



Unternehmensgeschichte und Maximen

Familienunternehmen in vierter Generation

Der Grundstein für das weltweit erfolgreiche Familienunternehmen wurde 1891 in der Hinterstube einer Bielefelder Apotheke gelegt. Der Apotheker Dr. August Oetker entwickelt das Backpulver Backin, welches garantiert, dass jeder Kuchen gelingt. Als einer der ersten Markenartikel wird das Dr. Oetker Backpulver mithilfe von Werbung und dem Versand von Probe-Päckchen zum Wegbereiter für den Aufstieg des Unternehmens zu einem der größten Familienunternehmen Europas. Um die steigende Nachfrage befriedigen zu können, erfolgte der rasche Aufbau industrieller Fertigung und die Entwicklung weiterer Produkte. 1900 gibt Dr. Oetker die Apotheke auf und wagt einige Jahre später erste Schritte in ausländische Märkte. 1920 übernahm Dr. Richard Kaselowsky, den die Witwe des Gründersohnes geheiratet hatte, die Unternehmensführung. Zu diesem Zeitpunkt werden die Produkte bereits von über 600 Mitarbeitern hergestellt und vertrieben.

Rudolf-August Oetker

Der Enkel des Firmengründers, Rudolf-August Oetker, beginnt nach dem Tod von Dr. Kaselowsky und nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges mit dem Wiederaufbau des Unternehmens. Neue Märkte im Lebensmittelbereich werden erschlossen, das Sortiment um Tiefkühlkost, Crème Fraiche sowie Fertigdesserts erweitert. Mit seinem Unternehmergeist für weitere Branchen formiert Rudolf-August Oetker die Oetker-Gruppe, die er auch nach seinem Rückzug aus dem operativen Geschäft bis zu seinem Tod im Jahr 2007 als Vorsitzender des Beirats begleitet.

Dr. h. c. August Oetker

Seit Anfang der 80er Jahre war Dr. h. c. August Oetker, Urenkel des Firmengründers, als persönlich haftender Gesellschafter in der Leitung der Oetker-Gruppe tätig. Unter seiner



Führung wurden mehrere rechtlich selbstständige Unternehmenseinheiten zur heutigen Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG zusammengeführt. Insbesondere treibt er unter dem Dach der Dr. Oetker GmbH die Internationalisierung des Nahrungsmittelgeschäftes voran. Das Produktangebot wurde auf die Kernkompetenzen des Unternehmens und dadurch auch auf Wachstum ausgerichtet. Heute ist Dr. Oetker in fast allen seiner deutschen Sortimente Marktführer.

Richard Oetker

Seit dem 1. Januar 2010 ist Richard Oetker, jüngerer Bruder von Dr. h. c. August Oetker, persönlich haftender Gesellschafter der Dr. August Oetker KG sowie Vorsitzender der Geschäftsführung der Dr. Oetker GmbH. Er gehörte von 1996 bis Ende 2009 der Geschäftsführung der Dr. Oetker GmbH an. Über zehn Jahre verantwortete Richard Oetker das Ressort Personal sowie die Entwicklung von Schwestergesellschaften im Ausland. Zu seinen Erfolgen zählt der Aufbau der osteuropäischen Märkte seit Mitte der 90er Jahre.

Dr. Oetker Österreich

1908 – Dr. Oetker Österreich wird in Baden bei Wien als erstes Auslandsunternehmen von Dr. Oetker gegründet. Somit steht es mit seinen für den österreichischen Markt angebotenen Produkten seit mehr als einem Jahrhundert für hervorragenden Geschmack, höchste Qualität und gutes Gelingen.

In den ersten Jahrzehnten des vergangenen Jahrhunderts produzierte und verkaufte man die Produkte in ein weitaus größeres Absatzgebiet als es Österreich heute darstellt, nämlich in die Österreichisch-Ungarische Monarchie. Nach dem Ende des 2. Weltkrieges war Baden russische Besatzungszone und Dr. Oetker verlegte seinen Standort nach Villach. Hier im Süden Österreichs, in Kärnten, liegt seither der Sitz des Unternehmens und damit im Dreiländereck Italien, Slowenien und Österreich.

Dr. Oetker Österreich feierte 2008 als erste von insgesamt 35 Ländergesellschaften, die heute außerhalb Deutschlands unter dem Dach der Dr. Oetker GmbH aktiv sind, ihr 100-jähriges Bestehen. Nur Dr. Oetker in Bielefeld, bereits Ende des vorletzten Jahrhunderts unter dem Namen „Dr. A. Oetker Backpulverfabrik“ gegründet, besteht bereits länger.



