



## Presseinformation

### **Oetker-Gruppe weiter auf Wachstumskurs**

#### Noch ordentliche Entwicklung im Geschäftsjahr 2015

<Bielefeld, 21.06.2016> „Die Oetker-Gruppe hat das Geschäftsjahr 2015 angesichts der schwierigen globalen Rahmenbedingungen noch ordentlich abgeschlossen. Dank der strategiekonformen Weiterentwicklung der Gruppe konnte ein erfreuliches Wachstum erwirtschaftet werden“, teilte Richard Oetker, persönlich haftender Gesellschafter der **Dr. August Oetker KG**, am Dienstag auf der Bilanz-Presskonferenz in Bielefeld mit. Gleichzeitig habe das Unternehmen mit zahlreichen Akquisitionen und einer Fokussierung auf Kernaktivitäten die Weichen für zukünftiges Wachstum gestellt. Die Geschäftsbereiche der Unternehmensgruppe erzielten im Berichtsjahr 2015 vorwiegend ordentliche Ergebnisse. Die Oetker-Gruppe konnte insgesamt den **Umsatz** mit 12.226 Mio. Euro (Vorjahr: 10.934 Mio. Euro) um 11,8 % deutlich steigern. Ohne Berücksichtigung der Erst- und Endkonsolidierungen lagen die kursbereinigten Umsatzerlöse knapp unter dem hohen Niveau des Vorjahres (-0,3 %). In **Deutschland** wurden 32,3 % oder 3.947 Mio. Euro des Gesamtumsatzes erwirtschaftet (Vorjahr: 34,2 % oder 3.742 Mio. Euro). Der **Auslandsanteil** am Gesamtumsatz der Oetker-Gruppe erhöhte sich auf 67,7 % oder 8.278 Mio. Euro (Vorjahr: 65,8 % oder 7.193 Mio. Euro). Vom Auslandsanteil entfielen auf die restliche EU 23,1 % oder 2.821 Mio. Euro (Vorjahr: 23,6 % oder 2.575 Mio. Euro) und auf das restliche Europa 4,8 % oder 582 Mio. Euro (Vorjahr: 5,1 % oder 561 Mio. Euro). Der Umsatz in der restlichen Welt betrug 39,9 % oder 4.875 Mio. Euro (Vorjahr: 37,1 % oder 4.057 Mio. Euro).



Bezogen auf den Umsatzanteil der jeweiligen Geschäftsbereiche am Gesamtumsatz haben sich die Relationen gegenüber dem Vorjahr unmerklich verschoben: Die Schifffahrt hatte mit 49,5 % weiterhin den größten Anteil am Gesamtumsatz (Vorjahr: 47,4 %). Die drei konsumgüterorientierten Geschäftsbereiche machten insgesamt einen Anteil von 46,2 % am Gesamtumsatz aus (Vorjahr: 48,0 %). Der Nahrungsmittelbereich steuerte 24,5 % der Umsatzerlöse bei (Vorjahr: 24,0 %), Bier und alkoholfreie Getränke 16,1 % (Vorjahr: 17,6 %), Sekt, Wein und Spirituosen 5,6 % (Vorjahr: 6,4 %). Der Bereich Weitere Interessen trug mit 4,3 % zum Gesamtumsatz bei (Vorjahr: 4,6 %).

Die Zahl der **Mitarbeiter** erhöhte sich insgesamt um 8,6 % auf 30.787 (Vorjahr: 28.354). Im Geschäftsbereich Nahrungsmittel stieg der Personalbestand aufgrund von Akquisitionen deutlich um 13,2 % auf 14.478 Mitarbeiter (Vorjahr: 12.790). Der Geschäftsbereich Bier und alkoholfreie Getränke verzeichnete einen leichten Personalzuwachs. In der Radeberger Gruppe waren im vergangenen Jahr 5.894 Mitarbeiter angestellt (Vorjahr: 5.757), das entspricht einem Plus von 2,4 %. Im Bereich Sekt, Wein und Spirituosen fielen die Mitarbeiterzahlen leicht: Bei der Henkell & Co. Sektkellerei waren es mit 1.972 Mitarbeitern 1,7 % weniger als im Jahr zuvor (2.007). Der Personalbestand bei der Hamburg Süd stieg merklich um 11,2 % auf 5.960 Mitarbeiter (Vorjahr: 5.360). Der Anstieg der Mitarbeiterzahlen steht im Einklang mit der strategischen Entwicklung und ist zudem akquisitionsbedingt. Im Bereich Weitere Interessen erhöhte sich die Zahl der Mitarbeiter leicht von 2.440 auf 2.482 Beschäftigte; das entspricht einer Steigerung von 1,7 %.

