



Presseinformation

Oetker-Gruppe nach Verkauf der Reedereiaktivitäten auf Expansionskurs

4,6 Prozent operatives Umsatzwachstum im Geschäftsjahr 2017

<Bielefeld, 19.06.2018> Für die Oetker-Gruppe war das Geschäftsjahr 2017 gleich in mehrfacher Hinsicht ein besonderes Jahr. Zum einen trennte sich die Gruppe mit dem Verkauf der Hamburg Süd nach 80 Jahren Zugehörigkeit von ihren gesamten Reedereiaktivitäten, zum anderen formierte sich auch die Gruppenleitung durch das altersbedingte Ausscheiden von Richard Oetker und des Reedereichefs Dr. Ottmar Gast neu. Vor diesem Hintergrund wuchs der Umsatz der Gruppe like-to-like gegenüber dem Vorjahr operativ um 4,6 Prozent. Da die Schifffahrt allerdings nur elf Monate zum Wachstum beitrug und somit deren Umsatz aus dem Monat Dezember in der Gesamtbetrachtung fehlte, lag der absolute Umsatz leicht unter dem Vorjahreswert.

Wie Dr. Albert Christmann, persönlich haftender Gesellschafter der Dr. August Oetker KG, im Rahmen der Bilanzvorstellung für das Geschäftsjahr 2017 erläuterte, wird der Verkauf der Schifffahrtsaktivitäten im Jahr 2018 einerseits in etwa zu einer Halbierung des Umsatzes führen. Andererseits reduziert sich das gebundene Kapital wegen des Verkaufs zum 30. November 2017 bereits in der aktuellen Konzernbilanz um etwa 50 Prozent. Darüber hinaus verbessert sich die Liquidität und steigern sich Agilität und Flexibilität der Gruppenunternehmen. Den so geschaffenen



Freiraum werde die Gruppe nutzen, um sich den sich weiter verschärfenden Anforderungen der allgemeinen globalen wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen zu stellen.

Diese, so Christmann, hätten in den letzten 18 Monaten die Unternehmen der Oetker-Gruppe erheblich tangiert, sowohl im Hinblick auf die Internationalisierung des Geschäftes als auch durch nicht vorhersehbare Wechselkursschwankungen und sehr volatile Rohstoffmärkte. Allein die Nahrungsmittelparte habe Kostenerhöhungen bei Rohstoffen in Höhe von 100 Millionen Euro im Jahr 2017 hinnehmen müssen.

Globale Megatrends, die aus gesellschaftlichen und technologischen Entwicklungen resultieren, führen bereits aktuell zu neuen Geschäftsmodellen mit digitalen Vertriebskanälen, die traditionelle Geschäftsformen unter Druck setzen und das Konsumverhalten der Verbraucher radikal verändern. Die Unternehmen der Oetker-Gruppe, so Christmann, hätten diese Entwicklung erkannt, bewertet, in ihren Unternehmensstrategien antizipiert und seien nunmehr dabei, diese Schritt für Schritt umzusetzen. Es gehe darum, auf der Kostenseite wettbewerbsfähig aufgestellt zu sein und auf dieser Basis in allen klassischen Märkten die Marktführerschaften auszubauen und aktiver Branchenkonsolidierer zu sein. Entsprechend seien alle Gruppenfirmen dabei, im Kerngeschäft in etablierten Märkten die Profitabilität zu erhalten, weiter zu wachsen und alle relevanten Vertriebskanäle adäquat zu bedienen, um dadurch die Möglichkeit zu haben, auch neue Erlös- und Ergebnispotentiale zu erarbeiten.

Erfolgreiches organisches Wachstum im Geschäftsjahr 2017 zeigte vor diesem Hintergrund aus dem Bereich Sekt, Wein und Spirituosen die Prosecco-Marke Mionetto, die ihren Umsatz erneut zweistellig steigern konnte. Im Geschäftsfeld Bier überzeugten die Marken Ur-Krostitzer und Allgäuer Büble Bier mit sehr ordentlichem Wachstum. In der Nahrungsmittelparte konnte Coppentrath & Wiese erfreuliche Marktanteilsgewinne und Zuwächse ausweisen, im Bereich Dr. August Oetker Nahrungsmittel



gelang es unter anderem Dr. Oetker Polen, mit der Pizza Guseppe innerhalb von sieben Jahren die klare Marktführerschaft bei Verdoppelung des Marktanteils zu erreichen.

Neben organischem Wachstum mit Bestandsprodukten liegt ein starker Schwerpunkt auf der Entwicklung und Markteinführung von Innovationen, um die Sortimente zu aktualisieren, zu verjüngen und so zusätzliche Umsätze zu generieren. Dazu gehören unter anderem die neuen, ohne Zuckerzusatz hergestellten Desserts der Range PurVi von Dr. Oetker, das innovative und wachstumsstarke Blechkuchenkonzept Cafeteria von Coppenrath & Wiese oder auch die den Trend zum Sharing aufgreifende neue Tiefkühlpizza La Mia Grande von Dr. Oetker. Neben diesen eher klassischen Kategorien nimmt die Oetker-Gruppe vor allem auch im digitalen Bereich die Wünsche der Verbraucher auf und bietet sowohl mit dem in der Schweiz realisierten Café Gugelhupf als auch bei der Radeberger Tochter Getränke Hoffmann mit dem Online-Lieferdienst Getränke Express innovative Konzepte an.