Dr. Oetker Österreich blickt auf eine sehr erfolgreiche Geschäftsentwicklung zurück – insbesondere, seitdem im Jahre 1962 das heutige Firmengebäude in Villach errichtet worden ist. Dr. Oetker und das auf das Großverbrauchergeschäft spezialisierte Gruppenunternehmen ETO bezogen gemeinsam den Neubau. Damals umfasste das Sortiment neben den traditionellen Dr. Oetker Produkten (traditionelles Backen, Dessert, Einkochen) u.a. auch Trockensuppen, Bratensäfte und verschiedenste Soßen sowie Brausepulver.

Aufgrund des länderübergreifenden Europa-Werleitkonzeptes der Dachgesellschaft und der internationalen Ausrichtung auf Kernsortimente kam es im Jahr 1999 zur Schließung der Produktion in Villach. Von den damals insgesamt 158 Mitarbeitern schieden rd. 100 Mitarbeiter aus. Ein sehr ordentlich ausgestatteter Sozialplan wurde eingesetzt. Das Firmenareal inkl. Gebäude wurde verkauft, die Marketing-, Vertriebs- und Verwaltungsorganisation blieb aber im bestehenden Gebäude, sodass kein Standortwechsel nötig war.

Seit dieser Umbruchphase in Villach sind die Aktivitäten im Marketing- und Vertriebsgeschäft stetig ausgebaut worden. Durch die gezielte Weiterentwicklung der Marke kombiniert mit vielfältigen Aktionen für die Produkte konnten sowohl die Umsätze als auch der Bekanntheitsgrad und Sympathiewert von Dr. Oetker in Österreich gesteigert werden. Eine repräsentative Studie weist aus, dass 99 Prozent aller Österreicher die Marke kennen. (GfK Haushaltspanel, Dr. Oetker Markendreiklang-Studie; Dezember 2013; Alter 15+, n= 500). Zudem zählt Dr. Oetker mit einem Sympathiewert von 54 Prozent zu den führenden und beliebtesten Marken im österreichischen Lebensmittelhandel. (Quelle: Market, Marken Monitoring Jänner – Dezember 2007)

Heute werden von Villach aus die Aktivitäten für die rund 500 Dr. Oetker Produkte im österreichischen Lebensmittelhandel gesteuert. In fast allen der 9 Bereiche, in denen das Unternehmen tätig ist, hat man durch die Kaufentscheidungen der Kunden die Position des Marktführers eingenommen.

Dr. Oetker Österreich nimmt außerdem bei zahlreichen Projekten eine Vorreiterrolle ein und Mitarbeiter sind im internationalen Umfeld häufig mit ihrer Expertise als



Projektverantwortliche einbezogen: Von Villach aus werden nicht nur internationale Produkte und Marketingkonzepte entwickelt, auch in den Bereichen Kundenbindung und IT stellt Dr. Oetker Österreich ein wichtiges Kompetenzcenter innerhalb der Schwestergesellschaften dar.



Qualitätspolitik bei Dr. Oetker

Das besonders ausgeprägte Qualitätsbewusstsein nimmt einen besonders hohen Stellenwert im Familienunternehmen ein und ist Grundstein des langjährigen Erfolgs. Überlegungen zur Qualität beginnen schon in der ersten Phase der Produkt- und Verpackungskonzeption und spielen in der Auswahl und Kontrolle der Rohwaren eine entscheidende Rolle. Mit so genannten Sensorik-Tests, bei denen „Testesser“ neue oder rezeptorisch optimierte Produkte verkosten und beurteilen, wird untersucht, ob die Produkte den hohen Ansprüchen standhalten. Für die vielen hundert Rohstoffe werden präzise Spezifikationen festgelegt, um die hochwertige Qualität der Dr. Oetker Produkte garantieren zu können. Zudem werden Lieferanten mit größter Sorgfalt ausgewählt und kontrolliert. Die Dr. Oetker Versuchsküche in Bielefeld bürgt seit 100 Jahren für die Gelingsicherheit der Dr. Oetker Produkte und Rezepte: in zahlreichen Versuchen werden unter haushaltstypischen Bedingungen Backmischungen, Zutaten, Puddings und vieles mehr getestet, Zubereitungsanleitungen erstellt und Rezepturen entwickelt.

Fragen von österreichischen Konsumenten werden kompetent in Österreich beantwortet: Der österreichische Konditormeister steht den Konsumenten bei Fragen zu Dr. Oetker Rezepten telefonisch und auch über www.oetker.at als kompetenter Ansprechpartner zur Verfügung.

