

Presseinformation

Ordentliche Entwicklung im Geschäftsjahr 2017 als Ausgangspunkt für weiteres Wachstum im laufenden Jahr

- **Organisches Umsatzwachstum um + 1,3 %**
- **Erfreuliche Entwicklung im Ausland**

<Bielefeld, 17. Mai 2018> Das Nahrungsmittelunternehmen Dr. Oetker hat im Geschäftsjahr 2017 seinen Umsatz auf 2.430 Millionen Euro gesteigert, erneut hohe Investitionen getätigt und damit die Basis für weiteres Wachstum im laufenden Jahr gelegt. Mit einer klaren Fokussierung auf die Kategorien Kuchen / Dessert und Pizza, weiteren Akquisitionen und Beteiligungen an klassischen und neuen Geschäftsmodellen sowie der verstärkten Entwicklung innovativer Produkte und Servicedienstleistungen will das Bielefelder Familienunternehmen international weiter expandieren.

**GESCHÄFTS-
JAHR 2017**

Dr. Albert Christmann, Vorsitzender der Dr. Oetker Geschäftsführung, zeigte sich trotz der herausfordernden Rahmenbedingungen mit der Entwicklung des Unternehmens zufrieden: „International betrachtet war das vergangene Jahr erneut von einer politisch wie auch wirtschaftlich angespannten Lage geprägt. Hinzu kam, dass sich die Handelslandschaft in einem Konsolidierungsprozess befand, der nach wie vor andauert. Gleichzeitig sind Investitionen in den Online-Handel gestiegen und der digitale

Wettbewerb verschärfte sich zunehmend. Vor diesem Hintergrund konnte Dr. Oetker das Geschäftsjahr 2017 insgesamt ordentlich und mit einem leichten Wachstum abschließen. Die aktuellen Aussichten für 2018 lassen uns mit Zuversicht in die Zukunft blicken. Wir freuen uns auf die Integration der bereits realisierten Akquisitionen, über die eine oder andere noch in Aussicht stehende Übernahme und sind zudem gespannt, welche der zahlreichen Innovationen in unseren Landesgesellschaften von den Verbrauchern besonders gut angenommen werden“, erläuterte Dr. Christmann anlässlich der Veröffentlichung der Jahreskennzahlen.

**VERÄNDER-
UNGEN
IN DER
GESCHÄFTS-
FÜHRUNG**

Richard Oetker, der zuvor den Vorsitz der Geschäftsführung innehatte, ist mit Ablauf des 31. Oktober 2017 aus der Geschäftsführung ausgeschieden und seit dem 1. November 2017 Vorsitzender des Dr. Oetker Beirats. Neben Dr. Albert Christmann sind Dr. Christian von Twickel, Dr. Martin Reintjes und Dr. Alexander Edelman Mitglieder der Geschäftsführung. Zuletzt genannter ist wie bereits berichtet zum 1. Oktober 2017 neu in die Geschäftsführung eingetreten und verantwortet die Bereiche Controlling, Rechnungswesen, Finanzen, Steuern, Versicherungen und IT Services. Als Coach betreut er zudem die Dr. Oetker Landesgesellschaften in Osteuropa.

**UMSATZENT-
WICKLUNG 2017**

Im Geschäftsjahr 2017 erzielte Dr. Oetker mit 2.430 Millionen Euro ein organisches Umsatzwachstum um +1,3 %. Während das Inlandsgeschäft stagnierte (726 Millionen Euro) wuchsen die Umsätze der Dr. Oetker Gesellschaften im Ausland um +1,8 % auf 1.704 Millionen Euro. Das kurs-

**INTER-
NATIONALE
MÄRKTE,
PRODUKTE UND
AKQUISITIONEN**

und akquisitionsbereinigtes Wachstum betrug dort immerhin + 2,7 %. Die ausländischen Gesellschaften waren am Gesamtumsatz mit 70,1 % (Vorjahr: 69,4 %) beteiligt. Insbesondere die Abwertungen der Türkischen Lira sowie des Britischen Pfunds und des Mexikanischen Pesos gegenüber dem Euro hatten bei der Fremdwährungsumrechnung einen erheblichen negativen Einfluss auf die Umsatzentwicklung. Infolge teils überzogener Erwartungen des Handels, auf die sich Dr. Oetker nicht einlassen konnte, kam es teilweise zudem zu Auslistungen, die zu starken Mengen- und folglich Umsatzeinbußen führten.

