

## **Presseinformation**

### **Dr. Oetker und Conditorei Copenrath & Wiese wachsen im Geschäftsjahr 2018**

- Umsatzgrenze von 3 Milliarden Euro überschritten
- Organisches Umsatzwachstum um + 5,2 %
- Erfreuliche Entwicklung sowohl im In- als auch im Ausland

**<Bielefeld, 27. Mai 2019> Die immer stärker miteinander verwachsenden Nahrungsmittelunternehmen Dr. Oetker und Conditorei Copenrath & Wiese werden seit dem Berichtsjahr 2018 zusammen ausgewiesen. Sie haben im Geschäftsjahr 2018 den Umsatz auf über 3 Milliarden Euro gesteigert und konnten damit nominell um + 6,8 % wachsen. Bereinigt um Konsolidierungskreis- und Wechselkurseffekte betrug das organische Wachstum erfreuliche + 5,2 %. Beide Unternehmen verzeichneten in insgesamt stagnierenden Märkten erfreuliche Marktanteilsgewinne. Dies galt auch für die Umsätze im Inland, die nominell um + 5,7 % anstiegen.**

**International baute das Unternehmen Dr. Oetker mit Akquisitionen, einer Vielzahl von Produktinnovationen und neuen Servicedienstleistungen rund um die strategischen Themen Kuchen/ Dessert und Pizza seine Marktposition ebenfalls weiter aus. Auch im laufenden Geschäftsjahr wird Dr. Oetker den Expansions- und Wachstumskurs fortsetzen.**

**GESCHÄFTS-  
JAHR 2018**

**Die Conditorei Coppenrath & Wiese investierte vornehmlich in die Erweiterung der Produktionskapazitäten.**

„Die internationalen Rahmenbedingungen des Geschäftsjahres 2018 waren sowohl politisch als auch wirtschaftlich sehr herausfordernd. Gleichwohl ist es uns vor dem Hintergrund der Weiterentwicklung unserer Strategie gelungen, ein insgesamt sehr erfreuliches Wachstum zu erzielen,“ erläutert Dr. Albert Christmann, Vorsitzender der Dr. Oetker Geschäftsführung, anlässlich der Veröffentlichung der Jahreskennzahlen. „Mit klarer Fokussierung auf die Wünsche der Verbraucher, mit Liebe zum Detail und bei gleichzeitiger Optimierung unserer internen Abläufe und Strukturen, verfolgen wir zudem das Ziel, unsere klassischen Geschäftsmodelle in die digitale Zukunft zu führen. Das im vergangenen Jahr Erreichte und die bisherige Entwicklung des Geschäftsjahres 2019 deuten an, dass wir uns damit auf dem richtigen Weg befinden.“

**UMSATZ-  
ENTWICKLUNG**

Dr. Oetker und die Conditorei Coppenrath & Wiese erzielten im Jahr 2018 Umsatzerlöse in Höhe von 3,019 Mrd. Euro und konnten im Berichtsjahr um + 6,8 % gegenüber dem Vorjahr (2,827 Mrd. Euro) wachsen. Bereinigt um Konsolidierungskreis- und Wechselkurseffekte betrug das organische Wachstum + 5,2 %. Die Entwicklung der Wechselkurse hatte einen erheblichen, leider negativen Einfluss auf das Umsatzwachstum, insbesondere durch die Abwertungen der Türkischen Lira sowie des Mexikanischen Pesos und des Brasilianischen Reals gegenüber dem Euro.

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

Im Jahr 2018 wurde das organische Wachstum durch mehrere Akquisitionen strategiekonform ergänzt. Bereits im Februar 2018 hat Dr. Oetker in Tschechien die Marke natura erworben und dort die Marktführerschaft im Teilmarktsegment Stärke erlangt. Im März 2018 übernahm Dr. Oetker in Südafrika die 75-prozentige Mehrheit am Tiefkühlortenersteller Château Gâteaux. Das Unternehmen verkauft seine Produkte sowohl an B2B-Kunden als auch über eigene Cafés direkt an die Konsumenten. Den Markteintritt in Ägypten hat Dr. Oetker im Juli 2018 durch die Akquisition von Tag El Melouk mit den Marken Tag El Melouk und Cook's vollzogen. Tag El Melouk ist Marktführer im ägyptischen Backartikelmarkt des Retail-Geschäftes und eröffnet Dr. Oetker nun Wachstumschancen im drittgrößten Land Afrikas, in dem gerade das häusliche Backen eine uralte und weitverbreitete starke Tradition besitzt. Mit der Akquisition von Wilton übernahm Dr. Oetker im Oktober 2018 die in den USA führende Marke für Dekor, Backformen und Backzubehör und hat damit seine Position im großen und potenzialträchtigen US-Markt deutlich gestärkt. Bei den amerikanischen Verbrauchern ist die Marke Wilton seit fast 90 Jahren nahezu ein Synonym für das häusliche Backen und kreative Dekorieren von Kuchen, Torten und Backwerk.

