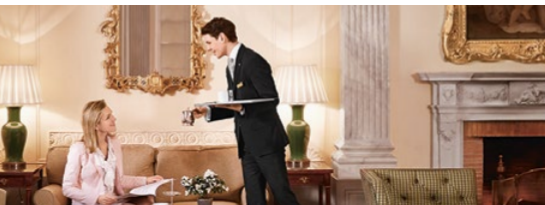


DR. AUGUST OETKER KG



GESCHÄFTSBERICHT
2014

28.354

Mitarbeiter

398

konsolidierte Unternehmen

10,9

Mrd. Euro Umsatz

124

Jahre Unternehmensgeschichte

Die Oetker-Gruppe

Im Profil

Mit rund 28.400 Beschäftigten und einem Umsatz von knapp 11 Milliarden Euro gehört die Oetker-Gruppe zu den großen europäischen Familienunternehmen. Eine breite Diversifikation in sechs Geschäftsfeldern kennzeichnet das international agierende Unternehmen, das nunmehr auf eine über 120-jährige Geschichte zurückblickt.

Die Oetker-Gruppe

Kennzahlen

	2012	2013	2014	%*
NETTOUMSATZ IN MIO. EURO	10.942	10.844	10.934	0,8
Nahrungsmittel	2.501	2.577	2.622	1,7
Bier und alkoholfreie Getränke	1.844	1.843	1.929	4,7
Sekt, Wein und Spirituosen	675	687	697	1,5
Schifffahrt	5.468	5.254	5.186	-1,3
Weitere Interessen	454	483	500	3,7
INVESTITIONEN IN MIO. EURO				
(ohne Erstkonsolidierungen)	531	777	667	-14,2
Nahrungsmittel	119	158	132	-16,6
Bier und alkoholfreie Getränke	97	105	121	15,1
Sekt, Wein und Spirituosen	18	12	16	25,4
Schifffahrt	247	450	348	-22,7
Weitere Interessen	50	52	50	-2,3
EIGENKAPITAL IN MIO. EURO	2.847	3.105	3.484	12,2
% der Bilanzsumme	37	40	41	
BILANZSUMME IN MIO. EURO	7.695	7.770	8.499	9,4
BESCHÄFTIGTE	26.406	26.907	28.354	5,4
Nahrungsmittel	11.752	12.272	12.790	4,2
Bier und alkoholfreie Getränke	5.725	5.689	5.757	1,2
Sekt, Wein und Spirituosen	2.040	2.028	2.007	-1,0
Schifffahrt	4.512	4.491	5.360	19,3
Weitere Interessen	2.377	2.427	2.440	0,5

* Prozentuale Veränderung 2013/2014. Die Prozentzahlen beziehen sich auf die exakten Beträge, nicht auf die gerundeten Summen.

Die Oetker-Gruppe

Geschäftsbereiche



Nahrungsmittel

Dr. Oetker ist das Dach für Markenartikelunternehmen der Sortimente Nahrungsmittel, TK-Pizza, Frische und Großverbraucher. Die Martin-Braun- sowie die FrischeParadies-Gruppe erweitern den Bereich.



Schifffahrt

Die Hamburg Süd-Gruppe verbindet mit ihrem Logistik-Netzwerk alle fünf Kontinente. Sie betreibt Containerschiffe, Bulker und Produktentanker. Vor Kurzem wurde das Container-Liniengeschäft von CCNI übernommen.



Bier und alkoholfreie Getränke

Die Radeberger Gruppe ist mit 14 Bierstandorten Deutschlands größte private Brauereigruppe. Zu ihr gehören auch das Premium-Mineralwasser Original Selters, der alkoholfreie Durstlöcher Bionade und der Erfrischungsstee Ti.



Weitere Interessen

Budenheim, Oetker Collection, Dr. Oetker Verlag, OEDIV Oetker Daten- und Informationsverarbeitung, Handelsgesellschaft Sparrenberg und Roland Transport sind im Bereich Weitere Interessen gebündelt.



Sekt, Wein und Spirituosen

Henkell & Co. steht nicht nur für Deutschlands meistexportierte Sektmarke, sondern ist ein führender Anbieter von Sekt, Wein und Spirituosen in Europa. Die Gruppe ist in 20 Ländern vertreten und exportiert in mehr als 100 Länder.



Bank

Das Bankhaus Lampe zählt mit 12 deutschen Niederlassungen, weiteren Standorten in Wien und London und einer Kooperation in New York zu den führenden Privatbanken in Deutschland.



Dr. Oetker

Vor mehr als 120 Jahren gründete Dr. August Oetker in Bielefeld ein kleines Unternehmen. Er verkaufte Gesundheitskakao, Tinkturen – und Backpulver. Heute stellen im Familienunternehmen Dr. Oetker 10.820 Mitarbeiter weltweit mehr als 3.500 Produkte her – noch immer Backpulver und viele weitere Backartikel, aber auch Backmischungen, Dekorartikel, Desserts und süße Mahlzeiten, gekühlte Desserts, Einmachprodukte, fertige Kuchen, Vitalis Müsli, Tiefkühlpizzen und -snacks, Verfeinerungsprodukte, ein abwechslungsreiches Angebot für Großverbraucher und vieles mehr.

FrischeParadies-Gruppe

Auf feinste Lebensmittel versteht sich die FrischeParadies-Gruppe. 560 Mitarbeiter arbeiten bei Deutschlands größtem Spezialmarkt, der mehr als 12.000 Delikatessen aus rund 70 Ländern anbietet. Neben dem Voll-

sortimentsangebot in den acht deutschen und zwei österreichischen Märkten werden die Delikatessen auch nach Dänemark, Polen, Tschechien, das Baltikum und Mallorca geliefert. Die Leckereien sind zudem über den Online-Shop für Privatkunden erhältlich.

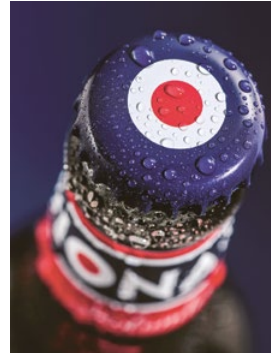
Martin Braun-Gruppe

Ein Vollsortiment an Convenienceprodukten wie süßen und herzhaften Backwaren, Brot und Brötchen, Desserts und Eis für Großverbraucher vertreibt die Martin Braun-Gruppe. Sie fasst mit Agrano, C. Siebrecht Söhne, Cresco, Capfruit, Delite, Martin Braun und Wolf ButterBack alle Unternehmen aus dem Bereich Großverbraucher Backen zusammen und beschäftigt an 13 Standorten mehr als 1.400 Mitarbeiter. Mit ihren Produkten ist die Gruppe in rund 70 Ländern weltweit vertreten.



Bier und alkoholfreie Getränke

Ob traditionell oder innovativ: Die Radeberger Gruppe bietet Biere und alkoholfreie Getränke aller Art. 14 Bier-Standorte, eine Mineralquelle in Selters an der Lahn, die Marke Bionade aus Ostheim vor der Rhön und Ti, der alternative Erfrischungstee, präsentieren die große Getränkevielfalt bei Deutschlands größter privat geführter Brauereigruppe. Sie bildet den Geschäftsbereich Bier und alkoholfreie Getränke. 5.757 Mitarbeiter erwirtschafteten im Geschäftsjahr 2014 einen Umsatz von 1.929 Millionen Euro.



Biere

Die Radeberger Gruppe repräsentiert mit ihrem umfassenden Produktportfolio die Vielseitigkeit des deutschen Biermarkts: Die Gruppe bietet mit den nationalen Premiummarken Radeberger Pilsner, Jever Pilsener und Schöfferhofer Weizen absatz- und umsatzstarke Biere der Spitzenklasse. Nationale Spezialitäten wie zum Beispiel die Marke Clausthaler, das Alkoholfreie unter den Bieren, runden dieses Segment ab.

Im deutschen Biermarkt erfreuen sich auch regionale Biermarken getreu dem alten Brauer-Motto „Bier braucht Heimat“ einer wachsenden Beliebtheit. Die Radeberger Gruppe kann als führende deutsche Brauereigruppe gerade in diesem Bereich ihre breitgefächerte Kompetenz mit einer Vielzahl an traditionsreichen Biermarken unter Beweis stellen. Allgäuer Büble Bier, Berliner Kindl und Berliner Pilsner, Brinkhoff's No. 1, Dortmunder Kronen, Sion Kölsch, Ur-Krostitzer, Freiberger, Stuttgarter Hofbräu und Tucher, um nur einige der Marken zu nennen, bieten ein großes Angebot regionaler Premiummarken für Bierkenner und Biergenießer.

Darüber hinaus sind die Marken der Radeberger Gruppe mit unterschiedlichen Varianten auch im Markt für alkoholfreie Biere vertreten.

Internationale Importmarken wie Guinness, Kilkenny oder Estrella Damm runden das Portfolio ab. Auf der anderen Seite beweist das wachsende Exportgeschäft, dass die Marken der Radeberger Gruppe als Botschafter der deutschen Braukunst auch international große Beachtung finden.

Alkoholfreie Getränke

Mit Mineralwasser der Marke Original Selters, biologischen Getränken der Marke Bionade und dem Erfrischungsstee Ti, der aus Tee von hervorragender Bioqualität hergestellt wird, ist die Vielfalt der Radeberger Gruppe auch im Bereich der alkoholfreien Getränke groß. Zudem kooperiert die Radeberger Gruppe seit Beginn des Jahres 2015 mit PepsiCo Deutschland und produziert sowie vertreibt in ausgewählten Regionen die Marken Pepsi, Mirinda, 7Up und Schwip Schwap.



Sekt, Wein und Spirituosen

Henkell – dieser Name steht für die meistexportierte Sektmarke Deutschlands. Und er steht für die Henkell & Co.-Gruppe, deren traditionsreiche Unternehmen mit 2.007 Beschäftigten den Geschäftsbereich Sekt, Wein und Spirituosen bilden. Sie erzielten im Geschäftsjahr 2014 einen Umsatz von 697 Millionen Euro. Die Gruppe, die ihren Hauptsitz im historischen Stammhaus in Wiesbaden hat, ist in 20 Ländern mit eigenen Unternehmen vertreten und exportiert weltweit in mehr als 100 Staaten.



Sekt

Die Henkell & Co.-Gruppe bietet alle relevanten Schaumweingattungen aus eigener Produktion. So umfasst das Portfolio neben namhaften deutschen Sektmarken wie Henkell, Fürst von Metternich, Deinhard, Kupferberg Gold und Söhnlein Brillant eigenen Champagner und Crémant aus Frankreich, Prosecco aus Italien, Cava aus Spanien und Krimsekt aus der Ukraine. Hinzu kommen seit Jahrzehnten etablierte Sektmarken aus Ungarn, Tschechien, Polen, Rumänien und der Slowakei. Henkell & Co. ist die Nummer eins für Sekt in Österreich, Schweden, Ungarn, Estland, Tschechien, der Slowakei und Kanada sowie für alkoholfreien Sekt in Frankreich und für Prosecco in den USA.

Wein

Neben zahlreichen Schaumweinen komplettiert eine namhafte Sammlung nationaler wie

internationaler Weine das Angebot der Gruppe: Die beiden deutschen Weingüter Fürst von Metternich-Winneburg'sche Domäne Schloss Johannisberg und G. H. von Mumm'sches Weingut blicken auf mehrere Jahrhunderte Erfahrung in der Herstellung bester Weine zurück und produzieren weltbekannte Rieslingweine. International setzen die BB-, Vínó Mikulov- und Habánské Sklepy- sowie I heart-Weine der Gruppe wichtige Akzente.

Spirituosen

Auch im Spirituosensegment ist Henkell & Co. Marktführer – für Wodka in Deutschland, für Gin in Polen und für Weinbrand in der Slowakei. Im Portfolio sind die Marken Wodka Gorbatschow, Kuemmerling, Fürst Bismarck, Jacobi 1880, Scharlachberg, Pott-Rum, Batida de Côco, Mangaroca Cachaça und Cardenal Mendoza vertreten.



Schiffahrt

Die Hamburg Süd-Gruppe ist mit mehr als 250 Büros an wichtigen internationalen Standorten auf allen Kontinenten vertreten. Sie zählt mit mehr als 160 Schiffen, davon 46 gruppeneigenen, zu den zwölf größten Containerreedereien der Welt und zu den führenden Anbietern in den Nord-Süd-Verkehren. Sie erzielte im Geschäftsjahr 2014 mit 5.360 Mitarbeitern einen Umsatz von 5.186 Millionen Euro. Ihr Kerngeschäft ist die Container-Linienschiffahrt inklusive aller vor- und nachgelagerten Logistikdienstleistungen mit der Hamburg Süd als deutschem Carrier und der Aliança als brasilianischer Reederei.

➤ hamburgsud.com



Linienschifffahrt

Die Reederei Hamburg Süd verfügt über ein Netzwerk von zirka 45 Liniendiensten, in denen gut 110 Containerschiffe sowie ein Pool von mehr als 450.000 Containern eingesetzt werden. Um eine hohe logistische Qualität und optimale Transportbedingungen zu gewährleisten, sind die meisten Containerschiffe für die Besonderheiten der jeweiligen Fahrtgebiete ausgelegt worden. Neben 20- und 40-Fuß-Standard-Boxen kommen Spezial-Container zum Einsatz, die den unterschiedlichen Anforderungen von bestimmten Rohstoffen, Halb- und Fertigfabrikaten, Industriegütern, aber auch von Naturprodukten Rechnung tragen. Das gilt insbesondere im Reefer-Segment, wo Kühlcontainer-Technologien die Qualität und Lebensdauer von Früchten, Gemüse, Fleisch, Geflügel oder Fisch bewahren oder sogar verbessern.

Trampschifffahrt

Im Gegensatz zur Linienschifffahrt gibt es bei den Trampaktivitäten keine festen Fahrpläne und Routen. Hier ist die Gruppe in der Massengut- und Produktentankerfahrt mit mehr als 50 Schiffen unter den Namen Rudolf A. Oetker (RAO), Furness Withy

Chartering und Aliança Bulk (Aliabulk) auf den Weltmeeren präsent. Wann welches Schiff wo beladen wird und wohin es fährt, hängt vom Kunden und von seiner Ladung ab. Bulkschiffe befördern Schüttgüter, wie Düngemittel, Getreide oder Kohle. Außerdem gehören Produktentanker zum Leistungsportfolio der Gruppe, die flüssige Massengüter wie Dieselöl und Flugbenzin, aber auch Melasse, pflanzliche Öle und leichte Chemikalien transportieren.

Weitere Dienstleistungen

Die Columbus Shipmanagement GmbH (CSG) ist mit dem technischen Management der gruppeneigenen Linienschiffe sowie der Betreuung des Seepersonals befasst. Sie betreut außerdem Schiffsneubauten, die vor allem in Asien entstehen. Die Schifffahrtsgruppe ist an einem Terminal in Brasilien beteiligt und betreibt, vor allem in Südamerika, eigene Container-Depots und Transportunternehmen. Die Hamburg Süd Reiseagentur, ein Spezialdienstleister für Geschäftsreisen, Kreuzfahrten und andere touristische Produkte, rundet das Leistungsspektrum im Geschäftsbereich Schifffahrt ab.



Weitere Interessen

Der Geschäftsbereich Weitere Interessen umfasst mit seinen Unternehmen die chemische Industrie, das Verlagswesen, die Luxus-Hotellerie, die Informationstechnologie sowie die Logistik und verfügt somit über ein vielfältiges Produkt- und Leistungsportfolio. Die 2.440 Mitarbeiter dieses Bereiches erzielten im Geschäftsjahr 2014 einen Umsatz von 500 Millionen Euro.

➤ budenheim.com
oetker-verlag.de
oetkercollection.com
oediv.de
roland-transport.de



Budenheim

Das Traditionsunternehmen Budenheim hat seinen Ursprung in der gleichnamigen Gemeinde in Rheinhessen. Es hat sich auf den Weltmärkten zu einem international führenden Hersteller für hochwertige Phosphate und Spezialchemie entwickelt. 940 Mitarbeiter produzieren mehr als 1.000 Produkte für rund 6.000 Kunden in über 100 Ländern – für technische Spezialanwendungen, Lebensmittel und Pharma-Produkte.

Dr. Oetker Verlag

Firmengründer Dr. August Oetker machte es vor. Er bedruckte die Rückseite seiner Produkte mit Rezepten. 1911 erschien die erste Rezeptsammlung in Buchform – das legendäre „Dr. Oetker Schulkochbuch“. 1950 wurde dann für die beliebten Bücher der Dr. Oetker Verlag gegründet, der heute mit seinem vielfältigen gedruckten und digitalen Angebot der bekannteste deutsche Kochbuchverlag ist.

Handelsgesellschaft Sparrenberg

Marktkompetenz, Services, Tools – die Handelsgesellschaft Sparrenberg unterstützt die Oetker-Gruppe sowie ausgewählte externe Unternehmen im strategischen Einkauf mit Informations- und Beratungsdienstleistungen im Bereich Beschaffungsmarktforschung, Warengruppenanalyse, Ausschreibungsmanagement und Koordination/ Bündelung.

OEDIV Oetker Daten- und Informationsverarbeitung

Die OEDIV Oetker Daten- und Informationsverarbeitung betreibt nicht nur die konzern eigenen Rechenzentren, sondern auch IT-Systeme für externe Unternehmen. Schwerpunkte sind die Anwendungen von SAP und Microsoft sowie damit einhergehende Lösungen zur Abbildung ganzheitlicher Prozessketten.

Oetker Collection

Einzigartige Eleganz und ausgeprägte Gastfreundschaft – dafür stehen die „Masterpiece Hotels“ der Oetker Collection. Vier dieser Meisterstücke – das Brenners Park-Hotel & Spa, das Hôtel Le Bristol, das Château Saint-Martin & Spa und das Hôtel du Cap-Eden-Roc – gehören der Gruppe. Fünf weitere Grand Hotels ergänzen die Collection. Deren Management ist der Oetker Hotel Management Company (OHMC) anvertraut.

Roland Transport

Roland Transport ist ein serviceorientierter Partner für Logistikdienstleistungen. Das Speditionsunternehmen sorgt etwa durch Audits und Prozessoptimierung für effizienter gestaltete Dienstleistungen im Gesamtpaket.



Bank

Das Bankhaus Lampe gehört in Deutschland zu den führenden Privatbanken und steht für Qualität. Zum ausgewählten Kundenkreis zählen vermögende Privatkunden, Unternehmen und institutionelle Kunden. Die gleichnamige Gruppe bildet mit 654 Mitarbeitern den Geschäftsbereich Bank. Dazu gehören neben dem Bankhaus Lampe mit zwölf Niederlassungen und weiteren Standorten in London, New York und Wien auch mehrere Tochtergesellschaften und Beteiligungen.

➤ bankhaus-lampe.de



Bankhaus Lampe

1852 gründete Hermann Lampe das Bankhaus im ostwestfälischen Minden. Heute befindet sich der Stammsitz in Bielefeld. Weitere Niederlassungen gibt es in Berlin, Bonn, Bremen, Dresden, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, München, Münster, Osnabrück und Stuttgart.

Wie bereits in seinen Gründungsjahren finanziert das Bankhaus Lampe auch heute noch Unternehmer sowie Unternehmen und berät sie in eigen- und fremdkapitalorientierten Fragen. Daneben ist es spezialisiert auf die Vermögensberatung und -verwaltung für vermögende Privatkunden sowie auf das Investmentgeschäft und Asset Management für institutionelle Kunden.

Als Bank von Unternehmern für Unternehmer tritt das Traditionshaus mit vollständiger Unabhängigkeit und Kontinuität im Markt auf und bietet damit ideale Voraussetzungen für langfristige und vertrauensvolle Geschäftsbeziehungen.

„Besonderes leisten“ lautet der Anspruch, dem das Haus und seine Mitarbeiter sich stets verpflichtet fühlen. Mit einer Balance aus Exklusivität, persönlicher Beratung und modernen Prozessen stellt sich das Bankhaus Lampe dem Wettbewerb der Großbanken und bietet für den Bereich der Privatbanken ein zukunftsweisendes Modell.

Die Oetker-Gruppe

Historie

1891

Der Apotheker Dr. August Oetker legt mit der Entwicklung des Backpulvers Backin den Grundstein für das Unternehmen Dr. Oetker.



1923

Kauf von Budenheim.



1941

Erwerb der Aktienmehrheit von Brenners Park-Hotel & Spa.



1949

Übernahme des 1852 in Minden gegründeten Bankhaus Lampe und Verlegung des Firmensitzes nach Bielefeld.



1936

Beteiligung an der Reederei Hamburg Süd.



1944

Gründerenkel Rudolf-August Oetker (1916–2007) übernimmt die Leitung des Familienbetriebs und erschließt kontinuierlich neue Geschäftsbereiche.



1950

Gründung des Dr. Oetker Verlags.

1958

Übernahme der Söhnlein
Rheingold Sektkellerei.
Durch die spätere Fusion
mit Henkell & Co.
bildete sich die heute
international tätige
Henkell & Co.-Gruppe.



1969

Kauf des
**Hôtel du Cap-
Eden-Roc**
(Frankreich).



1981

August Oetker wird
persönlich haftender
Gesellschafter der
Dr. August Oetker KG.



1994

Kauf des Hotels
**Château St.-Martin &
Spa** (Frankreich).



1952

Kauf der **Binding-Brauerei AG**
in Frankfurt am Main, die
Metropole ist heute Stamm-
sitz der Radeberger Gruppe.



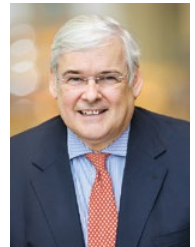
1978

Kauf des Hotels
Le Bristol Paris.



1990

Übernahme des Un-
ternehmens Martin
Braun, aus dem sich
später die heutige
Martin Braun-Gruppe
entwickelte.

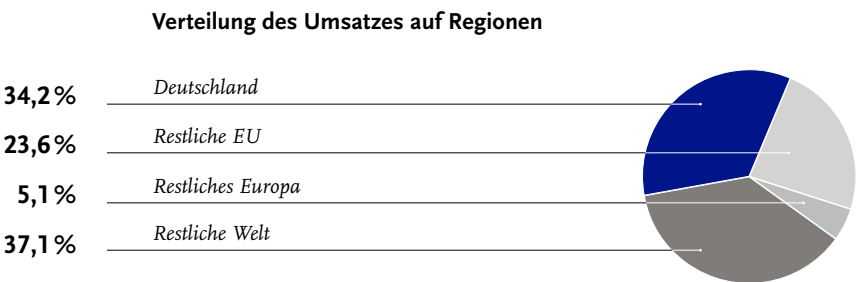
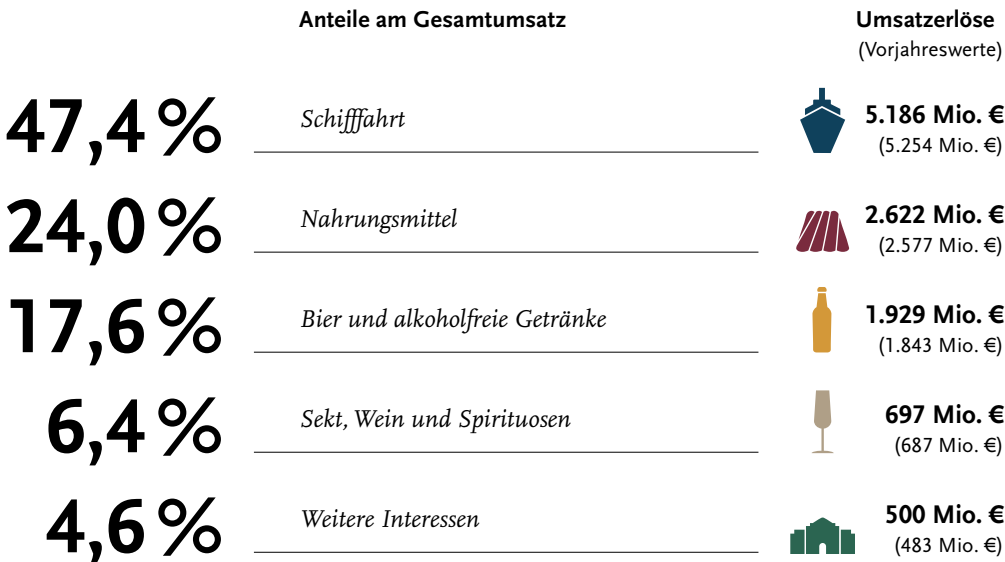


2010

Richard Oetker wird
persönlich haftender
Gesellschafter der
Dr. August Oetker KG
und übernimmt
den Vorsitz der Ge-
schäftsführung
der Dr. Oetker GmbH.

Die Oetker-Gruppe

Im Überblick



„Wir denken langfristig. Wir denken in Generationen, nicht in Quartalen. Wir wollen nicht die Schnellsten sein, wohl aber stets zu den Besten zählen. Unsere Unternehmenswerte sind elementare Bestandteile einer auf Langfristigkeit ausgerichteten Strategie. Herausforderungen nehmen wir kreativ, aber besonnen an und so gehen wir auch beherzt in die Zukunft.“

Richard Oetker

Sehr geehrte Damen und Herren,

„Nichts ist so beständig wie der Wandel“, stellte bereits vor gut 2.500 Jahren der griechische Philosoph Heraklit fest. In diesem scheinbaren Paradoxon von Bewegung und Stillstand steckt in der Tat viel Wahrheit, und auch für unser seit über 120 Jahren erfolgreich arbeitendes Unternehmen hat der zitierte Satz selbstverständlich seine Geltung. Denn auch wir sind umgeben von global wirksamen Megatrends, die uns, egal in welcher Branche oder in welchem Land, direkt beeinflussen.

