

Presseinformation

Trotz angespannter Wirtschaftslage: Dr. Oetker erzielte 2022 Umsatzwachstum

- 4 Milliarden Euro Umsatz im Geschäftsjahr 2022
- Bereinigtes Umsatzwachstum von 5,7 Prozent
- Weitreichende Investitionen in den kommenden Jahren

<Bielefeld, 25. April 2023> Die Nahrungsmittelunternehmen von Dr. Oetker (Dr. Oetker inklusive Conditorei Coppenrath & Wiese) steigerten im Geschäftsjahr 2022 ihren Gesamtumsatz bereinigt um Konsolidierungs- und Wechselkurseffekte um 5,7 Prozent auf 4 Milliarden Euro (Vorjahr: 3,7 Milliarden Euro). Die Investitionen von Dr. Oetker und der Conditorei Coppenrath & Wiese beliefen sich auf rund 125 Millionen Euro.

GESCHÄFTS-
JAHR 2022

Das Geschäftsjahr 2022 war geprägt von den Lieferkettenproblemen der Corona-Pandemie, vor allem aber vom Angriffskrieg Russlands auf die Ukraine und den damit verbundenen Folgen für die Weltwirtschaft. Dem massiven Kostenauftrieb auf den Beschaffungsmärkten begegneten die Unternehmen mit signifikanten Einschnitten auf der Kostenseite. Zudem waren auch Preiserhöhungen unumgänglich. Für das laufende Geschäftsjahr 2023 erwarten Dr. Oetker und die Conditorei Coppenrath & Wiese ein weiterhin sehr herausforderndes Umfeld, prognostizieren aber gleichzeitig ein Umsatzwachstum, das durch

Produktinnovationen und Investitionen, aber auch durch überschaubare Preiseffekte getrieben sein wird.

„Der Krieg in der Ukraine hat großes Leid für die dort lebenden Menschen gebracht und gleichzeitig die Weltwirtschaft auf den Kopf gestellt. Die ohnehin durch die Nachwirkungen der Corona-Pandemie betroffenen Märkte wurden ein weiteres Mal erschüttert und haben in vielen Ländern die politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Strukturen auf eine harte Probe gestellt. Dass unsere rund 17.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vor dem Hintergrund stark ansteigender Rohwaren- und Energiepreise sowie des Verlustes unserer russischen Tochtergesellschaft ein organisches Umsatzwachstum von 5,7 Prozent erwirtschafteten, zeigt die Resilienz unserer internationalen Aufstellung. Um diese Wettbewerbsfähigkeit aufrecht zu erhalten, haben wir, wie andere Hersteller auch, massiv Kosten eingespart, gleichzeitig aber auch unsere Preise erhöhen müssen, die allerdings die enormen ungeplanten Ausgabensteigerungen nicht decken konnten. Deswegen legten wir ein internes Effizienzprogramm auf, das in allen Fachbereichen und Ländern Einsparpotenziale definiert, die auch unsere Prozesse entlang der gesamten Wertschöpfungskette verschlanken. Dies alles geht einher mit erheblichen Investitionen in Innovationen, Nachhaltigkeit und Digitalisierung, die unsere Zukunftsfähigkeit erhalten werden“, erläutert Dr. Albert Christmann, Vorsitzender der Internationalen Geschäftsführung von Dr. Oetker, anlässlich der Veröffentlichung der Jahreskennzahlen.

Die auf allen Kontinenten agierenden Unternehmen von

**UMSATZ-
ENTWICKLUNG**

Dr. Oetker erwirtschafteten im Jahr 2022 Umsatzerlöse in Höhe von 4 Milliarden Euro und erzielten damit ein Wachstum gegenüber dem Vorjahr um bereinigte 5,7 Prozent. Rund 65 Prozent seines Gesamtumsatzes erzielte Dr. Oetker außerhalb von Deutschland.

**REGIONALE
ENTWICKLUNG
DR. OETKER**

Das Umsatzwachstum fand in allen Regionen statt. Insbesondere in den europäischen Märkten sowie in der Region 3A (Afrika/Asien/Australien) konnte Dr. Oetker deutlich zulegen. Auch in Deutschland wurde das ordentliche Vorjahresniveau überschritten.

Nach einem bereits guten Vorjahr verzeichnete die Region Westeuropa erneut Umsatzzuwächse, die höher als erwartet ausfielen. Gleichwohl war die Mengenentwicklung in einigen Ländern herausfordernd: Vor allem in Italien kämpfte Dr. Oetker mit einem rückläufigen Markt für Nahrungsmittel. In Spanien, Portugal und Österreich zeigten sich aufgrund der Preiserhöhungen negative Mengeneffekte.