## **Erfreuliches Wachstum im Geschäftsbereich Nahrungsmittel**

Der Geschäftsbereich **Nahrungsmittel** setzt sich aus den Markenartikelunternehmen zusammen, die unter dem Dach von Dr. Oetker geführt und deren Produkte weltweit in allen wichtigen Distributionskanälen vertrieben werden. Dr. Oetker Deutschland hat seinen Firmensitz in Bielefeld. Ver-



triebs- und Produktionsstätten gibt es in rund 40 Ländern. Komplettiert wird der Geschäftsbereich Nahrungsmittel durch die Martin Braun-Gruppe und die Conditorei Coppenrath & Wiese.

Im Geschäftsjahr 2015 erwirtschaftete der Geschäftsbereich Umsatzerlöse in Höhe von 2.990 Mio. Euro. Damit konnte der Bereich, vor allem bedingt durch die Akquisition von Coppenrath & Wiese, den Umsatz um 14,0 % gegenüber dem Vorjahr steigern. Das um Konsolidierungskreis- und Wechselkurseffekte bereinigte Umsatzwachstum betrug 1,4 %. Die Investitionen lagen bei 153 Mio. Euro und damit um 21 Mio. Euro über denen des Vorjahres. Die Anzahl der Mitarbeiter stieg im gleichen Zeitraum um 13,2 % auf 14.478 Beschäftigte, auch dies vor allem durch die Akquisitionen bedingt.

Die Entwicklungen der **Dr. Oetker** Landesgesellschaften gestalteten sich im abgelaufenen Geschäftsjahr unterschiedlich. Insgesamt konnte Dr. Oetker weltweit bei Umsatz und Ertrag trotz anhaltendem Preisdruck auf den Rohstoffmärkten und weltwirtschaftlichen Schwankungen ein ordentliches Ergebnis erzielen. Im Vergleich zum Vorjahr konnten die Unternehmen erwartungsgemäß ihren Umsatz insgesamt um 10,2 % steigern. Bereinigt um Akquisitionen und Wechselkurseffekte betrug das Wachstum 1,3 %. Besonders erfreulich ist, dass Dr. Oetker vor allem in der Region 3A (Asien, Afrika und Australien) im organischen Wachstum überdurchschnittlich zulegen konnte. Die Investitionen lagen mit 117 Mio. Euro über dem bereits hohen Niveau des Vorjahres. Im Mittelpunkt standen dabei die Erweiterung der Pizzaproduktionskapazitäten in Europa und Nordamerika sowie der Neubau des Forschungs- und Entwicklungszentrums am Standort Bielefeld.

Insgesamt haben sich die strategischen Sortimente im Bereich Nahrungsmittel, Tiefkühlpizza, Frischedesserts und Professional positiv entwickelt. Bei Nahrungsmitteln konnte Dr. Oetker seine internationale Präsenz deutlich ausbauen. Infolge der Übernahme des rumänischen Backartikelwettbewer-



bers Alex im März 2015 und des Dekorherstellers Rebecchi in Italien Ende 2014 konsolidierten sich die Nahrungsmittelmärkte in den Ländern. Durch die im März 2015 vollzogene Akquisition der Firma D'Gari, des mexikanischen Marktführers für Götterspeise, gelang ein erfolgreicher Einstieg in den mittelamerikanischen Markt für Pulverdesserts. Die Einführung des Dr. Oetker Sortiments in Australien führte dazu, dass der Bereich Nahrungsmittel jetzt auf allen Kontinenten vertreten ist. Backartikel und Dekore erfreuten sich weiterhin besonderer Beliebtheit bei den Konsumenten. In ganz Europa trafen diese Segmente den Trend zum Selberbacken und Dekorieren und trugen zur positiven Entwicklung in diesem Bereich bei. Zudem konnten die Tassenküchlein in vielen Ländern das Sortiment der Backmischungen der „Kleinen Kuchen“ ergänzen. Im wettbewerbsintensiven Pizzamarkt konnte Dr. Oetker seine Marktanteile ausbauen. Angesichts des anhaltenden Convenience-Trends und zahlreicher neuer Varianten für die verschiedenen Submarkenkonzepte konnte das Wachstum deutlich ausgeweitet werden. Hierzu beigetragen hat unter anderem die Fortsetzung der internationalen Erfolgsgeschichte von Pizza Ristorante, weiterhin eines der erfolgreichsten Pizzakonzepte. Einen zusätzlichen Impuls bekam der Markt durch den Launch der vegetarischen Pizzen. Auch in Nordamerika konnten Marktanteile durch die vollständige und erfolgreiche Integration des McCain-Pizzageschäfts weiter ausgebaut werden. Das Sortiment Frischdesserts entwickelte sich ebenfalls positiv, insbesondere aufgrund des Wachstums der strategischen Marken Paula und Marmorette.