Technologische Entwicklungen wie die zunehmende Digitalisierung fördern die weitere Individualisierung. Gesellschaftliche Trends wie die demografische Entwicklung verändern langfristig die Schwerpunkte des Weltgeschehens, die Tendenz zur weiteren Urbanisierung lässt bestehende Metropolen weiter wachsen oder formt ganz neue Zentren gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Kraft. Und letztendlich wird die Globalisierung weiter zunehmen, werden künftig andere Nationen als die heutigen eine führende Rolle in der Weltwirtschaft einnehmen. Die Oetker-Gruppe versteht sich daher nicht als statisches, unveränderbares Unternehmen, sondern wird die Herausforderungen der Zukunft ebenso pragmatisch wie dynamisch annehmen. Dabei gilt für uns der alte Grundsatz, dass wir allem Tun und Handeln den Gedanken der nachhaltigen Unternehmensentwicklung zugrunde legen.

Ich danke allen Kunden und Geschäftspartnern unserer Gruppenunternehmen für die gute Zusammenarbeit im Berichtsjahr. Vor allem aber danke ich allen unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die mit ihrem Engagement an ihrem Arbeitsplatz und in unseren Gremien zum Wachstum unserer Unternehmen beigetragen haben. Vor dem Hintergrund eines seit Jahrzehnten



gelebten Verständnisses von gesellschaftlichen Werten und Normen haben wir unter Beweis gestellt, dass unsere von Bodenständigkeit, Erfahrung und Innovationskraft geprägte Unternehmenskultur auch unter wirtschaftlich schwierigen und sich rasch verändernden globalen Rahmenbedingungen Garant für unseren nachhaltigen Erfolg ist. Dies im permanenten Wandel zu erhalten, wird auch in Zukunft unsere vornehmste Aufgabe sein.

Mit freundlichen Grüßen

Richard Oetker



Wir leben Werte und schaffen



Vertrauen – mit Tradition



und Erfahrung. Wir beweisen



Innovationskraft und setzen



neue Trends. Wir arbeiten stets mit vollem



Engagement. Dabei ist



unsere *Internationalität*



unser Vorteil, denn sie sichert weltweit Marktnähe.



Die *Vielfalt* unserer



Produkte und Leistungen kennzeichnet uns ebenso

wie deren

Qualität.



Seit mehr als 120 Jahren – und in Zukunft.

Inhalt

01 *Lagebericht*

Die Oetker-Gruppe	Führungsstruktur	18–19
	Gruppenleitung	20–21
	Überblick	22
	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	23–25
	Geschäftsverlauf und Lage	26–27
	Standorte	28–29
Die Geschäftsbereiche	Nahrungsmittel	30–37
	Bier und alkoholfreie Getränke	38–42
	Sekt, Wein und Spirituosen	43–47
	Schifffahrt	48–52
	Weitere Interessen	53–59
	Bank	60–61
Vermögens- und Finanzlage		62–64
Leistungsindikatoren	Finanzielle und nichtfinanzielle	
	Leistungsindikatoren	65
	Personal	66–70
	Umweltschutz	71–73
Prognosebericht		74
Risiko- und Chancenbericht		75–77

02 *Konzernabschluss*

Konzernbilanz	80–81
Konzernanlagenspiegel	82–83
Konzernanhang	84–91
Impressum	92

Lagebericht

01

Die Oetker-Gruppe

Führungsstruktur

Die Oetker-Gruppe ist eines der großen deutschen Familienunternehmen. Die Inhaberfamilie übt einen wesentlichen Einfluss auf die Strategie und die Unternehmenspolitik der Gruppe aus. Sie hat den Grundsatz ihres unternehmerischen Engagements mit den folgenden Worten festgelegt: „Die Interessen des Unternehmens haben Vorrang vor denen der Inhaberfamilie.“ Diese Festlegung ist die Basis für eine kontinuierliche Entwicklung des Unternehmens, da sie die Oetker-Gruppe in die Lage versetzt, eine nachhaltig gesunde Rentabilität mit einer hohen Thesaurierungsquote zu verbinden.

Die Führungsstruktur stellt sicher, dass marktnahe, an den Notwendigkeiten der jeweiligen Branchen orientierte Entscheidungen dezentral getroffen und Ressourcen gleichzeitig zentral gebündelt werden.

Die Führungsebene besteht aus der Gesellschafterversammlung, dem Beirat, der Gruppenleitung und den Geschäftsführungen der einzelnen Unternehmen.

Der Beirat der Dr. August Oetker KG, der nach dem Gesellschaftsvertrag aus Gesellschaftern und einer Mehrheit von nicht zu den Gesellschafterfamilien gehörenden Personen besteht, hat sich im Geschäftsjahr 2014 in einer Position verändert: Herr Prof. Dr. Ulrich Lehner, Mitglied des Gesellschafterausschusses der Henkel AG & Co. KGaA, ist aus dem Beirat ausgeschieden. Für ihn wurde Herr Hans-Otto Schrader, Vorsitzender des Vorstands der Otto Group, in den Beirat gewählt.

Beiratsmitglieder sind nunmehr aufseiten der Gesellschafter die Herren Dr. h. c. August Oetker (Vorsitzender), Dr. Alfred Oetker und Rudolf Louis Schweizer. Externe Mitglieder sind die Herren Dr. Christoph v. Grolman, Dr. Andreas Jacobs, Hans-Otto Schrader und Carsten Spohr.

Eine weitere Veränderung ergab sich zu Beginn des neuen Geschäftsjahres: Am 28. Januar 2015 wurde Herr Dr. Alfred Oetker zum Stellvertreter des Beiratsvorsitzenden Dr. h. c. August Oetker gewählt.

Gesellschafter

Beirat

Dr. h. c. August Oetker

Vorsitzender des Beirats und Gesellschafter der Dr. August Oetker KG.

Prof. Dr. Ulrich Lehner

Stellvertretender Vorsitzender des Beirats der Dr. August Oetker KG, Mitglied des Gesellschafterausschusses der Henkel AG & Co. KGaA (Beiratsmitglied bis 15. Mai 2014).

Dr. Christoph v. Grolman

Managing Director TBG Ltd (Chief Executive Officer der TBG AG seit 1. Januar 2015).

Dr. Andreas Jacobs

Präsident des Verwaltungsrats der Jacobs Holding AG und der Barry Callebaut AG.

Dr. Alfred Oetker

Gesellschafter der Dr. August Oetker KG (Stellvertreter des Beiratsvorsitzenden Dr. h. c. August Oetker seit 28. Januar 2015).

Hans-Otto Schrader

Vorsitzender des Vorstands der Otto Group (Beiratsmitglied seit 16. Mai 2014).

Rudolf Louis Schweizer

Gesellschafter der Dr. August Oetker KG.

Carsten Spohr

Vorsitzender des Vorstands der Deutschen Lufthansa AG.

Gruppenleitung

Richard Oetker

Persönlich haftender Gesellschafter der Dr. August Oetker KG und Vorsitzender der Geschäftsführung der Dr. Oetker GmbH.

Dr. Albert Christmann

Persönlich haftender Gesellschafter der Dr. August Oetker KG und Leiter der Bereiche Weitere Interessen, Bank, Finanzen, Controlling, Recht und Steuern.

Dr. Ottmar Gast

Persönlich haftender Gesellschafter der Dr. August Oetker KG und Sprecher der Geschäftsführung der Hamburg Südamerikanische Dampfschiffahrts-Gesellschaft KG (Hamburg Süd).

Dr. Niels Lorenz

Sprecher der Geschäftsführung der Radeberger Gruppe KG.

Geschäftsführungen der Gruppenunternehmen

Gruppenleitung



Die Mitglieder der Gruppenleitung (v.l.n.r.): Dr. Albert Christmann (Weitere Interessen, Bank, Finanzen, Controlling, Recht und Steuern), Dr. Ottmar Gast (Schifffahrt), Richard Oetker (Nahrungsmittel; Sekt, Wein und Spirituosen), Dr. Niels Lorenz (Bier und alkoholfreie Getränke).



Überblick

Die Unternehmen der Oetker-Gruppe sind in unterschiedlichen Geschäftsbereichen weltweit tätig. Unter dem gemeinsamen Dach und aufbauend auf den strategischen Potenzialen und Kernkompetenzen der Oetker-Gruppe werden die Geschäftsbereiche eigenständig entwickelt und ausgebaut. Die Dr. August Oetker KG als Führungsholding steuert diesen Prozess zentral durch gewachsene Strukturen, den Führungsrahmen mit klaren Kompetenzen, die Koordination von Finanzen und Personal und über zentrale Serviceabteilungen. Gruppenübergreifende Normen und Werte bilden den kulturellen Rahmen für eine effektive, auf hoher unternehmerischer Kontinuität aufbauende Zusammenarbeit.

Die Oetker-Gruppe ist ein Unternehmensverbund, der sich zu den Eckpfeilern Diversifikation und Risikoausgleich bekennt und der innerhalb der einzelnen Geschäftsbereiche die Fokussierung auf die Kernkompetenzen forciert. Sie besteht aus fünf konsolidierten Geschäftsbereichen: Nahrungsmittel; Bier und alkoholfreie Getränke; Sekt, Wein und Spirituosen; Schifffahrt; Weitere Interessen.

Im Konzernabschluss 2014 werden insgesamt 398 Firmen (Vorjahr 392 Firmen) nach den Regeln der Vollkonsolidierung erfasst, von denen 234 ihren Sitz im Inland (Vorjahr 232) und 164 im Ausland (Vorjahr 160) haben. Der Geschäftsbereich Bank ist at equity in den Konzernabschluss einbezogen.

Die Oetker-Gruppe ist in mehr als 50 Ländern mit Gesellschaften vertreten und unterhält ein umfassendes Netzwerk aus Produktions-, Vertriebs- und Serviceeinheiten auf allen Kontinenten. Weltweit gibt es mehr als 250 Standorte.

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die Weltwirtschaft ist im Jahr 2014 um insgesamt 3,6 % gewachsen. Nachdem die globale Industrieproduktion im ersten Halbjahr verhalten zugenommen hatte, legte sie im zweiten Halbjahr kräftiger zu, wenn auch mit einer verlangsamten Dynamik im vierten Quartal. Auch der Welthandel zeigte eine ähnliche Entwicklung.

Die wirtschaftliche Entwicklung in der Europäischen Union ist im Berichtsjahr trotz der negativen Auswirkungen durch die Ukraine-Krise zwar moderat gewachsen, zeigt jedoch ein heterogenes Bild. Während Großbritannien robuste Zuwachsraten verzeichnete, entwickelte sich unter den großen Ländern der Eurozone neben Deutschland nur Spanien positiv. Frankreichs Wirtschaft stagnierte und Italien verblieb in der Rezession. Die osteuropäischen EU-Länder wiesen dagegen insgesamt ein solides Wachstum aus. Das Bruttoinlandsprodukt Deutschlands wuchs im Jahresdurchschnitt um 1,5 % und hat sich damit als stabil erwiesen, es lag damit über dem Durchschnitt der letzten zehn Jahre von 1,2 %. Die deutsche Wirtschaft profitierte gemäß Statistischem Bundesamt insbesondere von einer starken Binnennachfrage.

In Nordamerika konnte die wirtschaftliche Erholung fortgesetzt werden, während das Wachstum in Südamerika deutlich unter dem des Vorjahres lag. Insbesondere in Brasilien hat sich die konjunkturelle Lage gegenüber dem Vorjahr massiv verschlechtert. Getrieben durch China verzeichnete die Region Asien (ohne Japan) ein robustes Wirtschaftswachstum. Auch die Region Afrika/Nahost lag über Vorjahresniveau, während Japan stagnierte.

Der massive Rückgang des Ölpreises, der sich von einem Niveau von ca. 100 US-Dollar je Barrel der Sorte Brent ausgehend von Mitte des Jahres 2014 bis zum Jahresende 2014 nahezu halbiert hat, trug zu der konjunkturellen Anregung der Öl importierenden Länder bei und sorgte für einen positiven Impuls für die Weltwirtschaft.

Die weltweite Geldpolitik war weiterhin sehr expansiv in den fortgeschrittenen Volkswirtschaften, begann in 2014 aber sich zu differenzieren, je nach konjunktureller Situation. Während die USA das Programm zum Aufkauf zusätzlicher Anleihen im Herbst 2014 beendeten und den Markt auf eventuell steigende Zinssätze ab Mitte des Jahres 2015 vorbereiteten, beschloss die EZB, das extrem niedrige Leitzinsniveau erneut zu senken und darüber hinaus ab 2015 in großem Umfang Wertpapiere aufzukaufen.

Die Inflationsrate und die Dynamik der privaten Nachfrage im Euroraum blieben verhalten, während sie in Nordamerika leicht und in den Wachstumsmärkten deutlicher gestiegen sind.

Das internationale Geschäft der Oetker-Gruppe wird vom Wechselkurs des Euro zu zahlreichen Währungen beeinflusst. Von besonderer Bedeutung ist der US-Dollar, dessen Entwicklung im Jahresverlauf nicht eindeutig war: Zu Jahresbeginn blieb der Euro kontinuierlich hoch und notierte zeitweise bei 1,39 US-Dollar, während er in der zweiten Jahreshälfte kontinuierlich schwächer tendierte, bevor er zum Jahresende knapp über 1,21 US-Dollar schloss und damit einen Wertverlust von 12,0 % im Vergleich zum Vorjahresendwert verzeichnete.

Die Entwicklung der für die Oetker-Gruppe wichtigen Währungen gegenüber dem Euro stellt nachfolgende Tabelle dar:

STICHTAGS- UND DURCHSCHNITTSKURSE GEGENÜBER DEM EURO	Stichtag 31.12.2013	Stichtag 31.12.2014	Durchschnitt 2013	Durchschnitt 2014
Australischer Dollar	1,5423	1,4829	1,3936	1,4723
Brasilianischer Real	3,2576	3,2207	2,8937	3,1093
Britisches Pfund	0,8337	0,7789	0,8501	0,8031
Kanadischer Dollar	1,4671	1,4063	1,3771	1,4636
Türkische Lira	2,9605	2,8320	2,5675	2,8942
US-Dollar	1,3791	1,2141	1,3308	1,3211

Geschäftsbereichsbezogene Rahmenbedingungen

Nahrungsmittel; Bier und alkoholfreie Getränke; Sekt, Wein und Spirituosen

Die Märkte für FMCG (fast-moving consumer goods) und insbesondere die Food-Märkte zeigten in Europa im Jahr 2014 nur eine geringe Wachstumsdynamik. Die noch immer von allgemeiner Verunsicherung und Konsumzurückhaltung geprägte globale Wirtschaftslage, politische Risiken in Osteuropa und dem Nahen Osten sowie die Folgen der Wirtschaftssanktionen gegen Russland führten u. a. zu Schwankungen an den Devisenmärkten, sinkenden Rohölpreisen und einer von Entspannung geprägten Situation an den Rohwarenmärkten. Der deutsche Getränke- und Biermarkt wuchs – erstmals seit Jahren – auch ganzjährig wieder (+1 % gegenüber Vorjahr).

Schifffahrt

Im abgelaufenen Jahr erreichten die Ablieferungen von Containerschiffsneubauten einen historischen Höchststand. Die weltweite Stellplatzkapazität beträgt nunmehr 18,4 Mio. TEU. Da der Kapazitätswachstum (rund 6 %) das globale Ladungswachstum (etwa 5 %) erneut übertraf, stieg die Überkapazität weiter an. Davon waren die Südamerika-Verkehre besonders stark betroffen. Mittlere Containerschiffe mit einer Kapazität von bis zu 10.000 TEU werden in den großen Ost-West-Verkehren zunehmend durch Großschiffe mit einer Kapazität von bis zu 20.000 TEU verdrängt und

nun in den Südamerika-Verkehren eingesetzt, die zudem in den letzten zwei Jahren infolge der schlechten Wirtschaftsentwicklung Brasiliens, Argentiniens und Venezuelas ein besonders schwaches Ladungswachstum aufwiesen. Der Erlösdruck hielt an und war – den Rahmenbedingungen folgend – in den Nord-Süd-Verkehren deutlich höher als in den Ost-West-Verkehren.

Im ersten Halbjahr belasteten ein hoher Bunkerpreis und ein gegenüber dem Euro relativ schwacher US-Dollar die Ergebnisse. Im Verlauf des zweiten Halbjahres verkehrten sich beide Trends ins Gegenteil.

Die Massengutschifffahrt litt ebenfalls unter erheblichen Überkapazitäten. Charrerraten und Auffahrwerte erreichten in einigen Schiffsklassen historische Tiefststände.

Chemie

Die Chemie in Deutschland litt unter dem globalen Umfeld, das sich im Jahresverlauf verschlechterte. Die Entlastung bei den Rohstoffkosten wirkte sich aufgrund der Aufwertung wichtiger Währungen in Euro gerechnet nur abgeschwächt aus.

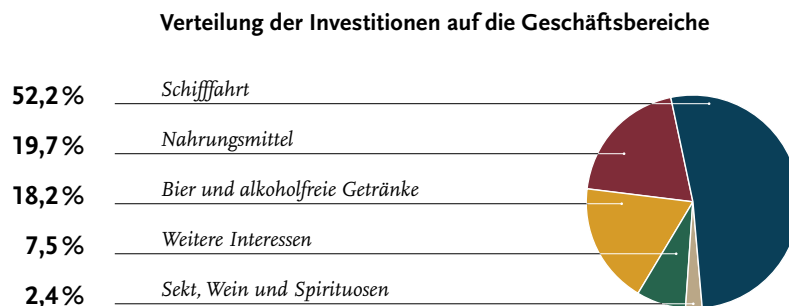
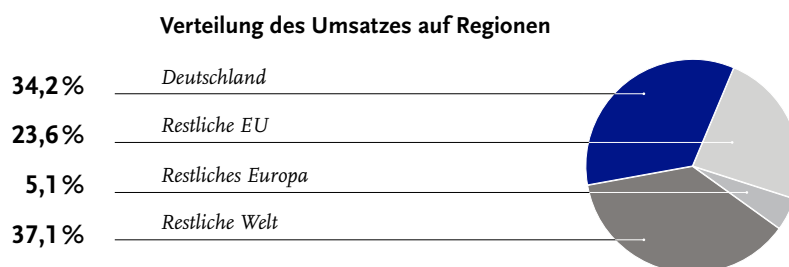
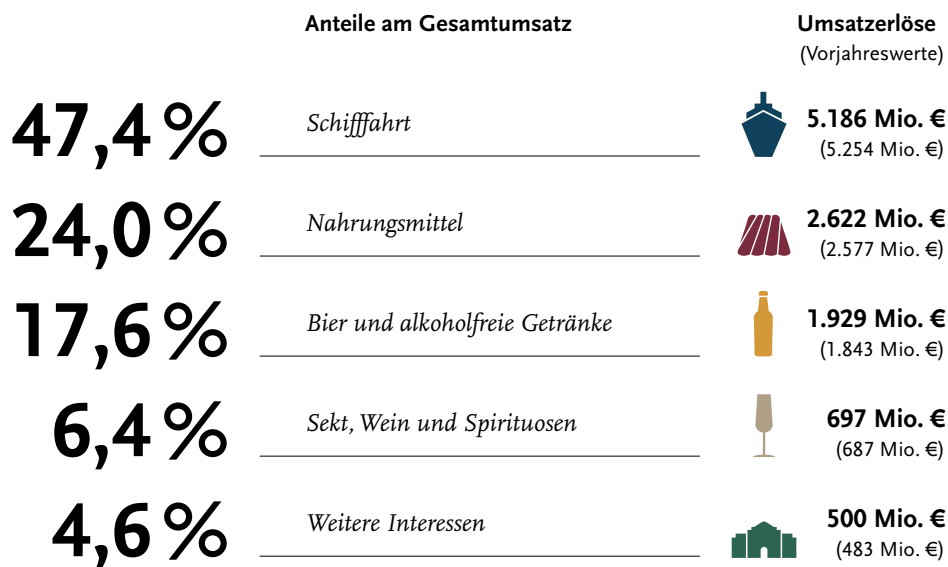
Geschäftsverlauf und Lage

	2012	2013	2014	%*
NETTOUMSATZ IN MIO. €	10.942	10.844	10.934	0,8
Nahrungsmittel	2.501	2.577	2.622	1,7
Bier und alkoholfreie Getränke	1.844	1.843	1.929	4,7
Sekt, Wein und Spirituosen	675	687	697	1,5
Schifffahrt	5.468	5.254	5.186	-1,3
Weitere Interessen	454	483	500	3,7
INVESTITIONEN IN MIO. € (ohne Erstkonsolidierungen)	531	777	667	-14,2
Nahrungsmittel	119	158	132	-16,6
Bier und alkoholfreie Getränke	97	105	121	15,1
Sekt, Wein und Spirituosen	18	12	16	25,4
Schifffahrt	247	450	348	-22,7
Weitere Interessen	50	52	50	-2,3
EIGENKAPITAL IN MIO. €	2.847	3.105	3.484	12,2
% der Bilanzsumme	37	40	41	
BILANZSUMME IN MIO. €	7.695	7.770	8.499	9,4
BESCHÄFTIGTE	26.406	26.907	28.354	5,4
Nahrungsmittel	11.752	12.272	12.790	4,2
Bier und alkoholfreie Getränke	5.725	5.689	5.757	1,2
Sekt, Wein und Spirituosen	2.040	2.028	2.007	-1,0
Schifffahrt	4.512	4.491	5.360	19,3
Weitere Interessen	2.377	2.427	2.440	0,5

* Prozentuale Veränderung 2013/2014. Die Prozentzahlen beziehen sich auf die exakten Beträge, nicht auf die gerundeten Summen.

Die Oetker-Gruppe entwickelte sich im Berichtsjahr 2014 angesichts der Rahmenbedingungen unterm Strich noch ordentlich – und in der Regel in jedem Geschäftsbereich besser als die jeweilige Branche. Die Umsatzerlöse im Konsolidierungskreis stiegen um 0,8 % auf 10.934 Mio. Euro (Vorjahr 10.844 Mio. Euro). Ohne Berücksichtigung der Erst- und Entkonsolidierungen lag das kursbereinigte Wachstum ebenfalls bei 0,8 % und damit unter den geplanten Zahlen. Die Umsatzentwicklung der Oetker-Gruppe war durch die Veränderung der verschiedenen Währungen zum Euro um 32 Mio. Euro und damit weniger stark belastet als im Vorjahr (217 Mio. Euro). Die Auswirkungen der für uns wichtigsten Fremdwährung US-Dollar auf die Umsatzerlöse war – anders als noch im Vorjahr – nahezu ausgeglichen. Konsolidierungskreiseffekte ließen die Umsatzerlöse um 39 Mio. Euro ansteigen.

Die Verteilung der Umsatzerlöse auf die Geschäftsbereiche der Oetker-Gruppe sowie auf die Regionen ergibt sich aus den nachstehenden Tabellen.