Ein mit der Molkerei Gropper gegründetes Joint Venture zur Bündelung von gemeinsamer Produktion in Moers hat nach Genehmigung der Kartellbehörde am 1. Juli unter der Firmierung „Moers Frischeprodukte GmbH & Co. KG“ die operative Tätigkeit aufgenommen. Im Fokus stehen die Weiterentwicklung der Produktkategorie Dessert sowie die Entwicklung neuer Möglichkeiten in den Bereichen Quark

und Joghurt und milchhaltiger sowie nicht-milchhaltiger Getränke. Die Produktion umfasst Artikel beider Partnerunternehmen, die getrennt über die jeweiligen Vertriebsgesellschaften national und international vermarktet werden.

Ein sehr erfreuliches Wachstum verzeichnete Dr. Oetker in Deutschland, wo die Umsätze deutlich anstiegen. Dies ist einerseits auf eine Sortimentsarbeit in allen Segmenten des Marktes zurückzuführen, zum anderen trugen dazu erfolgreiche Einführungen von zahlreichen Produktinnovationen bei. Darüber hinaus konnten die Frischeprodukte wieder zulegen. Eine notwendige Sortimentsbereinigung und -fokussierung im Bereich Professional wirkte dem dämpfend entgegen.

Die Dr. Oetker Regionen West- und Osteuropa weisen insgesamt eine plankonforme Entwicklung auf. Dies entspricht einem leicht über dem Vorjahresniveau liegenden Umsatz. Hier schlagen maßgeblich negative Währungseffekte zu Buche. Während in Westeuropa, und hier insbesondere in Großbritannien, Norwegen, Finnland und Spanien, ein deutliches Wachstum in der Kategorie Pizza erzielt wurde, standen dieser positiven Entwicklung Herausforderungen in gesättigten und teilweise rückläufigen Märkten, vor allem in Italien, entgegen.

In der Region Osteuropa wurde die Entwicklung vor allem durch die Abwertung der Türkischen Lira negativ beeinflusst, sodass die positiven Effekte aus der Sortimentsentwicklung und das vor allem in Polen durch Innovationen getriebene Mengen- und Umsatzwachstum überlagert wurden.

Ein großer Anteil des Wachstums von Dr. Oetker entfiel auf die Region Amerika. Dies ist in erster Linie auf die Akquisition des Back- und Dekorartikelspezialisten Wilton zurückzuführen. Die positiven Umsatzentwicklungen in den Landesgesellschaften in Mexiko und Brasilien wurden leider durch gegenläufige Fremdwährungsumrechnungseffekte nahezu kompensiert. In der Region Asien, Afrika und Australien ermöglichten die Akquisitionen in Südafrika und Ägypten sowie positive Entwicklungen in Australien und Südkorea ein insgesamt sehr zufriedenstellendes Umsatzwachstum. Gerade im Bereich der schnelllebigen Konsumgüter sind Innovationskraft und Flexibilität schlüsselhaft für den nachhaltigen Erfolg eines Anbieters. Dr. Oetker widmet sich daher dem Thema Innovation mit ganz besonderer Aufmerksamkeit. Gleichzeitig diversifizieren die Akquisitionen in Südafrika, in Ägypten und in den USA die Umsatzverteilung.

Zudem wurden vertriebsseitig zahlreiche internationale Projekte umgesetzt, die eine weitere kontinuierliche Verbesserung von Fähigkeiten und Kompetenzen der Verkaufsorganisation, sowohl am Point of Sale als auch im Key Account Management, zum Ziel haben. Dazu wurden auch im vergangenen Jahr Mitarbeiter in der internationalen Inhouse-Akademie, der Dr. Oetker Sales Academy, in verschiedenen Modulen geschult.

Im Bereich des Innovationsmanagements wurde der „Idea to Market“-Prozess optimiert, welcher nun mittels einer systembasierten Projektmanagementlösung sukzessive in allen Landesgesellschaften implementiert wird. Über digitale

**FOKUS AUF  
INNOVATIONEN**

Backplattformen wie backen.de und bakken.nl wurden Projekte umgesetzt, die sich mit der Digitalisierung, neuen Kommunikationsformen mit den Verbrauchern und alternativen Geschäftsmodellen beschäftigen. Auch das Dr. Oetker Café Gugelhupf in der Schweiz erfreute sich ein Jahr nach seiner Eröffnung wachsender Beliebtheit und belegte im Jahr 2018 den dritten Platz beim renommierten „Best of Swiss Gastro Award“.