Das Markenkonzept Dr. Oetker Professional richtet sich an die Bedürfnisse und Anforderungen der professionellen Verwender in der Außer-Haus-Versorgung. Dieser Bereich konnte sich im wettbewerbsintensiven Markt in Deutschland gut behaupten und seine Marktposition weiter ausbauen.

Die **Martin Braun-Gruppe** erreichte im Geschäftsjahr 2015 knapp das gute Vorjahresniveau trotz zahlreicher negativer Sonderfaktoren. So führte die Krise in Russland, wie erwartet, zu einem Umsatzrückgang in den Ländern Ukraine und Russland. Zu den positiven Umsatzimpulsen haben



insbesondere das Tiefkühlsortiment von Wolf ButterBack sowie das Mini-kuchenkonzept MySweeties (Kuchen im Becher) und die Fruchtpürees beigetragen. Die französische Gesellschaft Capfruit und Delite in den Niederlanden entwickelten sich hervorragend, ebenso die Ländereinheiten Italien, Ungarn und Türkei. Das Deutschland-Geschäft entwickelte sich insgesamt, trotz des schwierigen Marktumfelds, in allen Sortimentsbereichen positiv; kundenorientierte Produkt- und Marketingkonzepte konnten erfolgreich am Markt platziert werden. Dies ist besonders erfreulich, da die Zahl der Handwerksbäckereien im deutschen Markt zurückgeht. Die Bedeutung von Bioprodukten nimmt in allen Marktsegmenten zu, auch dafür hat sich die Martin Braun-Gruppe gut aufgestellt. Mit den Agrano Biohefe-Produkten konnte eine starke Marktposition gesichert werden.

Die **FrischeParadies-Gruppe** gehörte noch bis zum 31. Oktober 2015 zur Oetker-Gruppe und wurde danach von der schweizerischen Transgourmet-Gruppe übernommen.

Mit dem Kauf des Familienunternehmens **Conditorei Coppenrath & Wiese** zum 30. Juni 2015 erfolgte der Zugang zum Markt für tiefgekühlte Torten, Kuchen, Blechkuchen, Desserts und Brötchen. In diesen Marktsegmenten ist Coppenrath & Wiese mit seinen rund 2.200 Mitarbeitern in Osnabrück und Mettingen Marktführer in Deutschland. Hier war das Wachstum der Marke besonders positiv. Neben dem Kernsegment der Sahnetorten trugen Kuchen, Blechkuchen und Brötchen zum Wachstum bei. Die im Konzernabschluss berücksichtigten Umsatzerlöse des zweiten Halbjahres waren somit sehr erfreulich und verhalfen dem Geschäftsbereich Nahrungsmittel zu einer deutlichen Steigerung der Gesamtumsatzerlöse gegenüber dem Vorjahr.



## **Leichte Umsatzsteigerung im Geschäftsbereich Bier und alkoholfreie Getränke**

Die **Radeberger Gruppe** ist Deutschlands größte private Brauereigruppe und bildet den **Geschäftsbereich Bier und alkoholfreie Getränke**. Neben 14 Bierstandorten umfasst die Gruppe auch zwei Standorte für die Produktion alkoholfreier Getränke in Deutschland und bündelt neben dem namensgebenden Radeberger Pilsner zahlreiche Biermarken wie Jever, Clausthaler, Schöffelhofer Weizen, Allgäuer Büble Bier, Ur-Krostitzer, Stuttgarter Hofbräu, Berliner Pilsner und Freiburger. Hinzu kommen die Mineralwassermarke Original Selters und die alkoholfreien Erfrischungsgetränke Bionade und Ti. Zudem ist die Radeberger Gruppe Konzessionär für die Produktion und den Vertrieb von Pepsi Cola und den Vertrieb von Marken des Hauses PepsiCo in der Gastronomie und Getränkeabholmärkten. Außer in Deutschland werden die Produkte in mehr als 70 Ländern in allen wichtigen Distributionskanälen vermarktet. Internationale Biere wie zum Beispiel Guinness, Kilkenny und seit Jahresbeginn 2016 die mexikanische Marke Sol werden in Deutschland exklusiv von der Radeberger Gruppe vertrieben.

In einem wettbewerbsintensiven und anspruchsvollen Marktumfeld hat sich die Gruppe ordentlich entwickelt. Strategiekonform konnte die Unternehmensgruppe sowohl ihren Absatz als auch ihren Umsatz steigern. Im Geschäftsjahr 2015 legte der Getränkeabsatz um 1,2 % zu. Ebenso wuchs der Umsatz gruppenweit um 1,9 % auf 1.966 Mio. Euro. Die bereinigten Umsatzerlöse sind auf 1.963 Mio. Euro im Berichtsjahr angestiegen. Die Investitionen beliefen sich auf 97 Mio. Euro (Vorjahr: 121 Mio. Euro). Die Zahl der Mitarbeiter hat sich um 2,4 % auf 5.894 Beschäftigte erhöht.