Gleichzeitig wird die Oetker-Gruppe in allen strategischen Bereichen durch Akquisitionen weiter wachsen. Mit der Übernahme der Beteiligung an Freixenet durch Henkell werden, so Christmann, beide Sekthersteller nach erfolgreichem Closing zwei starke Marken bündeln, um in vielen Ländern eine gemeinsame Schlagkraft zu entwickeln. Ähnliches gelte für die Martin Braun-Gruppe, die mit der Übernahme des belgischen Unternehmens Diversi Foods jetzt eine bedeutende Rolle im europäischen Markt für tiefgekühlte Brot-, Brötchen- und Kuchenprodukte spielt. Die Übernahme des „französischen Dr. Oetker“ im Markt für Backzutaten, das Unternehmen Alsa, wird nach erfolgreichem Closing die führende Marktposition von Dr. Oetker in Frankreich weiter voranbringen. Die Akquisition der marktführenden mexikanischen Marke für Backpulver, Grupo Rexal, festigte die Position von Dr. Oetker im vergangenen Jahr im mexikanischen Backmarkt, und mit der aktuell vollzogenen Übernahme des ägyptischen Marktführers bei Backpulver und Vanillezucker, Tag El Melouk, geht Dr. Oetker



den nächsten Schritt zur weiteren Internationalisierung in klassischen Wachstumsmärkten beim Thema Backzutaten. Auch der Radeberger Gruppe gelang mit der Übernahme der Dursty-Getränkemärkte ein weiterer Erfolg bei der Konsolidierung im Geschäftsfeld Getränkeabholmärkte. Sie baute damit die marktführende Position von Getränke Hoffmann in Deutschland weiter aus.

Die Expansion in neue Geschäftsmodelle vollzieht die Oetker-Gruppe in internationalem Rahmen. So erweiterte Budenheim das Produktportfolio der stärksten Business Unit Food Ingredients durch die im Januar 2018 erfolgte Übernahme des spanischen Spezialchemieunternehmens La Campana. Daneben erwarb Dr. Oetker ebenfalls Anfang 2018 die Mehrheit am südafrikanischen Tiefkühltortenhersteller Château Gâteaux, der seine Produkte sowohl an den Einzelhandel und B2B-Kunden verkauft als auch ein Direktgeschäft mit eigenen Cafés betreibt. Hier, wie auch durch die 49-prozentige Beteiligung am auf den Versand von individualisierten Torten spezialisierten Start-up DeineTorte.de, will die Gruppe insbesondere den Umgang mit Big Data und kundenrelevanten Wünschen lernen. Ähnliches gilt für die Beteiligung an Gastrofix, einem Hersteller von digitalen Kassensystemen für Gastronomie-Betriebe.

Know-how für zukünftige digitale Geschäftsmodelle will die Oetker-Gruppe darüber hinaus auch mit Investitionen in Venture Capital Fonds in Europa, den USA und Asien erwerben. Zugleich soll damit das neugegründete Gruppenunternehmen Oetker Digital, das als interner Dienstleister bei der digitalen Transformation der Gruppenunternehmen eine wichtige Rolle spielt, weiter vorangebracht werden.

Weiterhin neu ist die künftige Öffnung von Gruppenunternehmen für Partnerschaften, wie das geplante Joint Venture mit der Molkerei Gropper im Dr. Oetker Frischewerk in Moers, wo sich künftig wettbewerbsfähige Kostenstrukturen und Innovationskraft zum Nutzen der Verbraucher zusammenschließen werden.



GESCHÄFTSJAHR 2017 IM DETAIL

Umsätze der Oetker-Gruppe

Angesichts der schwierigen globalen Rahmenbedingungen hat die Oetker-Gruppe das Geschäftsjahr 2017 noch ordentlich abgeschlossen. Dabei konnten jedoch nicht alle Geschäftsbereiche die Erwartungen vollständig erfüllen. Der Konzern erzielte Umsatzerlöse in Höhe von 11.601 Mio. Euro und lag damit um 0,9 % unter dem Vorjahreswert (11.704 Mio. Euro). Die Entwicklung der Währungskurse hatte in der Summe einen negativen Einfluss von 168 Mio. Euro, allen voran wegen der Abwertung des US-Dollars, Britischen Pfunds, Mexikanischen Pesos und der Türkischen Lira gegenüber dem Euro. Aus Veränderungen im Konsolidierungskreis resultierte insgesamt ein Umsatzverlust von 447 Mio. Euro. Dieser ist maßgeblich bedingt durch den Verkauf der Hamburg Süd, die im Berichtsjahr 2017 von Januar bis November im Konsolidierungskreis berücksichtigt war, jedoch im Vorjahr ganzjährig konsolidiert wurde. Ohne Berücksichtigung der Effekte aus Erst- und Entkonsolidierungen lagen die kursbereinigten Umsatzerlöse um 512 Mio. Euro über dem vergleichbaren Vorjahreswert. Dies entspricht einem organischen Wachstum von 4,6 %, das in erster Linie von den Unternehmen der Geschäftsbereiche Schifffahrt und Nahrungsmittel getragen wurde.

In **Deutschland** wurden 33,4 % oder 3.874 Mio. Euro des Gesamtumsatzes erwirtschaftet (Vorjahr: 33,3 % oder 3.894 Mio. Euro). Der **Auslandsanteil** am Gesamtumsatz der Oetker-Gruppe ist nahezu gleich geblieben mit 66,5 % oder 7.727 Mio. Euro (Vorjahr: 66,7 % oder 7.810 Mio. Euro). Vom Auslandsanteil entfielen auf die restliche EU 24,1 % oder 2.799 Mio. Euro (Vorjahr: 22,8 % oder 2.663 Mio. Euro) und auf das restliche Europa 4,9 % oder 573 Mio. Euro (Vorjahr: 5,0 % oder 580 Mio. Euro). Der Umsatzanteil der restlichen Welt betrug 37,5 % oder 4.356 Mio. Euro (Vorjahr: 39,0 % oder 4.567 Mio. Euro).