Im Geschäftsjahr 2018 wurde eine Vielzahl neuer Produkte auf den Markt gebracht. In der Kategorie Kuchen/ Dessert konnte Dr. Oetker neben vielen erfolgreichen Innovationen wie dem Tassenpudding Seelenwärmer etwa mit Produkten auf Basis natürlicher Zutaten im Bereich der Backartikel und Backmischungen viele Verbraucher gewinnen. Hier wurden neue Konzepte wie „Piaceri di Natura“ und „Torta Natura“ in Italien oder „Ze Swiata Natury“ in Polen erfolgreich im Markt etabliert. In Osteuropa sorgt das neue Vitalis Porridge auf Haferbasis, das zurzeit auch in Deutschland eingeführt wird, für erfreuliches Umsatzwachstum.

In der Kategorie Pizza ist als besondere Neueinführung in Deutschland „La Mia Grande“ hervorzuheben. Das Pizzasortiment mit dem dünnen und größeren Boden, der von Hand ausgeformt wird, überzeugt durch seinen hochwertigen und individuellen Charakter. Im Bereich der gekühlten beziehungsweise „frischen“ Pizzen testet Dr. Oetker seit Ende 2018 in Belgien mit dem Produkt „Pizza Fresca“ die Marktakzeptanz in diesem Segment. In Polen und England wird zudem das „Pizza 2 Go“-Konzept geprüft, in dem Dr. Oetker Tiefkühlpizzen aufbacken und direkt an

die Konsumenten verkauft werden. Aber auch Snacking und Außer-Haus-Verzehr sind im Trend und gewinnen durch die zunehmend veränderten Tagesabläufe der Verbraucher immer mehr an Bedeutung: Mit dem ab Frühjahr 2019 eingeführten Sortiment „My Sweet Table“ bietet Dr. Oetker dazu beispielsweise im Bereich Kuchen/ Dessert eine attraktive Auswahl kleiner Leckereien für den convenienten Genuss zwischendurch.

Die Conditorei Coppenrath & Wiese führte im Jahr 2018 ebenfalls zahlreiche Innovationen in ihren Sortimenten ein. Besonders erfolgreich entwickelten sich dabei die gemischten Platten „Feinste Sahne – Unsere Besten“ sowie „Festtagstorte – Unsere Klassiker“. Im Bereich der Mini-gebäcke etablierten sich die neuen „Windbeutel Kirsch“ und bei den Kuchen die innovativen Produkte „Kuchenliebe New York Cheesecake“ sowie „Kuchenliebe Erdbeer Cheesecake“ umsatzstark im Handel.

**INVESTITIONEN**

Mit 149 Millionen Euro lagen die Investitionen im Jahr 2018 weiterhin auf hohem Niveau. Damit wollen Dr. Oetker und die Conditorei Coppenrath & Wiese die Grundlagen für zusätzliches Wachstum in den kommenden Jahren legen und gleichzeitig den aktuellen Stand der Technik sowie hochqualitative und effiziente Abläufe innerhalb des gesamten Supply-Chain-Prozesses gewährleisten. In diesem Kontext umfassten die Investitionen relevante Projekte in allen Regionen. In Deutschland investierte Dr. Oetker 26 Millionen Euro, im Ausland 70 Millionen Euro.

Im Pizzabereich wurden die Werks- und Lagerkapazitäten an den Standorten in Großbritannien, Kanada und Polen ausgebaut. Am deutschen Standort in Wittlich wurde 2018 mit dem Neubau eines Verwaltungs- und Sozialgebäudes begonnen, das planmäßig Anfang Juni dieses Jahres fertiggestellt wird. In Südafrika macht das erfreulich wachsende Geschäft den Bezug eines größeren Standortes notwendig, die entsprechenden Vorbereitungen werden 2020 mit dem Umzug abgeschlossen sein.

Für die Bereiche Kuchen/ Dessert wurden im Jahr 2018 ein Sozialgebäude im Dekorwerk in Plock (Polen) sowie eine Produktionshalle am Standort Belgorod (Russland) in Betrieb genommen. Am rumänischen Werksstandort sind die Arbeiten an einem neuen Lager und einem ebenfalls neuen Sozialgebäude aufgenommen worden. An weiteren Produktionsstandorten in Deutschland, Brasilien und Mexiko erfolgten Großinvestitionen in die Produktionslinien oder die Prozesstechnik.

Die Conditorei Coppenrath & Wiese widmete den Großteil der Investitionen in Höhe von 53 Millionen Euro für den Ausbau der Produktion im Werk Mettingen.