In diesem schwierigen Umfeld, das zudem noch durch einen intensiven Preiswettbewerb gekennzeichnet war, konnte sich Dr. Oetker dennoch gut behaupten und mit innovativen Konzepten Märkte beleben, Käufer erreichen, Distribution ausbauen und erfreuliche Wiederkaufsraten generieren. Zur erfolgreichen Entwicklung trugen dabei im Geschäftsjahr 2017 weltweit im Wesentlichen die zu den beiden Kategorien Pizza und Kuchen / Dessert gehörenden Produkte bei. Hervorzuheben ist insbesondere die positive Entwicklung in Mexiko, wo Dr. Oetker 2015 das Unternehmen und die Marke D'Gari erwarb, deren Götterspeise-Dessertprodukte sich im letzten Jahr sehr erfreulich entwickelten. Zudem konnte am 1. Juni 2017 das Geschäft vom führenden mexikanischen Hersteller für Backhilfsmittel und Sirup, dem Unternehmen Grupo Rexal, übernommen werden. Auch in weiteren Ländern gab es Akquisitionen: Die im Dezember 2016 in Rumänien erworbene Marke Morarita (Gebäckprodukte) wurde 2017 in das dortige Dr. Oetker

**NEUE
PRODUKTIDEEN
IM IN- UND
AUSLAND**

Geschäft integriert. Darüber hinaus erhöhte das Unternehmen die Beteiligung an Dr. Oetker GIAS Export in Tunesien.

International brachte Dr. Oetker in vielen Ländern Produktneuheiten auf den Markt, die sich positiv auf den Geschäftsverlauf auswirkten. Dazu zählen zum Beispiel die in Osteuropa neu eingeführte Pizza Feliciano, eine typisch italienische Pizza mit dünnem knusprigen Sauerteigboden in vier verschiedenen Sorten sowie die neu auf den Markt gebrachten Vitalis Porridge-Produkte. Ebenfalls neu im Portfolio sind die Bake-in-the-Box-Backmischung in UK – für die kein Backzubehör benötigt wird – sowie schokoladige Frischdesserts und eine Schokoladenpizza der italienischen Dr. Oetker Submarke Ciobar. Zudem stand die weitere Internationalisierung des Tiefkühlbackwarensortiments im Fokus.

Auch in Deutschland führte Dr. Oetker im Berichtsjahr 2017 zahlreiche neue Produkte in allen Kategorien ein. Bei Vitalis Müsli hat Dr. Oetker mit seinen SuperMüslis drei beliebte Ernährungstrends aufgegriffen und Produkte mit höherem Proteingehalt, mit weniger Kohlenhydraten und mit sogenannten Superfood-Bestandteilen, wie zum Beispiel Cranberrys, Goji-Beeren und Chiasamen, ins Sortiment aufgenommen. Damit steht den Konsumenten für jede individuelle Vorliebe das passende Müslitrendprodukt zur Verfügung. Ebenfalls neu im Angebot sind seit Februar 2017 die Eispulverprodukte in den drei beliebten Sorten Bourbon-Vanille, Schokolade und Stracciatella, mit denen kreative Eis-Ideen ganz einfach und schnell selbst zubereitet werden