Standorte

24

Nordamerika

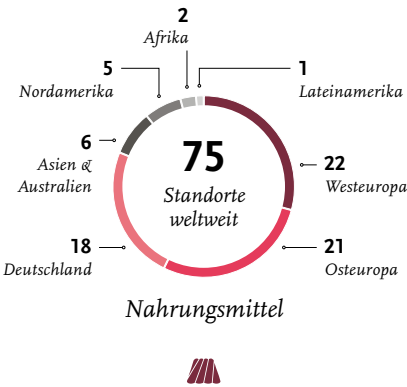
Nahrungsmittel: 3 P, 1 V, 1 PV
 (Dr. Oetker)
 Bier & alkoholfreie Getränke: 1 V
 Sekt, Wein & Spirituosen: 1 V
 Schifffahrt: 15 AL
 Weitere Interessen: Chemie: 1 PV / Sonstige: 1

42

Lateinamerika

Nahrungsmittel: 1 PV (Dr. Oetker)
 Schifffahrt: 1 R, 36 AL, 3 DS
 Weitere Interessen: Chemie: 1 PV

- AL Absatz- und Logistikstandort
- DS Dienstleistungsstandort
- H Konzerneigenes Hotel
- P Produktionsstandort
- PV Produktions- und Vertriebsstandort
- R Reederei
- V Vertriebsstandort
- VU Vertriebsunterstützung



55

Deutschland

Nahrungsmittel: 3 P, 8 V, 7 PV (Dr. Oetker: 3 P, 4 PV / Martin Braun: 3 PV / FrischeParadiese: 8 V)

Bier & alkoholfreie Getränke: 1 V, 15 PV

Sekt, Wein & Spirituosen: 1 P, 2 PV

Schifffahrt: 2 R, 3 AL, 2 DS

Weitere Interessen: Chemie: 1 PV / Hotels: 1 H, 1 VU / Sonstige: 8

31

Osteuropa

Nahrungsmittel: 3 P, 10 V, 8 PV

(Dr. Oetker: 3 P, 7 V, 7 PV /

Martin Braun: 3 V, 1 PV)

Sekt, Wein & Spirituosen: 3 V, 7 PV

56

Westeuropa

Nahrungsmittel: 1 P, 13 V, 8 PV

(Dr. Oetker: 1 P, 11 V, 3 PV /

Martin Braun: 5 PV / FrischeParadiese: 2 V)

Bier & alkoholfreie Getränke: 1 V

Sekt, Wein & Spirituosen: 7 V, 4 PV

Schifffahrt: 1 R, 13 AL

Weitere Interessen: Chemie: 1 V, 2 PV /

Hotels: 3 H / Sonstige: 2

40

Asien & Australien

Nahrungsmittel: 1 P, 1 V, 4 PV

(Dr. Oetker: 1 P, 4 PV / Martin Braun: 1 V)

Schifffahrt: 1 R, 27 AL

Weitere Interessen: Chemie: 3 V, 1 PV /

Sonstige: 2

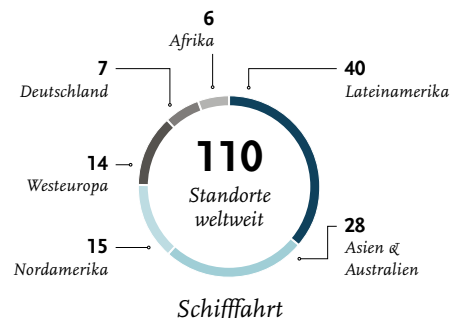
8

Afrika

Nahrungsmittel: 2 PV

(Dr. Oetker)

Schifffahrt: 6 AL



Geschäftsbereich
Nahrungsmittel

2.622 *Mio.*

Euro Umsatz



➤ oetker.com
oetker.de
oetker-professional.com
martinbraungruppe.de
frischeparadies.de

Der Geschäftsbereich Nahrungsmittel setzt sich aus den Markenartikelunternehmen zusammen, die unter dem Dach der Dr. Oetker GmbH geführt und deren Produkte weltweit in allen wichtigen Distributionskanälen vertrieben werden. Das deutsche Kernunternehmen bildet die Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG mit Sitz in Bielefeld. Vertriebs- und Produktionsstätten gibt es in rund 40 Ländern.

Komplettiert wird der Geschäftsbereich Nahrungsmittel durch die Martin Braun-Gruppe und die FrischeParadies-Gruppe, die im End- und Großverbrauchergeschäft tätig sind.

Die unter der Dr. Oetker GmbH geführten Unternehmen konzentrieren sich im Endverbrauchergeschäft auf drei strategische Sortimente: Nahrungsmittel, TK-Pizza und Frische. In diesen Sortimenten, zu denen unter anderem Back- und Dekorartikel, Backmischungen, Dessertpulver, Einmachprodukte, Müsli, frische Fertigdesserts sowie tiefgekühlte Pizzen und Snacks gehören, ist Dr. Oetker in Deutschland mit rund 400 verschiedenen Artikeln vertreten und dort in fast allen seiner Sortimente Marktführer.

Mehr als

3.500

verschiedene Produkte weltweit.

In Europa ist das Unternehmen in den Bereichen Backartikel, Dessertpulver und Tiefkühlpizza marktführend. Die internationalen Sortimente in Europa und den weiteren Ländern umfassen insgesamt mehr als 3.500 verschiedene Produkte, die teils länderübergreifend vertrieben werden und teils dem jeweiligen landestypischen Geschmack entsprechen. In Indien ist Dr. Oetker zudem mit verschiedenen Dressings, Soßen und Dips präsent, in Frankreich mit Sticks und Brezeln.

Das Endverbrauchergeschäft wird ergänzt durch spezielle Sortimente, die sich an Großabnehmer richten. Dazu bietet Dr. Oetker Professional Produkte in entsprechenden Gebindegrößen für Küchen und Kantinen in Gastronomie, Krankenhäusern und anderen Institutionen an.

Die Martin Braun-Gruppe produziert und vertreibt ein Vollsortiment an Convenienceprodukten im Schwerpunktbereich süße und herzhafte Backwaren, Brot/Brötchen, Desserts und Eis für Großverbraucher in allen relevanten Absatzkanälen in mehr als 70 Ländern. Hierzu gehören auch Vorprodukte für die gewerbliche Weiterverarbeitung einschließlich Biohefe sowie süße und pikante Tiefkühlwaren.

Die FrischeParadies-Gruppe bietet Privatkunden sowie der Hotellerie und Gastronomie ihre hochwertigen Sortimente an, wobei Fisch und Fleisch die wichtigsten Produktgruppen sind. Die attraktiven Abholmärkte bieten genussaffinen Kunden eine einzigartige Vielfalt an hochwertigen Lebensmitteln. Eine klar profilierte Kompetenz im

Bereich Frische, eine hohe Innovationskraft des Sortiments sowie eine Strategie für Eigen- und Exklusivmarken sorgen für eine deutliche Differenzierung gegenüber dem Wettbewerb. Gleichzeitig werden die Vertriebsaktivitäten im Internet forciert.

Beschaffung

Bei der Dr. Oetker GmbH erfolgt zur Gewährleistung der hohen Qualitätsanforderungen der Produkte die Beschaffung der Rohwaren nur bei sorgfältig ausgewählten und in einem regelmäßigen Qualitätssicherungsprozess beobachteten Lieferanten. Die Einhaltung der strengen Qualitätsnormen hat oberste Priorität. Der Dr. Oetker Food-Standard definiert die Anforderungen an die Rohwaren. Alle Lieferanten und Vertragspartner werden an diesen Anforderungen gemessen. Von den Lieferanten und Vertragspartnern wird erwartet, dass ihr Verhalten den unternehmensethischen Werten entspricht. Die ethischen und moralischen Werte sind in dem Dr. Oetker Supplier Code of Conduct festgeschrieben, dem alle Lieferanten verpflichtet sind.

Um die Qualität der Rohwaren sicherstellen zu können, ist ein sehr spezifisches und warengruppenabhängiges Wissen der Mitarbeiter erforderlich. Die Internationalität der Geschäftstätigkeit ermöglicht und erfordert eine globale Kenntnis und Beobachtung der für das Unternehmen wichtigen Beschaffungsmärkte. In enger Abstimmung mit den Lieferanten wird großer Wert auf die Optimierung der Wertschöpfungskette und die Sicherstellung der Versorgung gelegt. Vor dem Hintergrund zunehmender Unsicherheiten hinsichtlich der Rohstoffpreisentwicklung und der Versorgungssicherheit auf den Rohstoffmärkten ist das Risikomanagement ein wichtiger Aspekt der Einkaufsstrategie. Zu diesem Zweck wurden moderne Methoden zur Erkennung und Steuerung der warengruppenspezifischen Preis-, Qualitäts- und Versorgungsrisiken etabliert, die die Mitarbeiter bei der Einhaltung der hohen Anforderungen an den Beschaffungsprozess unterstützen.

Eigene Einkaufsrichtlinien der Martin Braun-Gruppe sichern Transparenz im Einkauf. Diese Richtlinien sind den Standards der Oetker-Gruppe angepasst. So werden beispielsweise die Leistungen der Lieferanten im Rahmen einer Ist-Soll-Analyse geprüft und dokumentiert.

In der FrischeParadies-Gruppe sind über 40 geschulte Einkäufer damit beschäftigt, in der ganzen Welt Spitzenprodukte zu finden. Im Berichtsjahr wurden beim Import von TK-Seafood die Beschaffungsmärkte auf weitere Länder in Südostasien ausgeweitet.

Produktion und Logistik

In der Dr. Oetker GmbH wurde der Pizzawerksneubau in London (Kanada) mit einer geplanten Produktionsmenge von 27 Mio. Pizzen pro Jahr im Mai 2014 abgeschlossen und in Betrieb genommen. Dadurch müssen kaum noch Tiefkühlpizzen von Deutschland nach Kanada transportiert werden. Dies senkt Logistikaufwendungen und kommt auch der Umwelt zugute.

27 Mio.

Pizzen pro Jahr
in Kanada.

Der Erwerb von Produktionsstätten und Markenrechten von McCain in Kanada und den USA (siehe Seite 36) wird auch die logistischen Prozesse für die übernommenen Sortimente mittelfristig in diesen Ländern beeinflussen.

In Indien wurden am Standort Kaharani die Arbeiten für einen größeren Nahrungsmittelwerksneubau fortgesetzt.

In Deutschland wurden am Pizzaproduktionsstandort Wittlich vor allem die Produktionskapazitäten für den Pizzaburger ausgebaut. Die Pizzaproduktion in Wittenburg profitierte von Investitionen vor allem in das Pizzatechnologiezentrum. Die Erweiterung der Lagerkapazitäten an beiden Standorten führte dazu, dass die Anzahl extern gemieteter Lagerstandorte reduziert und damit auch die Transporte zwischen den deutschen Lagerstandorten verringert werden konnten. Gleichzeitig können die Potenziale zur Direktbelieferung europäischer Kunden besser ausgeschöpft werden. Durch Investitionen in neue Lagertechnik konnten zudem die Höhen der Paletten besser an den verfügbaren Laderaum angepasst werden, was wiederum Transporte einspart.

Bei der Martin Braun KG in Hannover wurde in 2014 die Gebäudeaufstockung des Produktionsgebäudes in Hannover vorgenommen, um die Pulverproduktion zukunftsweisend zu modernisieren. Ein fahrerloses Transportsystem (FTS) zur Erledigung regelmäßig wiederkehrender Transportaufträge wurde in die vorhandene Infrastruktur integriert, um die Wegesteuerung zu optimieren.

Bei der zur Martin Braun-Gruppe gehörenden Wolf ButterBack KG in Fürth lag der Fokus der Investitionen auf der konzeptionellen und kapazitätsmäßigen Weiterentwicklung des Unternehmens.

Marketing und Vertrieb

Im Nahrungsmittelsortiment der Dr. Oetker GmbH berücksichtigen zahlreiche an den jeweiligen landestypischen Geschmack angepasste Produkte die Kundenwünsche. Bei Pizza spielt die globale Steuerung der internationalen Marken eine bedeutende Rolle. Dadurch sind die Entscheidungsprozesse effizient gestaltet und die Einführung und Vermarktung von Innovationen werden beschleunigt. Im Frischbereich verfügt Dr. Oetker sowohl über globale Produkte und Konzepte als auch über national angepasste Sortimente.

Innovationsprozesse und Transfer von Wissen sind durch Marketingteams in allen Bereichen gesichert und wichtiger Bestandteil der gesamten Marketingorganisation.

Die Vertriebsaktivitäten der Dr. Oetker GmbH sind dezentral aufgestellt. Der Vertrieb ist landesspezifisch organisiert und entspricht somit den lokalen Bedarfen der Kunden. Er ist nach den übergeordneten Handelszielgruppen in Retail- und Professional-Kunden getrennt. Durch professionelles Category Management und Shopper Marketing werden die Potenziale der von Dr. Oetker bearbeiteten Kategorien in Zusammenarbeit

mit den Kunden ausgeschöpft. Studien zur Kundenzufriedenheit und die langfristige Partnerschaft mit allen führenden Retailern dokumentieren die führende Rolle in den bearbeiteten Märkten.

Die Martin Braun-Gruppe vertreibt ihre Produkte weltweit über den Groß- und Einzelhandel, Bäckereien, Konditoreien und Industriebetriebe. Im Berichtsjahr wurden die Vertriebsteams der Firmen Martin Braun Polen und Grados zusammengelegt.

Die FrischeParadies-Gruppe vertreibt ihre Produkte sowohl im Direktvertrieb als auch in ihren Abholermärkten an Kunden aus Gastronomie und Hotellerie wie auch an Privatkunden. Im November 2014 wurde der Online-Shop in Betrieb genommen.

Forschung und Entwicklung, neue Produkte

Innovationen haben eine wesentliche Bedeutung für das Wachstum der Oetker-Gruppe. Ziel ist es, Produkte zu entwickeln, die sowohl unter wirtschaftlichen als auch unter ökologischen Gesichtspunkten die Wünsche der Kunden aufgreifen und einen echten Mehrwert bieten. Neben eigenen Forschungs- und Entwicklungsabteilungen wird mit externen Partnern aus Wissenschaft und Industrie zusammengearbeitet, um Ideen zu generieren und Innovationen zu realisieren.

Qualitätssicherung spielt bei der Dr. Oetker GmbH eine übergeordnete Rolle und erfolgt auf allen Stufen des Produktlebenszyklus. Die Entwicklung eines Produktes einschließlich seiner Herstellungsverfahren erfolgt in enger Zusammenarbeit vieler Spezialisten aus unterschiedlichen Bereichen des Unternehmens. Unter Beachtung der Verbrauchervünsche werden die Anforderungen an Rezeptur und Rohstoffe festgelegt. Die Entwicklung und die Erprobung der Produktionstechnologie werden geplant, um auch die Belastungen für Umwelt und Klima zu reduzieren.

Die Lebensmittelinformationsverordnung (EU VO 1169/2011) hat für die Lebensmittelhersteller die Anforderungen an die Informationen erhöht, die über die Produkte bereitgestellt werden müssen (auf der Verpackung und vor allem elektronisch für Datenbanken und Internet). Um den neuen Anforderungen gerecht zu werden, hat Dr. Oetker die Abläufe bei der rezeptorischen Veränderung bestehender Produkte optimiert.

Im Berichtsjahr wurde zudem eine Vielzahl neuer Produkte in allen drei Sortimenten eingeführt. Dazu gehören u. a. der Pizzaburger, Tassenküchlein für die Mikrowelle, kleine Fertigmehlkuchen in Kastenform, neue Varianten der Frischepuddings Paula und Marmorette sowie Vitalis Roasted Müsli. Es wurden diverse Innovationsprojekte mit Beteiligung externer Partner zum Beispiel zum zielgerichteten Einstellen von Eigenschaften und Effekten bei Pulverprodukten, zur Entwicklung einer Schokoladensplittschneidetechnologie und zur Reduzierung von Salz durchgeführt. Technische Verbesserungen wie zum Beispiel die Programmierung und Implementierung einer neuen Ideenplattform und der Einsatz neu entwickelter Technologien führten zu höherer Produktivität und verbesserter Qualität.

Die Martin Braun-Gruppe gliedert ihren Produktentwicklungsprozess in verschiedene Phasen, von der Ideenfindung über das Produktbriefing bis zur Markteinführung. In umfangreichen Backversuchen werden die geeigneten Rohstoffe mit den zuvor entwickelten Ideen kombiniert, um letztendlich Kundenzufriedenheit und Gelingsicherheit zu erreichen. Im Jahr 2014 wurden verstärkt Rohstoffalternativen gesucht und aufgebaut, um jederzeit die Lieferfähigkeit der Braun-Produkte sicherzustellen.

Im Jahr 2014 lag der Entwicklungsschwerpunkt hauptsächlich auf der Entwicklung und Weiterentwicklung kundenspezifischer Produkte. Am Standort Hannover sind insgesamt für 268 Artikel Erstproduktionen durchgeführt worden. Das harmonisierte QM-System nach ISO 9001:2008 ist im abgelaufenen Geschäftsjahr erweitert und auf weitere Standorte ausgedehnt worden.

2014 stand auch bei Martin Braun im Zeichen der Einführung der neuen Lebensmittel-Informationsverordnung (LMIV) mit entsprechender Schulung des gesamten Vertriebs und Umstellung sämtlicher Produktspezifikationen und Etiketten. Für die Kunden ist ein Online-Portal mit Aktualisierungsdienst auf der Homepage errichtet worden.

Geschäftsverlauf

KENNZAHLEN	2013	2014
Umsatzerlöse (Mio. €)	2.577	2.622
Bereinigte Umsatzerlöse (Mio. €)	2.567	2.618
Investitionen (Mio. €)	158	132
Beschäftigte	12.272	12.790

114 Mio.
Euro Investitionen.

Die unter dem Dach der Dr. Oetker GmbH geführten Unternehmen steigerten ihren Umsatz um 0,9 % im Vergleich zum Vorjahr. Bereinigt um negative Wechselkurseffekte betrug das Wachstum 2,0 %. Besonders erfreulich ist, dass Dr. Oetker insbesondere in Osteuropa sowie der Region Amerika überdurchschnittlich zulegen konnte. Die Investitionen lagen mit 114 Mio. Euro auf dem hohen Niveau des Vorjahres. Im Mittelpunkt standen dabei die Erweiterung der Pizzaproduktionskapazitäten in Europa und Nordamerika. Im Rahmen einer Fokussierungsstrategie wurde die Produktion von Fertigdesserts in Polen verkauft und die Pizzaaktivitäten in dem hochkompetitiven Markt Brasiliens wurden eingestellt.

Insgesamt haben sich die strategischen Sortimente im Bereich Nahrungsmittel, TK-Pizza und Frische positiv entwickelt. Im wettbewerbsintensiven Pizzamarkt konnte Dr. Oetker seine Marktanteile ausbauen. Dazu hat unter anderem das innovative Produktrange Pizzaburger beigetragen. Pizza Ristorante hat seine internationale Erfolgsgeschichte fortgesetzt und ist weiterhin eines der erfolgreichsten Pizzakonzepte. Auch bei Nahrungsmitteln konnte Dr. Oetker seine internationale Präsenz stärken. Backartikel und Dekore erfreuten sich dabei besonderer Beliebtheit bei den Konsumenten. In ganz Europa

trafen diese Segmente den Trend zum Selberbacken und Dekorieren und trugen zur positiven Entwicklung in diesem Bereich bei. Zudem konnten die Tassenküchlein in vielen Ländern das Sortiment der „kleinen Backmischungen für zwischendurch“ ergänzen. Auch das Sortiment Fertigdesserts entwickelte sich positiv. Die Marken Paula und Marmorette wurden um weitere innovative Varianten ergänzt. Marmorette Splits mit Schokostücken in der Sahne und Paula Stracciatella sind technologisch und geschmacklich eine Besonderheit, die zum Wachstum der Marke Dr. Oetker im Bereich der Fertigdesserts beitrugen. Der Bereich Dr. Oetker Food-Service veränderte sein Erscheinungsbild. Mit dem neuen Markenkonzept Dr. Oetker Professional werden die Bedürfnisse und Anforderungen der professionellen Verwender der Außer-Haus-Versorgung noch stärker adressiert.

Besonders erfreulich ist die Übernahme des nordamerikanischen Pizzageschäfts von McCain im November 2014. Mit diesem Schritt erreicht Dr. Oetker die Marktführerschaft im kanadischen TK-Pizzamarkt und kann seine Marktpräsenz in der Kernregion an der Ostküste der USA deutlich stärken.

7,2%

Umsatzsteigerung.

Bei der Martin Braun-Gruppe konnte im Geschäftsjahr 2014 eine Umsatzsteigerung von 7,2 % im Vergleich zum Vorjahr erzielt und damit ein Rekordumsatz erreicht werden. Die positive Abweichung zum Vorjahr wurde durch die Integration der zum 1. Januar 2014 erworbenen Gesellschaft Delite B.V. in den Niederlanden sowie durch organisches Wachstum merklich beeinflusst. Dies ist besonders erfreulich, da die europäischen Märkte stagnieren und die Zahl der Handwerksbäckereien im deutschen Markt zurückgeht. Darüber hinaus führte auch die Krise in der Ukraine zu einem Umsatzrückgang in der Ukraine und in Russland.

Zu den positiven Umsatzimpulsen haben Produktinnovationen wie das Konzept MySweeties (Kuchen im Becher) und die Laugenecke von Wolf ButterBack beigetragen. Das Deutschland-Geschäft entwickelte sich durch die erfolgreichen TK- und Brot-/Brötchen-/Biohefe-Sortimente entgegen dem Markttrend. In der Schweiz ist die Agrano AG unverändert Marktführer. Die im Jahr 2012 akquirierte Gesellschaft Capfruit in Frankreich sowie der Geschäftsaufbau in der Türkei und in Singapur trugen zur positiven Entwicklung bei wie auch das erfreuliche Wachstum des Marktes in Ungarn.

Die FrischeParadies-Gruppe setzte im abgelaufenen Geschäftsjahr 2014 die positive Entwicklung der Vorjahre fort und konnte ihren Umsatz um 3,3 % steigern. Dies ist neben der Akquisition Fruchthof der positiven Entwicklung des Exportgeschäfts zu verdanken. Insbesondere die baltischen Staaten entwickelten sich überdurchschnittlich. Darüber hinaus trug der Ausbau der Niederlassung auf Mallorca zum Wachstum der Gruppe bei. Die Tochtergesellschaft Hamburger Feinfrost GmbH entwickelte sich auch 2014 sehr zufriedenstellend als führender Anbieter im TK-Seafood-Bereich. Die Weinwerk Frankfurt Handelsgesellschaft mbH als Spezialist und Importeur von Wein, Champagner und Spirituosen konnte ihre Aktivitäten im Jahr 2014 ebenfalls weiter ausbauen.

Nachtragsbericht

Im 1. Quartal 2015 haben die Kartellbehörden die Zustimmung zur Akquisition der Firma D'Gari in Mexiko gegeben. Mit diesem Schritt erwirbt Dr. Oetker den mexikanischen Marktführer für Götterspeise und tritt erstmals in den mexikanischen Markt für Pulverdesserts ein.

Der Kauf des Familienunternehmens Coppenrath & Wiese durch Dr. Oetker ist Anfang März 2015 in die Wege geleitet worden und steht noch unter Vorbehalt der Kartellamtsgenehmigung.

Prognose

Dr. Oetker wird auch im Jahr 2015 seine Internationalisierung fortsetzen. Durch internationale Produktkonzepte, Innovationen und den Einstieg in bisher nicht bearbeitete Märkte werden neue Verzehranlässe geboten und weitere Zielgruppen erschlossen. Dabei sind insbesondere die Akquisitionen in Kanada und den USA (Pizzageschäft McCain) und Mexiko (D'Gari) von Bedeutung. Für das Geschäftsjahr 2015 wird ein operativ leicht steigender Umsatz erwartet, der durch die genannten Akquisitionen weiter ausgebaut werden wird.

Aufgrund der positiven Entwicklung der letzten Jahre wird die Martin Braun-Gruppe ihre bisherige Strategie beibehalten und sich sowohl auf den Kernmarkt Deutschland fokussieren als auch die internationalen Wachstumsmärkte weiterentwickeln. Es wird mit einem nur leicht steigenden Umsatz für das Jahr 2015 gerechnet, da die Russland-Krise das Geschäft weiter belasten wird und vielfach Kapazitäten in den Wachstumsbereichen TK und Biohefe ausgelastet sind. Für die Folgejahre wird wieder stärkeres Wachstum erwartet.

Die FrischeParadies-Gruppe erwartet für 2015 einen weiteren Ausbau der Marktposition in Gastgewerbe und Handel. Auch das Abholersegment wird sich weiterhin positiv entwickeln. Der anhaltende Trend zu hochwertigen Lebensmitteln und die Modernisierung des Standorts Frankfurt am Main werden neue Impulse setzen und den Umsatz leicht über den des Jahres 2014 anheben. Mit dem Ausbau des nationalen Online-Angebots wird der Multi-Channel-Strategie zusätzliche Bedeutung zukommen.

Geschäftsbereich
Bier und alkoholfreie Getränke

121 Mio.

Euro Investitionen



➤ radeberger-gruppe.de

Der Geschäftsbereich Bier und alkoholfreie Getränke umfasst die Radeberger Gruppe mit 14 Bier-Standorten und zwei Standorten für die Produktion alkoholfreier Getränke in Deutschland. Sie ist Deutschlands größte private Brauereigruppe und umfasst neben dem namensgebenden Radeberger Pilsner zahlreiche Biermarken wie Jever, Clausthaler, Schöfferhofer Weizen, Allgäuer Buble Bier, Ur-Krostitzer, Stuttgarter Hofbräu, Berliner Pilsner und Freiburger. Hinzu kommen die Mineralwassermarke Original Selters und die alkoholfreien Erfrischungsgetränke Bionade und Ti. Neben Deutschland werden die Produkte der Radeberger Gruppe in mehr als 70 Ländern in allen wichtigen Distributionskanälen vermarktet. Internationale Biere wie zum Beispiel Guinness werden in Deutschland exklusiv von der Radeberger Gruppe vertrieben.

Beschaffung

Im Berichtsjahr erfolgte der letzte Schritt der räumlichen Zentralisierung der Beschaffungsfunktionen im Zentraleinkauf in Frankfurt am Main. Dabei konnten zusätzliche Beschaffungsaktivitäten, wie beispielsweise der Einkauf von Agenturleistungen für den Bereich Marketing oder die Rohstoffbeschaffung für die alkoholfreien Getränke, übernommen werden.

Produktion und Logistik

Das Jahr 2014 wurde für diverse Optimierungsmaßnahmen und Zertifizierungen in der Produktion genutzt. Im Vorfeld der Übernahme der Pepsi-Konzessionen ab Januar 2015 wurde in Löhnberg (Selters) eine neue Produktion für alkoholfreie Getränke aufgebaut. Zusätzlich wurde die vorhandene Fasanlage ausgetauscht, eine neue Bag-in-Box-Abfüllung aufgebaut sowie die vorhandene PET-Mehrweg-Abfüllanlage ertüchtigt. Im Rahmen des zunehmenden Fokus auf Lebensmittelsicherheit haben sich die Brauereien in Berlin und Frankfurt am Main erfolgreich einer Erstzertifizierung nach ISO 22000/FSSC gestellt. Zum 1. September 2014 hat Getränke Essmann in Potsdam ein neues Logistikdienstleistungszentrum operativ in Betrieb genommen.

