



## Presseinformation

### **Oetker-Gruppe erzielt Wachstum in allen Geschäftsbereichen**

Ordentliches Gesamtergebnis unter herausfordernden Bedingungen

**<Bielefeld, 18.06.2024> Trotz der angespannten geopolitischen Lage und damit verbundenen Marktverwerfungen ist es der Oetker-Gruppe 2023 gelungen, ihre Umsätze um 6,2 Prozent auf über 6,9 Mrd. Euro zu steigern. Für das laufende Geschäftsjahr prognostiziert die Gruppe erneut ein moderates Wachstum.**

„Die globalen Rahmenbedingungen des Jahres 2023 waren auch für die Oetker-Gruppe alles andere als einfach. Auf die bereits bestehenden Marktveränderungen durch die Nachwehen der Corona-Pandemie und den seit 2022 andauernden Krieg in der Ukraine folgte im Oktober 2023 die Eskalation des Nahost-Konflikts, die weitere Stellvertreterauseinandersetzungen nach sich zog und damit die ohnehin fragilen weltweiten Lieferketten weiter unter Druck setzte. Dass die Weltmärkte darauf volatil reagierten, liegt auf der Hand. Zusätzlich verunsicherten die Klimakrise, die unklare Sicherstellung der Energieversorgung sowie die weitere Inflation mit merklichen Kostensteigerungen die Menschen, die in vielen Ländern mit Konsumzurückhaltung reagierten“, kommentiert Dr. Albert Christmann, persönlich haftender Gesellschafter der Dr. August Oetker KG, die heute veröffentlichten Kennzahlen des Jahresabschlusses 2023. „Gleichzeitig freue ich mich,



dass es uns vor diesem Hintergrund gelungen ist, unsere Umsätze organisch um 6,3 Prozent zu steigern. Für das laufende Geschäftsjahr erwarten wir erneut steigende Umsatzerlöse.“

## **DAS GESCHÄFTSJAHR 2023 IM DETAIL:**

### **Umsätze der Oetker-Gruppe**

Die Oetker-Gruppe erzielte 2023 insgesamt Umsatzerlöse in Höhe von über 6,9 Mrd. Euro; dies entspricht einer organischen Steigerung um 6,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die konsumgüterorientierten Geschäftsbereiche Nahrungsmittel sowie Bier und alkoholfreie Getränke leisteten weiterhin den größten Beitrag zum Umsatzwachstum der Oetker-Gruppe. Dr. Oetker Nahrungsmittel und die Conditorei Coppenrath & Wiese steigerten zusammen ihre Umsatzerlöse um 4,6 Prozent. Besonders erfreulich verliefen das Pizza- und das Professional-Geschäft. Die Radeberger Gruppe konnte mit einer Umsatzsteigerung von 8,3 Prozent ihr Geschäftsjahr auf Planniveau abschließen. Im Markenportfolio überzeugten erneut die nationalen Spezialitäten sowie die regionalen Premiummarken mit einem erfreulichen Wachstum gegenüber dem Vorjahr. Der Geschäftsbereich Weitere Interessen setzte seinen Wachstumskurs im Jahr 2023 fort und erzielte erneut eine deutliche Umsatzsteigerung. Wachstumstreiber war wiederum das Unternehmen flaschenpost, das sich erfolgreich vom Getränkefortlieferanten zum Online-Supermarkt transformierte und im Berichtsjahr den durchschnittlichen Bestellwert weiter steigern konnte. Auch der IT-Premiumanbieter OEDIV Oetker Daten- und Informationsverarbeitung und die Hotelparte verzeichneten Umsatzsteigerungen, wobei die



Umsätze im Brenner's Park-Hotel aufgrund von Sanierungs- und Modernisierungsarbeiten erwartungsgemäß unter dem Vorjahr lagen.

Der in **Deutschland** erzielte Umsatz der Oetker-Gruppe erhöhte sich um 7,1 Prozent auf 3,9 Mrd. Euro. Der Anteil des **außerhalb Deutschlands** erzielten Umsatzes lag gegenüber dem Vorjahr nahezu unverändert bei 43,5 Prozent des Gesamtumsatzes.