In Osteuropa erzielte Dr. Oetker trotz negativer Währungseffekte und der Aufgabe des für Dr. Oetker wesentlichen Geschäfts in Russland einen erfreulichen Umsatzzuwachs gegenüber dem Vorjahr. Hierzu trugen zusätzliche Listungen bei verschiedenen Kunden in Polen bei.

Die Umsätze der Region Amerika wurden durch das herausfordernde Geschäft von Wilton in den USA mit Backdekoren belastet: Seit Beginn des Krieges in der Ukraine befinden sich die Märkte für Dekor- und Backwaren

nahezu überall in den Dr. Oetker Ländermärkten, vor allem aber in den USA, in einem inflationsinduzierten Abwärtstrend. Gleichwohl konnte die Region moderat wachsen, insbesondere in den Märkten Kanada und Brasilien. Auch die Geschäftsentwicklung in der Region 3A lag umsatzseitig über Vorjahr. Zuwächse konnten vor allem in Indien, bedingt durch die erfreuliche Entwicklung im Professional-Geschäft, und in Südafrika erzielt werden.

Das Geschäft mit Backspezialartikeln der sogenannten Specialty-Retail-Unternehmen war gekennzeichnet von der Konsumzurückhaltung der Hobbybäcker bei Dekorartikeln. Insgesamt verzeichnete der Bereich dieser neuen Geschäftsmodelle allerdings ein deutliches Wachstum, das auf die erstmals ganzjährige Berücksichtigung der im Vorjahr in England akquirierten Create Better Group zurückzuführen ist.

**INNOVATIONEN
DR. OETKER**

Auch im Geschäftsjahr 2022 waren innovative, nachhaltige und gesündere Produkte ein Erfolgsfaktor für Dr. Oetker. In der Kategorie Pizza wirkten sich rezeptorische Überarbeitungen der wichtigsten Submarken sowie die Produktinnovationen in den Sortimenten La Mia Grande und La Mia Pinsa verkaufsfördernd aus. Den vermehrten Verbraucherwunsch nach veganen Alternativen erfüllt die Pizza Ristorante al Salame Vegano. Dr. Oetker Professional erweiterte sein Sortiment um fünf Varianten der beliebten Pizzaalternative Pinsa unter dem Sortimentsnamen La PINSA!. Im Frischebereich bedient Dr. Oetker den Trend nach veganen Produkten mit der Creme VEGA Gartenkräuter. Das High Protein Müsli in verschiedenen

Sorten sowie die High Protein Kuchlein Schoko und Schokino ergänzen die proteinreiche und zuckerarme Produktpalette. Pflanzliche Brownies und Muffins erweitern die vegane Submarke LoVE it!. Den Trend zu natürlichen Produkten bedienen zudem das im Juli 2022 eingeführte Weinstein-Backpulver sowie der vegane Streusel-Spaß Bio, das erste Bio-Produkt im Dekor-Bereich.

Mit den Produktneueinführungen trägt Dr. Oetker dem Verbraucherwunsch nach einem gesunden und bewussten Lebensstil Rechnung. Dass dabei der Genuss nicht auf der Strecke bleibt, honorierte unter anderem die Tierschutzorganisation PETA, die die Ristorante Pizza Margherita Pomodori mit dem Vegan Food Award 2022 auszeichnete.

**CONDITOREI
COPPENRATH &
WIESE**

Die Conditorei Coppenrath & Wiese erzielte im Jahr 2022 einen deutlichen Umsatzanstieg um 11,7 Prozent. Dieses Wachstum resultierte auch aus Preiserhöhungen, die als Reaktion auf Kostensteigerungen trotz signifikanter interner Effizienzsteigerungen nicht völlig zu vermeiden waren. Insbesondere die strategischen Segmente Blechkuchen und Brötchen sowie Torten konnten sich gut behaupten.

In Großbritannien sind die Bedingungen aufgrund der Post-Brexit-Situation, des noch immer ungünstigen Wechselkurses des britischen Pfunds zum Euro sowie hoher Inflationsraten weiterhin herausfordernd. Dennoch konnte die Conditorei Coppenrath & Wiese ihr dortiges Geschäft weiter ausbauen. Das Geschäft in Nordamerika entwickelte sich anhaltend positiv.

INVESTITIONEN

Die Investitionen bei Dr. Oetker und der Conditorei Coppenrath & Wiese lagen im Jahr 2022 mit 125 Millionen Euro (Vorjahr: 136 Millionen Euro) auf einem weiterhin hohen Niveau. Damit schaffen die Unternehmen nicht nur die Grundlagen für künftiges Wachstum in den kommenden Jahren und gewährleisten den aktuellen Stand der Technik, sondern investieren ebenso massiv in Nachhaltigkeitsprojekte gemäß ihrer Sustainability Charter sowie in die zukunftsfähige, datengetriebene Digitalisierung aller Unternehmensprozesse.