Nach dem Jahr 2014, das von der Fußball-Weltmeisterschaft und einem den Bierkonsum fördernden Wetter geprägt war, befand sich die deutsche Bierbranche im Jahr 2015 in einem schwierigen Umfeld, in dem sich die



Brauereigruppe dank ihrer bewährten Portfoliostrategie gut behauptet hat. Aufgrund der weiteren Fokussierung auf nationale und regionale Premiumbiere und der marktnahen Aufstellung der Unternehmensgruppe ist es gelungen, flexibel auf Trendveränderungen zu reagieren.

Das Marktsegment der national vertriebenen Marken in Deutschland legte beim Umsatz erfreulich zu. Treiber dieser Entwicklung waren die Flaggschiffmarke Radeberger Pilsner und das Weizenbier Schöfferhofer. Insbesondere Schöfferhofer zeigte nach einigen fordernden Jahren im abgelaufenen Geschäftsjahr wieder eine deutlich positive Entwicklung. Hierzu trugen in erster Linie die Weizenmischgetränke wie Schöfferhofer Grapefruit und Schöfferhofer Grapefruit Alkoholfrei bei. Ein weiterhin steigendes Interesse der Verbraucher an besonderen Bieren verhalf dem Segment der national vertriebenen Spezialitäten der Brauereigruppe zu einer erfreulichen Entwicklung.

Auch die internationalen Importmarken der Radeberger Gruppe konnten erneut wachsen. Vor allem getrieben durch die Marken Guinness, Kilkenny und Corona Extra sowie flankiert von dem erfolgreich auf- und ausgebauten Segment der Craft-Biere der Brauereigruppe zeigte sich hier ein weiteres Umsatzplus im Jahr 2015.

Überproportional gut entwickelten sich auch im Jahr 2015 wieder die regionalen Premiummarken der Radeberger Gruppe. Sie profitierten weiterhin von der anhaltenden Begeisterung der Verbraucher für starke, glaubwürdige und regionale Marken. Das Segment konnte diese Rückbesinnung auf regionale Identität und Werte für sich nutzen und legte im Umsatz des abgelaufenen Geschäftsjahres deutlich zu. Treiber dieser insgesamt überdurchschnittlichen Entwicklung waren vor allem die Berliner Premiummarken (Berliner Kindl, Berliner Pilsner), die sächsischen Biere Ur-Krostitzer und Freiburger sowie die Dortmunder Premiummarken (Dortmunder Kronen und Brinkhoff's No. 1) und das sich zunehmender Beliebtheit erfreuende Allgäuer Büble Bier.



Auch von der Nachfrage nach deutschen Bieren im Ausland profitierte die Radeberger Gruppe. So konnte das Exportgeschäft weiter ausgebaut und erneut ein deutliches Umsatzwachstum im zweistelligen Bereich erzielt werden. Besonders gut entwickelte sich im Jahr 2015 das Exportgeschäft mit den USA und Kanada. Aus dem international vertriebenen Portfolio waren vor allem Schöfferhofer Weizen, wieder getrieben durch den Weizen-Mix Schöfferhofer Grapefruit, Radeberger Pilsner und die Dortmunder Marke DAB gefragt.

Die alkoholfreien Getränke der Radeberger Gruppe konnten die überdurchschnittlich warmen Sommermonate des Jahres 2015 gut für sich nutzen und legten im Umsatz deutlich zu. Diese erfreuliche Entwicklung wurde maßgeblich gestützt durch die Mineralwassermarke Original Selters und einen erfolgreichen Ausbau des Vertriebs des Erfrischungstees Ti, der die in ihn gesetzten Erwartungen erfüllen konnte. Des Weiteren hat der erfolgreiche Start der Kooperation mit PepsiCo Deutschland positiv zur Umsatzentwicklung im Berichtsjahr beigetragen. Auch Bionade bewährte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr mit einer erfolgreichen Absicherung ihrer Marktanteile.

## **Umsatzniveau im Geschäftsbereich Sekt, Wein und Spirituosen knapp unter Vorjahr**

Als Unternehmensgruppe mit einer bis in das Jahr 1832 zurückreichenden Historie steht Henkell sowohl für die meistexportierte deutsche Sektmarke als auch für die **Henkell & Co.-Gruppe**, die in 20 Ländern mit eigenen Unternehmen im Sekt-, Wein- und Spirituosenmarkt erfolgreich aktiv ist und in mehr als 100 Staaten weltweit exportiert. Das Portfolio beinhaltet sowohl bekannte Sektmarken wie Fürst von Metternich, Henkell Trocken und Söhnlein Brillant als auch Spirituosen wie Wodka Gorbatschow. Der Hauptsitz der Gruppe ist im Henkell-Stammhaus in Wiesbaden. Innerhalb der Oetker-Gruppe bildet sie den **Geschäftsbereich Sekt, Wein und Spirituosen**, der im Jahr 2015 einen Umsatz von 689 Mio. Euro