## **Investitionen**

Die Investitionen der Oetker-Gruppe (ohne Erstkonsolidierungen) in Höhe von 303 Mio. Euro lagen um 31 Prozent über dem Niveau des Vorjahres (231 Mio. Euro). Besonders hoch war der Anstieg in der Nahrungsmittelsparte (+ 46 Mio. Euro). Daneben verzeichnete der Geschäftsbereich Weitere Interessen eine deutliche Erhöhung um 19 Mio. Euro, während die Investitionen in der Biersparte moderat gestiegen waren. Dr. Oetker Nahrungsmittel investierte wie geplant im Rahmen eines langfristig angelegten Investitionsprogramms in die Zukunftsbereiche Innovationen, Nachhaltigkeit und Digitalisierung. Ebenso entfiel ein großer Teil der Investitionen auf den Kapazitätsausbau in den internationalen Pizzawerken.

## **Mitarbeiter**

Für die Oetker-Gruppe waren im Jahr 2023 insgesamt 19.140 Mitarbeiter (Vorjahr: 19.210) in Deutschland und 9.873 Mitarbeiter (Vorjahr: 10.189) im Ausland tätig. Damit ist die in Vollzeitäquivalenten angegebene Anzahl der Beschäftigten mit weltweit 29.013 im Berichtsjahr weitestgehend stabil geblieben.



## **Geschäftsverlauf der einzelnen Geschäftsbereiche**

### Geschäftsbereich Nahrungsmittel erzielt moderates Wachstum

Der Geschäftsbereich **Nahrungsmittel** setzt sich aus den Unternehmen **Dr. Oetker** und **Conditorei Coppenrath & Wiese** zusammen. Im Geschäftsjahr 2023 erwirtschaftete er insgesamt Umsatzerlöse in Höhe von über 4,1 Mrd. Euro. Dabei setzte sich der inflationäre Kostenauftrieb auf der Beschaffungsseite in Teilen fort. Alle Landesgesellschaften von Dr. Oetker und die Conditorei Coppenrath & Wiese waren hiervon stark betroffen. Bereits im Vorjahr hatte die Gruppe ein langfristiges Effizienz- und Wachstumsprogramm initiiert, mit dem sie strukturell und nachhaltig Kosten einsparen und zugleich gezielt in Innovationen investieren will. Im Fokus stehen dabei in erster Linie Maßnahmen zur Verschlinkung von Prozessen und die Reduzierung nicht geschäftskritischer Kosten. Durch die schrittweise Umsetzung verschiedener Maßnahmen wurden weltweit jährliche Einsparungen in dreistelliger Millionenhöhe realisiert, was es ermöglichte, nicht alle Kostensteigerungen in Preiserhöhungen an die Kunden weitergeben zu müssen.

**Dr. Oetker** steigerte im Vergleich zum Vorjahr seine Umsatzerlöse um 4,4 Prozent. Gleichwohl wuchsen die Absätze vor allem bei Dekorationsartikeln in der Kategorie Kuchen und Dessert nicht im gewünschten Umfang. Die Ursachen lagen im Wesentlichen in der inflationsbedingten Konsumzurückhaltung der Verbraucher bei dieser Produktgruppe. Dies hat insbesondere bei Wilton, dem Marktführer für Tortendekoration in den USA, sowie im Geschäft mit den Backspezialartikeln der sogenannten Specialty-



Retail-Unternehmen zu Umsatzeinbußen geführt. Insgesamt konnten allerdings die Umsatzerlöse der Kategorie Kuchen und Dessert gegenüber dem Vorjahr zulegen.

In der Kategorie Pizza stiegen die Umsatzerlöse deutlich über das Vorjahresniveau. Neben erfolgreichen Innovationen, wie den Mini-Pizzen My Pizza Slice in den skandinavischen Ländern, haben auch gezielte Promotions-Aktivitäten zu den Absatzmengen beigetragen. Des Weiteren hat Dr. Oetker Konsumenten aus dem Out-of-Home-Sektor hinzugewonnen: Im Rahmen der Downtrading-Umschichtungen der Verbraucher ist die qualitativ hochwertige Tiefkühlpizza inzwischen eine gute Alternative zum Restaurantbesuch oder zu Lieferdiensten.

