt. Der Trend zum Auslagern unternehmensinterner IT-Infrastrukturen setzte sich auch im vergangenen Jahr fort. Die OEDIV als mittelständischer Provider mit ausschließlich in Deutschland betriebenen Rechenzentren genießt insbesondere im Bereich des Datenschutzes ein hohes Vertrauen. Die Umsatzplanung für das Geschäftsjahr 2014 konnte sowohl mit den Bestandskunden als auch durch die Akquise neuer Kunden leicht übertroffen werden. Neben dem Hosting und dem Betrieb von SAP-Systemen hat die Nachfrage für den Betrieb von Microsoft-basierten Systemen und Anwendungen im Geschäftsjahr 2014 weiter zugenommen. In diesem Bereich hat die OEDIV ihr Leistungsportfolio auch im vergangenen Jahr weiter ausgebaut.



Die **Handelsgesellschaft Sparrenberg** konnte mit ihren Informations- und Beschaffungsdienstleistungen sowie mit der Beratung des strategischen Beschaffungsmanagements zu Markt- und Preisentwicklungen in internationalen Rohstoff- und Verpackungsmärkten sowie bei Rahmenabkommen, Ladungssicherung und Energie ihre Kunden innerhalb und außerhalb der Oetker-Gruppe überzeugen und den Umsatz um 3,5 % steigern.

Das Unternehmen **Roland Transport** konnte in 2014 den Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 10,1 % steigern. Trotz konjunktureller Einflüsse auf Seiten der Kunden, die Auswirkungen auf die durch Roland zu disponierenden Transporte haben, konnte durch Neuakquisitionen im 4PL-Bereich das Geschäft deutlich belebt werden.

### **Bankhaus Lampe**

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. 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 dazu gehörige Presseinformation der Bank verwiesen.

### **Noch ordentliche Ergebnisentwicklung der Oetker-Gruppe**

Nach Angaben von Dr. Albert Christmann, Finanzchef und persönlich haftender Gesellschafter der Dr. August Oetker KG, hat sich das Unternehmen auch im Jahr 2014 noch ordentlich weiterentwickelt. Die Konzernbilanz der Oetker-Gruppe schloss mit einer Bilanzsumme von



8.499 Mio. Euro (Vorjahr: 7.770 Mio. Euro). Die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände lagen im Jahr 2014 ohne die Erstkonsolidierungen bei 667 Mio. Euro und damit um 110 Mio. Euro unter dem Vergleichswert des Vorjahres. Die Abschreibungen betragen 530 Mio. Euro und überschreiten den Vorjahreswert um 24 Mio. Euro. Das Kommanditkapital der Obergesellschaft Dr. August Oetker KG blieb mit 450 Mio. Euro konstant. Das gesamte offen ausgewiesene Eigenkapital im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014 belief sich auf 3.484 Mio. Euro und nahm damit gegenüber dem Vorjahr um 379 Mio. Euro zu. Die Eigenkapitalquote lag bei 41 %. Der Cash-Flow lag im Jahr 2014 wieder merklich über 600 Mio. Euro und damit qualitativ und quantitativ auf einem ordentlichen Niveau.

Zum Ausblick auf das laufende Geschäftsjahr sagte Dr. Christmann: „Die Oetker-Gruppe hat den Ankündigungen auf der Pressekonferenz im letzten Jahr Taten folgen lassen: Die Internationalisierung der Gruppe wurde seitdem mit Übernahmen in Nord-, Mittel- und Südamerika und in Europa beherzt vorangetrieben. Zugleich wurden die Weichen für weiteres organisches Wachstum gestellt. Beide strategischen Stoßrichtungen werden sich im laufenden Jahr im Umsatz, in der Bilanz und im Ergebnis widerspiegeln. Zugleich nutzen wir den bilanziellen und liquiditätsseitigen Spielraum, um die klaren strategischen Ziele jeder Sparte der Oetker-Gruppe konsequent anzugehen. Der Mut gebende Start in das Geschäftsjahr macht Lust auf die Zukunft.“

*Diese Unterlagen können Sie ab dem 16. Juni 2015, 12:00 Uhr, im Pressebereich der Oetker-Gruppe abrufen: [www.oetker-gruppe.de](http://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) 521/155-11-2619  
E-Mail: [joerg.schillinger@oetker.de](mailto:joerg.schillinger@oetker.de)

Kontakt für Bildanfragen:

Dr. August Oetker KG  
Hauptabteilung Öffentlichkeitsarbeit  
Eva Tatje  
Tel. +49 (0) 521/155-3014  
Fax: +49 (0) 521/ 155-11-3014  
E-Mail: [eva.tatje@oetker.de](mailto:eva.tatje@oetker.de)



## Kennzahlen 2014

	2012	2013	2014	Veränderung 2013/2014
<b>NETTOUMSATZ (IN MIO. EUR)</b>	<b>10.942</b>	<b>10.844</b>	<b>10.934</b>	<b>0,8 %</b>
- Nahrungsmittel	2.501	2.577	2.622	1,7 %
- Bier und alkoholfreie Getränke	1.844	1.843	1.929	4,7 %
- Sekt, Wein und Spirituosen	675	687	697	1,5 %
- Schifffahrt	5.468	5.254	5.186	-1,3 %
- Weitere Interessen	454	483	500	3,7 %

<b>INVESTITIONEN (IN MIO. EUR)</b> (ohne Erstkonsolidierung)	<b>531</b>	<b>777</b>	<b>667</b>	<b>-14,2 %</b>
- Nahrungsmittel	119	158	132	-16,6 %
- Bier und alkoholfreie Getränke	97	105	121	15,1 %
- Sekt, Wein und Spirituosen	18	12	16	25,4 %
- Schifffahrt	247	450	348	-22,7 %
- Weitere Interessen	50	52	50	-2,3 %

<b>EIGENKAPITAL (IN MIO. EUR)</b>	<b>2.847</b>	<b>3.105</b>	<b>3.484</b>	<b>12,2 %</b>
Prozent der Bilanzsumme	37,0	40,0	41,0	

<b>BILANZSUMME (IN MIO. EUR)</b>	<b>7.695</b>	<b>7.770</b>	<b>8.499</b>	<b>9,4 %</b>
----------------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------

<b>BESCHÄFTIGTE</b>	<b>26.406</b>	<b>26.907</b>	<b>28.354</b>	<b>5,4 %</b>
- Nahrungsmittel	11.752	12.272	12.790	4,2 %
- Bier und alkoholfreie Getränke	5.725	5.689	5.757	1,2 %
- Sekt, Wein und Spirituosen	2.040	2.028	2.007	-1,0 %
- Schifffahrt	4.512	4.491	5.360	19,3 %
- Weitere Interessen	2.377	2.427	2.440	0,5 %

Die Prozentzahlen beziehen sich auf die exakten Beträge, nicht auf die gerundeten Summen.