können. Im Bereich der Backmischungen wurden die sogenannten Coffee Cakes in den Geschmacksrichtungen Banana Bread, Apple Cake und Carrot Cake neu eingeführt. Dr. Oetker bringt mit dieser Produktreihe die aus Röstbars und Coffee Shops bekannten Leckereien zu den Verbrauchern direkt nach Hause. Neben den Coffee Cakes bereicherte das Unternehmen das Segment der Backmischungen um Produkte mit integrierbaren Motiven. Der verführerische Kern im Inneren des Kuchens – wahlweise ein Herz- oder Sternmotiv – macht den Kuchen zu einem zauberhaften Blickfang und sorgt für einzigartige Kuchenmomente. Zudem erweiterte Dr. Oetker das beliebte Dekorsortiment um viele neue Artikel in punkto Farben und Formen. In der Kategorie Pizza ist als erfolgreiche Neuentwicklung insbesondere die Dr. Oetker Schokoladenpizza Ristorante Dolce al Cioccolato hervorzuheben, die bereits in mehr als zehn Ländern erfolgreich eingeführt wurde.

**DR. OETKER
PROFESSIONAL**

Auch für die Zielgruppe der Großverbraucher und Küchenprofis bietet das Unternehmen mit seinem Markenkonzept Dr. Oetker Professional ein breites Portfolio. Neben den Produkten spielen hier vor allem die Service- und Dienstleistungen eine wichtige Rolle, die unter anderem vom Außendienst und der Fachberatung erbracht werden. Der Sortimentsbereich konnte im Außer-Haus-Markt die gute Entwicklung der letzten Jahre fortsetzen und seine Marktposition vor allem bei den Tiefkühlbackwaren weiter ausbauen. Ebenso positiv haben sich auch die neuen Tiefkühldesserts entwickelt. Mit dieser convenienten Lösung wird Dr. Oetker Professional vor allem den Bedürfnissen der

Kunden im gastronomischen Umfeld und im Catering gerecht. Die besondere Funktionalität der Tiefkühldesserts wurde in diesem Jahr von den Lesern des Fachverlags B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG mit dem „BEST of Market“-Preis ausgezeichnet.

INVESTITIONEN

Die Investitionen lagen im Jahr 2017 mit 119 Millionen Euro auf einem weiterhin hohen Niveau: In Deutschland hat das Unternehmen 38 Millionen Euro investiert, im Ausland 81 Millionen Euro. Damit wurden sowohl die Grundlagen für zusätzliches Wachstum in den kommenden Jahren gelegt, als auch der hohe technische Standard an den Produktionsstandorten ausgebaut. In diesem Kontext umfassten die Investitionen auch den weiteren Ausbau der Pizzaproduktions- und Logistikkapazitäten in West- und Osteuropa sowie in Kanada. Am pizzaproduzierenden Standort Wittlich nahe Trier wurde mit dem Neubau eines Verwaltungsgebäudes begonnen. Zudem konnte das neue Forschungs- und Entwicklungszentrum am Standort Bielefeld Anfang 2017 fertiggestellt werden.

MITARBEITER

Die Anzahl der Beschäftigten blieb im Jahr 2017 mit 11.617 Mitarbeiter nahezu gleich. In Deutschland waren 4.509 Mitarbeiter tätig und an den ausländischen Standorten beschäftigte das Unternehmen 7.108 Mitarbeiter.

AUSBLICK 2018

Für das Jahr 2018 rückt Dr. Oetker verschiedene Digitalisierungsthemen, die weitere Internationalisierung des Nahrungsmittelgeschäfts, kreative Produktinnovationen und relevante Lösungen für Verbraucher rund um Kuchen / Dessert und Pizza sowie kategorieübergreifende