Bezogen auf den Umsatzanteil der jeweiligen Geschäftsbereiche am Gesamtumsatz haben sich die Relationen gegenüber dem Vorjahr lediglich leicht verschoben: Die Schifffahrt hatte mit 46,5 % weiterhin den größten Anteil am Gesamtumsatz (Vorjahr: 48,1 %). Die drei konsumgüterorientierten Geschäftsbereiche machten insgesamt einen Anteil von 48,0 % am Gesamtumsatz aus (Vorjahr: 46,8 %). Der Nahrungsmittelbereich steuerte 27,0 % der Umsatzerlöse bei (Vorjahr: 26,2 %), Bier und alkoholfreie Getränke 16,4 % (Vorjahr: 16,2 %), Sekt, Wein und Spirituosen 4,5 % (Vorjahr: 4,3 %). Der Bereich Weitere Interessen trug mit 5,5 % zum Gesamtumsatz bei (Vorjahr: 5,2 %).

Investitionen

Die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände lagen im Jahr 2017 ohne die Erstkonsolidierungen bei 558 Mio. Euro und damit um 37,8 % deutlich über dem Vergleichswert des Vorjahres (Vorjahr: 405 Mio. Euro). Mit 38,9 % entfiel der Großteil der Investitionen auf den Geschäftsbereich Schifffahrt. Bei der Hamburg Süd sind die Ausgaben gegenüber dem Vorjahr um 140 Mio. Euro auf 217 Mio. Euro gestiegen. Ursächlich hierfür waren die Schlussraten für die Ablieferung von Schiffsneubauten sowie Investitionen in Container infolge des gestiegenen Ladungsvolumens. Daneben sind die Investitionen im Geschäftsbereich Bier und alkoholfreie Getränke sowie Nahrungsmittel deutlich angestiegen.

Mitarbeiter

Die Zahl der Mitarbeiter blieb mit 0,4 % und 32.204 Beschäftigten (Vorjahr: 32.078) nahezu konstant. Im Geschäftsbereich Nahrungsmittel stieg der Personalbestand um 2,4 % auf 15.733 Mitarbeiter (Vorjahr: 15.368). Ursache hierfür waren insbesondere akquisitionsbedingte Veränderungen. Martin Braun hatte im Vorjahr die Mehrheit der Anteile an der Polen Gida-Gruppe in der Türkei übernommen, die Mitarbeiter wurden erstmals im Jahr 2017 ganzjährig berücksichtigt. Daneben führte bei Dr. Oetker die Akquisition von Grupo Rexal in Mexiko zum Anstieg der Mitarbeiterzahlen.



Der Geschäftsbereich Bier und alkoholfreie Getränke verzeichnete einen leichten Personalzuwachs. In der Radeberger Gruppe waren im vergangenen Jahr 6.066 Mitarbeiter angestellt (Vorjahr: 5.986), das entspricht einem Plus von 1,4 %. Im Bereich Sekt, Wein und Spirituosen sind die Mitarbeiterzahlen stabil geblieben: Bei der Henkell & Co. Sektkellerei waren es mit 1.934 Mitarbeitern 0,6 % mehr als im Jahr zuvor (1.922). Gegenläufig wirkten die Entwicklungen im Schifffahrtsbereich, der 2017 nur elf Monate einbezogen war. Der Personalbestand bei der Hamburg Süd sank um 6,8 % auf 5.874 Mitarbeiter (Vorjahr: 6.300). Im Bereich Weitere Interessen erhöhte sich die Zahl der Mitarbeiter von 2.503 auf 2.597 Beschäftigte. Das entspricht einem Anstieg von 3,8 %.

Umsätze der einzelnen Geschäftsbereiche

Wachstum im Geschäftsbereich Nahrungsmittel

Der Geschäftsbereich **Nahrungsmittel** setzt sich aus den Unternehmen **Dr. Oetker**, der **Martin Braun-Gruppe** und der **Conditorei Coppentrath & Wiese** zusammen. Im Geschäftsjahr 2017 erwirtschaftete er insgesamt Umsatzerlöse in Höhe von 3.135 Mio. Euro und konnte somit um 2,1 % wachsen. Bereinigt um Konsolidierungskreis- und Wechselkurseinflüsse betrug das Umsatzwachstum ebenfalls 2,1 %. Die Investitionen lagen bei 198 Mio. Euro (Vorjahr: 182 Mio. Euro). Die Anzahl der Mitarbeiter stieg im Berichtszeitraum um 2,4 % auf 15.733 Beschäftigte, im Wesentlichen bedingt durch die Akquisitionen bei Dr. Oetker und Martin Braun.

Die **Dr. Oetker Landesgesellschaften** konnten ihren Umsatz um 0,8 % steigern. Die um Akquisitionen und Währungseffekte bereinigten Umsatzerlöse sind um 1,4 % gestiegen. Insbesondere die Abwertung der Türkischen Lira sowie des Britischen Pfunds und Mexikanischen Pesos gegenüber dem Euro hatte bei der Fremdwährungsumrechnung einen negativen Einfluss auf die Umsatzentwicklung im Berichtsjahr. Aufgrund der Entwicklung der Handelslandschaft, die von dem andauernden Konsolidierungsprozess, den Investitionen in den Online-Handel sowie dem Anstieg des



digitalen Wettbewerbs geprägt war, gestalteten sich die Preisrunden auch im Jahr 2017 schwierig. Infolge teils überzogener Erwartungen des Handels, auf die sich Dr. Oetker nicht einlassen konnte, kam es teilweise zu Auslistungen, die zu Mengen- und folglich Umsatzeinbußen führten. Neben den in einigen bedeutenden Ländern rückläufigen Retail-Märkten kennzeichneten anspruchsvolle Wettbewerbsbedingungen das geschäftliche Umfeld. Sowohl Private-Label- als auch Markenartikelwettbewerber versuchten vor allem über eine aggressive Preisgestaltung Marktanteile von Dr. Oetker zu gewinnen. In diesem schwierigen Umfeld konnte sich Dr. Oetker gut behaupten und mit neuen innovativen Konzepten Märkte beleben, Käufer erreichen, die Distribution ausbauen und vorzeigbare Wiederkaufsraten generieren. Besonders positiv hervorzuheben sind in der Kategorie Pizza die Einführung der Schokoladenpizza Ristorante Dolce al Cioccolato in diversen Ländern, unter anderem in Deutschland, sowie die Einführung der Pizza Feliciano in Polen. In der Kategorie Kuchen/Dessert haben sich die Einführung von Porridge in einigen osteuropäischen Ländern und die weitere Internationalisierung des Tiefkühlbackwarensortiments positiv ausgewirkt.