Das Professional-Geschäft hat im Jahr 2023 seinen Erholungs- und Wachstumskurs nach dem Ende der Pandemie fortgesetzt. Die Umsätze legten im Vergleich zum Vorjahr erheblich zu, wobei auch hier ein Teil der Umsatzsteigerungen notgedrungen preisbedingt war. Wachstumsimpulse resultierten aber insbesondere aus dem erfolgreichen Angebot von Perfettissima-Pizzen sowie dem deutlich überplanmäßigen Geschäft mit Schnellrestaurantketten in Indien. Die Umsatzentwicklung in den weiteren Sortimenten lag ebenfalls deutlich über dem Vorjahresniveau. Einen besonderen Anteil hatte Vitalis Müsli, das im deutschen Markt durch Innovationen, neue Listungen und eine erweiterte Distribution, aber auch über alle Länder hinweg zulegen konnte. Teilweise kompensierende Effekte resultierten aus der ernte- und wetterbedingt schwächeren Einmachsaison, die sich entsprechend im Verkauf von Einkochprodukten widerspiegelte.



Regional zeigte sich ein differenziertes Bild: Die Region Deutschland erzielte ein moderates Wachstum. Neben Preiserhöhungen, die seit Mitte des Jahres 2022 zur teilweisen Kompensation des Kostenauftriebs auf der Beschaffungsseite nicht vermeidbar waren, wirkten sich insbesondere die gestiegenen Absatzmengen im Pizzabereich positiv auf den Umsatzverlauf aus. Hingegen blieb die Kategorie Kuchen und Dessert aufgrund der beschriebenen Kaufzurückhaltung der Konsumenten und von Auslistungen hinter den Erwartungen zurück, obwohl im Vergleich zum Vorjahr die Umsätze auch hier moderat gesteigert werden konnten. Zudem trug die Akquisition des auf Tiefkühl-Mini-Pizzen und -Snacks spezialisierten Herstellers Galileo in den letzten Monaten des Jahres ebenfalls positiv zum Umsatzwachstum bei.

Die Umsätze der Region Amerika waren durch das herausfordernde Geschäft von Wilton mit Backdekoren belastet. Die Geschäftsentwicklung in der Region 3A (Afrika/Asien/Australien) lag in Landeswährung erfreulich über Vorjahr, nicht aber in der Berichtswährung Euro, da alle Länder der Region negative Wechselkursentwicklungen, vor allem durch die Abwertung des ägyptischen Pfunds und des südafrikanischen Rands gegenüber dem Euro, zu verzeichnen hatten. Das organische Wachstum wurde in erster Linie in Indien aufgrund der erfreulichen Entwicklung im Professional-Geschäft sowie in Tunesien und Ägypten erzielt.

Die **Conditorei Coppentrath & Wiese** erzielte im Jahr 2023 einen Umsatzanstieg um 5,8 Prozent. Dieses Wachstum resultierte in Teilen aus Preiser-



höhungen, die auch hier als Reaktion auf Kostensteigerungen trotz signifikanter interner Effizienzzuwächse nicht völlig zu vermeiden waren. Das Markengeschäft in Deutschland konnte sich insbesondere in den strategischen Segmenten Blechkuchen und Brötchen behaupten. Daneben ist das Handelsmarkengeschäft in Deutschland weitergewachsen. Auch im wichtigen Exportmarkt Großbritannien haben sich die Umsätze positiv entwickelt, trotz des noch immer ungünstigen Wechselkurses des britischen Pfunds zum Euro.

Die Investitionen im Geschäftsbereich Nahrungsmittel lagen im Jahr 2023 mit 171 Mio. Euro um 46 Mio. Euro über dem Niveau des Vorjahres (125 Mio. Euro). Mit dem hohen Investitionsniveau schaffen die Unternehmen nicht nur die Basis für das Wachstum in den kommenden Jahren, sondern investieren ebenso massiv in Nachhaltigkeitsprojekte gemäß ihrer Sustainability Charter sowie in die zukunftsfähige, datengetriebene Digitalisierung aller Unternehmensprozesse. Ein wichtiger Teil der Investitionen bei Dr. Oetker entfiel zudem auf den Ausbau von Kapazitäten in den internationalen Pizzawerken. Die Conditorei Coppenrath & Wiese hat im abgelaufenen Geschäftsjahr in Projekte für nachhaltige Energielösungen investiert, nachdem in den Vorjahren die Investitionen maßgeblich in den Ausbau der Fertigungs- und Lagerkapazitäten geflossen waren, um Grundlagen für das mittel- und langfristige Wachstum zu legen.