Unternehmerische Verantwortung

Als innovatives Unternehmen bietet Dr. Oetker seinen Kunden kontinuierlich neue und weiterentwickelte Produkte, zeigt Trends im Nahrungsmittelsektor auf und nimmt die Bedürfnisse der Verbraucher ernst. Als Produzent von Markenqualität trägt Dr. Oetker zur langfristigen Sicherung des Wertschöpfungspotentials bei. Dr. Oetker ist zudem kompetenter Ansprechpartner und nicht anonymer Erzeuger. Durch die Angabe von Kontaktmöglichkeiten auf den Verpackungen können Konsumenten direkt mit Dr. Oetker Kontakt aufnehmen.

Auch im Bereich Umweltschutz hat es sich Dr. Oetker zum Ziel gesetzt, über die Mindeststandards hinausgehend, Initiativen zu ergreifen, um die Umwelt zu schützen und die erforderlichen Maßnahmen umzusetzen. Bereits 1995 erschien der erste Umweltbericht, 2004 der erste Nachhaltigkeitsbericht.

Im sozialen Bereich engagiert sich Dr. Oetker u.a. seit 2008 mit einer langfristigen Partnerschaft für SOS-Kinderdorf e.V. Die soziale Verantwortung, die Dr. Oetker für Familien



und Kinder übernimmt, hat eine lange Tradition, denn bereits 1915 unterstützte der Firmengründer Kriegswaisen und bedürftige Kinder.

Dr. Oetker Österreich unterstützt bereits jahrelang die Tagesstätte „Die Vier Jahreszeiten“ in Villach, die geistig und mehrfach beeinträchtigte Jugendliche und Erwachsene durch deren Alltag begleitet.

Mitarbeiterförderung

Ebenso sind die Gewinnung engagierter und qualifizierter Mitarbeiter und deren langfristige Bindung an das Unternehmen Grundlage eines sozial verantwortlichen Unternehmens. Spezifische Modelle der Altersversorgung, innovative Arbeitszeitmodelle, Mitarbeiterbefragungen und die Förderung gesellschaftlichen Engagements der Mitarbeiter bilden wesentliche Elemente der nachhaltigen Personalstrategie.

Informationen zum Dr. Oetker Produkt Sortiment in Österreich

Nach wie vor wird die Marke Dr. Oetker gerne mit klassischen Produkten wie Backpulver, Vanillinzucker und Originalpudding in Verbindung gebracht, da dies auch jene Produktgruppen sind, mit denen Dr. Oetker Österreich sein Geschäft hierzulande aufgebaut hat. Dr. Oetker hat aber auch frühzeitig den Trend zu convenienten Mahlzeiten erkannt und ist daher auch in den Bereichen Tiefkühlpizzen und -baguettes sowie gekühlte Frischedesserts aktiv.

Backartikel

Seitdem die Entwicklung des Backpulvers durch Dr. Oetker zu einem regelrechten „Backboom“ geführt hat, zählt das Original Backpulver zum Klassiker des Backsortiments. Als Marktführer liefert der Markenartikler immer wieder wichtige Impulse, um den Markt zu beleben. Mit **75 Prozent** Marktanteil ist Dr. Oetker im Bereich Backzutaten klare Nummer eins am österreichischen Markt.



2009 wurden beispielsweise über 14 Millionen Vanillinzucker-Briefchen verkauft – aneinandergereiht würde dies einer Strecke von Wien bis nach Schweden entsprechen. Eine entsprechende „Backpulver-Strecke“ würde von Villach bis nach Rom reichen.

Backmischungen

Mit der Einführung von Dr. Oetker Backmischungen hat Dr. Oetker den Convenience-Trend der Zeit erkannt: Auch Konsumenten ohne Back-Vorkenntnisse müssen nicht mehr auf selbstgebackene Köstlichkeiten verzichten. Das wachsende Sortiment reicht von amerikanischen Backmischungen wie Muffins und Brownies bis hin zur traditionell österreichischen Range mit Gugelhupf und Co.

Dr. Oetker Original Pudding und Cremedesserts

Seit Generationen erfreut sich der Dr. Oetker Pudding großer Beliebtheit und ist unter dem Namen Original Pudding von Dr. Oetker im Dessert-Regal bestens bekannt. Sowohl Kochpuddings als auch Cremespeisen und Mousse zählen zu diesem Produktsortiment.