Aus Sicht der Regionen entwickelte sich der Nettoumsatz in Deutschland rückläufig. In Westeuropa waren die Umsätze stabil, dagegen konnten Osteuropa und die Regionen Asien, Afrika und Australien gegenüber dem Vorjahr weiter zulegen. Das Hauptwachstum wurde in der Region Amerika generiert. Diese Region profitierte von der Entwicklung in Mexiko. Dort akquirierte Dr. Oetker 2015 die Dachmarke D’Gari, die sich seitdem erfreulich weiterentwickelt hat. Zum 1. Juni 2017 wurde das Geschäft von Grupo Rexal mit Sitz in Mexiko übernommen; die akquisitionsbedingten Umsatzbeiträge für das zweite Halbjahr haben somit das Wachstum in der Region Amerika unterstützt. Daneben wurde die Beteiligung an Dr. Oetker GIAS Export in Tunesien erhöht.

Die Investitionen lagen im Jahr 2017 mit 119 Mio. Euro auf einem weiterhin hohen Niveau, um einerseits die Grundlagen für zusätzliches Wachs-



tum in den kommenden Jahren zu legen. Andererseits wurde in die bestehenden Produktionsstandorte investiert, damit die Technik auf dem aktuellen Stand bleibt und eine hochqualitative sowie effiziente Fertigung gewährleistet ist. In diesem Kontext umfassten die Investitionen auch den weiteren Ausbau der Pizzaproduktions- und Logistikkapazitäten in West- und Osteuropa. Das neue Forschungs- und Entwicklungszentrum am Standort Bielefeld wurde Anfang 2017 fertiggestellt.

Dr. Oetker Professional als Markenkonzept richtet sich an die Bedürfnisse und Anforderungen der professionellen Verwender in der Außer-Haus-Versorgung. Dieses Geschäftsfeld konnte die gute Entwicklung der letzten Jahre fortsetzen und seine Marktposition vor allem bei den Tiefkühlbackwaren weiter ausbauen. Ebenso positiv haben sich auch die neuen Tiefkühl-desserts entwickelt. Mit dieser convenienten Lösung wird Dr. Oetker Professional vor allem den Bedürfnissen der Kunden im gastronomischen Umfeld und im Catering gerecht.

Die **Martin Braun-Gruppe** mit ihrem Hauptsitz in Hannover erreichte im Geschäftsjahr 2017 ein Umsatzplus von 11,0 %. Wie geplant war ein Teil dieses Wachstums akquisitionsbedingt. Zum 1. Oktober 2016 hatte Martin Braun die Mehrheit der Anteile an Polen Gida in der Türkei erworben. Im Geschäftsjahr 2017 wurden die Umsatzbeiträge von Polen Gida ganzjährig konsolidiert. Auch organisch konnte die Martin Braun-Gruppe 2017 bei den Umsatzerlösen um 4,7 % zulegen und sich angesichts der Herausforderungen im Markt gut behaupten. Obwohl die Zahl der Handwerksbäckereien im deutschen Markt zurückgeht und damit das Traditionssegment der Martin Braun-Gruppe schrumpft, hat die Gruppe das Vorjahresniveau erneut übertroffen. Aufgrund von Sortimentsanpassungen und dank der Tiefkühlstrategie begleitet Martin Braun den Strukturwandel des deutschen Kernmarktes erfolgreich. Wesentliche Wachstumsimpulse gehen jedoch auf die Internationalisierung des Geschäfts zurück. Mit Ausnahme der Schweiz



konnten insgesamt in allen europäischen Regionen sowie in der übrigen Welt Umsatzsteigerungen erzielt werden.

Die Investitionen waren deutlich über dem Niveau des Vorjahres. Der Schwerpunkt lag hierbei auf dem strategischen Geschäftsfeld der Tiefkühlbackwaren und betrifft vor allem die Werkserweiterung von Wolf ButterBack in Fürth.

Die **Conditorei Coppentrath & Wiese** konnte im Jahr 2017 die Umsatzerlöse um 3,2 % steigern. Die plankonforme Umsatzerhöhung war vorrangig getrieben durch die Entwicklung der strategischen Produktgruppen Torten/Kuchen, Frühstück und Blechkuchen im deutschen Markengeschäft. Das Zweit- und Handelsmarkengeschäft in Deutschland erreichte das Vorjahresniveau. Im Geschäft mit Großbritannien konnten die Belastungen aus dem Wechselkurs des Britischen Pfunds leider nicht vollständig aufgefangen werden. Das Investitionsvolumen war 2017 deutlich höher als im Vorjahr. Die Investitionen sind in erster Linie in den Ausbau der Fertigungskapazitäten in den Bereichen Tiefkühlbrötchen und Tiefkühlblechkuchen geflossen.