Die in Vollzeitäquivalenten angegebene Anzahl der Beschäftigten im Geschäftsbereich Nahrungsmittel betrug 16.510.



Der Geschäftsbereich Bier und alkoholfreie Getränke (Radeberger Gruppe) erreicht Umsatzplus im Rahmen der Erwartungen

Die Umsatzerlöse der **Radeberger Gruppe** beliefen sich im Geschäftsjahr 2023 auf über 2 Mrd. Euro und konnten im Rahmen der Erwartungen um 8,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden. Angesichts der herausfordernden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ist diese Entwicklung umso erfreulicher, wobei der Geschäftsverlauf innerhalb der einzelnen Unternehmensbereiche im Jahr 2023 unterschiedlich ausgeprägt war.

Die Bierbranche war weiterhin durch das hohe Niveau der Preise für Energie, Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie Personaldienstleistungen belastet. Darüber hinaus führten höhere Tarifabschlüsse sowie die Anhebung des Mindestlohns zu weiteren Kostenbelastungen für die Radeberger Gruppe. Um dem entgegenzuwirken, wurden unternehmensweit Preiserhöhungen sowie Effizienz- und Kostenmaßnahmen umgesetzt. Darunter fällt auch die im Vorjahr beschlossene Schließung des Brauereistandorts Frankfurt am Main zum Ende des dritten Quartals 2023; Produktions- und Abfüllmengen der Binding-Brauerei wurden auf andere Brauereistandorte der Radeberger Gruppe verlagert. Da im Jahr 2023 die letzten Corona-bedingt geliehenen Absätze aus dem Handel wieder in die Gastronomie zurückgeflossen sind, konnte der Out-of-Home-Kanal im ersten Halbjahr noch spürbare Zuwächse verzeichnen. Im zweiten Halbjahr belasteten sowohl die schlechte Wetterlage in den für die Branche wichtigen Sommermonaten als auch im weiteren Jahresverlauf eine inflationsbedingt zunehmend spürbare Konsumzurückhaltung die Geschäftsentwicklung im Handel und im Out-of-Home-Bereich.



Im Brauereigeschäft führten vor allem die Entwicklung im zweiten Halbjahr 2023 sowie eine bewusste Sortimentsbereinigung zu einem leichten Absatzverlust gegenüber dem Vorjahr. Zur Kompensation der signifikant gestiegenen Beschaffungs- und Transportkosten wurde die ab Dezember 2022 geltende Preiserhöhung im Jahr 2023 erfolgreich umgesetzt.

Nach den Corona-bedingten Rekordjahren musste die Getränkefachmarktkette Getränke Hoffmann einen Teil der Absätze erwartungsgemäß wieder an den Out-of-Home-Kanal abgeben. Im Jahr 2023 führten insbesondere die höheren Einstandspreise sowie gestiegene Personalkosten zu einer merklichen Ergebnisbelastung. Bei den auf die Belieferung der Gastronomie spezialisierten DrinkPort-Betrieben wirkten sich die insgesamt erfreuliche Absatzentwicklung im Außer-Haus-Konsum und die in den Vorjahren umgesetzten Maßnahmen zur Verbesserung der Kostenstruktur deutlich positiv auf die Ergebnisentwicklung des Unternehmensbereiches aus.

Die Streckenlogistik, die die Radeberger Gruppe gemeinsam mit der Brauerei C. & A. Veltins über das Joint Venture Deutsche Getränke Logistik (DGL) betreibt, konnte ihre Kostenstrukturen optimieren und notwendige Preiserhöhungen umsetzen. Dies führte in der Summe zu einer Steigerung des Ergebnisses im Jahr 2023.

Die H. Leiter GmbH, Komplettendienstleister für Leergutlogistik, war im Jahr 2023 wieder eine entscheidende Stütze für die Absicherung der Lieferfähigkeit der Radeberger Gruppe.



