L A G E B E R I C H T

1. GESCHÄFTSVERLAUF UND WIRTSCHAFTLICHE LAGE

Das Unternehmen Dr. Oetker ist ein erfolgreiches, verbraucherorientiertes, nachhaltig agierendes Markenartikelunternehmen mit traditionellen und innovativen Produkten und Dienstleistungen. Die Wertschöpfung, die Ertragskraft und das Wachstum werden durch verbraucherorientiertes Handeln weiterentwickelt. Unser Kunde ist der Verbraucher (Konsument) und der Weiterverarbeiter (Gastronomie, Anstalten, Werksrestaurants, etc.); Unsere Handelsmittler sind der Lebensmittelhandel (inkl. C&C-Betriebe), die Tankstellen und der Online-Handel, der zunehmend an Bedeutung gewinnt. Die von Dr. Oetker Österreich bearbeiteten Märkte gliedern sich in die Kategorien

- NÄHRMITTEL (Backen, Dekor, Dessert, Einmachen und Müsli).
- VERLAG (Bücher, Kalender, Rezeptbroschüren und Zusatzartikel).
- TIEFKÜHLKOST (Pizzen und Snacks).
- FRISCHE (Gekühlte Süßspeisen) und
- PROFESSIONAL.

Diese bearbeiteten Marktsegmente sind deckungsgleich mit der internationalen Rahmenstrategie von Dr. Oetker.

Die Kernkompetenzen von Dr. Oetker Österreich sind die Marke Dr. Oetker, die innovative, lokale Marktbearbeitung, eine erfolgreiche direkte Konsumentenansprache und die Expertise mit 100-jähriger Tradition, gestärkt durch internationale Ressourcen.
Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind wichtiger Repräsentant der Marke Dr.Oetker, wobei ein faires Miteinander, offene Kommunikation sowie

überdurchschnittliche Sozialleistungen die Identifikation mit dem Unternehmen und der Marke Dr.Oetker fördern. Qualität, Loyalität, Verantwortungsbewusstsein und gelebte Nachhaltigkeit (Dr.Oetker Österreich bearbeitet seit 1908, also seit mehr als 100 Jahren, den österreichischen Markt) gelten als Leitlinie für die interne und externe Arbeit.

Die Umsätze des österreichischen Lebensmittelhandels steigen um 4,6%. Während Spar und der Diskont im Marktanteil zulegen können verliert die Rewe. Die über 90% Marktanteil der 3 größten Lebensmittelhändler zeigen eindrücklich die sehr starke Marktkonzentration in Österreich auf.

Trotz schwieriger Rahmenbedingungen (Steigende Abgabepreise führen zu einem Zulauf der Konsumenten zu günstigeren Handelsmarken und Diskontprodukten) nimmt die Marke Dr. Oetker mit einer Käuferreichweite von knapp 85 % und einer gestützten Bekanntheit von 99 % einen Spitzenplatz unter den Lebensmittelmarken in Österreich ein.

Die mit der Marke Dr. Oetker bearbeiteten Märkte weisen im klassischen Lebensmittelhandel im Jahr 2024 einen Umsatz von 377 Millionen Euro auf.

Der realisierte Umsatzerlös 2024 lag bei 56.807 TEUR und damit um +1,5 % (+831,4 TEUR) über dem Jahr 2023. Das Betriebsergebnis von 3.186,4 TEUR liegt mit 1.871,0 TEUR über dem Vorjahr.

Mit dem installierten Strategieprozess stellen wir sicher, dass unsere operativen Abläufe strategiekonform ausgerichtet sind. Einen weiteren strategischen Schwerpunkt bildet das Projekt CSR mit welchem wir unsere gesellschaftliche Verantwortung in unsere Markenarbeit integrieren.

Das Unternehmen Dr. Oetker betreibt in Österreich keine Zweigniederlassung. Nach dem Bilanzstichtag traten bislang keine Ereignisse von besonderer Bedeutung auf.

2. FINANZKENNZAHLEN

Finanzlage – Geldflussrechnung

	2023 TEUR	2022 TEUR
Ergebnis vor Steuern	1.544	2.116
Abschreibungen auf Vermögensgegenstände des Investitionsbereiches	146	232
Zuschreibungen auf Vermögensgegenstände des Investitionsbereiches	-26	0
Gewinn aus dem Abgang von Vermögensgegenständen	-26	0
Geldfluss aus dem Ergebnis	**1.638**	**2.348**
Abnahme der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva	3.990	-7.313
Zunahme von Rückstellungen	1.441	1.388
Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	-3.602	3.689
Netto-Geldzufluss aus dem Ergebnis vor Steuern	**3.467**	**112**
Zahlungen für Ertragsteuern	-444	-789
Netto-Geldzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	**3.023**	**-677**
Einzahlungen aus Finanzanlagenabgang und sonstigen Finanzinvestitionen	26	0
Auszahlungen für Anlagenzugang (ohne Finanzanlagen)	-42	0
Netto-Geldabfluss aus der Investitionstätigkeit	**-16**	**0**
Auszahlungen aus der Bedienung des Eigenkapitals	-3.400	0
Netto-Geldabfluss aus der Finanzierungstätigkeit	**-3.400**	**0**
zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds	-393	-677
Finanzmittelfonds am Beginn der Periode	1.499	2.176
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	**1.106**	**1.499**