Marketing und Vertrieb

Die Radeberger Gruppe vertreibt ihre Produkte weltweit über den Groß- und Einzelhandel und die Gastronomie. Im Berichtsjahr wurden die Vertriebsaktivitäten mit der Gastronomie optimiert und eine neue Finanzierungsstrategie implementiert. Neben dem Abbau von Komplexitäten in den Prozessen stand die Effizienzsteigerung im Mittelpunkt der Veränderungen. Das Qualitätsmanagement in der Gastronomie wurde durch die Erweiterung des Schulungsangebots sowohl für unsere Außendienstmitarbeiter als auch für unsere Kunden weiter gestärkt. Ein wichtiger Teilbereich des Qualitätsmanagements ist das Besuchsmanagement unserer Gastronomieobjekte. Hier

konnten im Geschäftsjahr 2014 einheitliche Regelungen für die Informationserfassung und -verarbeitung etabliert werden.

Das Fest- und Eventgeschäft der Radeberger Gruppe, das rund 10.000 Veranstaltungen pro Jahr begleitet, wird seit Beginn des Jahres 2014 national gesteuert. Neben der Harmonisierung von Prozessen und der Nutzung standortübergreifender Synergien sind mit dieser Maßnahme Kosteneinsparungen verbunden. Darüber hinaus wurden im Jahr 2014 die 49 ersten automatisierten Produktberater für die Verkaufsunterstützung in den Filialen von Getränke Hoffmann installiert.

Forschung und Entwicklung, neue Produkte

Die neue Bionade-Sorte Himbeer-Pflaume wurde erfolgreich eingeführt. Die Sorte Zitrone-Bergamotte wurde zur Produktionsreife entwickelt. Hierbei wurde besonderer Wert auf die lückenlose Nachvollziehbarkeit der Lieferantenkette vom Erzeuger bis zu Bionade gelegt. Das Schöfferhofer-Weizen-Mix-Portfolio wurde um die zwei Geschmacksvarianten Zitrone und Granatapfel+Guarana erweitert. Am Standort Rostock wurde die Produktpalette um das unfiltrierte Rostocker Zwickel naturtrüb vielversprechend erweitert.

In Frankfurt am Main ist eine hochmoderne Mehrwegabfüllanlage in Betrieb gegangen, die zu deutlichen Fortschritten hinsichtlich Energie- und Wasserverbrauch geführt hat. Gleiches gilt für die neue Biermischgetränkeanlage. Mit einem Umbau des Kasten-transportes und der Flaschensortierung am Standort Leipzig wurden wichtige Schritte zur weiteren Optimierung der Leistungsfähigkeit des Standorts gemacht. Eine neue Flaschenreinigungsmaschine für Mehrwegflaschen senkte nicht nur den Energie- und Wasserverbrauch am Standort Dortmund. Sie ermöglichte gleichzeitig die Implementierung eines Prozessdesigns, das nochmals eine Verbesserung der Reinigungsleistung darstellt und für die Gruppe neue Standards setzte. Am Standort in Kempten, Allgäu, wurde eine Teefiltrationsanlage implementiert und das Herstellungsverfahren für das Erfrischungsgetränk Ti weiter optimiert.

Im Rahmen zweier Diplomarbeiten wurde der CO₂-Footprint für den Standort in Freiberg ermittelt (TU Freiberg) und in Zusammenarbeit mit BASF und der TU München-Weihenstephan ein abfallfreies Filtrations- und Stabilisierungsverfahren für Bier entwickelt.

Geschäftsverlauf

KENNZAHLEN	2013	2014
Umsatzerlöse (Mio. €)	1.843	1.929
Bereinigte Umsatzerlöse (Mio. €)	1.843	1.921
Investitionen (Mio. €)	105	121
Beschäftigte	5.689	5.757

13 Mio.Hektoliter
Getränkeabsatz.

Die Radeberger Gruppe konnte in einem fordernden Jahr ihren Getränkeabsatz bei 13 Mio. Hektolitern stabil halten und ihren Umsatz deutlich um 4,7% auf 1.929 Mio. Euro steigern. Positive Sondereffekte wie die Fußball-Weltmeisterschaft und das gute Wetter belebten das Geschäft, doch es fand weiterhin ein starker Wettbewerb statt, in dem sich die Brauereigruppe dank ihrer bewährten Portfoliostrategie gut behauptet hat.

Aufgrund der weiteren Fokussierung auf nationale und regionale Premiumbiere und der marktnahen Aufstellung der Unternehmensgruppe ist es gelungen, flexibel auf Trendveränderungen zu reagieren.

Das Marktsegment der national vertriebenen Marken in Deutschland stand im abgelaufenen Jahr durch veränderte Preisbilder im Markt besonders unter Druck. Umso eindrucksvoller ist es, dass alle nationalen Marken der Radeberger Gruppe, das heißt Radeberger Pilsner, Jever Pilsener und Schöfferhofer Weizen, im Umsatz zulegen konnten. Ein weiter steigendes Interesse der Verbraucher an besonderen Bieren verhalf dem Segment der national vertriebenen Spezialitäten der Brauereigruppe zu einer erfreulichen Entwicklung. Während Clausthaler Alkoholfrei im Umsatz einstellig zulegte, überzeugten die internationalen Importbiere, vor allem getrieben durch die Marken Guinness und Kilkenny, mit deutlich zweistelligen Zuwachsraten in der Wertentwicklung.

Überproportional gut entwickelten sich auch 2014 wieder die regionalen Premiummarken der Radeberger Gruppe. Die Rückbesinnung auf regionale Identität und eine stärkere Identifikation mit Unternehmen und Produkten der eigenen Region verschafften diesem Segment erfreulichen Rückenwind – es konnte deutlich im Umsatz zulegen. Treiber dieser insgesamt überdurchschnittlichen Entwicklung waren vor allem die sächsischen Biere Ur-Krostitzer und Freiberger, die Berliner Premiummarken Berliner Kindl und Berliner Pilsner, Dortmunder Kronen und Brinkhoff's No. 1, Stuttgarter Hofbräu sowie das Allgäuer Buble Bier.

Auch von der Nachfrage nach deutschen Bieren im Ausland konnte die Radeberger Gruppe profitieren, sie steigerte ihren Umsatz mit Exporten deutlich zweistellig. Besonders gut entwickelte sich 2014 das Exportgeschäft in die USA, wo besonders die Marke Schöfferhofer, getrieben durch den Weizen-Mix Schöfferhofer Grapefruit, viele begeisterte Fans fand, die der Marke zu einem überdurchschnittlich guten Abschneiden verhalfen.

2015

Start der Kooperation
mit PepsiCo
Deutschland.

Die alkoholfreien Getränke der Radeberger Gruppe konnten das warme Wetter des Jahres 2014 gut für sich nutzen: Sie legten im Umsatz deutlich zu und verteidigten damit nicht nur ihre Marktposition, sondern konnten diese auch gezielt ausbauen. In einem Jahr, das auch im Zeichen der umfangreichen Vorbereitungen für die im Januar 2015 gestartete Kooperation mit PepsiCo Deutschland stand, konnten sich alle alkoholfreien Marken der Radeberger Gruppe gut behaupten: Original Selters wuchs erneut deutlich im Umsatz. Wie schon im Vorjahr zeigte Bionade auch 2014 ein erfreuliches Absatz- und Umsatzwachstum. Der Erfrischungstee Ti machte in seinem zweiten Jahr nach Markteinführung ordentliche Fortschritte und untermauerte dies mit einem klaren Umsatzplus.

Prognose

Es ist davon auszugehen, dass sich aufgrund des demografischen Wandels und sich ändernder Konsumgewohnheiten der deutsche Biermarkt auch in den nächsten Jahren mit ca. -1,5 % jährlich rückläufig entwickeln wird. Darüber hinaus wird das Aktionsgebaren des Handels großen Einfluss auf die zukünftige Entwicklung haben.

Die regionalen Traditionsmarken werden weiter unter Druck stehen, während die Gruppe mit Absatz- und Umsatzgewinnen bei den nationalen Marken und den regionalen Premiummarken rechnet. Für den Bereich der alkoholfreien Getränke ist eine weitere Steigerung absehbar, die wesentlich durch die Vermarktung von Pepsi ab dem 1. Januar 2015 geprägt sein wird.

Geschäftsbereich

Sekt, Wein und Spirituosen

250,2 *Mio.*

Flaschen Sekt, Wein und Spirituosen



Die Henkell & Co.-Gruppe bildet den Geschäftsbereich Sekt, Wein und Spirituosen. Sie ist in Deutschland mit drei Produktions- und Vertriebsstandorten vertreten. Darüber hinaus gibt es Produktions- und Vertriebsstandorte in 19 weiteren Ländern, vornehmlich in West- und Osteuropa. Das Portfolio beinhaltet sowohl bekannte Sektmarken wie Fürst von Metternich, Henkell Trocken und Söhnlein Brillant als auch Spirituosen wie Wodka Gorbatschow. Die Johannisberger Weinvertriebsgesellschaft gehört ebenfalls zu diesem Geschäftsbereich. In den bearbeiteten Auslandsmärkten (mehr als 100 Länder) werden teilweise im jeweiligen Land produzierte Sekt- und Spirituosenmarken vertrieben bzw. in andere Länder exportiert. Marktführende Positionen werden mit Sekt in Österreich, Schweden, Ungarn, Estland, Tschechien, der Slowakei, der Ukraine und Kanada eingenommen, mit Prosecco in den USA, mit Wodka in Deutschland und mit ausgewählten Spirituosen in Polen und der Slowakei, während in Ungarn, Tschechien und der Slowakei auch der Weinmarkt angeführt wird.

Beschaffung

Der Schwerpunkt lag im Berichtsjahr auf der Optimierung der europaweiten Einkaufskoordination. In 2014 wurden sowohl in Ungarn als auch in Tschechien neue Weinberge angelegt, um die Grundweinversorgung aus eigenem Anbau auszubauen.

Produktion und Logistik

Der Spirituosenstandort in Bodenheim wurde im Jahr 2014 zur Aufnahme der zuvor in Fremdproduktion hergestellten Marken Pott und Scharlachberg vorbereitet. Die ungarische Produktion wiederum wurde für zusätzliche Wein- und Sektkapazitäten für den englischen und rumänischen Markt ausgebaut, während die rumänische Produktion nach Polen (Spirituosen) und Ungarn (Schaumwein) verlagert wurde. Am Standort Wiesbaden wurde die Logistik für Deutschland, Benelux, die Schweiz und Österreich zentralisiert.

Marketing und Vertrieb

Ihre Produkte vertreibt die Henkell & Co.-Gruppe weltweit über den Groß- und Einzelhandel und die Gastronomie. Im Berichtsjahr wurden internationale Markenteams für Henkell und Mionetto eingerichtet und eine Exportzentralisierung eingeleitet.

Forschung und Entwicklung, neue Produkte

Die Henkell & Co.-Gruppe baut auf die Innovationskraft der Marken und arbeitet an deren ständiger Weiterentwicklung. Es gelten höchste Qualitätsanforderungen für die in den Produkten verwendeten Materialien. Das Jahr 2014 war geprägt von zahl-

reichen Neu- und Weiterentwicklungen im Markenportfolio. Im Mittelpunkt standen der Relaunch der namensgebenden Marke Henkell sowie die Überarbeitung des kompletten Mionetto-Sortiments. Zudem erhielten die Marken Bohemia, Angelli und Hubert ein überarbeitetes Design. Mit den neu entwickelten Deinhard Secco, Deinhard Semi Secco, Deinhard Dolce und Deinhard Hugo entstand eine neue Kategorie im deutschen Angebot, die durchgehend mit einem innovativen Plopp-Verschluss versehen ist. Fürst von Metternich präsentierte den Chardonnay in weiß lackierter Flasche. Neu entwickelt wurden zudem die Ready-to-drink-Angebote Söhnlein Hugo, Mionetto il V!OLA und Gorbatschow & Orange.

Die Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten werden von den Gruppenunternehmen in Eigenverantwortung betrieben, um die Kompetenzbereiche an den verschiedenen Produktionsstandorten zu unterstützen. So ist zum Beispiel in Wiesbaden die Produktion von alkoholfreien Produkten aus entalkoholisierten Weinen angesiedelt, während in Polen das Kompetenzzentrum für Cream-Liköre und in Bodenheim das für nationale Spirituosen beheimatet ist. Mit Hochschulen werden themen- und projektbezogene Projekte durchgeführt, zum Beispiel im Bereich der Produktentwicklung/Sensorik.

Geschäftsverlauf

KENNZAHLEN	2013	2014
Umsatzerlöse (Mio. €)	687	697
Bereinigte Umsatzerlöse (Mio. €)	699	710
Investitionen (Mio. €)	12	16
Beschäftigte	2.028	2.007

697 Mio.
Euro Umsatz.

Die Henkell & Co.-Gruppe erwirtschaftete im Jahr 2014 trotz negativer Kurseffekte einen Umsatz von 697 Mio. Euro und lag damit 1,5 % über dem Vorjahr.

Der Absatz der Gruppe lag mit 250,2 Mio. Flaschen Sekt, Wein und Spirituosen 3,1 % über dem Vorjahr (Vorjahr 242,6 Mio. Flaschen). Hierzu trugen die großen Sektmarken der Gruppe sowie ein deutlich gestiegener Weinabsatz bei. Während der Sektbereich leicht über dem Vorjahr lag (+ 0,6 % auf 159 Mio. Flaschen), stieg der Weinabsatz um 17,6 % auf 46,4 Mio. Flaschen. Die Spirituosen gingen im gleichen Zeitraum leicht um 0,8 % auf 44,8 Mio. Flaschen zurück (Vorjahr 45,1 Mio. Flaschen).

Während der deutsche Markt für klassischen Sekt bereits das zweite Jahr in Folge rückläufig ist, entwickelt sich der um Secco und weinhaltige Cocktails erweiterte Schaumweinmarkt positiv. Besonders „Hugo“ als Ready-to-drink-Produkt hat sich im Weincocktailmarkt als feste Größe etabliert. Auch international entwickelt sich der Schaumweinmarkt prinzipiell positiv. Spürbar negative Auswirkungen haben jedoch die Wiedereinführung der Sektsteuer auf dem österreichischen Markt sowie die politische Entwicklung in der Ukraine. Dies führte entgegen der Prognose in Österreich

12,3 %
Absatzplus.

und der Ukraine zu rückläufigen Schaumweinabsätzen und bremste die insgesamt positive Schaumweinbilanz der Henkell & Co.-Gruppe.

Fast alle Kernmarken entwickelten sich im Berichtszeitraum positiv. So konnte Mionetto seinen Absatz um 4,2 % auf 16,4 Mio. Flaschen ausbauen. Hierzu trug besonders die positive Entwicklung des Hauptproduktes Mionetto Prosecco DOC Treviso bei. Auch bei Henkell sorgte die Wiedereinführung der Sektsteuer im österreichischen Nachbarmarkt jedoch für einen Rückgang um 8 % auf 14,3 Mio. Flaschen.

Fürst von Metternich, der mit Abstand führende deutsche Premiumsekt, entwickelte sich nach zweistelligem Wachstum im Vorjahr abermals sehr erfreulich. Mit einem Plus von 7 % konnte er seine Marktposition ausbauen. Sehr positive Resonanz erzeugte Fürst von Metternich Chardonnay mit einer neuen, weiß lackierten Flasche.

Überproportional positiv entwickelte sich Söhnlein Brillant, die absatzstärkste Marke aus dem Gruppenportfolio. Mit 21,5 Mio. Flaschen konnte die Marke um 12,3 % zulegen. Anklang fanden vor allem auch Söhnlein Brillant Medium Dry und Söhnlein Brillant Mild.

Während Törley Sekt in Ungarn seine positive Entwicklung mit einem Plus von 1,9 % auf 9,8 Mio. Flaschen fortsetzte, konnte Bohemia Sekt in Tschechien sogar um 7,3 % auf ebenfalls 9,8 Mio. Flaschen und Hubert Sekt in der Slowakei um 7,0 % auf 6,5 Mio. Flaschen wachsen. Alle drei Marken sind damit in ihren Heimatländern weiterhin Marktführer.

Die Kernmarken im Spirituosensbereich entwickelten sich unterschiedlich, jedoch insgesamt knapp auf dem Vorjahresniveau. Wodka Gorbatschow, der seit Mitte der 70er Jahre unangefochtene Wodka-Marktführer in Deutschland, konnte seinen Absatz um 11,1 % auf nunmehr 16,3 Mio. 1/1-Flaschen steigern und damit seinen Marktanteil nochmals ausbauen. Kuemmerling Kräuterlikör verharrte bei 3,3 Mio. 1/1-Flaschen.

Besondere Freude machte 2014 das Weingeschäft der Henkell & Co.-Gruppe. Während die deutschen Weingüter der Gruppe, Schloss Johannisberg und das G.H. von Mumm'sche Weingut, zwar aufgrund der geringen Ernte in ihrem Absatz limitiert waren, entwickelten sich die Weingüter und Marken in Ungarn und in Tschechien durchweg positiv. Hinzu kommt das im Jahr 2013 erworbene Unternehmen Copestick Murray, das in Großbritannien die Marken der Henkell & Co.-Gruppe vertreibt und darüber hinaus die eigene Weinmarke I heart sehr erfolgreich auf einen Absatz von über 4 Mio. Flaschen ausbauen konnte.

Trotz teilweise widriger Umstände konnte das Geschäftsjahr damit insgesamt durchaus zufriedenstellend abgeschlossen werden.

Prognose

Die Henkell & Co.-Gruppe wird auch im Jahr 2015 ihren Weg der Konzentration auf die Sekt-Kernmarken Fürst von Metternich, Henkell, Mionetto und Söhnlein Brillant, auf starke nationale Marken im Spirituosengeschäft und auf die Entwicklung der Erfolgsmarken aus Ungarn, Tschechien und der Slowakei im Sekt- und Weinmarkt fortsetzen. Erklärtes Ziel ist es, weiter zu expandieren. Dabei werden die Entwicklung in der Ukraine sowie die Auswirkungen der Sektsteuereinführung in Österreich die dortigen Unternehmen belasten; dennoch wird vor dem Hintergrund des nunmehr flächendeckend überarbeiteten Portfolios sowie der neuen TV-Kommunikation für Henkell, Mionetto und Bohemia mit einer moderaten Umsatzsteigerung gerechnet.

Geschäftsbereich *Schifffahrt*

348 *Mio.*

Euro Investitionen



➤ hamburgsud.com

Die Hamburg Süd-Gruppe entspricht dem Geschäftsbereich Schifffahrt. Als international operierender Transportlogistiker zählt sie zu den zwölf größten Containerreedereien der Welt, gemessen an der Kapazität der eingesetzten Schiffe (537.000 TEU per Dezember 2014). Mit mehr als 160 Schiffen – vom Containerschiff über Massengutfrachter bis hin zu Produktentankern – gehört die Hamburg Süd-Gruppe zu den wichtigsten Anbietern für den weltweiten Seetransport und für individuelle Logistiklösungen. Sie ist mit ihren eigenen Büros in mehr als 30 Ländern vertreten und arbeitet darüber hinaus mit Fremdagenturen zusammen.

Mehr als

160 Schiffe.

Das Kerngeschäft der Hamburg Süd-Gruppe ist die Containerlinienschifffahrt inklusive aller vor- und nachgelagerten Logistikdienstleistungen mit der Hamburg Süd als deutschem Carrier und der Aliança als brasilianischer Reederei. Darüber hinaus ist die Gruppe unter dem Namen Rudolf A. Oetker (RAO), Furness Withy Chartering, Furness Withy Australia und Aliança Bulk (Aliabulk) in der Massengut- und Produktentankerfahrt tätig sowie mit der Hamburg Süd Reiseagentur als Spezialdienstleister unter anderem für Geschäftsreisen und Kreuzfahrten.

Ausgehend von den klassischen Nord-Süd-Relationen hat sich die Hamburg Süd Containerschifffahrt zu einem weltweit tätigen Anbieter logistischer Dienstleistungen in den nachstehenden Fahrtgebieten entwickelt:

- Europa–Südamerika (Ost- und Westküste)
- Europa–Karibik/Zentralamerika
- Europa–Nordamerika (Ost- und Westküste)
- Europa–Australien/Neuseeland
- brasilianische Cabotage/Mercosur/Conosur (Ost-/Westküste Südamerikas)
- Interamerika (Ost- und Westküste Nord- und Südamerikas/US-Golf, Mexiko, Karibik)
- Asien–Südamerika (Ost- und Westküste)
- Asien–Europa (Nordeuropa und Mittelmeer)
- Asien–Nordamerika (Ost- und Westküste)
- Asien–Indien/Pakistan
- Asien–Australien/Neuseeland
- Australien/Neuseeland–Nordamerika (Ost- und Westküste)
- Nordeuropa–Mittelmeer
- Nordeuropa–Indien/Pakistan

Weltweit über
100
eigene Büros.

Beschaffung

In der Hamburg Süd-Gruppe wurden neue Prozesse in Einkauf und Schiffsbetrieb eingeführt, um so Optimierungspotenziale zu heben. Neu geschaffene organisatorische Strukturen in der Zentrale und in den Regionen unterstützen diesen Prozess.

Logistik

Im Schiffsbetrieb in der Hamburg Süd-Gruppe liegt das Hauptaugenmerk weiterhin auf einer Reduzierung des Treibstoffverbrauchs. Nachdem in den vergangenen Jahren die Grundlagen durch eine umfassende Erneuerung der eigenen Flotte geschaffen wurden, wird es in den kommenden Jahren darauf ankommen, Fahrpläne und Schiffsbetrieb so weit zu optimieren, dass die Schiffe mit gleichmäßig niedriger Geschwindigkeit betrieben werden können. Dazu gehört auch die Optimierung sämtlicher Prozesse des Ladungsumschlags und des Betriebs der Schiffe in den Häfen.

Die Logistikprozesse zielen darauf ab, Leerbewegungen von Schiffen und Containern zu vermeiden und dies bereits bei der Ladungsakquisition durch geeignete Steuerungsinstrumente zu berücksichtigen. Soweit derartige Leerbewegungen aufgrund strukturell unterschiedlicher Ladungsströme unvermeidlich sind, liegt der Fokus auf einer Minimierung der damit verbundenen Kosten.

Marketing und Vertrieb

Die Hamburg Süd-Gruppe unterhält weltweit über 100 eigene Büros und wickelt dort das Geschäft von der Akquise über Customer Service und die Steuerung aller logistischen, operativen und administrativen Prozesse ab. Rund 90 % des Geschäftsvolumens im Liniengeschäft werden durch gruppeneigene Mitarbeiter betreut, für die restlichen 10 % erfolgt eine Vertretung durch Fremdagente. Im Rahmen des Vertriebs und der anschließenden Leistungserbringung gewinnt der elektronische Datenaustausch mit den Kunden der Hamburg Süd-Gruppe eine immer größere Bedeutung (E-Commerce). Dies gilt für die Geschäftsanbahnung (Fahrplandaten, Preisanfragen, Quotierung, Buchung) ebenso wie für die transportbegleitende Kommunikation (Austausch von Dokumentationsdaten, Statusverfolgung/Track & Trace, Verzollung) bis hin zur Rechnungsstellung und Bezahlung.

Forschung und Entwicklung

Fortschritte in der Schiffstechnik und im Schiffsbetrieb haben in erster Linie den Zweck, den Brennstoffverbrauch und die Emissionen zu verringern. Die Hamburg Süd-Gruppe setzt bei den neuen Schiffen der „Cap San“-Klasse moderne Umwelttechnik ein, die sich in der Optimierung der Maschinenleistung und Rumpfform sowie in der Verwendung von Common-Rail-Systemen und moderner Entsorgungssysteme zeigt. Die Innovationen zielten hauptsächlich auf die Erweiterung des logistischen Netzwerks ab, um den Kunden eine noch umfassendere und intensivere Abdeckung zu bieten und gleichzeitig die Optimierung der vollen und leeren Containertransporte voranzutreiben.

Das seit mehreren Jahren laufende GLOBE-Projekt, das der Ablösung der operativen und administrativen IT-Anwendungen dient, trat im Jahr 2014 mit der erfolgten Einführung des Tarif- und Quotierungsmoduls in eine entscheidende Phase. Damit wird die Voraussetzung für die Intensivierung der E-Commerce-Aktivitäten mit Kunden und anderen Geschäftspartnern geschaffen.

Die gemeinsam mit einer Klassifikationsgesellschaft entwickelte Anwendung zur Sammlung und Aufbereitung von Daten aus dem Schiffsbetrieb (GLEM-Projekt) konnte im Berichtsjahr weitgehend abgeschlossen und eingeführt werden. Sie bildet die Grundlage für umfangreiche Analysen bezüglich der Effizienz und der Kosten von Schiffsbetrieb und Ladungsumschlag sowie für effizientes Umweltreporting (Emissionen), das zunehmend von Kunden und anderen Stakeholdern nachgefragt wird.