Akquisitionsvorhaben in den Mittelpunkt. Erste Erfolge zeigten sich dahingehend bereits im Februar 2018: Dr. Oetker unterzeichnete eine Vereinbarung zur Übernahme des französischen Unternehmens Alsa mit der gleichnamigen Marke, die im Backartikelbereich in Frankreich seit langem marktführend ist. Die Akquisition steht noch unter dem Vorbehalt der Kartellamtsgenehmigung. Weitere Übernahmeoptionen zur Internationalisierung von Dr. Oetker werden aktuell geprüft. Dies betrifft sowohl die klassischen Märkte von Dr. Oetker als auch digitale Geschäftsmodelle: So erfolgte im Februar 2018 zum Beispiel eine 49-prozentige Beteiligung an der InterNestor GmbH – dem europäischen Marktführer für individualisierbare Fototorten. Das Unternehmen mit Sitz in Köln betreibt Onlineshops in fünf Ländern. Kunden können über die Website DeineTorte.de personalisierte Kuchen online zusammenstellen und an eine Wunschadresse liefern lassen. Ein weiterer Schritt, um in einen direkten Austausch mit Verbrauchern zu kommen, ist die im März 2018 getätigte Mehrheitsübernahme an dem südafrikanischen Unternehmen Château Gâteaux, das Tiefkühl torten und -kuchen produziert und diese in eigenen Cafés verkauft.

**DIGITALE
PROJEKTE**

Intern wie auch extern gewinnen digitale Prozesse im Kontext der digitalen Transformation zunehmend an Bedeutung. Eines der ersten digitalen Projektthemen, die Dr. Oetker und Oetker Digital in Berlin gemeinsam realisiert haben, ist die Internetplattform Backen.de, die Ende des Jahres 2017 startete. Damit wurde ein neues Online-Angebot für die junge Zielgruppe gelauncht, das mit dem Fokus auf die mobile Nutzung mittels Smartphone oder

**DIGITALES
AUSBILDUNGS-
KONZEPT**

Tablet entwickelt wurde. Als digitaler Backhelfer begleitet Backen.de den Nutzer – egal ob Backexperte oder Backneuling – basierend auf seinen individuellen Erfahrungen und Wünschen Schritt für Schritt durch den Backprozess. Mit vielfältigen Rezepten für Torten, Kuchen und Kleingebäck sowie der nutzerfreundlichen Gestaltung stellt die Onlineplattform den Konsumenten und seine Bedürfnisse konsequent in den Vordergrund.

Darüber hinaus setzt Dr. Oetker bei digitalen Zukunftsthemen frühzeitig auch bei der Zielgruppe der Auszubildenden an: Die Initiative #azubidigital, die im Sommer 2017 gestartet ist, sieht für das Ausbildungskonzept der kaufmännischen Ausbildungsberufe am Standort in Bielefeld zukunftsweisende, vielseitige Stationen mit digitalem Schwerpunkt innerhalb der Unternehmensgruppe vor. Ergänzend zu ihrem klassischen Ausbildungsberuf erhalten die Auszubildenden die Chance, sich in Zeiten der wachsenden Digitalisierung und Internationalisierung auf die Anforderungen des Arbeitsmarktes optimal vorzubereiten und die digitale Transformation aktiv mitzugestalten. Zudem sieht #azubidigital vor, dass die Abschlussprojekte der kaufmännischen Auszubildenden ebenfalls eine digitale Komponente beinhalten.

KOOPERATION

Neben Digitalisierungsprojekten werden zudem auch Kooperationsmöglichkeiten mit anderen Unternehmen gesucht, um die Wettbewerbsfähigkeit zu stärken. So wurde im Februar 2018 bekanntgegeben, dass Dr. Oetker und die Molkerei Gropper beabsichtigen, ein Joint Venture zur Bündelung von gemeinsamer Produktion zu gründen. Auf

**NEUE
PRODUKTE
2018**

dieser Basis wollen sich beide Unternehmen unabhängig voneinander auf die vertriebliche Bearbeitung ihrer jeweiligen Marktsegmente fokussieren. Das Beteiligungsverhältnis der Joint-Venture-Partner wird bei je 50 % liegen. Während Dr. Oetker das bestehende Frischewerk in Moers in die neue Gesellschaft einbringt, führt die Molkerei Gropper eine gleichwertige Kapitalerhöhung durch, die für Investitionen in Gebäude, Infrastruktur und neue Produktionsanlagen genutzt werden soll. Die neue Kooperation steht ebenfalls noch vorbehaltlich der Zustimmung durch relevante ausländische Kartellbehörden.