Ertragslage

	2023		2022		Veränderung	
	TEUR	%	TEUR	%	TEUR	%
Umsatzerlöse	55.976	99,9	52.959	99,9	3.017	5,7
sonstige betriebliche Erträge	35	0,1	67	0,1	-32	-47,8
Betriebliche Erträge	**56.011**	**100,0**	**53.026**	**100,0**	**2.985**	**5,6**
Materialaufwand	-36.121	-64,5	-35.597	-67,1	-524	1,5
Personalaufwand	-5.001	-8,9	-4.916	-9,3	-85	1,7
Abschreibungen	-146	-0,3	-146	-0,3	0	0,0
sonstiger betrieblicher Aufwand	-13.428	-24,0	-10.191	-19,2	-3.237	31,8
Betriebsergebnis	**1.315**	**2,3**	**2.176**	**4,1**	**-861**	**-39,6**
Finanzerträge	229	0,4	26	0,0	203	780,8
Finanzaufwendungen	0	0,0	-86	-0,2	86	-100,0
Finanzergebnis	**229**	**0,4**	**-60**	**-0,2**	**289**	**-481,7**
Ergebnis vor Steuern	**1.544**	**2,7**	**2.116**	**3,9**	**-572**	**-27,0**
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-444	-0,8	-663	-1,3	219	-33,0
Ergebnis nach Steuern	**1.100**	**1,9**	**1.453**	**2,6**	**-353**	**-24,3**
Jahresüberschuss	**1.100**	**1,9**	**1.453**	**2,6**	**-353**	**-24,3**
Gewinn-/Verlustvortrag aus dem Vorjahr	580	1,0	2.527	4,8	-1.947	-77,0
Bilanzgewinn	**1.680**	**2,9**	**3.980**	**7,4**	**-2.300**	**-57,8**

Finanzielle Leistungsindikatoren

Kennzahlen zur Ertragslage

	2019	2020	2021	2022	2023
Umsatzerlöse (Sales)					
Umsatzerlöse					
1000	48.999	54.211	53.030	52.959	55.976
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (Earnings before Interest and Tax - EBIT)					
Ergebnis vor Zinsen und Steuern					
1000	2.038	3.170	3.463	2.116	1.545
Umsatzrentabilität (Return on sales - ROS)					
Ergebnis vor Zinsen und Steuern					
Umsatzerlöse	4%	6%	7%	4%	3%
Eigenkapitalrentabilität (Return on equity - ROE)					
Ergebnis vor Steuern					
Eigenkapital	34%	52%	56%	32%	25%
Gesamtkapitalrentabilität (Return on investment - ROI)					
Ergebnis vor Zinsen und Steuern					
Gesamtkapital	11%	15%	15%	8%	6%

Kennzahlen zur Vermögens- und Finanzlage

Kennzahlen zur Vermögens- und Finanzlage

	2019	2020	2021	2022	2023
Nettoverschuldung (Net Debt)					
verzinsliches Fremdkapital - - flüssige Mittel					
1000	931	879	230	681	835
Nettoumlaufvermögen (Working Capital)					
Umlaufvermögen - langfristiges Umlaufvermögen - kurzfristiges Fremdkapital					
1000	6.244	6.859	6.494	8.026	5.614
Eigenkapitalquote (Equity Ratio)					
Eigenkapital					
Gesamtkapital	29%	28%	26%	25%	21%
Nettoverschuldungsgrad (Gearing)					
Nettoverschuldung					
Eigenkapital	16%	14%	4%	9%	17%

Sonstige Kennzahlen

	2021	2022	2023
Personalintensität			
Personalaufwand			
Betriebsleistung	9,72%	9,28%	8,93%
Pro-Kopf-Umsatz (Euro)			
Umsatz			
Durchschn. Anzahl der Beschäftigten	1.019.806	999.225	1.076.457
Materialintensität			
Material u. Aufwand f. bez. Leistung			
Betriebsleistung	64,01%	67,22%	64,53%
Personalaufwand pro Kopf			
Personalaufwand			
Durchschn. Anzahl Beschäftigte	99.274	92.760	96.173