Das Markenportfolio der Radeberger Gruppe entwickelte sich im abgelaufenen Berichtsjahr in der Summe besser als der allgemeine Markttrend. Allerdings konnte sich die Radeberger Gruppe der rückläufigen Absatzentwicklung des Gesamtmarktes nicht völlig entziehen. So verzeichneten die nationalen Marken insgesamt einen moderaten Absatzrückgang im Vergleich zum Vorjahr. Dabei entwickelte sich der Absatz der alkoholfreien Varianten Radeberger Alkoholfrei und Jever Fun positiv.

Bei den nationalen Spezialitäten hat die Marke Allgäuer Büble Bier ihren erfolgreichen Wachstumstrend fortsetzen können. Auch die junge Marke Oberdorfer Helles überzeugte mit einem erfreulichen Wachstum gegenüber dem Jahr 2022. Das Segment der regionalen Premiummarken war durch die positive Entwicklung der stärksten Marke des Segments, Ur-Krostitzer, sowie der Marke Freiburger geprägt. Beide Marken erreichten im abgelaufenen Geschäftsjahr deutliche Absatzsteigerungen. Die alkoholfreien Getränke konnten sich im Kerngeschäft gut entwickeln. Durch eine bewusste Sortimentsstraffung verzeichnete das Segment in der Summe jedoch einen moderaten Absatzrückgang.

Die Investitionen der Radeberger Gruppe summierten sich auf 71 Mio. Euro und lagen damit um 9,9 Prozent über dem Vorjahreswert von 65 Mio. Euro. Ein Großteil der technischen Investitionen betraf den Standort Radeberg. Zur Kapazitätserweiterung investierte auch der Standort Freiberg in zusätzliche Tanks und erhöhte damit sein Drucktankvolumen. Darüber hinaus gab es weitere standortspezifische Veränderungen zur Optimierung von Produktions- und Logistikprozessen sowie notwendige Investitionen in den



Leergutpool der Wachstumsmarken. Im Vertrieb investierte die Gruppe zielgerichtet in die Bereiche Gastronomie und Eventgeschäft sowie in den weiteren Ausbau der Commerce-Cloud. Die Modernisierung von Filialen bei Getränke Hoffmann bildete den Schwerpunkt der Investitionen im vertikalen Geschäft.

Im Jahr 2023 lag die in Vollzeitäquivalenten angegebene Anzahl der Beschäftigten mit 6.385 über dem Niveau des Vorjahres (6.122).

## Der Geschäftsbereich Weitere Interessen wächst weiter

Der Geschäftsbereich Weitere Interessen umfasst den Online-Supermarkt flaschenpost sowie weitere Unternehmen für Beschaffungs- und Logistikdienstleistungen, den IT-Dienstleister OEDIV, die Hotels Brenner's Park-Hotel in Baden-Baden und Hôtel du Cap-Eden-Roc in Antibes, Frankreich, sowie Oetker Digital.

Im Hinblick auf die verschiedenen Märkte haben sich die Unternehmen unterschiedlich entwickelt. Der Geschäftsbereich erzielte im Geschäftsjahr 2023 einen Umsatzanstieg um 9,8 Prozent auf 754 Mio. Euro. Ursächlich hierfür waren in erster Linie die Entwicklung bei flaschenpost und OEDIV sowie Umsatzsteigerungen des Hôtel du Cap-Eden-Roc in Antibes. Die Investitionen im Geschäftsbereich Weitere Interessen betragen insgesamt 61 Mio. Euro im Berichtsjahr gegenüber 41 Mio. Euro im Jahr zuvor. Der Anstieg um 47,3 Prozent war maßgeblich getrieben durch höhere Ausgaben in der Hotelparte.



Die Zahl der Beschäftigten auf Basis von Vollzeitäquivalenten reduzierte sich von 6.353 im Jahr 2022 auf 6.118, hauptsächlich durch effizientere Prozesse und den in der Folge geringeren Personalbedarf bei flaschenpost.