Bereits zu Beginn des Jahres 2018 präsentierte Dr. Oetker in Deutschland weitere Innovations-Highlights: Darunter war zum einen das neue Pizzasortiment La Mia Grande, das für authentischen Pizzagenuss wie aus der Lieblingspizzeria steht. Das Pizzasortiment begeistert Pizzaliebhaber mit einem dünnen Boden, wie man ihn sonst eben nur aus der Pizzeria kennt. Dabei zeichnet sich diese Pizza auch durch ihre individuelle Optik aus, denn der Boden wird von Hand ausgeformt und macht jede Pizza damit zu einem Unikat. Erhältlich ist die Pizza in den vier Sorten Margherita, Salame Piccante, Spinaci sowie 4 Formaggi. Zum anderen ergänzt Dr. Oetker das erfolgreiche Backmischungssortiment der Kuchenschnitten. Ebenfalls neu sind eine farbenfrohe Backmischung und ein Dekorierset zum Trendthema Meerjungfrau. Darüber hinaus nimmt Dr. Oetker die Megatrends Gesundheit und bewusste Ernährung auf und entwickelt neue Produkte, die noch in diesem Jahr auf den Markt kommen.

**WIRTSCHAFT-
LICHES FAZIT**

„Dr. Oetker ist recht ordentlich in das Jahr 2018 gestartet. In den ersten vier Monaten konnte nicht nur die eine oder andere Kooperation beziehungsweise Übernahme besiegelt werden, es gelang auch organisches Wachstum, das Mut macht für den weiteren Jahresverlauf. Zusätzliche Impulse erwarten wir zudem noch aus Produktinnovationen und -relaunches in vielen Ländern der Dr. Oetker-Welt. Zudem vereinfachen wir in allen Bereichen unsere internen Prozesse, um auch in Zukunft wettbewerbsfähige Kostenstrukturen zu haben und so auf die globalen Megatrends schnell und mit innovativen Produkten sowie Services reagieren zu können“, erklärte Dr. Christmann.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG

Hauptabteilung Öffentlichkeitsarbeit

Dr. Jörg Schillinger

Tel.: +49 (0) 521/155-2619

Fax: +49 (0) 521/155-11-2619

E-Mail: joerg.schillinger@oetker.com

Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG

Hauptabteilung Öffentlichkeitsarbeit

Julia Tiemann

Tel.: +49 (0) 521/155-2349

Fax: +49 (0) 521/155-11-2349

E-Mail: julia.tiemann@oetker.com

Kennzahlen 2017

Umsätze

	in Mio. € 2015	in Mio. € 2016	in Mio. € 2017	Nominales Wachstum (Veränderung 2016/2017 in %)	Bereinigtes Wachstum* (Veränderung 2016/2017 in %)
Inland (Deutschland)	716	740	726	-1,9	-1,9
Ausland	1.659	1.674	1.704	1,8	2,7
Dr. Oetker	2.375	2.414	2.430	0,7	1,3

* Bereinigt um kurs- und akquisitionsbedingte Umsatzveränderungen.

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

Investitionen*

	in Mio. € 2015	in Mio. € 2016	in Mio. € 2017	Veränderung 2016/2017 in %
Inland (Deutschland)	49	53	38	-28,4
Ausland	68	86	81	-6,5
Dr. Oetker	117	139	119	-14,9

* Ohne Erstkonsolidierungen.

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

Mitarbeiter (nach Köpfen)

	2015	2016	2017	Veränderung 2016/2017 in %	Veränderung 2016/2017 ohne Konsolidierungs- kreiseffekte in %
Inland (Deutschland)	4.440	4.469	4.509	0,9	0,9
Ausland	7.065	7.171	7.108	-0,9	-1,8
Dr. Oetker	11.505	11.640	11.617	-0,2	-0,8