Wesentliche Projekte, die im abgelaufenen Geschäftsjahr fertiggestellt wurden, betreffen beispielsweise das Sozialgebäude am Dr. Oetker Standort Wittenburg, den Aufbau einer neuen Linie für innovative Produkte sowie erste Investitionen in Solaranlagen am Standort Wittlich, die Inbetriebnahme eines neuen Lagers am Standort Leyland in Großbritannien sowie Werks- und Lagererweiterungen in Mexiko. Die Conditorei Coppenrath & Wiese hat im abgelaufenen Geschäftsjahr Investitionen in Aus- und Weiterbildungseinrichtungen sowie in den Neubau eines Gebäudes für Forschung und Entwicklung getätigt, nachdem in den Vorjahren maßgeblich in den Ausbau der Fertigungs- und Lagerkapazitäten investiert wurde.

MITARBEITER

Die erstmals auf vollzeitäquivalenter Basis ausgewiesene Anzahl der Beschäftigten ist im Jahr 2022 mit 16.924 Mitarbeitern im Vergleich zum Vorjahr stabil geblieben. In Deutschland waren 7.047 Mitarbeiter tätig, an den ausländischen Standorten wurden 9.877 Mitarbeiter

AUSBLICK 2023

beschäftigt.

Für das laufende Geschäftsjahr 2023 erwarten die beiden Unternehmen Dr. Oetker und Conditorei Coppenrath & Wiese bei anhaltend herausfordernden Rahmenbedingungen dennoch einen Gesamtumsatz deutlich über dem des abgelaufenen Geschäftsjahres. Die prognostizierte Umsatzsteigerung resultiert zum einen aus Preiseffekten, zum anderen aus selektiven Mengensteigerungen durch geplante operative Maßnahmen wie Produktinnovationen und Marktinvestitionen, sowie durch den weiteren Distributionsausbau.

Die Situation auf den Beschaffungsmärkten wird durch die nach wie vor hohen Preise und angespannten Lieferketten herausfordernd bleiben. Für viele Warengruppen muss mit einer weiterhin eingeschränkten Verfügbarkeit gerechnet werden, die mit nochmals höheren Preisen einhergehen wird. Zudem wird mit einer Kostensteigerung für Zucker gerechnet. Hier belasten einerseits die klimabedingt schlechten Zuckerernten im Jahr 2022 und andererseits die für die Zuckerproduktion benötigten Energiekosten, die voraussichtlich auf einem hohen Niveau bleiben werden, gleiches gilt für die Weizenpreise. Zudem ist mit allgemein höheren Energie- und Logistikkosten zu rechnen.

Bei den Investitionen planen Dr. Oetker und Coppenrath & Wiese einen deutlichen Anstieg der Ausgaben in die Zukunftsbereiche Innovationen, Nachhaltigkeit und Digitalisierung. Daneben werden im Jahr 2023 Ersatzinvestitionen getätigt für die Conditorei Coppenrath &

Wiese zur Sicherstellung der Produktionskapazitäten sowie für das Pizzageschäft von Dr. Oetker. Außerdem investieren die beiden Unternehmen in Produktionslinien und den weiteren Ausbau von Lager- und Versandkapazitäten.

„Wie in den vergangenen Jahren erwarten wir auch für das laufende Geschäftsjahr und darüber hinaus eine sehr angespannte wirtschaftliche Situation, maßgeblich getrieben durch die Folgen des Krieges in der Ukraine. Dieser Herausforderung begegnen wir einerseits mit Sparmaßnahmen, andererseits aber auch mit einer Investitionsoffensive, insbesondere in den Bereichen Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Innovationen. Es steht außer Frage, dass die digitale Transformation uns dabei helfen wird, zuversichtlich in die Zukunft zu blicken. Gleichzeitig setzen wir alles daran, einen verantwortungsvollen Umgang mit den natürlichen Ressourcen voranzutreiben und gehen dabei selbst mit gutem Beispiel voran. Deswegen treiben wir die Projekte unserer Sustainability Charter konsequent voran und denken Umweltschutz nicht nur nachhaltig, sondern wo immer es heute bereits möglich ist auch regenerativ,“ so Dr. Christmann abschließend.

- / -

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG
Group Communication
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
Corporate Communication
Thierry Krauser
Tel.: +49 (0) 521/155-2349
Fax: +49 (0) 521/155-11-2349
E-Mail: thierry.krauser@oetker.com