Leichte Umsatzsteigerung im Geschäftsbereich Bier und alkoholfreie Getränke

Die **Radeberger Gruppe** konnte in einem weiter schwierigen Marktumfeld erwartungsgemäß den Getränkeabsatz und die Umsatzerlöse stabil halten. Im Geschäftsjahr 2017 betragen die gruppenweiten Umsatzerlöse 1.908 Mio. Euro, dies entspricht einer Steigerung von 0,4 %. Nach der Eliminierung von Währungs- und Akquisitionseffekten erzielte die Gruppe Umsatzerlöse auf dem Niveau des Vorjahres. Besonders erfreulich entwickelten sich die regionalen Marken im Portfolio der Unternehmensgruppe, allen voran das Allgäuer Büble Bier und Ur-Krostitzer. Beide Marken konnten beim Umsatz zweistellig zulegen. Ur-Krostitzer verkaufte 2017 erstmals mehr als 1 Mio. Hektoliter und hat damit das Wachstum der vergangenen Jahre eindrucksvoll fortgesetzt. Auch das Allgäuer Büble



Bier konnte mit dem um die Sorte Büble Edelweissbier alkoholfrei erweiterten Sortiment als Botschafter aus den Allgäuer Alpen vor allem in Metropolregionen punkten.

Die nationalen Marken im Portfolio der Radeberger Gruppe, also Radeberger Pilsner, Jever und Schöfferhofer Weizen, standen dagegen angesichts ihrer wertorientierten Positionierung sowie des allgemein zu beobachtenden Trends hin zu regionalen Produkten besonders im Handel unter Druck. Das Segment konnte dennoch den Umsatz insgesamt stabil halten. Während Radeberger Umsatzerlöse auf Vorjahresniveau erzielen konnte, litt Schöfferhofer Weizen, das nationale Weizenbier der Gruppe, insbesondere unter dem schlechten Sommerwetter. Erfreulich entwickelte sich wiederum Schöfferhofer Grapefruit Alkoholfrei. Jever konnte den Umsatz steigern, unter anderem durch ein erfreuliches Wachstum bei Jever Fun, das seine Position als Marktzweiter im wachsenden Segment der alkoholfreien Biere weiter festigte.

Die internationalen Marken der Radeberger Gruppe, vor allem Guinness, Kilkenny, Stowford, Sol und Estrella Damm, verzeichneten ebenfalls eine positive Entwicklung und legten im Umsatz weiter zu. Mit Captain Morgan Mutineer ergänzte zu Beginn des Berichtsjahres eine weitere innovative internationale Marke das Portfolio.

Während die Branche unter den allgemein rückläufigen Exporten, insbesondere nach China, litt, profitierte die Radeberger Gruppe von der Unabhängigkeit vom chinesischen Markt. Somit wurde der Rückgang beim Exportabsatz nach China durch einen Anstieg bei den Lieferungen in die übrigen Länder mehr als ausgeglichen. Infolgedessen lag der Umsatz im Exportgeschäft deutlich über dem des Vorjahres. In den strategischen Märkten USA und Italien konnte der Umsatz weiter ausgeweitet werden. Dazu trug vor allem die positive Entwicklung von Schöfferhofer Grapefruit in den USA bei, wo sich die Marke mittlerweile zur drittstärksten deutschen Importmarke entwickelt hat.



Auch das Segment der alkoholfreien Getränke entwickelte sich positiv. Durch die Übernahme einer weiteren Konzession und den Ausbau des Bestandsgeschäfts konnte der Umsatz mit der Markenrange des Kooperationspartners PepsiCo kräftig gesteigert werden. Das Mineralwasser Original Selters hat beim Umsatz das Vorjahresniveau gehalten, während die Biogetränke Bionade und Ti auf Vorjahresniveau lagen. Die beiden Marken Bionade und Ti wurden mit Wirkung zum 1. Januar 2018 an die HassiaGruppe verkauft.

Im Jahr 2017 lagen die Investitionen der Radeberger Gruppe mit 99 Mio. Euro deutlich über dem Vorjahreswert. Neben höheren Investitionen in technische Anlagen führte der Kauf des Standorts Neuselters zu einem deutlichen Anstieg der Investitionen. Im Beteiligungsbereich wurden Anteile an den Unternehmen Gastrofix und OnlineDialog erworben, um die Digitalisierungsprojekte zu forcieren. Außerdem hat Getränke Hoffmann das Heimlieferdienstunternehmen A&O übernommen und einen Vertrag zur Übernahme von 180 Dursty-Märkten von Veltins zum 1. Januar 2018 unterzeichnet.

Wachstum im Geschäftsbereich Sekt, Wein und Spirituosen

Die **Henkell & Co.-Gruppe** etablierte sich weiter als weltweit agierendes Unternehmen. Gemäß der Prognose aus dem Vorjahr konnte 2017 ein moderates Wachstum erzielt werden. Insgesamt erreichte die Gruppe im Berichtsjahr einen Umsatz von 523 Mio. Euro, dies entspricht einem Plus von 4,2 % im Vergleich zum Vorjahr. Bereinigt um Kurseinflüsse ergibt sich ein Umsatzwachstum um 5,0 % auf 526 Mio. Euro. Über 70 % des Umsatzes wurden auf internationalen Märkten generiert. Wachstumstreiber waren die Märkte in Westeuropa und Übersee. Auch das Inlandsgeschäft entwickelte sich bei leicht rückläufigen Märkten positiv. Insbesondere die Premiummarken haben hierzu beigetragen. Der deutsche Premiummarktanteil des Hauses liegt bei über 50 %. Den positiven Entwicklungen im Markengeschäft stand ein Rückgang bei den



Handelswaren im Inland gegenüber. Die Investitionen in Höhe von 15 Mio. Euro gegenüber 14 Mio. Euro im Jahr zuvor bezogen sich vornehmlich auf Maschinen- und Betriebsausstattungen. Daneben wurde in den Bau der Sektmanufaktur im Stammhaus in Wiesbaden sowie in den Weinausbau und in neue Verarbeitungsanlagen in Tschechien investiert. Am italienischen Standort Valdobbiadene sind Investitionen in den Kellereiausbau geflossen.

Der deutsche Markt war leicht rückläufig. Dennoch konnten im Markengeschäft sowohl Henkell Trocken als auch Mionetto Prosecco wachsen. Auch die wesentlichen Spirituosenmarken Wodka Gorbatschow und Mangaroca Batida de Côco legten zu.

