

Dr. Oetker: zehn Millionen TK-Pizzas für Kanada

Bielefeld. (06.04. / pm) Die unter dem Dach der Dr. Oetker GmbH geführten 30 Unternehmen erzielten 2005 mit 1.431 Mio. Euro Umsatz (Vorjahr 1.305 Mio. Euro) ein Wachstum von 9,6 %, zu dem besonders das Auslandsgeschäft und Akquisitionen beitrugen. Während Dr. Oetker Deutschland um 3,5 % auf 679 Mio. Euro Umsatz wuchs, entwickelten sich die Unternehmen im westlichen Ausland um 14,3 % und in Osteuropa sogar um 21,1 % aufwärts. Der Auslandsumsatz übertraf erstmals den des Inlandes im Verhältnis von 53 % zu 47 %.

Dr. h. c. August Oetker, Vorsitzender der Geschäftsführung der Dr. Oetker GmbH, zeigte sich mit dem Umsatz und dem Ertrag zufrieden. Das Ergebnis lag nach seinen Worten über dem erfreulichen Vorjahr und der Planung.

In dem neu als strategisches Geschäftsfeld definierten Bereich Frische (gekühlte Produkte), der 17,3 % des Dr. Oetker Gesamtumsatzes ausmacht, wurden mit der Integration des akquirierten Unternehmens Onken 2005 wichtige Weichen gestellt. Onken wurde als Submarke von Dr. Oetker in das Frische-Sortiment integriert, in dem gekühlte Desserts, Crème fraîche Produkte, Joghurts und frische Teige geführt werden.

Zug um Zug wird bereits das gesamte, in einer fremden Produktionsstätte gefertigte Dr. Oetker Kühl-Sortiment in das bisherige Onken-Werk in Moers integriert. Die Produktionskapazitäten müssen deshalb und wegen der stärkeren Nachfrage des westlichen Auslandes ausgebaut werden. Weitere Frische-Werke in Polen und Russland sorgen für die Belieferung Osteuropas.

Der Nahrungsmittel-Bereich, auf den 46,1 % des Dr. Oetker Umsatzes entfallen, litt in Deutschland unter rückläufigen Teilmärkten. International wurde die Marktführerschaft bei den traditionellen Produkten ausgebaut. In 14 Ländern ist Dr. Oetker die Nr. 1 mit Backartikeln, in zehn Ländern mit Backmischungen und in elf Ländern mit Dessertprodukten.

In Europa hat der Umsatz mit Pizza erneut zugelegt. In den 14 wichtigsten Ländern, die 2005 einen LEH-Umsatz von über 2.100 Mio. Euro auf sich vereinigten, ist Dr. Oetker mit einem durchschnittlichen Marktanteil von 25 % marktführend. Allein in neun Ländern ist Dr. Oetker die Nr. 1. Der Anteil von Pizzen und Snacks am Gesamtumsatz von Dr. Oetker stieg auf 36,6 %. 2005 wurde die Marke Langnese-Honig verkauft, da sie keine Möglichkeit der Internationalisierung bot. Der Auslandsumsatz von Dr. Oetker erhöhte sich um 15,8 % auf 752 Mio. Euro. Die meisten westeuropäischen Unternehmen trugen kräftig zu dieser Aufwärtsentwicklung bei. In Frankreich wurde die Entscheidung getroffen, die Marke Ancel auf Dr. Oetker umzustellen. Damit führt unter den Dr. Oetker Unternehmen nur Cameo in Italien einen abweichenden Markennamen. Skandinavien wurde mit der Gründung von Dr. Oetker Norwegen komplettiert. In der Region Ost hatten die Türkei und Rumänien, wie schon in den letzten Jahren, mit Umsatzsteigerungen über 30 % überdurchschnittlichen Anteil an dem Zuwachs des Ostens von 21,1 %.

Erfolgreiche Innovationen waren auch 2005 Umsatztreiber der Unternehmen. Die Innovationsquote von betrug 14,8 % und erreichte damit die festgelegte Sollgröße von 15 %. Deutschland lag mit 14,3 % leicht darunter. Die Beschäftigtenzahl stieg bei Dr. Oetker durch Wachstum und Akquisitionen um 488 Mitarbeiter oder 7,4 % auf jetzt 7.114 Beschäftigte. In Deutschland wuchs die Mitarbeiterzahl um 266 oder 7,9 % auf 3.652 Personen. In den Auslandsunternehmen fanden zusätzlich 222 Personen Beschäftigung (+ 6,8 %).

Die Investitionen stiegen 2005 bei Dr. Oetker kräftig an. Mit 96 Mio. Euro lagen sie 55 % über den Investitionen des Vorjahres. Investitionsschwerpunkt war Deutschland, und hier besonders Bielefeld, Wittlich und Wittenburg/Mecklenburg. Auch 2006 bleiben die Investitionen auf hohem Niveau. Das Frische-Werk Moers wird mit 30 Mio. Euro ebenso ausgebaut wie die Produktionskapazität in verschiedenen Ländern Osteuropas.

Dr. August Oetker erwartet für das laufende Jahr erneut eine zufrieden stellende Entwicklung mit leichtem Wachstum in Deutschland und einer kräftigen Aufwärtsentwicklung im Ausland.