Geschäftsverlauf

KENNZAHLEN	2013	2014
Umsatzerlöse (Mio. €)	5.254	5.186
Bereinigte Umsatzerlöse (Mio. €)	5.254	5.182
Investitionen (Mio. €)	450	348
Beschäftigte	4.491	5.360

In einem schwierigen Umfeld hat sich die Hamburg Süd im Jahr 2014 behauptet. Der Gesamtumsatz des Geschäftsbereichs Schifffahrt ging um 1,3 % auf 5.186 Mio. Euro zurück, während das Transportvolumen im Liniengeschäft im Vergleich zum Vorjahr um 2,3 % auf 3,375 Mio. TEU (1 TEU = 1 20-Fuß-Standardcontainer) angestiegen ist.

Die schwache Entwicklung wichtiger Volkswirtschaften Südamerikas (Brasilien, Argentinien und Venezuela) führte zu einem Ladungswachstum in den Südamerika-Verkehren, das mit ca. 1,7 % deutlich unter dem der meisten anderen globalen Verkehre gelegen hat. Ein hoher Bunkerpreis und ein schwacher US-Dollar belasteten die Entwicklungen im ersten Halbjahr 2014. Im zweiten Halbjahr kehrten sich diese beiden Trends um.

Im Geschäftsjahr wurde ein neuer Direktdienst aus der Karibik nach Europa (vor allem für Kühlladung) und von Europa über Mexiko zurück in die Karibik aufgenommen. Die Kooperation mit United Arab Shipping Company S.A.G. (UASC) zum Eintritt in die Asien-Europa- und Asien-Südamerika-Verkehre wirkt sich dagegen spürbar erst im Jahr 2015 aus.

Der geplante Mengenzuwachs von 6 % wurde wegen der Schwäche der südamerikanischen Volkswirtschaften (insbesondere Brasilien, Argentinien und Venezuela) nicht ganz erreicht. Weiterhin gaben die Frachtraten aufgrund hoher Überkapazitäten und

des Wettbewerbsdrucks um rund 6 % nach. Der Erlösausfall konnte im Linienbereich nur zum Teil durch Kapazitäts- und Kostenanpassungen aufgefangen werden. Vor allem aufgrund schwacher Rohstoffimporte Chinas ist die erwartete Erholung der Massengutmärkte ausgeblieben, sodass die Bulkschifffahrt die geplante Verbesserung nicht erreichen konnte.

Nachtragsbericht

Die Hamburg Süd hat am 27. März 2015 das Containerliniengeschäft und die Agenturfunktion der Reederei Compañía Chilena de Navegación Interoceánica (CCNI) mit Sitz in Valparaiso, Chile, übernommen. Durch die Integration der CCNI-Liniendienste wird die Hamburg Süd ihr Liniennetzwerk von und nach Südamerika stärken.

Auf der Grundlage einer Kooperationsvereinbarung zwischen der Hamburg Süd und United Arab Shipping Company S.A.G. (UASC) über den Austausch von Kapazitäten auf den Schiffssystemen beider Unternehmen erfolgte ab Dezember 2014 bzw. Januar 2015 der schrittweise Eintritt der Hamburg Süd in die Asien-Europa- und Asien-Nordamerika-Verkehre.

Im Februar 2015 haben die Hamburg Süd und die CMA CGM bekanntgegeben, dass sie zusätzlich zu den bereits existierenden gemeinsamen Diensten zwischen Nord-europa und der West- und Ostküste Südamerikas auf weiteren Routen zusammenarbeiten werden. So ist zum Beispiel die Aufnahme eines Gemeinschaftsdienstes von Asien durch den Panamakanal an die US-Ostküste und weiter nach Europa und zurück geplant, der im zweiten Quartal 2015 aufgenommen werden soll.

Prognose

Die Hamburg Süd erwartet für 2015 einen Zuwachs des Transportvolumens in der Linienschifffahrt um mehr als 20 %. Der Linienumsatz soll in einer ähnlichen Größenordnung ansteigen. Insgesamt wird mit einem Umsatz der Schifffahrtsgruppe von über 6 Mrd. Euro gerechnet. Dieser Anstieg ist zum Teil akquisitionsbedingt (CCNI) bzw. auf die Kooperation mit UASC zurückzuführen. Angesichts anhaltender Überkapazitäten in praktisch allen Segmenten werden die Erlöse branchenweit auch mittelfristig unter Druck stehen. Die unbefriedigenden Ergebnisse der meisten Reedereien werden sich nur verbessern lassen, wenn die Kosten nachhaltig reduziert werden können. Dies kann durch Maßnahmen zur Verbrauchsreduzierung von Treibstoffen, die Ausnutzung von Skaleneffekten oder weitere Effizienzsteigerungen in den Prozessen erreicht werden. Die Hamburg Süd ist hier auf einem guten Weg und rechnet für 2015 mit einem besseren Ergebnis als im Jahr 2014, der niedrige Bunkerpreis wirkt hierbei unterstützend. Belastend wirkt sich allerdings die anhaltend schwache Verfassung der Bulkschifffahrt aus, die wohl auch im laufenden Jahr kein befriedigendes Ergebnis einfahren wird.

20 %

erwarteter Transportvolumenzuwachs in der Linienschifffahrt für 2015.

Geschäftsbereich *Weitere Interessen*

500 *Mio.*

Euro Umsatz



➤ budenheim.com
oediv.de
oetker-verlag.de
oetkercollection.com
roland-transport.de

Der Geschäftsbereich Weitere Interessen fasst Unternehmen der Oetker-Gruppe zusammen, die in unterschiedlichen Branchen tätig sind. Hierzu gehört die Chemische Fabrik Budenheim KG, die ihre Produkte an sechs Standorten herstellt. Weiterhin gehört zum Geschäftsbereich Weitere Interessen die Oetker Collection mit ihren vier eigenen Hotels der Luxusklasse in Deutschland und Frankreich sowie dem Management einzigartiger Hotels fremden Eigentums an verschiedenen Standorten (Frankreich, Marokko, Seychellen, St. Barth). Die Dr. Oetker Verlag KG, die OEDIV Oetker Daten- und Informationsverarbeitung KG, die Handelsgesellschaft Sparrenberg mbH, die Roland Transport KG sowie weitere Unternehmen runden diesen Geschäftsbereich ab und haben ihre Standorte in Bielefeld.

9

Masterpiece Hotels in
der Oetker Collection.

Die Produkte von Budenheim umfassen kundenindividuell hergestellte hochwertige Phosphate und Spezialchemie, die in mehr als 100 Ländern vermarktet werden.

In den vier eigenen Hotels sowie den von der Oetker Hotel Management Company GmbH geführten fünf Hotels in fremdem Eigentum werden Hoteldienstleistungen auf höchstem Niveau angeboten.

Der Dr. Oetker Verlag bietet Koch- und Backbücher in zahlreichen Varianten sowohl über den stationären Buchhandel als auch als E-Book an.

Die OEDIV betreibt in Deutschland Rechenzentren und bietet hier SAP Hosting und zahlreiche weitere IT-Dienstleistungen an. Die eingesetzten Konzepte und Architekturen entsprechen höchsten Verfügbarkeitsanforderungen der Kunden und werden in der OEDIV laufend erprobt und auf dem neuesten technologischen Stand gehalten.

Die Handelsgesellschaft Sparrenberg (HGS) bündelt das konzeptionelle Beschaffungs-Know-how in der Oetker-Gruppe und unterstützt diese sowie externe Kunden bei der Erschließung neuer strategischer Perspektiven.

Die Roland Transport bietet ihre Dienste in den drei Geschäftsfeldern 4PL (Fourth Party Logistics), Hauptspediteur und Added Services an.

Beschaffung

Bei Budenheim konnten im Jahr 2014 durch Standardisierung und Harmonisierung der technischen Unterlagen erstmals Ausschreibungen zur Beschaffung von technischen Dienstleistungen durchgeführt und dadurch Einsparpotenziale generiert werden.

Durch die Einführung eines einheitlichen ERP-Systems wurde die Grundlage für die Etablierung standardisierter und globaler Geschäftsprozesse geschaffen.

Die Handelsgesellschaft Sparrenberg (HGS) unterstützt als fachlich und methodisch spezialisierter Informations- und Beschaffungsdienstleister die Einkaufsverantwortlichen der Unternehmen der Oetker-Gruppe wie auch etlicher gruppenfremder Unternehmen in den zumeist international ausgerichteten Aktivitäten des strategischen Einkaufs. Aufgrund dieser Funktion verfügt sie über langjährige Erfahrung in der Analyse und Nutzung europäischer Beschaffungsmärkte, in der Recherche, Aufbereitung und Interpretation von Markt- und Preisdaten sowie in der Ableitung möglicher künftiger Entwicklungen. Die HGS hat aufgrund der Teilnahme an zahlreichen Ausschreibungen eine hohe Marktpräsenz und Kenntnisse der realisierbaren Potenziale. Die Markteinschätzungen und Prognosen unterstützen den Planungs- und Hochrechnungsprozess. Sie liefert Berechnungen zu Wertanalyse- und Materialharmonisierungsprojekten. Mit diesen Tätigkeiten wird ein Beitrag zu Kosteneinsparungen, Effizienzsteigerungen und Risikomanagement im Beschaffungsbereich geleistet.

Produktion und Logistik

Bei Budenheim wurde im Berichtsjahr die Initiative zur Optimierung der Transportgebinde der Produkte gestartet. Ziel dieser Initiative ist eine nachhaltige Verhinderung von Beschädigungen auf dem Transport von der Produktionsanlage bis zum Kunden, um die Premiumqualität der Budenheim-Produkte zu unterstreichen.

Marketing und Vertrieb

Budenheim vertreibt seine Produkte weltweit im Direktvertrieb und über Distributoren. In der stetigen Entwicklung zu mehr Kundennähe wurde im Berichtsjahr die Verkaufsregion Asien neu organisiert und die Verantwortung für ganz Asien am Verkaufstandort in Singapur zentralisiert. Die Markteinführung neuer Produkte wurde im Jahr 2014 durch die Einführung eines integrierten Produktlaunch-Prozesses verbessert.

Die Hotels der Oetker Collection werden mit ihren Marketingaktivitäten und Vertriebsprozessen von der Oetker Hotel Management Company koordiniert. Hierdurch ist eine abgestimmte und effiziente Marktbearbeitung möglich. In diesem Zuge wird auch das Partnernetzwerk (zum Beispiel zu PR-Agenturen) kontinuierlich erweitert. Daneben wurden im Berichtsjahr auch die Social-Media-Aktivitäten weiter ausgebaut.

Im Bereich des Geschäftsfelds Fourth Party Logistics erarbeitet die Roland Transport KG als neutraler Berater ohne eigenen Fuhrpark zusammen mit Kunden zielgerichtete Lösungen in nahezu allen logistischen Geschäftsprozessen.

Forschung und Entwicklung, neue Produkte

Die Abteilung Material- und Verfahrenstechnik bei Budenheim erforscht regelmäßig aktuelle Trends interdisziplinär mit anderen Abteilungen. Im Jahr 2014 hat Budenheim

in allen Geschäftsbereichen den Umsatzanteil von innovativen Produkten am Gesamtumsatz deutlich steigern können. Der Geschäftsbereich Performance Materials konnte eine neue, umweltfreundlichere Palette von Hochtemperaturschmierstoffen mit stark reduziertem Borgehalt erfolgreich im Markt platzieren. Der Fortschritt in der Produktentwicklung für die Anwendung in der Elektromobilität wurde mit dem Gold Award der „MATERIALICA Design & Technology“-Messe ausgezeichnet.

Die auf biologischen Komponenten basierenden Zusatzstoffmischungen der ALTESA-NEO-Produktlinie für den Fischbereich, die erstmals im Jahr 2014 angeboten wurden, wurden weltweit von den Kunden gut angenommen. Erste Umsätze von Eisenpyrophosphat mit verbesserten physikalischen Eigenschaften konnten zum Jahresende 2014 erreicht werden.

Der Geschäftsbereich Material Ingredients hat ein neues Produkt zur Brandbekämpfung mit Flugzeugen erfolgreich platziert. Die Innovation liegt in einem neuen, umweltfreundlichen photosensiblen Farbstoff, der sich nach der Ausbringung unter Lichteinfluss selbstständig auflöst.

Das Projekt „Urban Mining“ von Budenheim befasst sich mit der Rückgewinnung von Phosphaten aus Klärschlamm durch eine umweltfreundliche Extraktion mit Kohlensäure. Als Produkt entsteht ein gesundheitlich unbedenklicher, schadstofffreier Phosphatdünger zur Vermarktung. Die jetzt abgeschlossene Grundlagenforschung und der dreijährige Betrieb einer Anlage im Technikumsmaßstab sollen in 2015 mit dem Bau und der Inbetriebnahme einer Pilotanlage fortgesetzt werden. Diese wird direkt an die Kläranlage Mainz-Mombach angeschlossen und einen Teilstrom des dort anfallenden Klärschlammes behandeln. In diesem durch die Deutsche Bundesstiftung Umwelt geförderten dreijährigen Projekt sollen die Betriebsparameter angepasst werden, um so die Grundlage für den Bau einer großtechnischen Anlage zu schaffen.

Basierend auf dem Reaktionsmechanismus von Backpulver wurde ein umweltfreundliches Schäumungsmittel für Silikone entwickelt und bereits in Wundauflagen und für Dichtungen von Lampen im Automobilbau und in der Straßenbeleuchtung eingesetzt. Ziel sind hierbei die Gewichtsreduzierung und die Materialeinsparung bei gleichzeitiger Verbesserung der Verarbeitungseigenschaften.

Geschäftsverlauf

KENNZAHLEN	2013	2014
Umsatzerlöse (Mio. €)	483	500
Bereinigte Umsatzerlöse (Mio. €)	483	500
Investitionen (Mio. €)	52	50
Beschäftigte	2.427	2.440

500 Mio.

Euro Umsatz.

Im Hinblick auf die verschiedenen Märkte haben sich die jeweiligen Firmen des Geschäftsbereiches Weitere Interessen unterschiedlich entwickelt. Insgesamt erzielte der Geschäftsbereich im Jahr 2014 einen Umsatz von 500 Mio. Euro.

Die Wertorientierung von Budenheim hat sich auch im Jahr 2014 bewährt. Das Unternehmen konnte das geplante Mengenwachstum nicht erreichen, aber beim Ergebnis zulegen. Ein Teil der Entlastung bei den Rohstoffkosten wurde an Kunden weitergegeben. Bei insgesamt leicht rückläufigen Preisen (–1 %) ging der Umsatz um 1 % zurück.

Budenheim hat in seinem Kerngeschäft 3,1 % weniger abgesetzt. Bei verändertem Produktmix erhöhte sich der Durchschnittspreis per saldo um 0,6 %. Das Umsatzminus im Kerngeschäft belief sich auf 2,6 %. Bei Einbeziehung des Säurehandels, der sich erfreulich entwickelte, ergab sich insgesamt ein Plus von 1,6 % bei der Menge. Der Umsatz erreichte 259 Mio. Euro (–1 %).

Regional betrachtet wurden die Erwartungen in Nordamerika nicht erfüllt. Sehr erfreulich entwickelte sich hingegen das Geschäft in Asien.

Das Geschäftsjahr schloss für den Geschäftsbereich Food Ingredients mit einem gegenüber dem Vorjahr geringeren Absatzvolumen und dadurch geringerem Umsatz. Dieser blieb damit deutlich hinter den Erwartungen zurück. In den einzelnen Absatzregionen waren die Gründe unterschiedlich: In den USA führten preisaggressive Wettbewerber zu Mengenverlusten. Die volkswirtschaftlichen Schwierigkeiten in Südamerika mit den für Budenheim wichtigen Nationen Brasilien, Venezuela und Argentinien erschwerten das Erreichen der Absatzziele. Die Ukraine-Krise, die wirtschaftlichen Sanktionen gegenüber Russland und die daraus folgende Schwäche des Rubels führten zu deutlichen Nachfragerückgängen im russischen Markt. Eine zunehmende globale Wettbewerbsaktivität erschwerte die Geschäftsausweitung in den Hauptabsatzregionen Europa und Nordamerika zusätzlich. Demgegenüber konnten die Absatzmengen in Asien deutlich gesteigert werden.

Die Sparte Performance Materials konnte ihre Vorteile in diesem anwendungsorientierten Geschäftsbereich erneut unter Beweis stellen und attraktives Neugeschäft akquirieren. Im Anwendungsbereich Pharma wurde mit der Neugestaltung von Produktinformationen und dem erstmaligen Auftritt auf der weltweit größten Pharmamesse CPhI in Paris der Fokus auf eine Verbesserung der Außendarstellung gelegt.

Der Geschäftsbereich Material Ingredients hat sich im Jahr 2014 mit einer kräftigen Umsatzsteigerung sehr erfreulich entwickelt. Dies ist vor allem auf ein erhebliches Absatzwachstum in den Segmenten Paints & Coatings sowie bei Wildfire zurückzuführen. Veränderte Schwerpunkte im Produktportfolio haben außerdem zu höheren Preisen beigetragen. Dadurch konnte die markt- bzw. nachfragebedingt schwierige Situation im Kunststoffsegment mehr als kompensiert werden. Regional betrachtet konnten die neu akquirierten Flammenschutzgeschäfte bei Paints & Coatings in der

EMEA-Region erfolgreich konsolidiert werden. Gleichzeitig sorgte neu entwickeltes Geschäft in Nordamerika und in Asien für spürbares Wachstum.

Die Unternehmen der Oetker Collection können mit einer Umsatzsteigerung von 7,1 % auf 157 Mio. Euro auf ein zufriedenstellendes Jahr zurückblicken. Hierzu haben insbesondere die positiven Umsatzentwicklungen im Hotel Le Bristol Paris und im Hotel du Cap-Eden-Roc in Antibes beigetragen.

Größere Investitionen wurden im Hotel Le Bristol und im Brenners Park-Hotel & Spa getätigt. Im Hotel Le Bristol standen dabei umfangreiche Zimmerrenovierungen im Mittelpunkt. Im Brenners Park-Hotel wurde im Dezember 2014 das umfangreiche und mehrjährige Umbau- und Renovierungsprojekt zur Neugestaltung der Villa Stéphanie fertiggestellt, die im Januar 2015 neu eröffnet wurde. Die Villa Stéphanie beherbergt als Teil des Gebäudeensembles des Brenners Park-Hotels künftig den neuen Spa-Bereich des Hotels sowie 15 neue Zimmer und Suiten.

Die Oetker Hotel Management Company hat im abgelaufenen Geschäftsjahr das Management des Hotels Eden Rock – St Barths übernommen sowie einen Managementvertrag für das Hotel The Lanesborough in London unterschrieben. Letztgenanntes Haus wird im Sommer 2015 nach aufwendiger Renovierung neu eröffnen. Es ist das neunte Masterpiece Hotel im Portfolio der Oetker Collection.

Auch bedingt durch die vergangenen Expansionsschritte stieg die Zahl der verkauften Übernachtungen im Jahresvergleich um 11,8 % deutlich.

Der Dr. Oetker Verlag konnte sich auch im abgelaufenen Geschäftsjahr nicht dem unter Druck stehenden und unter rückläufigen Umsätzen leidenden klassischen deutschen Buchmarkt entziehen. Gerade bei Koch- und Backbüchern ist es schwer, bei den Verbrauchern Akzeptanz für die Vermarktung elektronischer Inhalte zu erreichen. Das Geschäftsjahr 2014 verlief für den Dr. Oetker Verlag daher trotz vieler Anstrengungen unter dem Vorjahresniveau.

Der Umsatz der OEDIV hat sich 2014 erfreulich weiterentwickelt. Der Trend zum Auslagern unternehmensinterner IT-Infrastrukturen setzte sich auch im vergangenen Jahr fort. Die OEDIV als mittelständischer Provider mit ausschließlich in Deutschland betriebenen Rechenzentren genießt insbesondere im Bereich des Datenschutzes ein hohes Vertrauen. Die Umsatzplanung für das Geschäftsjahr 2014 konnte sowohl mit den Bestandskunden als auch durch die Akquise neuer Kunden leicht übertroffen werden. Neben dem Hosting und dem Betrieb von SAP-Systemen hat die Nachfrage für den Betrieb von Microsoft-basierten Systemen und Anwendungen im Geschäftsjahr 2014 weiter zugenommen. In diesem Bereich hat die OEDIV ihr Leistungsportfolio auch im vergangenen Jahr weiter ausgebaut.

Die Handelsgesellschaft Sparrenberg mbH konnte mit ihren Informations- und Beschaffungsdienstleistungen sowie mit der Beratung des strategischen Beschaffungsmanagements zu Markt- und Preisentwicklungen in internationalen Rohstoff- und Verpackungsmärkten sowie bei Rahmenabkommen, Ladungssicherung und Energie ihre Kunden innerhalb und außerhalb der Oetker-Gruppe überzeugen und den Umsatz um 3,5 % steigern.

10,1 %
Umsatzsteigerung.

Die Roland Transport KG konnte in 2014 ihren Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 10,1 % steigern. Trotz konjunktureller Einflüsse auf Seiten der Kunden, die Auswirkungen auf die durch Roland zu disponierenden Transporte haben, konnte durch Neukquisitionen im 4PL-Bereich das Geschäft deutlich belebt werden.

Prognose

Für das Jahr 2015 erwartet die chemische Industrie in Deutschland nur leichte Zuwächse. Budenheim möchte sich hiervon abkoppeln und hat sich für alle drei Kern-Geschäftsbereiche erneut ein deutlich darüber liegendes, in Teilbereichen ambitioniertes Wachstum vorgenommen.

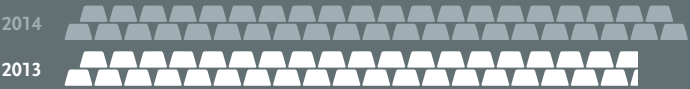
Nach einem deutlichen Umsatzanstieg über die letzten fünf Jahre erwartet die Oetker Collection für das Jahr 2015 einen Umsatz etwa auf Vorjahresniveau. Das Brenners Park-Hotel wird von der Eröffnung der Villa Stéphanie profitieren, während sich in der Pariser Hotellerie der zunehmende lokale Wettbewerbsdruck bemerkbar machen wird. Der Umsatz der Oetker Hotel Management Company wird wegen der zuletzt abgeschlossenen Managementverträge deutlich steigen.

Die OEDIV blickt aufgrund der steigenden Bedeutung der Informationstechnologie im täglichen Geschäftsleben, verbunden mit einer steigenden Komplexität und einem wachsenden Sicherheitsbedürfnis, optimistisch in die Zukunft. Für das Geschäftsjahr 2015 wird mit einem weiter leicht wachsenden Kundenkreis und damit verbundenen Umsatzsteigerungen gerechnet.

Geschäftsbereich
Bank

259 *Mio.*

Euro bilanzielles Eigenkapital



➤ bankhaus-lampe.de

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. 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 der Bank verwiesen.

Vermögens- und Finanzlage

Die Bilanzsumme ist um 729 Mio. Euro auf 8.499 Mio. Euro angestiegen. Ursächlich hierfür waren insbesondere die über den Abschreibungen liegenden Investitionen bei gleichzeitigem operativ bedingtem Anstieg des Umlaufvermögens, während die Erst- und Entkonsolidierungseffekte +135 Mio. Euro betragen. Hinzu kam ein bewusster Aufbau der liquiden Mittel, um im Laufe des Jahres 2014 erarbeitete strategische Opportunitäten realisieren zu können.

Die Eckwerte der Bilanzstruktur stellen sich wie folgt dar:

BILANZSTRUKTUR			
In Mio. €	2012	2013	2014
Bilanzsumme	7.695	7.770	8.499
Anlagevermögen	4.185	4.375	4.634
Vorräte/Forderungen/RAP	2.485	2.414	2.545
Liquide Mittel	1.025	981	1.320
Eigenkapital	2.847	3.105	3.484
Rückstellungen	1.457	1.446	1.526
Verbindlichkeiten inkl. RAP, passive latente Steuern	3.391	3.219	3.489

Im Anlagevermögen sind die Anschaffungs- und Herstellungskosten am 1. Januar 2014 um 13 Mio. Euro wegen Differenzen aus der Währungsumrechnung erhöht. Daneben erhöhte sich dieser Betrag um 7 Mio. Euro wegen der Veränderungen im Konsolidierungskreis.

Das immaterielle Anlagevermögen hat sich gegenüber dem Vorjahr um 32 Mio. Euro auf 165 Mio. Euro erhöht. Der Geschäfts- oder Firmenwert macht hiervon 55 Mio. Euro aus, der Anstieg gegenüber dem Vorjahr resultiert vor allem aus Erstkonsolidierungen im Bereich Nahrungsmittel (Delite B.V., Pizza-Geschäft McCain).

Der Anstieg des Sachanlagevermögens um 182 Mio. Euro auf 3.904 Mio. Euro ist nahezu vollständig aus den um 181 Mio. Euro über den Abschreibungen liegenden Investitionen (ohne Erstkonsolidierungen) zu erklären. Die gesamten Zugänge bei den Sachanlagen und immateriellen Anlagewerten beliefen sich auf 783 Mio. Euro. Hiervon entfielen auf Erstkonsolidierungen 116 Mio. Euro. Die laufenden Investitionen betragen mithin 667 Mio. Euro, sie liegen um 110 Mio. Euro unter dem Vergleichswert des Vorjahres von 777 Mio. Euro. Die Abschreibungen auf das immaterielle Anlagevermögen und das Sachanlagevermögen betragen 530 Mio. Euro.