Dekor

Mit der Übernahme des Dekor Sortimentes der Firma Schwartau im Jahr 2011, hat Dr. Oetker das bestehende Dekor Sortiment um zahlreiche Produkte erweitert. Von Glasuren, über Streudekor bis hin zu den verschiedensten Zuckerdekor-Blistern, ist alles vertreten, was das Herz der österreichischen Dekorier-Begeisterten begehrt.

Einkochprodukte

Das „Einkochen“ erfreut sich auch hierzulande heute noch großer Beliebtheit – von der Marmelade bis hin zur Konfitüre – die Dr. Oetker Einkochprodukte wie garantieren gutes Gelingen und sind besonders zeitsparend. Einen besonderen Fokus legt Dr. Oetker in diesem Segment auf bewusstes Einkochen mit wenig Zucker. Produkte wie der Erdbeergelierzucker 2:1 sind besonders auf die Eigenschaften der Erdbeere, wie beispielsweise den Säuregehalt, abgestimmt.

Vitalis Müsli



Mit der Marke "Vitalis" wird Dr. Oetker den Wünschen jener Konsumenten gerecht, für die ein gesundes Frühstück und Genuss nicht im Widerspruch stehen müssen. Auch dieses Rezept hatte Erfolg: Heute ist Vitalis mit seinem vielfältigen Sortiment österreichweit marktführende Müsli-Marke. Allein im Jahr 2009 starteten die Österreicher fast 23 Millionen Mal mit dem köstlichen Vitalis Müsli Frühstück in den Tag oder erfreuten sich am Vitalis-Genuss „zwischendurch“.

Tiefkühlpizzen und -snacks

Vor über drei Jahrzehnten brachte Dr. Oetker die erste Tiefkühlpizza auf den Markt. Das beliebteste Convenience-Produkt unserer Zeit ist heute nicht mehr aus den Haushalten der Österreicher wegzudenken. Neben der Qualität zeichnet sich Dr. Oetker vor allem durch das vielfältige Angebot aus: Von Ristorante, Pietro Pizzi, „Die Ofenfrische“ und Traditionale bis hin zu Snacks wie Bistro Baguette ist für jeden Geschmack das Richtige dabei.

Dass Dr. Oetker Pizza Ristorante wie beim Italiener schmeckt, wird vom Verbraucher honoriert - denn Ristorante ist nicht nur in Österreich, sondern europaweit die beliebteste Tiefkühlpizza-Marke. Aber auch das nationale Pietro Pizzi Sortiment ist hierzulande aus der Tiefkühltruhe nicht mehr wegzudenken.

In Summe hält Dr. Oetker in Österreich einen Marktanteil von rund 46 Prozent bei Tiefkühlpizzen, alleine auf die Submarke „Ristorante“ entfallen davon knapp 29 Prozent. Somit stammt fast jede zweite im österreichischen Lebensmittelhandel verkaufte Tiefkühlpizza aus dem Hause Dr. Oetker.

Fertigdesserts

Frischen Wind bringt Dr. Oetker seit 2004 auch ins Kühlregal - denn der Bereich der Frischdesserts ist das jüngste Sortiment des Unternehmens. Neben Klassikern wie Grütze, Götterspeise und Wölkchen ist der "kühle" Kinderpudding von "Paula" das Steckenpferd im Puddingsegment. Bereits seit 2006 erobert der Pudding mit den lustigen Flecken, der jetzt auch im Miniformat erhältlich ist, die Herzen der österreichischen Kinder. Anfang 2012 wurde das wachsende Sortiment der Fertigdesserts dann um eine weitere vielversprechende Kreation erweitert. Der Schoko-Sahne-Pudding Marmorette verspricht vollen Genuss mit Sahne auf jedem Löffel.



Verlag

Ein Aushängeschild des Unternehmens und als Kundenbindungsinstrument nicht mehr wegzudenken ist der angeschlossene Verlag, in dem sämtliche Rezeptaktivitäten gebündelt sind. Hier erfolgt die Erstellung und Publikation von Backbüchern und Rezeptbroschüren, die ganz nach dem Gusto der Österreicher aufgelegt werden. Der Verlag hat sich zu einem wichtigen Standbein des Unternehmens entwickelt. Von 1980 bis 2009 wurden 41 Backbücher herausgegeben und rund 3,4 Mio. Bücher verkauft. 220.000 Backkalender und 100.000 Rezeptbroschüren unterstreichen die Kompetenz des Backspezialisten Dr. Oetker. Durchschnittlich besitzt somit jeder österreichische Haushalt ein Dr. Oetker Backbuch oder „Rezeptwerk“. Die große Nachfrage bezüglich der Werke aus dem Verlag sind Ausdruck für die Beliebtheit und Kompetenz der Marke Dr. Oetker.