Motor des dynamischen westeuropäischen Wachstums waren der italienische Prosecco Mionetto und die internationale Weinmarke i heart WINES. Die beiden Marken bildeten die Grundlage für ein rasantes Wachstum des Tochterunternehmens Copestick Murray in Großbritannien. Aber auch in seinem Heimatmarkt Italien konnte Mionetto, der sich insgesamt zweistellig positiv entwickelte, wachsen. Zudem trugen Henkell & Co. Österreich, Henkell & Co. Benelux sowie Cavas Hill in Spanien zu der positiven Entwicklung in Westeuropa bei, nicht zuletzt aufgrund der erfolgreichen Neupositionierungen der Marken Alfred Gratien, Gratien & Meyer und Cavas Hill.

Das Henkell & Co.-Osteuropageschäft war von den starken Tochterunternehmen Bohemia in Tschechien und Törley in Ungarn geprägt, die jeweils über mehr als 60 % Marktanteil in ihren Ländern verfügen. Besonders positiv entwickelte sich zudem Henkell & Co. Polen, während Hubert in der Slowakei das Vorjahresniveau nicht übertreffen konnte. Bei einem weiterhin anspruchsvollen Markt haben die Rückgänge in der Ukraine die positiven Entwicklungen in Polen und Tschechien teilweise kompensiert.



Das außereuropäische Geschäft konnte erneut ein überproportionales Wachstum verzeichnen. Hierzu trug vor allem die zentrale Geschäftseinheit Henkell & Co. Global bei, die die Exportvermarktung der gesamten Henkell & Co.-Gruppe bündelt. Mionetto USA baute seine Marktposition vom Prosecco-Anbieter zu einem Spezialisten für europäische Qualitätsschaumweine aus. Zuwachsraten auch von Champagner, Crémant und Cava auf dem US-amerikanischen Markt bestätigten diesen Weg.

Das Weinsegment der Gruppe hat sich im Jahr 2017 weiter positiv entwickelt. Hierzu trug überproportional die internationale Weinmarke i heart WINES bei. Hinzu kommen die Weinmarken György Villa und Szent Istvan (Ungarn), Habanske Sklepy und Vino Mikulov (Tschechien), die Vitis-Weine aus der Slowakei sowie die Schloss Johannisberger Rieslinge aus dem Rheingau (Deutschland).

Stärkste Marke im Spirituosensegment war Wodka Gorbatschow. Ergänzt wurde der deutsche Wodka-Marktführer um Kuemmerling Kräuterlikör, Pott Rum und Fürst Bismarck Doppelkorn. International ist vor allen der im Jahr 2017 übernommene Kokoslikör Mangaroca Batida de Côco zu nennen, der nach einem frischen Relaunch in nunmehr über 20 Ländern international distribuiert wird. Wesentliche Spirituosenmarken sind zudem Polens Gin-Marktführer Lubuski Gin, der führende Brandy in der Slowakei, Karpatské Brandy, sowie der rumänische Wermut Angelli.

Geschäftsbereich Schifffahrt verzeichnet organisches Umsatzwachstum

Im Zeitraum vom 1. Januar bis zum 30. November 2017, dem Zeitpunkt der Entkonsolidierung, hat die **Hamburg Süd-Gruppe** einen Umsatz von 5.398 Mio. Euro erwirtschaftet. Bereinigt um Wechselkurseinflüsse belief sich der Umsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 5.520 Mio. Euro. Auf vergleichbarer Basis erzielte die Schifffahrtssparte ein organisches Umsatzwachstum von 7,5 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum von Januar bis November 2016. In der Linienschifffahrt nahm das



Transportvolumen in dem vergleichbaren Zeitraum um 6,3 % auf 4,3 Mio. TEU zu, während sich die durchschnittlichen Frachterlöse pro Einzeltransport nur leicht um rund 1 % erhöhten. Der Umsatz in der Produktentanker- und Massengutschifffahrt konnte gegenüber dem Vorjahreszeitraum um rund 18 % gesteigert werden. Zurückzuführen ist die Umsatzentwicklung insbesondere auf den leichten Aufwärtstrend der Bulkmärkte. Schlüsselfaktor für die positive Marktentwicklung waren die steigenden Rohstoffimporte Chinas. Getrieben von steigender Stahl- und Energieproduktion konnten die Kohle- und Eisenerzimporte Chinas in der ersten Jahreshälfte 2017 erheblich gegenüber dem Vorjahr zulegen. Daneben wirkten sich eine wachsende Kohlenachfrage in mehreren südostasiatischen Ländern sowie ein lebhafter Getreidehandel positiv auf die Nachfrage nach Transportraum aus. Im längerfristigen Vergleich mit historischen Marktraten ist das aktuelle Spotmarktniveau allerdings immer noch als vergleichsweise niedrig einzustufen.

Gestiegenen Transportmengen standen deutlich höhere Bunkerpreise gegenüber. Auch der im Jahresdurchschnitt stärkere Wechselkurs des Brasilianischen Reals als wichtige Kostenwährung gegenüber dem Euro wirkte sich negativ auf das Ergebnis im Linienbereich aus. Im Vorjahresvergleich stellte sich das Ergebnis zwar deutlich besser dar, konnte aber dennoch nicht als zufriedenstellend bezeichnet werden.

Die Ausgaben für Investitionen betrugen 217 Mio. Euro und lagen damit weit über dem Vorjahresniveau. Ursächlich hierfür waren zum einen wesentlich höhere Investitionen in die Schiffsflotte, da drei 3.800-TEU-Neubauten im Berichtsjahr abgeliefert wurden und somit die Schlussrate fällig wurde. Zum anderen lagen die Investitionen in Container deutlich über dem Niveau des Vorjahres. Bedingt durch ein höheres Ladungsvolumen ist ein Mehrbedarf an Containern entstanden, der nicht vollständig durch zusätzliches Leasingequipment gedeckt werden konnte. Hinzu kamen gestiegene Investitionen in Brasilien, da zusätzlich zu den



drei im Jahr 2015 bestellten Schleppern im Jahr 2017 weitere vier Schlepper bestellt wurden.