erwirtschaftete und damit 1,2 % unter dem Vorjahr (697 Mio. Euro) lag. Hiervon entfielen 284 Mio. Euro (Vorjahr 313 Mio. Euro) auf das Inland und 405 Mio. Euro (Vorjahr 384 Mio. Euro) auf das Ausland. Bereinigt um Akquisitions- und Kurseffekte betragen die Umsatzerlöse 685 Mio. Euro. Die Investitionen der Henkell & Co.-Gruppe beliefen sich auf 15 Mio. Euro gegenüber 16 Mio. Euro im Jahr zuvor. Die Anzahl der Mitarbeiter veränderte sich im Berichtszeitraum auf 1.972 (Vorjahr 2.007).

Preiserhöhungen bedeutender Marken im Inland mit zwangsläufigen Mengeneinbußen steht ein positives Auslandsgeschäft in Nordamerika und Westeuropa gegenüber. Die zunehmende Fokussierung von Premiumprodukten im In- und Ausland führte zu einem um 2,5 % steigenden Durchschnittserlös pro Flasche.

Während sich in Deutschland vor allem die Premiumsektmarken wie Fürst von Metternich und Menger-Krug, aber auch Prosecco Mionetto und Champagne Alfred Gratien positiv entwickelten, gab es international zahlreiche weitere positive Entwicklungen. Motor des westeuropäischen Wachstums waren der italienische Prosecco Mionetto und die englische Weinmarke i heart. Die beiden Marken bildeten auch die Grundlage für ein überproportional hohes Wachstum des Tochterunternehmens Copestick Murray in Großbritannien. Zudem trugen Henkell & Co. Benelux sowie das spanische Tochterunternehmen Cavas Hill zu der positiven Entwicklung in Westeuropa bei. Das Osteuropageschäft ist von den starken Tochterunternehmen Bohemia in Tschechien, Törley in Ungarn und Hubert in der Slowakei geprägt, die jeweils über mehr als 50 % Marktanteil in ihren Ländern verfügen. Positive Akzente setzte vor allem Bohemia mit einem zweistelligen Wachstum sowie Törley auf dem einheimischen Sektmarkt. Im außereuropäischen internationalen Geschäft wurde ein zweistelliges Wachstum erreicht. Hierzu hat im Wesentlichen das Geschäft in den USA beigetragen.



Besondere Freude machte auch im Jahr 2015 das Weingeschäft der Henkell & Co.-Gruppe. Hierzu trug überproportional die englische Weinmarke i heart bei, die ebenso zweistellig wuchs wie das renommierte Weingut Schloss Johannisberg im Rheingau. Hinzu kommen die erfolgreichen Weinmarken BB und Szent Istvan (Ungarn), Habanske Sklepy und Vino Mikulov (Tschechien) sowie die Vitis-Weine aus der Slowakei.

Die Kernmarken im Spirituosenbereich entwickelten sich unterschiedlich, jedoch insgesamt knapp auf dem Vorjahresniveau. Der Star im Segment der Spirituosen ist unangefochten Wodka Gorbatschow, seit Mitte der siebziger Jahre Marktführer in Deutschland, dessen Absatz nach einem zweistelligen Wachstum im Vorjahr preiserhöhungsbedingt leicht zurückging. Ergänzt wird der Marktführer in Deutschland um Kuemmerling Kräuterlikör, Pott Rum und Fürst Bismarck Doppelkorn, international zudem um Polens Gin-Marktführer Lubuski Gin, den führenden Brandy in der Slowakei, Karpatské Brandy, und den rumänischen Wermut Angelli.

## **Geschäftsbereich Schifffahrt konnte Umsatz ausbauen**

Die **Hamburg Süd-Gruppe** bildet innerhalb der Oetker-Gruppe den Geschäftsbereich **Schifffahrt**. Als international operierender Transportlogistiker zählt sie zu den zehn größten Containerreedereien der Welt, gemessen an der Kapazität der eingesetzten Schiffe (625.000 TEU per Dezember 2015). Mit mehr als 180 Schiffen – vom Containerschiff über Massengutfrachter bis hin zu Produktentankern – gehört die Hamburg Süd-Gruppe zu den wichtigsten Anbietern für den weltweiten Seetransport und für individuelle Logistiklösungen. Sie ist mit rund 250 Büros, davon über 100 eigenen, weltweit vertreten. Ihr Kerngeschäft ist die Containerlinienschifffahrt inklusive aller vor- und nachgelagerten Logistikdienstleistungen mit der Hamburg Süd als deutschem Carrier und der Aliança als brasilianischer Reederei. Neu hinzugekommen sind die im Jahr 2015 übernommenen und integrierten Container-Linienaktivitäten der chilenischen Reederei Compañía Chilena de Navegación Interoceánica S. A.