Die Beteiligungen an assoziierten Unternehmen belaufen sich auf 413 Mio. Euro, was eine Erhöhung um 39 Mio. Euro bedeutet. Hierunter fallen vor allem die Bankhaus Lampe KG, Düsseldorf, die S.A. Damm, Barcelona (Spanien), die Emaphos Euro Maroc Phospore S.A., Casablanca (Marokko), und die Itapoá Terminais Portuários S.A., Itapoá (Brasilien).

Die Vorräte sind gegenüber dem Vorjahr um 23 Mio. Euro auf 775 Mio. Euro zurückgegangen. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen haben sich um 70 Mio. Euro auf 1.215 Mio. Euro erhöht, davon im Wesentlichen in den Geschäftsbereichen Nahrungsmittel und Schifffahrt. Hiervon hat ein Betrag von 3 Mio. Euro eine Restlaufzeit von mehr als einem Jahr.

Den Forderungen gegen verbundene Unternehmen und gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht, von insgesamt 3 Mio. Euro (wie Vorjahr) stehen Verbindlichkeiten von 80 Mio. Euro (Vorjahr 69 Mio. Euro) gegenüber. Sie bestehen gegenüber nicht in die Konsolidierung einbezogenen in- und ausländischen verbundenen Unternehmen und Beteiligungen.

Unter den sonstigen Vermögensgegenständen von 495 Mio. Euro (Vorjahr 424 Mio. Euro) sind kurzfristige Ausleihungen sowie nicht mit Passivposten verrechnete Ansprüche aus der Rückdeckung von Pensionsverpflichtungen bei der Condor Versicherungsgruppe, Steuererstattungsansprüche, Forderungen aus Leergut und Ähnliches ausgewiesen. Hierunter werden auch die Vermögensgegenstände der Atlantic Forfaitierungs AG gefasst, die insbesondere aus kurzfristigen Geldanlagen bestehen. Ein Betrag von 105 Mio. Euro hat eine Restlaufzeit von mehr als einem Jahr.

Die Finanzmittel in Höhe von 1.320 Mio. Euro setzen sich aus Forderungen gegen die Bankhaus Lampe KG und der Position „Kassenbestand, Guthaben bei fremden Kreditinstituten und Schecks“ zusammen.

Das Festkapital der Dr. August Oetker KG liegt unverändert bei 450 Mio. Euro. Die Rücklagen des Konzerns erhöhten sich um 372 Mio. Euro. Die Veränderung der Eigenkapitaldifferenz aus Währungsumrechnung von 8 Mio. Euro resultiert vor allem aus der Verschiebung des Euro zu den Landeswährungen in den USA, Brasilien, Ungarn, Großbritannien, Kanada, Polen, Indien, Russland, Venezuela, der Ukraine und der Türkei. Die Pensionsrückstellungen betragen 602 Mio. Euro nach 599 Mio. Euro im Vorjahr. Während sich Bestandsveränderungen hierbei mit –47 Mio. Euro auswirkten, hatten Zins- und Kurseffekte einen Einfluss von 51 Mio. Euro. Ein Teil der Altersversorgung unserer Belegschaftsangehörigen ist, wie bisher, durch Direktversicherungsverträge vor allem bei der Condor Lebensversicherungs-AG gedeckt. Die dafür erforderlichen Versicherungsprämien sind weitgehend durch Einmalprämien entrichtet. Policen-Darlehen sind nicht in Anspruch genommen.

In den Steuerrückstellungen in Höhe von 22 Mio. Euro sind nur effektive Steuern enthalten. In den sonstigen Rückstellungen sind Beträge für ausstehende Rechnungen, für Pfandguthaben aus dem Brauereibereich, für Erlösschmälerungen insbesondere im Nahrungsmittelbereich sowie für den Personalbereich enthalten; alle erkennbaren Risiken sind erfasst.

Die Verbindlichkeiten betragen 3.477 Mio. Euro und sind, gegliedert nach Restlaufzeiten, dem Anhang zu entnehmen.

Unter den im Gesamtbetrag enthaltenen anderen sonstigen Verbindlichkeiten von 1.561 Mio. Euro werden u. a. die Abgrenzungen für pendente Reisen in der Schifffahrt und die Gesellschafterkonten innerhalb der Dr. August Oetker KG ausgewiesen.

Die passiven latenten Steuern in Höhe von 3 Mio. Euro resultieren ausschließlich aus Konsolidierungsmaßnahmen, da auf Ebene der Einzelabschlüsse im Wesentlichen infolge von unterschiedlichen Wertansätzen bei den Pensionsrückstellungen ein Aktivüberhang besteht und insofern vom Wahlrecht des § 274 Abs. 1 Satz 2 HGB Gebrauch gemacht wird.

Die Finanzlage der Oetker-Gruppe ist durch Innenfinanzierung, weitgehende Thesaurierung der Ergebnisse und langfristige Bankkredite geprägt. Die Netto-Finanzgut haben verminderten sich von 214 Mio. Euro im Vorjahr auf 147 Mio. Euro zum Jahresende 2014, u. a. wegen der wiederum deutlich über den Abschreibungen liegenden Investitionen sowie der Ausgaben für Akquisitionen.

Das Eigenkapital wuchs im Vergleich zum Vorjahr um 379 Mio. Euro auf 3.484 Mio. Euro. Die Eigenkapitalquote stieg auf 41,0 % (Vorjahr 40,0 %) der Bilanzsumme. Die Bankverbindlichkeiten beruhen überwiegend auf Krediten mit zehnjährigen Laufzeiten, die plankonform bedient werden. Im Berichtsjahr wurden langfristige Kredite in Höhe von 221 Mio. Euro getilgt und neue Darlehen in Höhe von 585 Mio. Euro aufgenommen.

Leasingverpflichtungen existieren in überschaubarem Umfang nur im Bereich der Finanzierung von Containern für die Hamburg Süd. Sonstige Leasingvereinbarungen und andere außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente haben für uns nur untergeordnete Bedeutung.

Finanzierungen sowie Geldanlagen von Tochtergesellschaften werden möglichst innerhalb der Oetker-Gruppe gebündelt, um Risiken zu minimieren und Optimierungspotenziale zu nutzen. Zins-, Preis- und Währungssicherungen werden vor allem durch die Dr. August Oetker KG mittels derivativer Finanzinstrumente im Markt vorgenommen.

Leistungsindikatoren

Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Finanzielle Leistungsindikatoren

Gem. § 13 Abs. 3 Satz 2 PublG werden keine Angaben zu finanziellen Leistungsindikatoren gemacht.

Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Dieses Kapitel enthält weitere Informationen über die nichtfinanziellen Leistungsindikatoren der Oetker-Gruppe. Die Leistungs- und somit auch Zukunftsfähigkeit der einzelnen Geschäftsbereiche wird dabei nicht nur in wirtschaftlichen Kennzahlen abgebildet, sondern zeigt sich ebenso in nichtfinanziellen Leistungsindikatoren der Unternehmensgruppe, die für die weitere erfolgreiche Entwicklung der Unternehmen eine wichtige Rolle spielen.

Als eines der großen deutschen Familienunternehmen ist die Oetker-Gruppe sich ihrer Verantwortung gegenüber ihren Anspruchsgruppen stets bewusst. Die Inhaberkategorie übt einen wesentlichen Einfluss auf die Strategie und die Unternehmenspolitik der Gruppe aus und legte mit den Worten „Die Interessen des Unternehmens haben Vorrang vor denen der Inhaberkategorie“ den Grundsatz ihres unternehmerischen Engagements fest. Diese Festlegung ist die Basis für eine generationenübergreifende verantwortungsvolle Fortführung des Unternehmens. Sie versetzt die Oetker-Gruppe in die Lage, nachhaltig zu wachsen und stets die Qualität und somit die Sicherheit der Produkte und Dienstleistungen in den Vordergrund zu stellen.

Innerhalb des gruppenweit gesetzten Rahmens entwickeln die einzelnen Unternehmen der Geschäftsbereiche dezentral effiziente Lösungen in den Feldern Compliance, Forschung und Entwicklung, Lieferkette, Mitarbeiter, Umweltschutz und gesellschaftliche Verantwortung. Im Folgenden werden die wichtigsten Informationen zu ausgewählten Aspekten sowie einige hierzu durchgeführte Maßnahmen der Gruppenunternehmen aus dem Geschäftsjahr 2014 dargestellt.

Weiterführende Informationen über die erwähnten Felder sind den Publikationen und Internetseiten der Gruppenunternehmen zu entnehmen.

Das Thema Compliance hat aufgrund des starken internationalen Wachstums der Oetker-Gruppe und der zunehmenden gesetzlichen Anforderungen an Bedeutung gewonnen. Daher wurde für die gesamte Oetker-Gruppe ein Compliance-Management-System entwickelt und eine Compliance-Organisation eingerichtet, deren Compliance-Beauftragte als neutrale und unabhängige Ansprechpartner für alle Fragen zum Thema Compliance zur Verfügung stehen.

Personal

Die Zahl der Mitarbeiter der zum Konsolidierungskreis der Oetker-Gruppe zählenden Unternehmen hat sich im Geschäftsjahr 2014 deutlich gesteigert. Zum Bilanzstichtag waren weltweit 28.354 Mitarbeiter (Vorjahr 26.907) beschäftigt. Dies sind 5,4 % mehr als im Vorjahr. Das organische Mitarbeiterwachstum betrug 5,3 %.

Der Geschäftsbereich Nahrungsmittel erhöhte die Mitarbeiterzahl von 12.272 auf 12.790, worin sich neben den Akquisitionen auch Aufstockungen in den inländischen Werken zeigen. Im Geschäftsbereich Bier und alkoholfreie Getränke wuchs die Zahl der Beschäftigten von 5.689 auf 5.757. Der Geschäftsbereich Sekt, Wein und Spirituosen verzeichnete einen leichten Personalarückgang von 2.028 auf 2.007 Beschäftigte. Die Mitarbeiterzahl im Geschäftsbereich Schifffahrt erhöhte sich deutlich von 4.491 auf 5.360. Der Anstieg ist im Wesentlichen dadurch begründet, dass früher als fremde Seeleute eingestufte Personen nun als eigenes Personal gezählt werden. Der Personalbestand im Geschäftsbereich Weitere Interessen wuchs von 2.427 auf 2.440 Mitarbeiter.

Der Personalaufwand innerhalb der Oetker-Gruppe belief sich im Jahr 2014 auf 1.322 Mio. Euro (Vorjahr 1.273 Mio. Euro).

Personalstrategie der Oetker-Gruppe

Der Erfolg der Oetker-Gruppe basiert auf ihren qualifizierten und engagierten Mitarbeitern weltweit. Die Personalstrategie der Gruppe ist darauf ausgerichtet, die strategische Weiterentwicklung und das internationale Wachstum bestmöglich zu unterstützen und die enge Zusammenarbeit zwischen den Gruppenunternehmen zu fördern. Sie baut auf gemeinsamen Grundsätzen eines modernen internationalen Human-Resources-Managements auf und bildet die Basis für ein gruppenweites Werteverständnis, die Unterstützung des gruppenübergreifenden Know-how-Transfers sowie die Schaffung von Voraussetzungen, um die Mitarbeiter für einen flexiblen Einsatz innerhalb der Gruppe zu begeistern.

Um den Herausforderungen des demografischen Wandels und des steigenden internationalen Wettbewerbs zu begegnen, sorgt das Familienunternehmen auf allen Ebenen für attraktive Arbeitsbedingungen und schafft sichere Arbeitsplätze. Zudem bietet es interessante Berufsperspektiven in einer international ausgerichteten Unternehmensgruppe. Nachdem im Geschäftsjahr 2013 die Personalstrategie der Oetker-Gruppe weiterentwickelt wurde und hierdurch die Weichen für eine noch engere Zusammenarbeit im Bereich Personal erfolgreich gestellt wurden, konnten im Berichtsjahr 2014 erste darauf aufbauende Maßnahmen umgesetzt werden.

Junge Nachwuchskräfte fördern

In Zeiten steigenden Fachkräftemangels erhöht sich der Wettbewerb auf dem Personalmarkt stetig. Es gilt deshalb, frühzeitig Talente – wie beispielsweise engagierte Berufseinsteiger – für die Unternehmen zu gewinnen. Im Rahmen anspruchsvoller Praktika und eines gemeinsam entwickelten „Stay in Touch“-Programms für ehemalige Praktikanten und Auszubildende pflegt die Unternehmensgruppe einen intensiven

Kontakt zum potenziellen Nachwuchs. Die potenziellen Nachwuchskräfte der Gruppenunternehmen, die sich zuvor durch überdurchschnittlich gute Leistungen in ihrer Einsatzzeit empfohlen haben, bekommen zweimal jährlich die Chance, sich bei den „Stay in Touch“-Veranstaltungen zu treffen. Ziel ist es, die Gruppenunternehmen besser kennenzulernen, den Kontakt aufrechtzuerhalten, sich über Karrierechancen innerhalb der Oetker-Gruppe zu informieren und die eigenen Kompetenzen mit Unterstützung eines Seminarangebots weiter auszubauen. Im vergangenen Jahr fanden die gemeinsamen Treffen bei der Henkell & Co. Sektkellerei KG in Wiesbaden und bei der Martin Braun KG in Hannover statt.

Im Bereich Ausbildung schafft die Oetker-Gruppe durch gute Einstiegsbedingungen, intensive Einarbeitung und vielfältige Qualifizierungsprogramme die Grundlage für eine Erfolg versprechende Karriere. Entscheidend dabei ist die umfassende und vielseitige Ausbildung junger Menschen. Im vergangenen Jahr waren insgesamt 861 Auszubildende in der Oetker-Gruppe beschäftigt (Vorjahr 755).

Um für potenzielle Bewerber noch attraktiver zu sein, investierte die Dr. Oetker GmbH 2014 im Rahmen des Employer Branding in die zielgruppenspezifische internationale Karriere-Website. Die Arbeitgeberpositionierung von Dr. Oetker lautet: „Mit Qualität Zukunft gestalten.“

Die Gruppenfirmen wie zum Beispiel Martin Braun arbeiten zur gezielten Nachwuchsgewinnung mit Universitäten und Fachhochschulen zusammen.

Die FrischeParadies-Gruppe hat ihre Ausbildungsquote in den letzten Jahren kontinuierlich erhöht. In 2014 konnten die Nachwuchskräfte einen Tag in der Niederlassung Essen Verantwortung übernehmen und ihr Engagement und ihre Teamfähigkeit in den verschiedenen Verkaufsabteilungen des Marktes unter Beweis stellen.

Die Radeberger Gruppe überarbeitete im Berichtsjahr ihr Ausbildungskonzept und erhöhte u. a. die Vielfalt der angebotenen Ausbildungsberufe und dualen Studiengänge. Auch in 2014 gehörten die Auszubildenden aller Standorte traditionell zu den Jahrgangsbesten.

Mit der neuen Stelle „Ausbilder Chemikanten“ ist Budenheim in der Lage, die Ausbildungsplätze in diesem Bereich deutlich auszubauen.

Anlässlich der Feier des 800. Geburtstags der Stadt Bielefeld fand am 22. Februar 2014 in der Dr. Oetker Welt in Bielefeld eine Großveranstaltung statt, in der unter anderem Auszubildende verschiedener Unternehmen der Oetker-Gruppe die Besucher über die verschiedenen Geschäftsbereiche informierten.

Mitarbeiter entwickeln

Ein weiterer Schwerpunkt der Strategie liegt auf der Mitarbeiterförderung und -führung. Das unternehmerische Handeln der Oetker-Gruppe ist seit jeher durch ein hohes Maß an Verantwortung für die Mitarbeiter geprägt. Zur Förderung der Kompetenzen und Fähigkeiten investieren die Unternehmen kontinuierlich in die persönliche und fachliche Weiterbildung ihrer Beschäftigten. Auch das gruppenweite Nachfolge- und Talent-Management soll zukünftig dazu beitragen, Mitarbeitern national und international noch vielfältigere Entwicklungsmöglichkeiten und Berufsperspektiven zu eröffnen. Durch diese Maßnahmen wird erreicht, dass Schlüsselpositionen innerhalb der Oetker-Gruppe vorrangig mit den bestgeeigneten Mitarbeitern intern besetzt werden. Das ist nicht nur Motivation für die Mitarbeiter, sondern zeigt auch die langfristige Ausrichtung der Personalarbeit.

Besondere Bedeutung bei der Personalarbeit der Dr. Oetker GmbH 2014 hatte die Weiterentwicklung der internationalen Human-Resources-Projekte: Rekrutierung, und Mitarbeiterbindung, Personalentwicklung, Talentmanagement, Entgeltsysteme und HR-Prozesse.

Besonderer Wert wird außerdem auf länderübergreifende Karrieremöglichkeiten gelegt, weshalb die Internationalisierung der Personalaktivitäten und eine Vernetzung der Landesgesellschaften vorangetrieben werden.

Auch die seit mehreren Jahren praktizierte Nachfolgeplanung ermöglicht insbesondere für Schlüsselpositionen die gezielte Entwicklung von Talenten. Neben dem internationalen Trainee-Programm, das seit über 30 Jahren ein fester Bestandteil der Personalstrategie von Dr. Oetker ist, werden auch weitere Maßnahmen angeboten, um Mitarbeiter auf Managementaufgaben vorzubereiten.

Bei der Martin Braun-Gruppe wird im Rahmen der jährlichen Nachfolgeplanung eine Personalentwicklung durchgeführt, bei der alle Mitarbeiter mit Potenzial für weiterführende Aufgaben erfasst werden. Im Frühjahr 2014 wurde ein Personal-Handbuch erstellt und an die Verantwortlichen verteilt. In diesem werden ausgewählte Personalthemen in der Martin Braun-Gruppe einheitlich festgelegt und geregelt.

Mit einem breit angelegten Maßnahmenpaket intensivierte die Radeberger Gruppe die Weiterbildungsprogramme, insbesondere im Bereich Vertrieb. Vor diesem Hintergrund startete zu Beginn des Jahres 2014 eine Gruppe von Gebietsleitern ihre Ausbildung zum „Bierbotschafter“ an der Deutschen Wein- und Sommelierschule in Koblenz, die erfolgreich mit einer IHK-Zertifizierung abgeschlossen wurde.

Bei der Hamburg Süd lag der Fokus 2014 auf den internationalen Personalaustauschprogrammen. Sie reichen von Schulungsmaßnahmen im Ausland über kurz- und mittelfristige Entsendungen bis zu langfristigen Einsätzen von fünf und mehr Jahren.

Mitarbeiter motivieren und binden

Die Zufriedenheit der Mitarbeiter sowie ihre Identifikation mit den einzelnen Unternehmen der Oetker-Gruppe sind wesentliche Faktoren für das Engagement der Beschäftigten in ihren Aufgabenfeldern sowie für die Bindung an die Oetker-Gruppe. Um Arbeitsbedingungen kontinuierlich zu verbessern, führen zahlreiche Standorte in regelmäßigen Abständen Mitarbeiterbefragungen durch, so zum Beispiel in 2014 bei Martin Braun am Standort Hannover und bei den nationalen Standorten der Henkell & Co.-Gruppe. Bei Budenheim wurde in 2014 ein Konzept zur Beurteilung der Führungskräfte durch die Mitarbeiter entwickelt und bereits mit dessen Implementierung begonnen. Ziel ist es, das Führungsverständnis zu stärken, als Führungskraft durch Feedback weiter zu wachsen und den offenen Austausch zu fördern.

Eine Unternehmenskultur, in der ein vertrauensvolles Klima herrscht, ist der Schlüssel für eine offene und respektvolle Zusammenarbeit zwischen Mitarbeitern und Vorgesetzten.

Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist ein wichtiges Thema für die Oetker-Gruppe, denn die Unternehmen sind überzeugt, dass die Mitarbeiter ihre Leistungsfähigkeit bestmöglich entfalten, wenn Berufs- und Privatleben im Einklang stehen. Die Gruppenunternehmen fördern sowohl den Mitarbeitern als auch dem Unternehmen dienende Arbeitszeitmodelle und -formen. Diese sollen verschiedene Lebensphasen berücksichtigen und unterstützen damit die Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben. Dazu haben die verschiedenen Unternehmensstandorte unterschiedliche Maßnahmen implementiert, wie zum Beispiel Ferienbetreuungsangebote oder Kooperationen mit Familienberatungsstellen.

Ausgeglichene Altersstrukturen und langjährige Betriebszugehörigkeiten sind besondere Merkmale der Oetker-Gruppe und Beleg für die starke Bindung der Belegschaft an die Gruppenunternehmen. Die Vielfalt der Mitarbeiter mit ihren unterschiedlichen persönlichen Eigenschaften, Talenten und Fähigkeiten steigert die Kreativität und Innovationskraft der weltweit agierenden Unternehmensgruppe.

Gesundheit fördern

Die demografische Entwicklung und die Verlängerung der Lebensarbeitszeit werden in vielen Industriestaaten zu erheblichen Veränderungen führen. Die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter langfristig zu erhalten, ist auch für die Oetker-Gruppe ein wichtiges Thema. Deshalb sind die Förderung einer angemessenen Arbeitsumgebung sowie das Gesundheitsmanagement selbstverständlich.

Die Unternehmen der Gruppe haben zahlreiche Modelle zur Gesundheitsförderung umgesetzt, die von der Prävention und Früherkennung bis hin zu vielfältigen Maßnahmen der Bewegung, gesunden Ernährung und Entspannung reichen.

So wurde zum Beispiel das unter dem Namen „PowerParadies“ bereits seit einigen Jahren etablierte betriebliche Gesundheitsmanagement der FrischeParadies-Gruppe auch im Jahr 2014 erweitert und von den Mitarbeitern der verschiedenen Standorte intensiv genutzt.

Bei der Hamburg Süd sind u. a. am Firmensitz in Hamburg die jährlichen Gesundheitstage und der regelmäßige Betriebssport zu festen Gesundheitskomponenten geworden. Auch die Schiffsbesatzungen finden in der Reedereigruppe optimale gesundheitliche Voraussetzungen. Die Schiffe sind u. a. mit Fitnessräumen ausgestattet und bieten somit einen sportlichen Ausgleich zum Arbeitsalltag auf hoher See.

Die Arbeitssicherheit nimmt bei den Gruppenfirmen ebenfalls einen hohen Stellenwert ein. Die Maßnahmen des Arbeitsschutzes werden ständig überprüft und weiterentwickelt, um den Mitarbeitern sichere und ergonomisch optimierte Arbeitsplätze zu bieten. Innovative Mitarbeitervorschläge zur weiteren Verbesserung werden von den Gruppenfirmen gefördert, wie zum Beispiel bei der Dr. Oetker GmbH, der Henkel & Co.-Gruppe und bei Budenheim.

Umweltschutz

Der Umweltschutz hat in der Oetker-Gruppe einen besonderen Stellenwert und ist fest in die Unternehmensführung integriert. Auf diese Weise konnten bereits hohe Umweltstandards erreicht werden. Ungeachtet dessen wird weiter das Ziel verfolgt, die Umwelteinwirkungen kontinuierlich zu reduzieren. Auch im Jahr 2014 konnten die zur Oetker-Gruppe gehörenden Unternehmen durch umfassende Maßnahmen weitere Verbesserungen erzielen. Diese Fortschritte sind vor allem dem Engagement der Mitarbeiter zu verdanken. Regelmäßig haben sie die Erreichung der anspruchsvollen Ziele überprüft und aus eigener Initiative Verantwortung für den Umweltschutz übernommen.

Die Senkung des Energieverbrauchs und die damit verbundene Verringerung der Emissionen bilden weiterhin einen Schwerpunkt der Aktivitäten zum Umwelt- und Klimaschutz.

Die unter dem Dach der Dr. Oetker GmbH geführten Unternehmen sowie die Firmen der Martin Braun-Gruppe haben im Berichtsjahr 2014 ihre vielfältigen Umweltschutzaktivitäten weiter ausgebaut. Diese kontinuierliche Verbesserung wurde durch unabhängige Gutachter mit der Rezertifizierung des integrierten Umweltmanagementsystems nach der international gültigen Norm DIN EN ISO 14001 erneut bestätigt. Zusätzlich wurden im Jahr 2014 die nationalen Werke der Dr. Oetker GmbH nach der DIN EN ISO 50001 (Energiemanagement) zum wiederholten Mal und die Martin Braun-Gruppe erstmals zertifiziert. Mit dem System wurden zahlreiche energieeffizienzsteigernde Maßnahmen und Projekte in den Werken umgesetzt.

Ebenso wurde innerhalb der FrischeParadies-Gruppe das System der Qualitätssicherung und des Umweltschutzes regelmäßig durch entsprechende Zertifizierungen der Betriebe dokumentiert und durch eigene Standards ergänzt.

Da die Herstellung, die Abfüllung und der Transport von Bier ressourcenintensive Prozesse sind, ist die Radeberger Gruppe darum bemüht, dass der Verbrauch von Energie und Wasser sowie die Erzeugung von Abwasser, Abfällen oder Staub- und Lärmemissionen im Herstellungsprozess nach dem neuesten Stand der Technik kontinuierlich minimiert werden.