**MITARBEITER**

Die Anzahl der Beschäftigten wuchs im Jahr 2018 auf 14.886 Mitarbeiter an. In Deutschland waren 7.086 Mitarbeiter tätig, an den ausländischen Standorten wurden 7.800 Mitarbeiter beschäftigt.

**AUSBLICK 2019**

Auch für 2019 erwarten Dr. Oetker und die Conditorei Coppenrath & Wiese wiederum ein organisches Wachstum.



„Wir treiben die Umsatzentwicklung durch operative Maßnahmen, insbesondere Innovationen, Relaunches und Marktinvestitionen in allen Regionen voran. Auch der weitere Distributionsausbau von Dr. Oetker in den Wachstumsregionen Amerika, Asien, Afrika und Australien wird uns international weiter stärken,“ führt Dr. Albert Christmann aus. Daneben erwartet er, dass sich die Umsatzerlöse infolge der ganzjährigen Berücksichtigung der im Jahr 2018 vollzogenen Übernahmen sowie durch weitere, im laufenden Jahr noch anstehende Akquisitionen erhöhen. So wurde die bereits 2018 unterzeichnete Vereinbarung zur Übernahme der französischen Backartikel- und Dessertmarke Alsa im ersten Quartal 2019 von den zuständigen Wettbewerbsbehörden genehmigt. Kompensierende Effekte werden durch weitere negative Entwicklungen einzelner Wechselkurse erwartet. Auch für die Conditorei Copenrath & Wiese ist das Geschäftsjahr 2019 erfolgreich angelaufen; das Umsatzwachstum im zweistelligen Bereich konnte das Wachstum der Branche für Tiefkühl-Backwaren deutlich übertreffen.

„Dr. Oetker und die Conditorei Copenrath & Wiese werden ihren Wachstums- und Expansionskurs strategiekonform fortsetzen und zudem die sich bietenden Chancen aus einer sich wandelnden Welt ergreifen. Wir werden weiterhin innovative Produkte und Serviceleistungen für die Verbraucher entwickeln und in die Märkte bringen. Gleiches gilt für neue, auch digitale Geschäftsmodelle, die wir testen und gegebenenfalls national und international einführen werden. Daneben werden wir unsere internen Strukturen schrittweise vereinfachen und standardisieren, um damit der

wachsenden Komplexität unseres Geschäftes zu begegnen. Last but not least wollen wir nach wie vor mit Akquisitionen nicht nur an wachsenden Ländermärkten der Welt partizipieren, sondern auch in stagnierenden Märkten regional diversifizieren und unser Ergebnis nachhaltig verbessern,“ erläutert Dr. Christmann abschließend.

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

Birgit Deker

Tel.: +49 (0) 521/155-3125

Fax: +49 (0) 521/155-11-3125

E-Mail: birgit.deker@oetker.com

## Kennzahlen 2018

Für das Geschäftsjahr 2018 wurden die Berichtseinheiten **Dr. Oetker und Conditorei Coppentrath & Wiese** erstmals zusammen ausgewiesen. Zur besseren Vergleichbarkeit sind die Vorjahreszahlen entsprechend angepasst.

Aufgrund von Auf- bzw. Abrundung ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen (€, % usw.) nicht genau zur angegebenen Summe aufaddieren lassen.

### Umsätze

	in Mio. € 2016	in Mio. € 2017	in Mio. € 2018	Nominales Wachstum (Veränderung 2017/2018 in %)	Bereinigtes Wachstum* (Veränderung 2017/2018 in %)
Inland (Deutschland)	1.120	1.120	1.183	5,7	-/-
Ausland	1.677	1.707	1.836	7,5	-/-
<b>Summe Umsätze</b>	<b>2.797</b>	<b>2.827</b>	<b>3.019</b>	<b>6,8</b>	<b>5,2</b>

\* Umsatzveränderung bereinigt um Konsolidierungskreis- und Wechselkurseinflüsse.

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

### Investitionen\*

	in Mio. € 2016	in Mio. € 2017	in Mio. € 2018	Veränderung 2017/2018 in %
Inland (Deutschland)	72	75	79	5,0
Ausland	86	81	70	-12,5
<b>Summe Investitionen</b>	<b>159</b>	<b>156</b>	<b>149</b>	<b>-4,1</b>

\* Ohne Erstkonsolidierungen.

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

### Mitarbeiter (nach Köpfen)

	2016	2017	2018	Veränderung 2017/2018 in %	Veränderung 2017/2018 ohne Konsolidierungs- kreiseffekte in %
Inland (Deutschland)	6.747	6.966	7.086	1,7	4,4
Ausland	7.187	7.123	7.800	9,5	-0,5
<b>Summe Mitarbeiter</b>	<b>13.934</b>	<b>14.089</b>	<b>14.886</b>	<b>5,7</b>	<b>1,9</b>