(CCNI). Darüber hinaus ist die Gruppe unter dem Namen 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.

In einem von starken Schwankungen geprägten Umfeld hat die Hamburg Süd-Gruppe den Gesamtumsatz um 16,8 % auf 6.057 Mio. Euro ausbauen können. Die um Währungseffekte und Akquisitionen bereinigten Umsatzerlöse des Geschäftsbereiches Schifffahrt beliefen sich auf 5.097 Mio. Euro im Berichtsjahr. Die Ausgaben für Investitionen betrugen 437 Mio. Euro und lagen damit über dem Niveau des Vorjahres (348 Mio. Euro). Im Berichtszeitraum erhöhte sich die Anzahl der Beschäftigten auf 5.960 Mitarbeiter. Der Anstieg um 11,2 % ist insbesondere durch die strategische Ausweitung der Ost-West-Verkehre, die Akquisition von CCNI sowie durch Organisations- und IT-Projekte begründet. Das Transportvolumen im Liniengeschäft ist im Vergleich zum Vorjahr um 21,5 % auf 4,1 Mio. TEU (1 TEU = 1 20-Fuß-Standardcontainer) angestiegen. Trotz der Schwäche der südamerikanischen Volkswirtschaften (insbesondere Brasilien, Argentinien und Venezuela) konnte damit der für das Berichtsjahr geplante Mengenzuwachs erreicht werden. Hierzu beigetragen hat insbesondere die Übernahme der Containerlinienaktivitäten der CCNI im März 2015. Die Frachtraten gaben aufgrund hoher Überkapazitäten und des Wettbewerbsdrucks um rund 16 % nach. Der daraus resultierende Erlösausfall konnte im Linienbereich durch Kapazitätsmanagement und Kostenreduktion nur teilweise kompensiert werden. Positiv haben sich ein relativ starker US-Dollar sowie der deutlich fallende Schwerölpreis auf das Ergebnis ausgewirkt, diese positiven Effekte konnten jedoch ebenfalls nur zu einer Teilkompensation der Erlösausfälle beitragen.

Die Massengutschifffahrt war von sehr schwierigen Marktbedingungen geprägt. Vor allem wegen deutlich geringerer Rohstoffimporte Chinas stagnierte die Nachfrage, während das Nettoflottenwachstum gegenüber



dem Vorjahr angestiegen ist. Infolgedessen sind die Charraten signifikant gesunken. Die Massengutschiffahrt verfehlte das für den Berichtszeitraum geplante Ergebnis deutlich und konnte somit die angestrebte Trendumkehr beim Ergebnis nicht erreichen.

Die Flotte der Hamburg Süd umfasste per 31. Dezember 2015 insgesamt 189 Schiffe (Vorjahr: 168), davon 48 gruppeneigene. 130 Schiffe wurden in den Liniendiensten und 59 im Trampbereich (Massengutschiffe, Produktentanker) eingesetzt. Im Laufe des Jahres 2015 wurden mit der Übernahme von drei weiteren Neubauten der „Cap San“-Klasse (10.600 TEU) die Verstärkung und die Modernisierung der Flotte der Hamburg Süd-Gruppe weitgehend abgeschlossen. Vier Schiffe mit einer Kapazität von je 3.800 TEU wurden mit Ablieferung im Jahr 2017 bestellt. Der Containerbestand stieg im Jahresdurchschnitt um 22 % auf 562.000 Einheiten.

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

Der Geschäftsbereich **Weitere Interessen** fasst Unternehmen der Oetker-Gruppe zusammen, die in unterschiedlichen Branchen tätig sind. Hierzu gehört die **Chemische Fabrik Budenheim**, die ihre Produkte an sechs Standorten herstellt. Ebenso gehört zum Geschäftsbereich Weitere Interessen die **Oetker Collection** mit vier eigenen Hotels der Luxusklasse in Deutschland und Frankreich sowie dem Management sechs einzigartiger Hotels fremden Eigentums an verschiedenen Standorten in der Welt. Die **OEDIV Oetker Daten und Informationsverarbeitung, Handelsgesellschaft Sparrenberg, Roland Transport** sowie weitere Unternehmen runden diesen Geschäftsbereich ab und haben ihren Hauptsitz in Bielefeld. Im Hinblick auf die verschiedenen Märkte haben sich die Unternehmen des Geschäftsbereiches unterschiedlich entwickelt. Insgesamt erzielte der Geschäftsbereich im Jahr 2015 eine Umsatzsteigerung von 4,7 % auf 524 Mio. Euro (Vorjahr: 500 Mio. Euro). Die bereinigten Um-



satzerlöse lagen vor allem wegen Wechselkurseinflüssen bei 495 Mio. Euro. Im Geschäftsjahr 2015 betragen die Ausgaben für Investitionen 38 Mio. Euro. Im gleichen Zeitraum wuchs die Zahl der Beschäftigten auf 2.482 (Vorjahr: 2.440).