Seit dem Jahr 2021 vollzieht **flaschenpost** die konsequente Transformation vom Getränkesofortlieferdienst zum vollständigen Online-Supermarkt. Das Unternehmen verfügt inzwischen über 32 Standorte und bietet ein attraktives Supermarkt-Sortiment an. Durch diese Transformation nutzt flaschenpost die Chancen des dynamischen Marktumfelds und partizipiert am Wachstum des Online-Lebensmittelhandels. Allerdings belasteten die durch den Krieg in der Ukraine deutlich gestiegenen Kosten für Material und Energie sowie für Transporte und Personal auch den Online-Handel mit Lebensmitteln und Getränken. Trotz der Inflation und des leichten Einbruchs der Konsumgüternachfrage war die Kaufbereitschaft der Konsumenten in Bezug auf Lebensmittel im Vergleich zu anderen Kategorien nach wie vor positiv. So konnte flaschenpost den durchschnittlichen Bestellwert weiter steigern. Wesentliche Investitionsprojekte wurden im Jahr 2023 im Bereich des Fuhrparks zur weiteren Elektrifizierung der Fahrzeugflotte sowie in der Lagerautomatisierung durchgeführt.

Das Geschäftsjahr 2023 war für den IT-Premiumdienstleister OEDIV von einer strategischen Weiterentwicklung geprägt. Der Fokus lag hierbei in erster Linie auf der Erweiterung des Geschäftsmodells um die Schwerpunktbereiche Cloud-Technologien sowie Cyber Security und einem in der Konsequenz deutlichen Personalaufbau. Durch die erfreuliche Entwicklung



im Geschäft mit Drittkunden erzielte OEDIV 2023 entsprechende Umsatzzuwächse. Ebenso konnten die Lizenzumsätze im Vergleich zum Vorjahr gesteigert werden. Investitionen tätigte OEDIV in die Erweiterung und Ertüchtigung der Rechenzentren in Bielefeld. Zudem wurde neben technischen Ersatzinvestitionen die IT-Infrastruktur um technologisch modernste Großrechner erweitert.

Die beiden Hotels der Oetker-Gruppe, das Brenner`s Park Hotel und das Hôtel du Cap-Eden-Roc, konnten zusammen ihre Umsätze erheblich gegenüber dem Vorjahr steigern und somit das Geschäftsjahr besser als ursprünglich erwartet abschließen. Das resultiert vor allem aus der positiven Entwicklung des Hôtel du Cap-Eden-Roc, das mit einer hohen Belegung erfreute und in den Sommermonaten durchgehend ausgebucht war. Zusammen mit einer höheren Durchschnittsrate pro Nacht trugen so vor allem die Logiserlöse zu einem Umsatz und Ergebnis oberhalb des Vorjahres bei. Im Brenner`s Park-Hotel stand das Jahr 2023 im Zeichen des bevorstehenden Infrastrukturprojekts. Die umfangreichen Sanierungs- und Modernisierungsarbeiten der Zimmer des Hauptgebäudes starteten im vierten Quartal 2023 und führten zu erheblich höheren Investitionsausgaben im Vergleich zum Vorjahr. Die Umsätze entwickelten sich weitgehend planmäßig, lagen jedoch aufgrund der baulichen Einschränkungen und der reduzierteren Anzahl an verfügbaren Zimmern wesentlich unter dem Vorjahreswert.



### **Vermögens- und Finanzlage der Oetker-Gruppe**

Die Konzernbilanzsumme zum 31. Dezember 2023 reduzierte sich gegenüber dem Vorjahresstichtag um 294 Mio. Euro auf 5.401 Mio. Euro. Der Rückgang auf der Aktivseite resultierte in erster Linie aus der Abnahme liquider Mittel, unter anderem infolge von Investitionen, Akquisitionen und Darlehenstilgungen sowie aus Veränderungen im Anlagevermögen.

Das immaterielle Anlagevermögen ist gegenüber dem Vorjahr um 201 Mio. Euro auf 617 Mio. Euro gesunken. Ursächlich hierfür sind vor allem die Abschreibungen in Höhe von 288 Mio. Euro; davon entfiel der überwiegende Teil planmäßig auf Geschäfts- und Firmenwerte sowie Markenrechte aus früheren Akquisitionen.