Umschlagshäufigkeit der Debitoren			
Umsatzerlöse / Durschnittlicher netto Forderungsbestand	3,87	3,31	3,53
Durchschnittliche Kreditgewährung			
365 / Umschlagshäufigkeit der Debitoren	94,30	110,17	103,48
Umschlagshäufigkeit der Kreditoren			
(Einkauf + Vorsteuer) / Durschnittlicher Verbindlichkeitenstand	5,13	4,32	4,15
Umschlagsdauer der Kreditoren			
365 / Umschlagshäufigkeit der Kreditoren	71,16	84,54	87,88
Umschlagshäufigkeit der Vorräte			
Materialaufwand u. Aufwand für bez. Leistungen / Durschnittlicher Lagerbestand	8,05	7,71	7,55
Durschnittliche Lagerdauer			
365 / Umschlagshäufigkeit der Vorräte	45,36	47,32	48,32

URG Kennzahlen (für Anhang)

	2019	2020	2021	2022	2023
Eigenmittelquote (§ 23 URG)					
Eigenkapital x 100 / (Gesamtkapital - Erhaltene Anzahlungen)	29,14%	28,30%	26,22%	25,40%	20,58%
Fiktive Schuldentilgungsdauer in Jahren (§ 24 Abs. 1 URG)					
Effektivverschuldung / Mittelüberschuss	7,13	5,25	6,21	13,63	18,46
Effektivverschuldung (§ 24 Abs. 1 URG)					
Fremdkapital - Liquide Mittel - Erhaltene Anzahlungen					
1000	12.370	14.397	14.217	19.883	18.115

Die URG-Kennzahlen des Unternehmens werden sowohl im Bereich der Eigenkapitalquote (26,1%) als auch der Schuldentilgungsdauer (6,3 Jahre) erreicht.

Das Unternehmen investiert in keine derivativen Finanzinstrumente

3. VORAUSSICHTLICHE ENTWICKLUNG UND RISIKEN

Die fortschreitende Konzentration des Lebensmittelhandels, neue Wettbewerber und das Fortschreiten der Handelsmarken führen grundsätzlich zu risikoreichen Rahmenbedingungen, welchen wir mit Innovationen und markenprofilierenden Maßnahmen entgegentreten. Alternative Vertriebssysteme (E-Commerce) und die digitale Transformation bieten Chancen aber auch Risiken. Der zunehmende Online-Handel stellt eine Herausforderung für den klassischen Handel dar. Um dieses Risiko für uns als Chance zu nutzen, bauen wir frühzeitig enge Kontakte mit Online-Händlern auf. Cross Border Thematiken (z.B. internationale Preisvergleiche) sind gerade mit Hintergrund des niedrigen deutschen Preisniveaus eine Bedrohung. Dem entgegnen wir mit einer international abgestimmten Preispolitik. Zum mittelfristig geplanten Wachstum wird neben den angestammten Kategorien vor allem der Eintritt in neue Märkte beitragen. Wir werden weiterhin auf unsere Kernkompetenzen setzen, marktorientiert vorgehen und den Weg der Nachhaltigkeit der Marke und des Unternehmens Dr. Oetker nicht verlassen.

4. FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Die Entwicklung von Innovationen ist ein zentrales Thema. Die Anforderungen für neue Produkte werden nach Marktforschung in Österreich mittels Produktbriefing unserer zentralen Forschungs- und Entwicklungsabteilung in Bielefeld bekannt gegeben und in enger Absprache mit Dr. Oetker Österreich zur Umsetzung gebracht. Alle anderen Verkaufs- und Marketing-Entwicklungsarbeiten (Verkaufsförderung, Erstellung von Kommunikations-mitteln, etc.) werden direkt am Standort Villach durchgeführt.

5. NICHTFINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN

Führung / Führungsprinzipien

Die Führungskultur wird u. a. durch Führungsprinzipien (Leadership Principles, kurz LSP) und Führungsverhalten (Leadership Behaviors) festgehalten. Diese Prinzipien sind Basis für die Entwicklung im Miteinander, lokal und international.

Unsere Führungsprinzipien

- Führungskräfte übernehmen Verantwortung
- Führungskräfte finden eine gute Balance zwischen Einfluss und Bescheidenheit
- Führungskräfte achten darauf, die Dinge einfach zu halten
- Führungskräfte führen im Sinne unseres Purpose

Leitbild

Das Leitbild hält fest, wofür Dr. Oetker steht (Vision), wo die Kernkompetenzen liegen, unsere Mission und Wertevorstellungen, die Stellung der Mitarbeitenden, den Umgang miteinander (intern & extern), unseren Purpose „Creating a Taste of Home – Jedem ein Gefühl von zuhause geben“ und unsere Nachhaltigkeitsstrategie.