Die Markt- und Wertorientierung von **Budenheim** hat sich auch im Jahr 2015 bewährt. Die Unternehmensgruppe konnte angesichts der anhaltend geringen Wachstumsdynamik in der Chemiebranche und eines politisch sowie wirtschaftlich unsicheren globalen Umfelds das geplante Mengenwachstum nicht erreichen, aber erneut beim Ergebnis zulegen. Regional betrachtet entwickelte sich das Geschäft in Europa erfreulich, mit Ausnahme des Säurehandels, der einem besonders hohen Wettbewerbsdruck ausgesetzt war. In den außereuropäischen Märkten wurden die Mengenerwartungen hingegen nicht erfüllt. Im Vergleich zur Branche konnte Budenheim jedoch seine Umsätze im Berichtszeitraum insgesamt überproportional um 5,0 % auf 272 Mio. Euro steigern.

Die **Oetker Collection** blickt auf ein wechselhaftes Geschäftsjahr 2015 zurück. Nach einigen Jahren signifikanter Umsatzsteigerungen sind die gesamten Umsatzerlöse der Hotelsparte im Berichtsjahr um 4,4 % auf 150 Mio. Euro zurückgegangen. Die Erwartungen an die Umsatzentwicklung haben sich daher für dieses Jahr nicht erfüllt. Umsatzsteigerungen im Brenners Park-Hotel und bei der Oetker Hotel Management Company konnten die Umsatzrückgänge im Hotel Le Bristol in Paris nicht kompensieren. Ein insgesamt schwieriges Marktumfeld in der Hauptstadt Frankreichs, das auch durch die Terroranschläge im Jahr 2015 beeinträchtigt wurde, stand einer weiteren positiven Entwicklung des Pariser Hauses der Oetker Collection entgegen. In Südfrankreich gingen die Umsätze im Château St. Martin & Spa leicht zurück, wohingegen das Hotel du Cap-Eden-Roc das Rekordumsatzniveau des Vorjahres erneut erreichen konnte. In Baden-Baden profitierte das Brenners Park-Hotel im abgelaufenen Geschäftsjahr von der Eröffnung des neuen „Destination Spa“ in der Villa Stéphanie. Mit diesem neuen Produkt setzt das Hotel, das den Spa-Begriff



vor vielen Jahren international mit eingeführt und geprägt hat, wieder neue Maßstäbe. Gleichzeitig wurde das Zimmerkontingent des Hauses um zehn Zimmer und Suiten auf eine neue Gesamtzahl von 110 Einheiten erweitert.

Die Oetker Hotel Management Company hat im Jahr 2015 das Management der Londoner Hotelikone The Lanesborough übernommen sowie einen Managementvertrag für ein Hotel in São Paulo unterschrieben. Unter der Führung der Oetker Collection wird dieses Projekt nach Fertigstellung im Frühjahr 2017 eröffnet und das Portfolio der Oetker Collection auf dann zehn Hotels erweitern. Die Zahl der verkauften Übernachtungen stieg im Jahresvergleich um 5,9 % an. Die Steigerung ist insbesondere auf eine höhere Anzahl US-amerikanischer Gäste zurückzuführen. Darüber hinaus hat auch die ganzjährige Konsolidierung des Hotels Eden Rock St. Barths, das seit Mitte des Jahres 2014 Teil der Oetker Collection ist, zum Anstieg der verkauften Übernachtungen beigetragen.

Der Umsatz der **OEDIV Oetker Daten- und Informationsverarbeitung** hat sich auch im Geschäftsjahr 2015 erfreulich weiterentwickelt. Der Trend zum Auslagern unternehmensinterner IT-Infrastrukturen setzte sich auch im vergangenen Jahr fort. Im Fokus des Mittelstandes stehen dabei Private-Cloud-Angebote deutlich stärker als Public Clouds. 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 2015 konnte sowohl mit den Bestandskunden als auch durch die Gewinnung neuer Kunden deutlich übertroffen werden. Zudem wurde das Geschäft durch den Rückzug eines Marktbegleiters für Managed Services aus dem Mittelstandsbereich positiv beeinflusst.

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 5,7 % steigern.

Das Unternehmen **Roland Transport** verzeichnete im Jahr 2015 einen Umsatzrückgang um 3,1 % gegenüber dem Vorjahr. Dies ist insbesondere auf den starken Wettbewerbsdruck zurückzuführen. Die deutschen Frachtführer und Spediteure sind zunehmend der deutlich preiswerteren Konkurrenz aus Mittel- und Osteuropa ausgesetzt. Daneben führte der Ausstieg aus dem Seefrachtengeschäft im Rahmen der Gruppenaktivitäten zu Umsatzverlusten.