Der Buchwert des Sachanlagevermögens betrug zum Bilanzstichtag 1,65 Mrd. Euro und lag damit 106 Mio. Euro über dem Wert des Vorjahres. Den Zugängen von 311 Mio. Euro, davon waren 31 Mio. Euro akquisitionsbedingt, standen Abschreibungen von 201 Mio. Euro im Geschäftsjahr 2023 gegenüber.

Die Beteiligungen an assoziierten Unternehmen sind um 16 Mio. Euro auf 389 Mio. Euro zum Bilanzstichtag gestiegen. Der Anstieg des Buchwerts resultierte in erster Linie aus der Equity-Bewertung der S. A. Damm, Barcelona (Spanien), und der Deutschen Getränke Logistik GmbH & Co. KG (DGL). Als weitere wesentliche Beteiligung, die nach der At-Equity-Methode bilanziert wird, zählt die Moers Frischeprodukte GmbH & Co. KG.



Während das Festkapital der Dr. August Oetker KG mit einem Buchwert von 1.125 Mio. Euro unverändert geblieben ist, lagen die Rücklagen des Konzerns bei 1.246 Mio. Euro zum Bilanzstichtag. Die Eigenkapitalquote lag wie im Vorjahr bei 40 Prozent.

Der Anstieg der Rückstellungen um 64 Mio. Euro auf 1.395 Mio. zum Geschäftsjahresende resultierte in erster Linie aus Veränderungen bei den sonstigen Rückstellungen. Insgesamt erhöhten sich die sonstigen Rückstellungen um 62 Mio. Euro auf 965 Mio. Euro. Die Pensionsrückstellungen betragen zum Bilanzstichtag 393 Mio. Euro und haben sich im Vergleich zum Vorjahr um 8 Mio. Euro reduziert, da die Verbräuche höher waren als die Effekte aus der Zuführung und Aufzinsung.

## **Ausblick auf das Geschäftsjahr 2024**

Die Gruppenleitung der Oetker-Gruppe geht in ihrer Prognose für das Geschäftsjahr 2024 davon aus, dass geopolitische Spannungen nicht eskalieren und die Engpässe in den Liefer- bzw. Versorgungsketten zurückgehen werden. Auf einem stabilen Fundament aufbauend wird die Oetker-Gruppe den eingeschlagenen Wachstumspfad auch künftig erfolgreich beschreiten. Für 2024 beruht die Umsatzplanung in erster Linie auf organischem Wachstum, das um die ganzjährige Berücksichtigung der Akquisitionen aus dem Vorjahr ergänzt wird. Insgesamt werden die Umsatzerlöse erneut moderat steigen. Die Konsumgüterparten Nahrungsmittel sowie Bier und alkoholfreie Getränke rechnen mit ordentlichen Umsatzsteigerungen, die bei Dr. Oetker auf einer angenommenen Erholung der



Verbrauchermengen basieren. Die Entwicklung bei Radeberger wird überwiegend durch Preiseffekte bei stabiler Mengenentwicklung getrieben sein. Die Preisanpassungen bei den Produkten und Dienstleistungen der Oetker-Gruppe können die hohen Kosten auf der Beschaffungsseite, mit Folgeeffekten bei Löhnen und Gehältern, nur teilweise abfedern. Die verbleibende Lücke wird weiterhin durch ein striktes Kostenmanagement kompensiert, verbunden mit der Fortsetzung der Initiativen zur Kostensenkung und Effizienzverbesserung innerhalb der Gruppenfirmen.

Das Investitionsbudget steigt auch 2024 und übertrifft die Ausgaben des vergangenen Jahres. Damit legt die Gruppe den Grundstein für künftiges Wachstum. Das Investitionsbudget ist Teil eines groß angelegten Plans über mehrere Jahre, mit dessen Hilfe Innovationen sowie der Ausbau von Digitalkompetenzen und Nachhaltigkeitsaktivitäten weiter vorangetrieben werden.