Nachhaltigkeit / Sustainability Charter

Nachhaltiges Leben und Konsum spielen für viele VerbraucherInnen eine immer wichtigere Rolle. Sie fordern dies auch von Unternehmen. Dr. Oetker ist sich seiner

Verantwortung für eine lebenswerte Zukunft für uns alle bewusst und arbeitet kontinuierlich daran, nachhaltiger zu handeln.

Die Nachhaltigkeitsstrategie ist ein ganz wesentliches Element, um die in unserem **Purpose „Creating a Taste of Home“** gegenüber VerbraucherInnen, Umwelt & Gesellschaft und Mitarbeitenden abgegebenen Versprechen mit Leben zu füllen und in die Tat umzusetzen. Die Verbindung zwischen der Sustainability Charter und unserem Purpose kommt am besten durch unsere **Ambition** zum Ausdruck:

„Inspiriert von unserer langen Tradition, gestalten wir ein nachhaltiges Zuhause, um ein vertrauenswürdiger Partner für unsere Mitarbeitenden uns unsere Gesellschaft zu sein.“

??? ***Wir übernehmen Verantwortung!***

Unseren Beitrag zu einer lebenswerten Zukunft zu leisten, ist uns wichtig. Um den Weg in eine nachhaltige Zukunft zu ebnen, haben wir 2020 die Dr. Oetker Sustainability Charter verabschiedet. Hierzu haben wir uns konkrete Ziele gesetzt, die wir den drei Dimensionen „Our Food”, „Our World” und „Our Company” zuordnen.

Die Dimensionen unserer Sustainability Charter



Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR wird im Familienunternehmen Dr. Oetker nicht mit schriftlichen Formulierungen, "Corporate Governance-Leitlinien" oder Verlautbarungen kommuniziert, sondern ist seit langem ungeschriebene, aber kontinuierlich gelebte Praxis. Traditionell bewährte, ständig weiter entwickelte Prinzipien und

Handlungsweisen bestimmen die Entscheidungen des international tätigen und zugleich regional verwurzelten Unternehmens. Dabei gilt als wesentliche Maxime, dass die Interessen des Unternehmens Vorrang vor denjenigen der Inhaberfamilie besitzen. Unternehmensstrategien und –Entscheidungen sind niemals nur auf die Erzielung kurzfristiger Erfolge, sondern immer auf den dauerhaften Bestand ausgerichtet. Aus dieser Zielsetzung, geschaffene Werte durch hohe Verlässlichkeit und nachhaltiges Wirtschaften in allen – auch ökologischen und sozialen – Bereichen langfristig zu sichern und zu erweitern, leitet sich die unternehmerische Verantwortung bei Dr. Oetker ab. In ökonomischer, sozialer und ökologischer Hinsicht lassen Strategien, Entscheidungen und Aktivitäten ganz konkret erkennen, inwiefern CSR im Unternehmen Dr. Oetker – unabhängig von der gegenwärtig aufkommenden medialen und politischen Bedeutung dieses Themas – schon seit langem umgesetzt wird. Entsprechende Informationen und Aktivitäten werden mit angemessenen Kommunikationsmaßnahmen der Öffentlichkeit zugänglich gemacht.

Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG)

Umsetzung international seit 01.01.2024

In unserer internen **Richtlinie zur Umsetzung von menschenrechtlichen und umweltbezogenen Sorgfaltspflichten gemäß dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG)** werden die organisatorische und prozessuale Umsetzung des LkSG sowie der Umgang mit menschenrechtlichen und umweltbezogenen Risiken in den Lieferketten im Sinne des LkSG beschrieben.

Sie ist durch alle in der Richtlinie definierten Gruppenunternehmen der Oetker-Gruppe zu beachten.

Compliance

Ethisches und gesetzeskonformes Verhalten hat für die Oetker-Gruppe bei der eigenen Geschäftstätigkeit und in den Beziehungen zu allen Geschäftspartnern und Kunden oberste Priorität. Aufgrund des starken internationalen Wachstums der Oetker-Gruppe und der steigenden gesetzlichen Anforderungen hat das Thema Compliance daher deutlich an Bedeutung gewonnen. Daher wurde für die gesamte Oetker-Gruppe ein Compliance-Management-System entwickelt.

Ein wesentlicher Bestandteil ist der „Oetker Code of Business Conduct“

(Oetker-Verhaltenskodex), der grundlegende Ansprüche beschreibt, die das Unternehmen erfüllen will und muss.

Teil des Compliance-Management-Systems ist außerdem die Compliance-Organisation, deren Compliance-Beauftragte als neutrale und unabhängige Ansprechpartner für alle Fragen rund um das Thema Compliance zur Verfügung stehen.

Villach, 28.01.2025

Die Geschäftsleitung

Mag. Manfred Reichmann