### **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 dazu gehörige Presseinformation der Bank verwiesen.

### **Eine durchaus noch recht 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 im Jahr 2015 durchaus noch recht ordentlich entwickelt. Die Konzernbilanz der Oetker-Gruppe schloss mit einer Bilanzsumme von



8.812 Mio. Euro (Vorjahr: 8.499 Mio. Euro). Die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände lagen im Jahr 2015 ohne die Erstkonsolidierungen bei 740 Mio. Euro und damit um 73 Mio. Euro über dem Vergleichswert des Vorjahres. Die Abschreibungen betragen 684 Mio. Euro und überschreiten den Vorjahreswert um 154 Mio. Euro. Das Festkapital der Dr. August Oetker KG blieb mit 450 Mio. Euro konstant. Das gesamte offen ausgewiesene Eigenkapital im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2015 belief sich auf 3.613 Mio. Euro und nahm damit gegenüber dem Vorjahr um 129 Mio. Euro zu. Die Eigenkapitalquote lag unverändert bei 41,0 %.

Zum Ausblick auf das laufende Geschäftsjahr sagte Dr. Christmann: „Die Oetker-Gruppe wird in den anspruchsvollen Märkten ihrer Sparten passende Antworten geben, dank der letztjährigen Akquisitionen organisch wachsen und notwendige Weichenstellungen antizipieren. Schlüsselhaft wird dabei die sich aus der Digitalisierung ergebende Anpassung der Geschäftsmodelle sein. Sie eröffnet neue Chancen und sichert gleichzeitig die Wettbewerbsfähigkeit in den künftigen Märkten.“

**Anmerkung: Die im Geschäftsbericht 2015 enthaltenen Prozentzahlen beziehen sich auf die exakten Beträge, nicht auf die gerundeten Summen. Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen (Euro, Prozent usw.) nicht genau zur angegebenen Summe aufaddieren lassen.**

*Diese Unterlagen können Sie ab dem 21. Juni 2016, 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) 521/155-112619  
E-Mail: [joerg.schillinger@oetker.de](mailto:joerg.schillinger@oetker.de)

Dr. August Oetker KG  
Hauptabteilung Öffentlichkeitsarbeit  
Julia Ebbeler  
Tel. +49 (0) 521/155-2349  
Fax: +49 (0) 521/ 155-112349  
E-Mail: [julia.ebbeler@oetker.de](mailto:julia.ebbeler@oetker.de)





## Kennzahlen 2015

	2013	2014	2015	Veränderung 2014/2015
<b>NETTOUMSATZ (IN MIO. EUR)</b>	<b>10.844</b>	<b>10.934</b>	<b>12.226</b>	<b>11,8 %</b>
- Nahrungsmittel	2.577	2.622	2.990	14,0 %
- Bier und alkoholfreie Getränke	1.843	1.929	1.966	1,9 %
- Sekt, Wein und Spirituosen	687	697	689	-1,2 %
- Schifffahrt	5.254	5.186	6.057	16,8 %
- Weitere Interessen	483	500	524	4,7 %

<b>INVESTITIONEN (IN MIO. EUR)</b> (ohne Erstkonsolidierung)	<b>777</b>	<b>667</b>	<b>740</b>	<b>11,0 %</b>
- Nahrungsmittel	158	132	153	16,3 %
- Bier und alkoholfreie Getränke	105	121	97	-20,3 %
- Sekt, Wein und Spirituosen	12	16	15	-1,7 %
- Schifffahrt	450	348	437	25,4 %
- Weitere Interessen	52	50	38	-23,5 %

<b>EIGENKAPITAL (IN MIO. EUR)</b>	<b>3.105</b>	<b>3.484</b>	<b>3.613</b>	<b>3,7 %</b>
Prozent der Bilanzsumme	40,0	41,0	41,0	

<b>BILANZSUMME (IN MIO. EUR)</b>	<b>7.770</b>	<b>8.499</b>	<b>8.812</b>	<b>3,7 %</b>
----------------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------

<b>BESCHÄFTIGTE</b>	<b>26.907</b>	<b>28.354</b>	<b>30.787</b>	<b>8,6 %</b>
- Nahrungsmittel	12.272	12.790	14.487	13,2 %
- Bier und alkoholfreie Getränke	5.689	5.757	5.894	2,4 %
- Sekt, Wein und Spirituosen	2.028	2.007	1.972	-1,7 %
- Schifffahrt	4.491	5.360	5.960	11,2 %
- Weitere Interessen	2.427	2.440	2.482	1,7 %

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