Die Anzahl der Mitarbeiter reduzierte sich von 6.300 auf 5.874 im Berichtsjahr 2017. Infolge der Entkonsolidierung der Schifffahrtssparte zum 30. November 2017 sind die Mitarbeiterzahlen für 2017 auf Basis des elfmonatigen Durchschnitts berechnet.

Positive Entwicklungen im Geschäftsbereich Weitere Interessen

Der Geschäftsbereich **Weitere Interessen** fasst Unternehmen der Oetker-Gruppe zusammen, die in unterschiedlichen Branchen tätig sind. Hierzu gehört **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 5,0 % auf 637 Mio. Euro. Nach Bereinigung um Kurs- und Akquisitionseinflüsse konnten die Umsatzerlöse im Jahr 2017 um 5,7 % auf 641 Mio. Euro gesteigert werden. Die Ausgaben für Investitionen betragen 29 Mio. Euro für das Berichtsjahr gegenüber 48 Mio. Euro im Jahr zuvor. Die Zahl der Beschäftigten wuchs von 2.503 auf 2.597.

Budenheim konnte in einem preisaggressiven Wettbewerb, vor allem im Umfeld des Geschäftsbereiches Food Ingredients, ein starkes Wachstum bei den Absatzmengen verzeichnen. Dies war in erster Linie ein Resultat dosierter Preiszugeständnisse. Die Entwicklung der Umsätze konnte mit dem Mengenwachstum nicht Schritt halten. Gegenüber dem Vorjahr erzielte Budenheim jedoch immer noch eine plankonforme, deutliche Umsatzsteigerung von 5,5 % auf 293 Mio. Euro. Der gegenüber zahlreichen Währungen starke Euro hat den Umsatz belastet. Bereinigt um Wechselkurs- und Akquisitionseffekte betrug das Wachstum 6,9 %. Der Umsatz im absatzstärksten Geschäftsbereich Food Ingredients stieg im Jahresver-



gleich deutlich an, die Durchschnittsmargen verringerten sich wegen marktbedingter Verkaufspreisanpassungen leicht. Als Basis dienten ein erheblich gestiegenes Wachstum in den asiatischen Abnehmermärkten sowie die Hinzunahme von Schlüsseltechnologien in einem unter starkem Wettbewerbsdruck stehenden Marktumfeld der Lebensmittelzusatz- und Lebensmittelinhaltsstoffe. Im Geschäftsbereich Material Ingredients sind die Anwendungsfelder der funktionellen Kunststoff- und Farbadditive sowie Materialien zur Waldbrandbekämpfung zusammengefasst. Über Jahre hinweg zeigte sich ein stabiler moderater Wachstumstrend. Der Geschäftsbereich Performance Materials erzielte mit seinem diversifizierten Portfolio an Spezialchemikalien erneut ein deutliches Umsatz- und Margenwachstum. Insbesondere Spezialadditive für die Keramikindustrie und Hochtemperaturschmierstoffe für die Metallbearbeitung verzeichneten hohe Wachstumsraten.

Obwohl die **Oetker Collection** im Berichtsjahr insgesamt eine Umsatzsteigerung um 2,7 % auf 150 Mio. Euro erzielte, konnte die Gruppe die geplanten Umsatzziele für 2017 nicht erreichen. Wesentlich besser als erwartet haben sich die Umsätze im Hôtel du Cap-Eden-Roc entwickelt. Dem gegenüber standen leicht unterplanmäßige Umsätze in den übrigen Eigentumshotels. Im Vorjahresvergleich konnte die negative Umsatzentwicklung im Brenners Park-Hotel & Spa von den Umsatzsteigerungen der Eigentumshotels in Frankreich – die maßgeblich von positiven Entwicklungen der Durchschnittsraten profitierten – sowie der Oetker Hotel Management Company (OHMC) mehr als ausgeglichen werden. Zudem hat die OHMC im Jahr 2017 das Luxushotel Palácio Tangará in São Paulo und ein Masterpiece-Hotel in der Karibik, auf Jumby Bay Island vor der Hauptinsel Antigua, eröffnet.

Sinkende Übernachtungszahlen von Gästen aus Deutschland und dem Nahen Osten belasteten das Brenners Park-Hotel & Spa. Infolge der politischen Unruhen im Nahen Osten gingen die Zahlen der Übernachtungsgäste aus dieser Region deutlich zurück. Gleichzeitig erholten sich



die Übernachtungszahlen russischer Gäste nach den langjährigen wirtschaftlichen Problemen dieser Region nur sehr langsam. Positiv hervorzuheben ist, dass sich der Hotelmarkt in Paris nach den belastenden Terroranschlägen der letzten Jahre erholt und langsam stabilisiert. Somit konnte das Hotel Le Bristol in Paris den rückläufigen Umsatztrend der Vorjahre stoppen und 2017 wieder ein Wachstum verzeichnen.

Die Umsätze der **OEDIV Oetker Daten- und Informationsverarbeitung** haben sich im Geschäftsjahr 2017 deutlich weiterentwickelt und liegen damit über der Vorjahresprognose. Wie im Jahr 2016 trugen die Kernsegmente SAP und Microsoft mit zwei Dritteln den Großteil zum Umsatz der OEDIV bei. Ein wesentlicher Treiber des Umsatzwachstums war SAP HANA. Diese Technologie wird verstärkt von Neu- und Bestandskunden nachgefragt. Weitere Wachstumstreiber waren die erhöhte Nachfrage von Bestandskunden nach zusätzlichen, bisher nicht genutzten Services aus dem OEDIV-Leistungsspektrum sowie wachstumsbedingte Erweiterungen an bestehenden Infrastrukturen. Auch die erfolgreiche Akquise von Neukunden hat für Umsatzsteigerungen gesorgt.