Die Brauereigruppe betreibt mittlerweile sechs Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen, die über einen hohen Wirkungsgrad von bis zu über 90 % verfügen. Seit Jahren ist die Radeberger Gruppe im Rahmen einer Matrixzertifizierung nach den DIN-EN-ISO-Normen 9001 (Qualität) und 14001 (Umwelt) zertifiziert. Im Mittelpunkt der Zielvorgaben für den Bereich Umwelt steht vor allem die Erreichung von Energieeinsparungen bei Wärme, Strom und Wasser. Die Erstzertifizierung des Pilotstandorts Berlin nach der neuen Energienorm DIN EN ISO 50001 im Jahr 2013 wurde im Jahr 2014 an zehn weiteren Standorten der Radeberger Gruppe fortgesetzt. Das Ergebnis der Erstzertifizierung an diesen Standorten war durchweg sehr positiv, sodass das Zertifikat ohne eine einzige Nebenabweichung der gesamten Radeberger Gruppe erteilt wurde.

Die Henkell & Co.-Gruppe ist standortbezogen nach den Normen DIN EN ISO 9001, DIN EN ISO 14001, DIN EN ISO 50001, OHSAS 18001, IFS6, BRC und darüber hinaus am Standort Wiesbaden biozertifiziert. Die entsprechenden Normen zur effizienteren Umsetzung wurden in einem integrierten Managementsystem zusammengefasst.

In der Henkell & Co.-Gruppe ist Umweltschutz an allen Standorten gelebte Praxis. Alternative Energieerzeugung mittels Erdwärme, Photovoltaik und Kraft-Wärme-Kopplung, der Einsatz von Niederdruckdampf, Energierückgewinnung und die Reduzierung von Kohlendioxidemissionen sind seit Jahren fester Bestandteil der Umweltpolitik von Henkell & Co. Alle Verbräuche von Energie und natürlichen Ressourcen unterliegen einem permanenten Monitoring und der ständigen Optimierung unter Betreuung des Energieteams zusammen mit den Umwelt- und Energiebeauftragten. Ziele und Ergebnisse der Umweltmaßnahmen von Henkell & Co. werden regelmäßig in den Umweltberichten der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt. Zusätzlich nimmt Henkell & Co. am Standort Wiesbaden-Biebrich am Ökoprotect-Programm der Stadt Wiesbaden teil und wurde hier schon mehrfach ausgezeichnet.

Höhere Energieeffizienz und neue Technologien sind geeignete Instrumente zur CO₂-Minderung bei der Hamburg Süd. Im vergangenen Geschäftsjahr erreichte die Hamburg Süd bereits jetzt das ehrgeizig gesetzte Ziel, durch logistische, organisatorische und schiffbautechnische Maßnahmen die spezifischen CO₂-Emissionen pro Einheit der Transportleistung (TEU/km) bis zum Jahr 2020 um 26 % (Basisjahr 2009) zu reduzieren. Bis zum Jahr 2020 wurde das Ziel nun auf 45 % heraufgesetzt. Eine sehr erfolgreiche Maßnahme war in diesem Zusammenhang die Entwicklung des Emissionsmanagers GLEM (Germanischer Lloyd EmissionManager), der auf den Schiffen installiert wurde, um Emissionen und Verbräuche einheitlich zu analysieren und anschließend Effizienzmaßnahmen festzulegen. GLEM wurde zusammen mit der Klassifizierungsgesellschaft Germanischer Lloyd (jetzt DNV GL) entwickelt und von der Hamburg Süd als erster Reederei den harten Bedingungen im Liniendienst ausgesetzt.

Bei den Kühlcontainern im Bestand soll der Energieverbrauch bis 2015 um 15 % gesenkt werden, bei Neubauten um 20 % (Basisjahr 2010). Hier befindet sich die Hamburg Süd auf einem guten Weg und es zeichnet sich ab, dass beispielsweise der Energieverbrauch bei Neubauten bis 2015 um mehr als 20 % sinken wird. Ein weiteres Umweltziel ist der Einsatz von mehr als 80 % Bambusfußboden oder anderen alternativen Materialien in Trockencontainerneubauten im Zeitraum von 2012 bis 2015. Grund hierfür ist die Schonung der Tropenwälder, um indirekt die Biodiversität zu fördern und das Klima zu schützen. Es zeichnet sich auch hier ab, dass die Hamburg Süd dieses Ziel bis 2015 übertreffen wird.

Die Umweltpolitik von Budenheim berücksichtigt neben den Anforderungen der Normen DIN EN ISO 14001 und 50001 zusätzlich auch das Eco-Management and Audit Scheme der Europäischen Union (EMAS III) sowie die Leitlinien des „Responsible-Care-Programms“ des Verbandes der Chemischen Industrie (VCI). Für alle Prozesse und

Tätigkeiten werden die Umweltaspekte, wie zum Beispiel Emissionen sowie Rohstoff- und Energieverbräuche, systematisch ermittelt und ihre Auswirkungen erfasst. Darauf aufbauend werden bereits seit 1996 strategische und operative Umweltziele definiert und umgesetzt. Ein Beispiel dafür ist das äußerst anspruchsvolle Ziel von Budenheim, bis zum Jahr 2020 die Energieeffizienz um 15 % zu steigern und gleichzeitig die CO₂-Emissionen um 15 % zu reduzieren (Basisjahr 2010).

Die Hotels der Oetker Collection implementierten auch 2014 unterschiedliche Maßnahmen, um ihre Umweltbilanz zu verbessern. Im Hotel du Cap-Eden-Roc und im Château St. Martin & Spa werden diese Maßnahmen bereits seit dem Jahr 2011 im Rahmen des „Green-Factor-Programms“ und der damit verbundenen Ziele und Verpflichtungen durchgeführt. Andere Häuser folgen den Best Practices, die hier umgesetzt werden. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf der genauen Erfassung, Steuerung und Reduzierung der Verbräuche von Wasser, Energie und Abfall. Daneben arbeiten die Hotels aktiv an der Steigerung der Biodiversität, teilweise auch im Rahmen nationaler Initiativen. Zudem unterstützen sie Landwirte, die sich dem biologischen Anbau von Nahrungsmitteln verschrieben haben.

Prognosebericht

Die Weltwirtschaft wird im Jahr 2015 um mindestens 3,0 % zulegen, wobei Asien mit 4,6 % deutlich über dem Durchschnitt und Europa mit 1,4 % (darin Deutschland mit 1,2 %) deutlich unter dem Durchschnitt liegen dürfte. Der Welthandel wird voraussichtlich um 4,3 % wachsen.

Die Geschäftsentwicklung der Oetker-Gruppe wird auch 2015 wesentlich von der Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen abhängig sein. Dabei ist mit überwiegend stabilen Rohstoffpreisen für die Konsumgüter-Geschäftsbereiche sowie mit einem Bunkerölpreis, der deutlich unter dem des Jahresdurchschnitts 2014 liegt, zu rechnen. Die für die Oetker-Gruppe wichtigen Fremdwährungen sind durchweg auf dem Niveau des Jahresdurchschnitts 2014 geplant worden.

Die Umsatzerlöse werden steigen – vor allem akquisitionsbedingt – und erstmals in der Unternehmensgeschichte merklich über 12 Mrd. Euro liegen.

Für das Jahr 2015 werden Investitionen von knapp 800 Mio. Euro erwartet. Der Schwerpunkt bei den produzierenden Firmen liegt auf Werksneubauten bzw. -erweiterungen und Ausbau der Produktionskapazitäten; besonders erwähnenswert ist der Neubau des Forschungs- und Entwicklungsgebäudes am Standort Bielefeld. Bei der Hamburg Süd, auf die etwa die Hälfte der geplanten Investitionen entfällt, wird das Programm zur Erweiterung und Erneuerung der Schiffsflotte sowie des Bestands an eigenen Containern fortgesetzt und in den Neubau der Hamburg Süd-Zentrale investiert.

Aus dem Netto-Finanzmittelüberschuss werden – bedingt durch die Akquisitionen – (überschaubare) Netto-Finanzschulden.

Bei den Mitarbeiterzahlen sind die verschiedenen Akquisitionen ebenfalls wesentlich für die prognostizierten Veränderungen. Im Nahrungsmittelbereich wird die Mitarbeiterzahl vor allem aufgrund der Akquisitionen in Mexiko und Kanada/USA um mehr als 10 % steigen. Auch in der Schifffahrt wird es akquisitionsbedingt einen Personalaufbau geben. Der Geschäftsbereich Bier und alkoholfreie Getränke erwartet einen moderaten Anstieg der Mitarbeiterzahlen, während im Geschäftsbereich Sekt, Wein und Spirituosen die Beschäftigung in etwa gleich bleiben wird. In der Chemie ist ein Anstieg zur Stärkung der Geschäftsbereiche und zur Forcierung der Innovationen geplant.

Weitere Aspekte zur erwarteten Entwicklung in den einzelnen Geschäftsbereichen sind in den jeweiligen Abschnitten beschrieben.

Risiko- und Chancenbericht

Die Geschäftstätigkeiten der Oetker-Gruppe unterliegen permanent Risiken und bieten zugleich eine Vielzahl von Chancen. Übergeordnetes Ziel ist es, für ein ausgewogenes Chancen-Risiken-Verhältnis zu sorgen.

Im Rahmen ihrer sowohl nach Branchen als auch nach Regionen diversifizierten Struktur ist die Oetker-Gruppe auch differenzierten Risiken ausgesetzt. Hierbei handelt es sich vor allem um konjunkturelle Risiken, die sich besonders auf die Fracht- und Charrterraten in der Schifffahrt auswirken, um Rohstoffpreissrisiken, die alle Geschäftsbereiche der Oetker-Gruppe treffen (und hier insbesondere um Preisrisiken für Treibstoffe in der Schifffahrt), sowie in geringerem Umfang um Währungsrisiken. Der Umgang mit diesen Geschäftsrisiken ist wesentlicher Bestandteil der unternehmerischen Führung der Oetker-Gruppe.

Die Nutzung von Marktchancen bietet für die Oetker-Gruppe die Möglichkeit, Wachstum bei gleichzeitig gesunder Ertragslage zu erzielen. Hierfür werden vor allem die für die Gruppe relevanten Trends in den Branchen fest im Blick gehalten. Chancen werden bei der Formulierung der Planung berücksichtigt und im Zuge der periodischen Berichterstattung verfolgt. Dabei werden regelmäßig Markt- und Wettbewerbsanalysen durchgeführt und die kritischen Erfolgsfaktoren der Märkte begutachtet.

Die Gruppenunternehmen unterliegen verschiedenen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. In den drei Konsumgüterparten ist insbesondere die Konsumneigung der Verbraucher relevant. Ein diversifiziertes Produktportfolio und stetige Anstrengungen in der Entwicklung neuer Produkte helfen Markt- und Konsumentenbedürfnisse zu berücksichtigen. Hierbei wird auch der Wandel hin zu mehr Qualitätsbewusstsein und zur verstärkten Nachfrage nach Produkten aus nachhaltiger Herstellung einbezogen.

Strategische Chancen bietet darüber hinaus der Ausbau der Marktpräsenz. Dies gilt beispielsweise für die Märkte in den Schwellenländern. Mit Hilfe strategischer Akquisitionen lässt sich das Produktportfolio erweitern, die Marktposition verbessern und das Wachstum steigern.

Operative Risiken und Chancen

Beschaffungsmarktrisiken und -chancen

Nach Einschätzung der Gruppenleitung werden sich die Preise auf den Beschaffungsmärkten im Jahr 2015 nur moderat verändern. Zahlreiche in den Konsumgütergeschäftsbereichen wichtige Rohstoffe sind preislich für das Jahr 2015 fest kontrahiert, so dass hier keine Risiken existieren. Durch Streuung zwischen verschiedenen Lieferanten und weitere Maßnahmen zur Volumenabsicherung werden sonstige Risiken in der Beschaffung gemindert. Für die für die Schifffahrt wichtigen Treibstoffe Bunkeröl und Gasöl ergeben sich angesichts der Preisentwicklung der letzten Monate überwiegend Chancen, diese günstiger als im Jahr 2014 beschaffen zu können.

Umfeld- und Branchenrisiken und -chancen

Für die Konsumgütergeschäftsbereiche ist das Konsumklima von entscheidender Bedeutung, hinzu kommen Krisen wie etwa in der Ukraine und in Russland. Darüber hinaus haben Eingriffe der nationalen Behörden großen Einfluss. Auch aus der anhaltenden Schulden- und Finanzkrise in zahlreichen Ländern ergeben sich für die Geschäftsbereiche der Gruppe Risiken. Daneben bergen der zunehmend intensive Wettbewerb sowie die fortschreitende Handelskonzentration und die Forcierung von Handelsmarken Risiken. Mit der kontinuierlichen Stärkung der Marken und stetigen Produktneuentwicklungen begegnen die Gruppenunternehmen diesen Risiken. Außerdem wird durch die Nutzung verschiedener Absatzkanäle ein Ausgleich möglicher struktureller Wanderungsbewegungen bzw. im Nachfrageverhalten der Konsumenten ermöglicht.

Für den Geschäftsbereich Schifffahrt ergeben sich Risiken insbesondere aus verschlechterten makroökonomischen Entwicklungen mit ihren Folgen für die Entwicklung der Frachtraten insbesondere im Linienbereich. Angesichts bevorstehender Ablieferungen von Neubau-Tonnage bei niedrigerer Verschrottung von Altbauten besteht das Risiko, dass die Marktkapazitäten stärker steigen als die Nachfrage nach Transportdienstleistungen.

Funktionale Risiken und Chancen

Finanzwirtschaftliche Risiken und Chancen

Die Oetker-Gruppe unterliegt finanzwirtschaftlichen Risiken und Chancen in Bezug auf Liquidität, Währungen und Zinsen. Angesichts der soliden Ertragsstruktur der Oetker-Gruppe, der langfristigen Verbindungen zu verschiedenen Kreditinstituten und einer auf klassischen Bankkrediten mit überwiegend zehnjähriger Laufzeit beruhenden Finanzierung wird das Liquiditäts- und Zinsrisiko als äußerst gering erachtet. Währungsrisiken werden hauptsächlich mit Hilfe von Devisentermingeschäften abgesichert, wodurch potenzielle Verluste limitiert werden. Die Aussicht, dass sich der Kurs des US-Dollar zum Euro im Jahr 2015 unter dem des Jahres 2014 bewegt, stellt angesichts des US-Dollar-Überhangs der Schifffahrt eine Chance dar.

Rechtliche und regulatorische Risiken

Im Rahmen der Geschäftstätigkeit hat die Oetker-Gruppe eine Vielzahl rechtlicher und regulatorischer Vorgaben zu beachten.

Zu ihrer Umsetzung dienen interne Standards, Leitlinien und Verhaltensanweisungen, die regelmäßig – auch im Rahmen der Managementsysteme – überprüft werden. Mit einer gruppenweit eingerichteten Compliance-Organisation werden zudem alle relevanten rechtlichen und regulatorischen Anforderungen sowie die Einhaltung des Oetker Verhaltenskodex beobachtet.

Daneben wurden branchenübliche Versicherungen zur Abdeckung bestimmter rechtlicher Risiken abgeschlossen.

Informationstechnische Risiken

Informationstechnischen Risiken wird durch umfangreiche Investitionen in die Sicherheitsarchitektur der IT-Systeme begegnet.

Personalrisiken und -chancen

Der wirtschaftliche Erfolg der Oetker-Gruppe wird wesentlich durch die Leistungsbereitschaft und die Fähigkeiten der Mitarbeiter bestimmt. Die Gewinnung hoch qualifizierter Fach- und Führungskräfte und ihre langfristige Bindung an die Oetker-Gruppe ist daher von enormer Bedeutung. Hierfür setzt man auf gezielte Maßnahmen zur Mitarbeiterförderung sowie auf Anreizsysteme. Ein weiterer Schwerpunkt der Personalarbeit liegt auf dem Gesundheitsmanagement und der Mitarbeiterberatung in verschiedenen Lebensphasen.

Umwelt- und Sicherheitsrisiken

Die Oetker-Gruppe produziert an zahlreichen Standorten weltweit, was zu Risiken im Bereich Umwelt, Sicherheit und Gesundheit sowie in Bezug auf Sozialstandards führt. Hieraus könnten Schäden an Menschen und Gütern resultieren. Die zu den rechtlichen und regulatorischen Risiken beschriebenen Maßnahmen wirken dem auch im Bereich der Umwelt- und Sicherheitsrisiken entgegen, ebenso wie Zertifizierungen, Beratungen und Schulungen der Mitarbeiter. Daneben sorgen hohe produktionstechnische Standards für eine effektive Absicherung.

Zusammenfassende Darstellung der Risiko- und Chancenlage

Risikokonzentrationen in nennenswertem Umfang liegen weder aufseiten der Kunden noch aufseiten der Lieferanten vor. Ebenso sind bestandsgefährdende Risiken im Hinblick auf die Länder, in denen die Oetker-Gruppe tätig ist, nicht erkennbar.

Auch aus heutiger Sicht sind keine Risiken erkennbar, die zu einer Beeinträchtigung der langfristigen Existenz der Oetker-Gruppe führen könnten. Zudem ist in den vergangenen Jahren über die nachhaltige Erhöhung der Eigenkapitalquote, die Verbesserung der strategischen Positionen und die operative Ergebnisverbesserung ein erhöhtes Risikodeckungsvolumen geschaffen worden, mit dem aus heutiger Sicht die Risikotreiber der Geschäfte noch besser beherrscht werden.

Konzernabschluss

Konzernbilanz	80–81
Konzernanlagenspiegel	82–83
Konzernanhang	84–91

02

Dr. August Oetker KG

Konzernbilanz

AKTIVA		
In T €	2013	2014
ANLAGEVERMÖGEN		
Immaterielle Vermögensgegenstände		
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	110.449	108.414
Geschäfts- oder Firmenwert	22.352	55.426
Geleistete Anzahlungen	632	1.310
	133.433	165.150
Sachanlagen		
Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	879.915	950.663
Technische Anlagen und Maschinen	380.337	428.322
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung		
Schiffe und Container	1.933.539	2.086.440
Sonstige Anlagen	240.319	258.764
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	287.511	179.816
	3.721.621	3.904.005
Finanzanlagen		
Anteile an verbundenen Unternehmen	95	95
Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	374.105	413.438
Beteiligungen an sonstigen Unternehmen	59.259	69.684
Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	2.986	2.082
Wertpapiere des Anlagevermögens	1.267	1.318
Sonstige Ausleihungen	80.375	77.295
Anzahlungen auf Finanzanlagen	2.053	895
	520.140	564.807
	4.375.194	4.633.962
UMLAUFVERMÖGEN		
Vorräte		
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	266.408	237.424
Unfertige Erzeugnisse, unfertige Leistungen		
Ausgaben für noch nicht beendete Reisen (Schifffahrt)	129.470	133.833
Sonstige unfertige Erzeugnisse, unfertige Leistungen	100.592	92.727
Fertige Erzeugnisse und Waren	296.913	307.055
Geleistete Anzahlungen	4.522	4.119
	797.905	775.158
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.144.761	1.215.035
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht (außer Kreditinstitute)	3.025	2.729
Sonstige Vermögensgegenstände	424.299	495.291
	1.572.085	1.713.055
Finanzmittel		
Forderungen gegen Kreditinstitute, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	165.121	174.237
Kassenbestand, Guthaben bei fremden Kreditinstituten, Schecks	815.517	1.145.690
	980.638	1.319.927
	3.350.628	3.808.140
RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	40.237	52.785
AKTIVE LATENTE STEUERN	47	
AKTIVER UNTERSCHIEDSBETRAG AUS DER VERMÖGENSVERRECHNUNG	4.327	4.241
	7.770.433	8.499.128

PASSIVA		
In T €	2013	2014
EIGENKAPITAL		
Festkapital	450.000	450.000
Rücklagen des Konzerns	2.790.768	3.162.309
Eigenkapitaldifferenz aus Währungsumrechnung	-141.939	-134.365
Ausgleichsposten für Anteile an konsolidierten Unternehmen in Fremdbesitz	6.125	6.327
	3.104.954	3.484.271
UNTERSCHIEDSBETRAG AUS DER KAPITALKONSOLIDIERUNG	201	25
RÜCKSTELLUNGEN		
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	598.830	601.881
Steuerrückstellungen	21.319	21.674
Sonstige Rückstellungen	826.369	902.462
	1.446.518	1.526.017
VERBINDLICHKEITEN		
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		
Verbindlichkeiten gegenüber fremden Kreditinstituten	754.802	1.162.553
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	11.968	9.975
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	8.800	7.574
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	510.278	527.013
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	1.065	879
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht (außer Kreditinstitute)	67.544	79.258
Sonstige Verbindlichkeiten		
Aus Steuern	117.468	115.490
Im Rahmen der sozialen Sicherheit	12.749	13.539
Andere	1.728.393	1.560.712
	3.213.067	3.476.993
RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	5.693	9.068
PASSIVE LATENTE STEUERN		2.754
	7.770.433	8.499.128
Vermerke: Haftungsverhältnisse gemäß § 251 HGB		
Verbindlichkeiten aus Bürgschaften	36.178	25.243
Verbindlichkeiten aus Gewährleistungen	7.068	7.906

Bielefeld, 14. April 2015
 Dr. August Oetker KG
 Die persönlich haftenden Gesellschafter



Richard Oetker



Dr. Albert Christmann



Dr. Ottmar Gast

Dr. August Oetker KG

Konzernanlagenspiegel

KONZERNANLAGENSPIEGEL			
In T €	Anschaffungs- und Herstellungskosten am 1.1.2014	Währungs-unterschiede und Konsolidierungskreiseffekte	Zugänge
Immaterielles Anlagevermögen			
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	800.467	1.913	45.349
Geschäfts- oder Firmenwert	53.560	979	43.885
Anzahlungen auf immaterielle Vermögensgegenstände	632		996
	854.659	2.892	90.230
Sachanlagen			
Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	1.848.318	12.029	60.055
Technische Anlagen und Maschinen	1.835.367	2.149	114.654
Schiffe und Container	3.621.848	–265	303.974
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	802.149	3.645	91.196
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	287.561	1.687	123.330
	8.395.243	19.245	693.209
Finanzanlagen			
Anteile an verbundenen Unternehmen	237		
Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	382.804	180	39.631
Beteiligungen an sonstigen Unternehmen	66.523	106	10.328
Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	3.126		80
Wertpapiere des Anlagevermögens	1.597		71
Sonstige Ausleihungen	108.061	–2	25.544
Anzahlungen auf Finanzanlagen	2.053		895
	564.401	284	76.549
SUMME	9.814.303	22.421	859.988

Abgänge	Umbuchungen	Zuschreibungen des Geschäftsjahres	Kumulierte Abschreibungen am 31.12.2014	Buchwert am 31.12.2014	Abschreibungen des Geschäftsjahres	Buchwert am 31.12.2013
–16.394	2.869	149	–725.939	108.414	–49.880	110.449
–4.971			–38.027	55.426	–11.679	22.352
–27	–291			1.310		632
–21.392	2.578	149	–763.966	165.150	–61.559	133.433
–25.105	56.350	63	–1.001.047	950.663	–50.994	879.915
–28.457	29.987	290	–1.525.668	428.322	–88.174	380.337
–216.317	139.100		–1.761.900	2.086.440	–251.774	1.933.539
–70.961	5.438	70	–572.773	258.764	–77.838	240.319
–1.099	–231.620		–43	179.816		287.511
–341.939	–745	423	–4.861.431	3.904.005	–468.780	3.721.621
–95			–47	95		95
–478			–8.699	413.438		374.105
–10			–7.263	69.684		59.259
–1.054			–70	2.082		2.986
–21			–329	1.318		1.267
–33.828	167	614	–23.261	77.295	–2.931	80.375
–53	–2.000			895		2.053
–35.539	–1.833	614	–39.669	564.807	–2.931	520.140
–398.870		1.186	–5.665.066	4.633.962	–533.270	4.375.194

Dr. August Oetker KG

Konzernanhang

Anwendung der handelsrechtlichen Vorschriften

Die Dr. August Oetker KG in Bielefeld ist als Personenhandelsgesellschaft nach den Vorschriften des zweiten Abschnitts des PublG verpflichtet, einen Konzernabschluss und Konzernlagebericht aufzustellen und offenzulegen. Dieser Konzernabschluss und Konzernlagebericht, die nach § 13 PublG i. V. m. §§ 294 bis 315 HGB erstellt wurden, haben für die in der Anteilsbesitzliste gem. § 313 HGB gekennzeichneten Unternehmen (veröffentlicht im elektronischen Bundesanzeiger) befreiende Wirkung im Sinne von § 264 Abs. 4 HGB, § 264b HGB bzw. § 5 Abs. 6 PublG.

Mit Ausnahme der Angaben gem. § 313 Abs. 2 HGB entspricht dieser Geschäftsbericht den Regelungen des § 13 PublG i.V.m. §§ 294 bis 315 HGB.

Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss wurden alle wesentlichen inländischen und ausländischen Unternehmen einbezogen, auf die die Dr. August Oetker KG unmittelbar oder mittelbar einen beherrschenden Einfluss ausüben kann.

Der Konsolidierungskreis umfasst insgesamt 398 Unternehmen (Vorjahr 392), davon 234 deutsche und 164 ausländische Unternehmen. Wegen insgesamt untergeordneter Bedeutung wurden 16 Unternehmen nicht vollkonsolidiert (Vorjahr elf). Gleiches gilt für elf Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht (Vorjahr neun Unternehmen), in Bezug auf eine Konsolidierung at equity.