**Anmerkungen:**

**Die im Konzernlagebericht und Konzernabschluss enthaltenen Prozentzahlen beziehen sich auf die exakten Beträge, nicht auf die gerundeten Beträge. Aufgrund von Auf- bzw. Abrundung ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen (€, % usw.) nicht genau zur angegebenen Summe aufaddieren lassen.**

*Diese Presseinformation sowie den aktuellen Geschäftsbericht können Sie ab dem 18. Juni 2024 im Pressebereich der Oetker-Gruppe abrufen:  
[www.oetker-gruppe.de](http://www.oetker-gruppe.de)*

**Kontakt für Rückfragen:**

Dr. August Oetker KG  
Group Communication  
Dr. Jörg Schillinger  
Tel.: +49 (0) 521/155-2619  
E-Mail: [joerg.schillinger@oetker.com](mailto:joerg.schillinger@oetker.com)

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



## Die Oetker-Gruppe

### Kennzahlen

	2021 <sup>2</sup>		2022		2023		% <sup>1</sup>
		in %		in %		in %	
<b>NETTOUMSATZ (IN MIO. €)</b>	<b>5.834</b>	<b>100,0</b>	<b>6.508</b>	<b>100,0</b>	<b>6.911</b>	<b>100,0</b>	<b>6,2</b>
Davon nach Geschäftsbereichen:							
Nahrungsmittel	3.685	63,2	3.963	60,9	4.145	60,0	4,6
Bier und alkoholfreie Getränke	1.621	27,8	1.858	28,5	2.012	29,1	8,3
Weitere Interessen	527	9,0	687	10,6	754	10,9	9,8
Davon nach Regionen:							
Deutschland	3.176	54,4	3.645	56,0	3.903	56,5	7,1
Restliche EU	1.249	21,4	1.337	20,5	1.451	21,0	8,5
Restliches Europa	483	8,3	534	8,2	579	8,4	8,3
Restliche Welt	926	15,9	991	15,2	979	14,2	-1,3
<b>INVESTITIONEN<sup>3</sup> (IN MIO. €)</b>	<b>276</b>	<b>100,0</b>	<b>231</b>	<b>100,0</b>	<b>303</b>	<b>100,0</b>	<b>31,0</b>
Nahrungsmittel	136	49,1	125	54,2	171	56,5	36,5
Bier und alkoholfreie Getränke	99	35,9	65	28,0	71	23,5	9,9
Weitere Interessen	42	15,1	41	17,8	61	20,0	47,3
<b>BESCHÄFTIGTE (VOLLZEITÄQUIVALENTE)</b>	<b>27.949</b>	<b>100,0</b>	<b>29.399</b>	<b>100,0</b>	<b>29.013</b>	<b>100,0</b>	<b>-1,3</b>
Nahrungsmittel	16.933	60,6	16.924	57,6	16.510	56,9	-2,4
Bier und alkoholfreie Getränke	6.169	22,1	6.122	20,8	6.385	22,0	4,3
Weitere Interessen	4.846	17,3	6.353	21,6	6.118	21,1	-3,7

<sup>1</sup> Prozentuale Veränderung 2023/2022.

<sup>2</sup> Zur besseren Vergleichbarkeit beziehen sich die Angaben für das Geschäftsjahr 2021 ausschließlich auf die fortgeführten Geschäftsbereiche bzw. Unternehmen der sogenannten G5 (ohne sogenannte G3-Unternehmen).

Mit Vollzug am 2. November 2021 sind die Gesellschafter Dr. Alfred Oetker, Carl Ferdinand Oetker sowie Julia Johanna Oetker im Wege einer unechten Realteilung aus der Dr. August Oetker KG ausgeschieden und erhielten im Gegenzug aus der Oetker-Gruppe Unternehmen der Geschäftsbereiche Nahrungsmittel, Sekt, Wein und Spirituosen sowie Weitere Interessen. Diese G3-Unternehmen sind bis zum 31. Oktober 2021, dem Zeitpunkt der Entkonsolidierung, im Konzernabschluss der Dr. August Oetker KG enthalten.

<sup>3</sup> Ohne Erstkonsolidierungen.

Die im Konzernlagebericht und Konzernabschluss enthaltenen Prozentzahlen beziehen sich auf die exakten Beträge, nicht auf die gerundeten Beträge. Aufgrund von Auf- bzw. Abrundung ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen (€, % usw.) nicht genau zur angegebenen Summe aufaddieren lassen.