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

Die Bilanzsumme erhöhte sich gegenüber dem 31. Dezember 2016 um 246 Mio. Euro auf 9.143 Mio. Euro, wobei sich die Bilanzstruktur zum Jahresende 2017 maßgeblich durch den Verkauf des Geschäftsbereiches Schifffahrt verändert hat. Infolgedessen reduzierte sich das Anlagevermögen deutlich, gleichzeitig erhöhte sich der Bestand an liquiden Mitteln von 990 Mio. Euro auf 4.174 Mio. Euro zum 31. Dezember 2017. Das immaterielle Anlagevermögen ist gegenüber dem Vorjahr um 108 Mio. Euro auf 351 Mio. Euro gesunken, weil die Abschreibungen die Ausgaben für Investitionen deutlich überstiegen. Der Rückgang des Sachanlagevermögens um 2.047 Mio. Euro auf 1.968 Mio. Euro ist maßgeblich verursacht durch den Verkauf der Hamburg Süd, die zum Jahresultimo 2016 Schiffe und Container in Höhe von 1.958 Mio. Euro bilanzierte. Investitionen und Abschreibungen hielten sich im Sachanlagevermögen in etwa die Waage. Die gesamten Zugänge bei den Sachanlagen und immateriellen Anlagewerten beliefen sich auf 598 Mio. Euro (Vorjahr: 442 Mio. Euro). Hiervon entfielen 40 Mio. Euro auf Akquisitionen (Vorjahr: 37 Mio. Euro). Die laufenden Investitionen betrugen 558 Mio. Euro und lagen damit um 153 Mio. Euro über dem Niveau des Vorjahres. Regional betrachtet lag der Fokus erneut auf Investitionen in Inlandsgesellschaften, der Anteil der Auslandsgesellschaften an den laufenden Investitionen reduzierte sich von 34,8 % auf 26,7 % im Jahr 2017. Die Abschreibungen auf das immaterielle Anlagevermögen und das Sachanlagevermögen betrugen insgesamt 673 Mio. Euro (Vorjahr: 694 Mio. Euro).

Das Festkapital der Dr. August Oetker KG lag unverändert bei 450 Mio. Euro. Das Eigenkapital wuchs im Vergleich zum Vorjahr um 101 Mio. Euro auf 3.749 Mio. Euro. Bei einem gleichzeitigen Anstieg der Bilanzsumme um 2,8 % belief sich die Eigenkapitalquote unverändert auf 41,0 %.



Anmerkungen:

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

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 Unterlagen können Sie ab dem 19. Juni 2018, 12:00 Uhr, 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

Dr. August Oetker KG
Hauptabteilung Öffentlichkeitsarbeit
Julia Tiemann
Tel. +49 (0) 521/155-2349
Fax: +49 (0) 521/ 155-112349
E-Mail: julia.tiemann@oetker.com



Kennzahlen 2015 – 2017

	2015	in %	2016	in %	2017	in %	Nominelle Veränderung 2016/2017 in %	Operative Veränderung 2016/2017 in % ²
NETTOUMSATZ NACH GESCHÄFTSBEREICHEN¹ (IN MIO. €)	11.949	100,0	11.704	100,0	11.601	100,0	-0,9	4,6
- Nahrungsmittel	2.990	25,0	3.071	26,2	3.135	27,0	2,1	2,1
- Bier und alkoholfreie Getränke	1.878	15,7	1.901	16,2	1.908	16,4	0,4	0,0
- Sekt, Wein und Spirituosen	501	4,2	502	4,3	523	4,5	4,2	5,0
- Schifffahrt	6.057	50,7	5.624	48,1	5.398	46,5	-4,0	7,5
- Weitere Interessen	524	4,4	606	5,2	637	5,5	5,0	5,7
NETTOUMSATZ NACH REGIONEN¹ (IN MIO. €)	11.949	100,0	11.704	100,0	11.601	100,0	-0,9	
Deutschland	3.733	31,2	3.894	33,3	3.874	33,4	-0,5	
Restliche EU	2.764	23,1	2.663	22,8	2.799	24,1	5,1	
Restliches Europa	577	4,8	580	5,0	573	4,9	-1,2	
Restliche Welt	4.875	40,8	4.567	39,0	4.356	37,5	-4,6	
INVESTITIONEN¹ (IN MIO. €) (ohne Erstkonsolidierung)	740	100,0	405	100,0	558	100,0	37,8	
- Nahrungsmittel	153	20,7	182	45,1	198	35,5	8,7	
- Bier und alkoholfreie Getränke	97	13,0	84	20,8	99	17,8	17,9	
- Sekt, Wein und Spirituosen	15	2,1	14	3,4	15	2,7	10,6	
- Schifffahrt	437	59,0	77	18,9	217	38,9	183,0	
- Weitere Interessen	38	5,2	48	11,9	29	5,1	-40,5	
EIGENKAPITAL (IN MIO. €)	3.613		3.648		3.749		2,8	
Eigenkapitalquote (in %)	41,0		41,0		41,0			
BILANZSUMME (IN MIO. €)	8.812		8.896		9.143		2,8	
BESCHÄFTIGTE¹ (NACH KÖPFEN)	30.787	100,0	32.078	100,0	32.204	100,0	0,4	
- Nahrungsmittel	14.478	47,0	15.368	47,9	15.733	48,9	2,4	
- Bier und alkoholfreie Getränke	5.894	19,1	5.986	18,7	6.066	18,8	1,4	
- Sekt, Wein und Spirituosen	1.972	6,4	1.922	6,0	1.934	6,0	0,6	
- Schifffahrt	5.960	19,4	6.300	19,6	5.874	18,2	-6,8	
- Weitere Interessen	2.482	8,1	2.503	7,8	2.597	8,1	3,8	

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.