Daneben werden sechs Unternehmen (Vorjahr fünf) at equity bewertet.

Im Konsolidierungskreis sind die folgenden nennenswerten Veränderungen eingetreten:

Im Nahrungsmittelbereich wurden im Wesentlichen die zum 1. März 2014 erworbene Fruchthof Handels-GmbH in Innsbruck (Österreich) und die zum 9. Dezember 2014 erworbene Rebecchi Valtrebbia S.p.A. in Rivergaro (Italien) erstmals in den Konsolidierungskreis einbezogen. Dies gilt ebenso für die D.O. Productions LLC sowie die 11 Gregg Corporation (beide in Wilmington, USA), die im Zuge der Übernahme des nordamerikanischen Pizza-Geschäfts von McCain Foods im August 2014 gegründet wurden.

Daneben sind mehrere kleine und aus Konzernsicht unbedeutende Unternehmen nach Fusion bzw. Liquidation nicht mehr im Konsolidierungskreis enthalten.

Alle Jahresabschlüsse der in die Konsolidierung einbezogenen bedeutenden Unternehmen wurden von Abschlussprüfern nach berufsüblichen Grundsätzen geprüft.

Sie wurden jeweils mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Bei den übrigen einbezogenen Unternehmen hat sich der Konzernabschlussprüfer davon überzeugt, dass deren Jahresabschlüsse den Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung und den Bestimmungen des PubLG und des HGB entsprechen.

Eine Aufstellung über den Anteilsbesitz wird als Bestandteil des Konzernanhangs im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

In den für Konsolidierungszwecke erstellten Einzelabschlüssen der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen wird nach einheitlichen Kriterien bilanziert und bewertet (Handelsbilanz II). Die Abschlüsse der at equity einbezogenen Unternehmen sind teilweise an die konzerneinheitlichen Richtlinien angepasst.

Das Sachanlagevermögen und die immateriellen Anlagewerte sind nach Maßgabe des § 253 HGB bewertet. Von dem in § 248 Abs. 2 Satz 1 HGB geregelten Wahlrecht zur Aktivierung selbst geschaffener immaterieller Vermögensgegenstände des Anlagevermögens wird innerhalb der Oetker-Gruppe kein Gebrauch gemacht. Bewertungsobergrenze bei den Herstellungskosten bilden die Herstellungskosten gemäß § 255 Abs. 2 Satz 1 und 2 HGB. Investitionszuschüsse werden anschaffungskostenmindernd berücksichtigt. Planmäßig abgeschrieben wird sowohl nach der linearen als auch nach der degressiven Methode (mit Übergang auf die lineare Methode, wenn der hiernach ermittelte Betrag höher ist als der bei degressiver Abschreibung) unter weitgehender Verwendung der von der Finanzverwaltung anerkannten Nutzungsdauern. Im Inland werden geringwertige Wirtschaftsgüter mit Anschaffungskosten bis 410 Euro im Jahr des Zugangs vollständig abgeschrieben. Im Ausland wird bei vergleichbaren Sachverhalten ähnlich vorgegangen. Teilweise wird für geringwertige Wirtschaftsgüter, deren Anschaffungs- oder Herstellungskosten für das einzelne Wirtschaftsgut 150 Euro, aber nicht 1.000 Euro übersteigen, ein jahrgangsbezogener Sammelposten gebildet, der über fünf Jahre gleichmäßig gewinnmindernd abgeschrieben wird.

Finanzanlagen werden höchstens zu Anschaffungskosten bewertet, soweit nicht niedrigere Wertansätze geboten sind. Dauernde Wertminderungen im Anlagevermögen werden durch außerplanmäßige Abschreibungen berücksichtigt.

Der Bewertung des Umlaufvermögens liegen die Vorschriften des § 253 HGB und des § 256 HGB zugrunde. Die Herstellungskosten der Vorräte enthalten angemessene Fertigungsgemeinkosten unter Beachtung der Herstellungskostengrenze der Finanzverwaltung; Fremdkapitalzinsen werden nicht aktiviert. Erkennbaren Risiken der Vorratshaltung wird durch verlustfreie Bewertung Rechnung getragen. Ausreichende Einzel- und Pauschalwertberichtigungen decken die Risiken im Forderungsbestand.

Fremdwährungsvorgänge werden mit dem Devisenkassamittelkurs zum Zeitpunkt des Geschäftsvorfalles umgerechnet, aus Vereinfachungsgründen teilweise auch mit Monatsdurchschnittskursen.

Die Pensionsrückstellungen sind aufgrund versicherungsmathematischer Gutachten ermittelt. Die Bewertung der Pensionsrückstellungen bei den inländischen Unternehmen erfolgt nach den Regeln des § 6a EStG unter Beachtung der aktuellen Sterbetafeln von Dr. Klaus Heubeck. Hierbei wird die Vereinfachungsregel des § 253 Abs. 2 Satz 2 HGB angewendet und mit dem von der Deutschen Bundesbank ermittelten Zinssatz für 15-jährige Restlaufzeiten mit dem Stand vom 31.10.2014 prognostiziert zum 31.12.2014 gerechnet (4,54 %, im Vorjahr 4,90 %); daneben wird eine erwartete Lohn- und Gehaltssteigerung von 3,1 % (Vorjahr 3,0 %) und eine erwartete Rentensteigerung von 1,7 % (Vorjahr 1,8 %) zugrunde gelegt. Die Pensionsverpflichtungen der ausländischen Unternehmen sind von untergeordneter Bedeutung.

Überdeckungen im Sinne von Art. 67 Abs. 1 Satz 2 EGHGB bestehen bei Pensionsrückstellungen in Höhe von 3 Tsd. Euro. Vermögensgegenstände im Sinne von § 246 Abs. 2 Satz 2 HGB wurden in Höhe von 23 Mio. Euro mit entsprechenden Rückstellungen für Altersversorgungsverpflichtungen verrechnet.

Rückstellungen sind in Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrags angesetzt. Bei den Jubiläumsrückstellungen wird ebenfalls mit den angegebenen Werten für Zinssatz und Lohn- und Gehaltssteigerung gerechnet. Bei den sonstigen Rückstellungen werden erwartete Preissteigerungen von 1,7 % berücksichtigt.

Verbindlichkeiten sind mit dem Erfüllungsbetrag passiviert.

Aufgrund eines Aktivüberhangs bei den latenten Steuern aus Einzelabschlüssen werden die latenten Steuern ausschließlich nach Maßgabe des § 306 HGB gebildet. Aktive und passive latente Steuern aus Konsolidierungsvorgängen werden miteinander verrechnet. Es werden unternehmensindividuelle Steuersätze zugrunde gelegt.

Bewertungseinheiten im Sinne von § 254 HGB werden in geringfügigem Umfang gebildet. Hierbei kommt die Einfrierungsmethode zur Anwendung.

Währungsumrechnung

Die Währungsumrechnung von Fremdwährungsposten in den Bilanzen der einbezogenen Unternehmen richtet sich nach § 256a HGB. Die Bilanzen der ausländischen Tochterunternehmen, sofern nicht bereits in Euro aufgestellt, werden nach der modifizierten Stichtagskursmethode des § 308a HGB umgerechnet. Die Bewegungen im Konzernanlagenspiegel sind zum Jahresdurchschnittskurs umgerechnet.

Konsolidierungsmethoden

Die Jahresabschlüsse aller einbezogenen Unternehmen sind auf den Stichtag des Konzernabschlusses aufgestellt. Bei der Kapitalkonsolidierung werden zum Erstkonsolidierungszeitpunkt die Anschaffungskosten bzw. Beteiligungsbuchwerte nach den Grundsätzen der Neubewertungsmethode gegen das anteilige Eigenkapital verrechnet. Die Erstkonsolidierung wird auf den Zeitpunkt durchgeführt, zu dem das Unternehmen Tochterunternehmen wurde. Dabei wird der Zeitwert der erworbenen Vermögensgegenstände, Schulden, Rechnungsabgrenzungsposten und Sonderposten möglichst aus Marktpreisen im Rahmen vergleichbarer Transaktionen abgeleitet. Die verbleibenden aktivischen Unterschiedsbeträge sind als Geschäfts- oder Firmenwert ausgewiesen und werden in den Folgejahren gemäß § 309 Abs. 1 HGB ergebniswirksam abgeschrieben. Die Abschreibung erfolgt linear, die Nutzungsdauer beträgt max. fünf Jahre. Analoges gilt für die at equity einbezogenen Unternehmen. Passivische Unterschiedsbeträge werden unter dem Posten „Unterschiedsbetrag aus der Kapitalkonsolidierung“ nach dem Eigenkapital ausgewiesen und gemäß § 309 Abs. 2 HGB behandelt.

Alle Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen konsolidierten Unternehmen sind aufgerechnet, aus konzerninternen Lieferungen und Leistungen stammende Zwischenergebnisse sind eliminiert, ebenso Aufwendungen und Erträge zwischen einbezogenen Unternehmen. Bei ergebniswirksamen Konsolidierungsvorgängen sind für Differenzen, die sich in späteren Geschäftsjahren voraussichtlich abbauen, latente Steuern berücksichtigt.

Konzerninterne Ergebnisse aus Lieferungen und Leistungen mit at equity einbezogenen Unternehmen werden nicht eliminiert.

Sonstige Angaben

Die Verbindlichkeiten betragen 3.477 Mio. Euro. Nach Restlaufzeiten sind die einzelnen Posten wie in *Tabelle 1* zu gliedern.

TABELLE 1: VERBINDLICHKEITEN	Restlaufzeit bis ein Jahr (Vorjahr)	Restlaufzeit ein bis 5 Jahre (Vorjahr)	Restlaufzeit über 5 Jahre (Vorjahr)
In Mio. €			
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	382 (388)	472 (337)	308 (30)
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	10 (12)		
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	8 (9)		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	527 (510)		
Verbindlichkeiten gegenüber sonstigen verbundenen Unternehmen	1 (1)		
Verbindlichkeiten gegenüber sonstigen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	79 (68)		
Sonstige Verbindlichkeiten	672 (854)	692 (265)	326 (739)
Summe	1.679 (1.842)	1.164 (602)	634 (769)

Es wurden keine angabepflichtigen Sicherheiten für diese Verbindlichkeiten eingeräumt.

Risiken aus der Inanspruchnahme bei den Haftungsverhältnissen gemäß § 251 HGB werden aufgrund der Bonität der jeweiligen Schuldner nicht erwartet.

Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen gem. § 314 Abs. 1 Nr. 2a HGB betragen insgesamt 3.789 Mio. Euro, davon für das nächste Jahr 1.028 Mio. Euro. Hierin sind für den Schifffahrtsbereich typische längerfristige Charterverträge mit Verpflichtungen über 2.360 Mio. Euro sowie 187 Mio. Euro aus Verpflichtungen aus Schiffsbauverträgen enthalten. Außerbilanzielle Geschäfte gem. § 314 Abs. 1 Nr. 2 HGB wurden – über die vorstehend genannten Verpflichtungen des Schifffahrtsbereichs hinaus – nur in einem für die Finanzlage der Oetker-Gruppe vernachlässigbaren Umfang vorgenommen.

Die Dr. August Oetker KG und ihre Tochtergesellschaften unterliegen als international operierende Unternehmen einem Zins-, Preis- und Währungsrisiko. Um diese Risiken zu begrenzen, hat vor allem die Dr. August Oetker KG derivative Finanzinstrumente (Termingeschäfte, Swaps und Optionen) abgeschlossen. Am Bilanzstichtag bestanden die folgenden Geschäfte, die in *Tabelle 2* ersichtlich sind.

TABELLE 2: DERIVATIVE FINANZINSTRUMENTE		Transaktions-	Beizulegender
In Mio. €		volumen	Zeitwert
Terminkäufe/-verkäufe	89		–2
Optionen	14		–6

Für die nicht in Bewertungseinheiten eingehenden Termingeschäfte, Swaps und Optionen wurden Rückstellungen von 1 Mio. Euro gebildet.

Die Bewertung der derivativen Finanzinstrumente beruht auf bestimmten Annahmen und Bewertungsmodellen, wie zum Beispiel der Barwertmethode, Black-Scholes oder Heath-Jarrow-Morton.

Der Personalbestand der zum Konsolidierungskreis der Oetker-Gruppe zählenden Unternehmen stieg im Berichtsjahr um 5,4 % auf 28.354 Beschäftigte (Vorjahr 26.907). Der Geschäftsbereich Nahrungsmittel erhöhte die Mitarbeiterzahl von 12.272 auf 12.790. Im Geschäftsbereich Bier und alkoholfreie Getränke stieg die Zahl der Beschäftigten von 5.689 auf 5.757. Der Geschäftsbereich Sekt, Wein und Spirituosen verzeichnete einen leichten Personalrückgang von 2.028 auf 2.007 Beschäftigte. Die Mitarbeiterzahl im Geschäftsbereich Schifffahrt stieg von 4.491 auf 5.360. Dieser Anstieg ist im Wesentlichen darauf begründet, dass früher als fremde Seeleute eingestufte Personen nun als eigenes Personal gezählt werden. Der Personalbestand im Geschäftsbereich Weitere Interessen wuchs von 2.427 auf 2.440 Mitarbeiter an.

Der Unterschiedsbetrag zwischen den entsprechenden Buchwerten und dem anteiligen Eigenkapital aller einbezogenen assoziierten Unternehmen beträgt 2 Mio. Euro.

Das Gesamthonorar gem. § 314 Abs. 1 Nr. 9 HGB beträgt 2.254 Tsd. Euro. Davon entfallen 1.789 Tsd. Euro auf Abschlussprüfungsleistungen, 41 Tsd. Euro auf andere Bestätigungsleistungen, 143 Tsd. Euro auf Steuerberatungsleistungen sowie 281 Tsd. Euro auf sonstige Leistungen.

Geschäfte mit nahestehenden Unternehmen und Personen gem. § 314 Abs. 1 Nr. 13 HGB wurden nur in unwesentlichem Umfang abgeschlossen.

Gewinn- und Verlustrechnung

Eine Gewinn- und Verlustrechnung wird gem. § 13 Abs. 3 Satz 2 PublG nicht veröffentlicht. Die Gewinn- und Verlustrechnung der Bank ergibt sich aus deren gesondertem Geschäftsbericht.

Die nach § 5 Abs. 5 Satz 3 PublG erforderlichen Angaben werden in einer Anlage publiziert – siehe *Tabelle 3*.

TABELLE 3: ANLAGE ZUR BILANZ

gemäß § 13 Abs. 3 Satz 2 PublG i. V. m. § 5 Abs. 5 Satz 3 PublG

	2013	2014
a) Außenumsatzerlöse (in Tsd. Euro)	10.844.091	10.934.455
b) Erträge aus Beteiligungen (in Tsd. Euro)	29.577	46.925
c) Löhne, Gehälter, soziale Abgaben, Aufwendungen für Altersversorgung und Unterstützung (in Tsd. Euro)	1.273.160	1.321.666
d) Zahl der Beschäftigten	26.907	28.354
Umgerechnet auf Vollzeitbeschäftigungsverhältnisse beträgt die Zahl der Beschäftigten im Jahresdurchschnitt 2014 27.228 (Vorjahr 25.755)		

Die dort genannten Umsatzerlöse gliedern sich nach geografisch bestimmten Märkten und Tätigkeitsbereichen wie in *Tabelle 4* gezeigt.

TABELLE 4: VERTEILUNG UMSATZERLÖSE

In Mio. €

	2013	2014
Bundesrepublik Deutschland	3.519	3.742
Sonstige Staaten der EU	2.537	2.575
Restliches Europa	344	561
Restliche Welt	4.444	4.056
Davon Schifffahrtsumsätze in internationalen Fahrgebieten	3.985	3.596
Nach Tätigkeitsbereichen entfallen auf:		
Nahrungsmittel	2.577	2.622
Bier und alkoholfreie Getränke	1.843	1.929
Sekt, Wein und Spirituosen	687	697
Schifffahrt	5.254	5.186
Weitere Interessen	483	500

Bereinigt um die Veränderungen im Konsolidierungskreis ergeben sich Umsatzerlöse für das Jahr 2014 in Höhe von 10.899 Mio. Euro, für 2013 von 10.847 Mio. Euro.

Bielefeld, 14. April 2015
Dr. August Oetker KG
Die persönlich haftenden Gesellschafter



Richard Oetker



Dr. Albert Christmann



Dr. Ottmar Gast

**Wiedergabe des Bestätigungsvermerks des Abschlussprüfers
für den vollständigen Konzernabschluss**

Wir haben den von der Dr. August Oetker KG, Bielefeld, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung und Anhang – und den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2014 geprüft.

Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter des Mutterunternehmens. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden.

Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den konsolidierten Abschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Bielefeld, 15. April 2015

PricewaterhouseCoopers
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Peter Krupp
Wirtschaftsprüfer

Rudolf Hagen
Wirtschaftsprüfer

Impressum

Herausgeber

Dr. August Oetker KG
Lutterstraße 14
33617 Bielefeld

Telefon: +49 (0) 521 155 – 0
Telefax: +49 (0) 521 155 – 2995

E-Mail: presse@oetker.de
Internet: www.oetker-gruppe.de

Redaktion

Hauptabteilung Öffentlichkeitsarbeit

Konzeption und Gestaltung

3st kommunikation, Mainz

Fotografie und Bildquellen

Dr. August Oetker KG

Druck

Hans Gieselmann Druck und
Medienhaus GmbH & Co. KG, Bielefeld



Die Oetker-Gruppe 2014

*Die Oetker-Gruppe entwickelte sich im **Berichtsjahr 2014** angesichts der durchwachsenen globalen Rahmenbedingungen noch ordentlich und in der Regel in jedem Geschäftsbereich besser als die jeweilige Branche. Kurs- und akquisitionsbereinigt konnte der Umsatz um 0,8% gesteigert werden.*

Die Oetker-Gruppe Highlights 2014

Januar

Akquisition in den Niederlanden: Die **Martin Braun-Gruppe** übernimmt das niederländische Unternehmen Delite, das mit über 200 Produkten seit über 85 Jahren in der Backwaren-, Eis- und Schokoladenindustrie tätig ist.

Februar

Die beiden neuen Geschmacksrichtungen **Schöfferhofer Weizen-Mix Zitrone** und **Schöfferhofer Weizen-Mix Granatapfel+Guarana** erweitern das fruchtig-herbe Sortiment der Weizen-Mixe und sorgen für ein neuartiges Geschmackserlebnis.

Gegründet 1989 unter dem Motto „Jetzt macht Backen richtig Freude!“ feiert der **Dr. Oetker Back-Club** sein 25-jähriges Jubiläum und zählt heute mehr als 100.000 Mitglieder.

Anders erfrischt besser – und anders muss nicht immer exotisch sein. Das belegt Bionade und kombiniert zwei alte Bekannte aus dem heimischen Obstgarten zu einem spannenden und völlig neuen Geschmackserlebnis. Natürlich und feinherb-fruchtig präsentiert sich die neue Sorte **Bionade Himbeer-Pflaume**.



März

Neben zahlreichen Innovationen und attraktiven Produkten aus den Segmenten Sekt und Spirituosen präsentiert die **Henkell & Co.-Gruppe** auf der Messe ProWein unter anderem den mit Spannung erwarteten Relaunch der meistexportierten deutschen Sektmarke **Henkell**. Der frische Look wird von einer schlankeren Flasche und akzentuierte Details bestimmt. Im Mittelpunkt des neuen Designs steht die Henkell-Lilie.



Auf den Weltmeeren unterwegs: Die **Radeberger Gruppe** bleibt für weitere fünf Jahre exklusiver Bierpartner von AIDA Cruises und weitet sein Engagement auf alle zwölf Schiffe der aktuellen AIDA-Flotte aus.

April

Die **Oetker Collection** und das legendäre Luxushotel Eden Rock – St Barths gehen in Zukunft gemeinsame Wege. Es ist das achte Masterpiece Hotel der Oetker Collection.



Mai

Erfolgreicher Produkt-Launch: **Budenheim** bringt eine neue, noch umweltfreundlichere Produktserie für die Waldbrandbekämpfung mittels photosensitiver Pigmente aus der Luft auf den Markt.



Bei den 26. Internationalen Wirtschaftsfilmtagen in Wien gewinnt das **Bankhaus Lampe** für seinen Imagefilm in der Kategorie Messefilm/Events die Silberne Victoria.

Dr. Oetker hat sie gesucht und gefunden. Rund 360 ehrenamtlich tätige Bürgerinnen und Bürger, die sich freiwillig und unentgeltlich für das Gemeinwohl in Bielefeld einsetzen, werden unter dem Motto „Dr. Oetker feiert das Ehrenamt“ als Dankeschön für ihr persönliches Engagement mit einem erlebnisreichen Abend in der Rudolf-Oetker-Halle belohnt.

Dr. Oetker investiert in Nordamerika und eröffnet in der Nähe von Toronto ein neues Pizza-Werk, mit dem die steigende Nachfrage in Kanada und den Vereinigten Staaten bedient wird.



Juni

Mit der Themenwelt Pizza widmet **Dr. Oetker** seinen beliebten Pizzen auf der Unternehmenshomepage einen eigenen, umfangreichen Bereich, der die bereits bestehenden Themenwelten Backen, Kochen, Einmachen, Kinder, Brunch und Desserts ergänzt.

Juli

Die **Henkell & Co.-Gruppe** überzeugt beim Wettbewerb der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG) 2014: Neun Gold- und drei Silbermedaillen für Spirituosen, Wodka Gorbatschow ist erneut großer Gewinner. Weitere Auszeichnungen für Pot Rum, Kuemmerling Kräutlerlikör, Fürst Bismarck Kornbrand, Jacobi 1880 Alter Weinbrand V.S.O.P. und Cardenal Mendoza.

September

Ein Meilenstein in der Unternehmensgeschichte: Eine Milliarde Mal haben Liebhaber besonderer Sektkultur **Henkell** gewählt und krönen die Erfolgsgeschichte seit dem Jahr 1856.

Kooperationsvereinbarung unterzeichnet: United Arab Shipping Company (UASC) und **Hamburg Süd** arbeiten künftig weltweit zusammen und vereinbaren zunächst eine Kooperation in einigen ihrer wichtigsten Kernfahrtgebiete.

Oktober

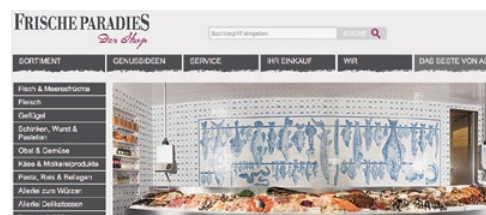
Herausragender Umweltschutzbericht: **Budenheim** beeindruckt die Jury des CEFIC Responsible Care Awards in der Kategorie Kommunikation hinsichtlich Berichtsinhalt, -struktur, Verständlichkeit, Authentizität und Transparenz.

Strahlender neuer Auftritt für **Fürst von Metternich Chardonnay**: Der Neueste aus dem Hause Fürst von Metternich präsentiert sich jetzt in ungewöhnlicher, auffallender Flasche: Ganz in Weiß, in charmant unangepasstem Look, spricht die Marke damit Konsumenten an, die einen unkonventionellen, anlassungebundenen Sektgenuss auf hohem Niveau bevorzugen.

Die **Oetker Collection** wird bei den Villégiature Awards 2014 mit vier Preisen aus insgesamt acht Nominierungen geehrt. 23 namhafte internationale Journalisten verleihen der renommierten Luxushotelgruppe die Auszeichnungen Best Resort in Europe, Best Ambience Hotel in Europe, Best Welcome and Service in Europe und Best Hotel in Africa.

November

Das perfekte Feinkostpaket kommt jetzt direkt nach Hause: Ab sofort steht eine große Auswahl sorgfältig ausgewählter Feinkostspezialitäten im neuen **FrischeParadies**-Online-Shop zur Verfügung.



Dr. Oetker vollzieht erfolgreich die Akquisition des nordamerikanischen Tiefkühlpizzageschäfts von McCain Foods Limited. Mit der Übernahme baut Dr. Oetker seine internationale Präsenz weiter aus. Im Zuge der Akquisition werden verschiedene Marken erworben, u. a. die US-amerikanische Marke Ellio's.

Die Luxushotelgruppe **Oetker Collection** fasst zum ersten Mal Fuß im Vereinigten Königreich. Mit dem legendären The Lanesborough in London übernimmt die renommierte Sammlung das Management ihres neunten Masterpiece Hotels.



Die **Hamburg Süd** hat ihr für 2020 festgelegtes Umweltziel, die CO₂-Emissionen ihrer Schiffsflotte um 26 Prozent gegenüber 2009 zu verringern, vorzeitig erreicht. In der Summe haben sich alle Aktivitäten zusammen deutlich positiver auf die CO₂-Emissionen ausgewirkt als ursprünglich prognostiziert.

Die **Hamburg Süd** legt den Grundstein für den Erweiterungsbau der Reedereizentrale in Hamburg. Der Neubau entsteht in der Willy-Brandt-Straße, auf den Nachbargrundstücken des traditionellen Hamburg Süd-Hauptsitzes.

Dezember

Die **Hamburg Süd** wird mit dem Electrolux Supplier Award 2014 in der Kategorie Global Logistics ausgezeichnet. Die Reederei-gruppe wird mit Bestnoten in puncto Qualität, Pünktlichkeit, Performance, Kosten und Nachhaltigkeit bewertet.



