



*Qualität
macht
glücklich*

Geschäftsbericht 2008



apetito



Dr. M. Konietzko

P. Freeston

W. Dreuse

R. Husli

G. Hildebrandt

A. Linder

A. Ruff

M. Haure-Petersen

Vorstand apetito

Andres Ruff, Vorstandsvorsitzender

Wolfgang Dreuse, Finanzen und IT

Paul Freeston, Großbritannien und Kanada

Guido Hildebrandt, System- und Individualverpflegung

Dr. Manfred Konietzko, Produktion und Einkauf

Albert Linder, Personal

Geschäftsführung apetito catering

Morten Haure-Petersen

Robert Husli

Aufsichtsrat apetito AG

Karl Düsterberg, Ehrenvorsitzender

Wolfgang Düsterberg, Vorsitzender

Dr. Guenther H. W. Stratmann, stellvertretender Vorsitzender

Michael Düsterberg

Gerd Peskes

Wolfgang Prinz, Arbeitnehmervertreter

Reinhard Tegeder, Arbeitnehmervertreter

Beirat apetito catering

Wolfgang Düsterberg, Vorsitzender

Michael Düsterberg

Gerd Peskes

Dr. Guenther H. W. Stratmann

<i>Wertebewusstes Familienunternehmen</i>	4
<i>Wir sind überzeugt: Qualität bringt Wachstum</i>	5
<i>apetito in Zahlen</i>	6
<i>Das Unternehmen apetito</i>	7
<i>Bericht über die Lage der apetito Gruppe</i>	9

Aktivitäten in Deutschland

<i>Kindertagesstätten und Schulen</i>	24
<i>Unternehmen</i>	25
<i>Kliniken</i>	26
<i>Senioreneinrichtungen</i>	27
<i>Essen auf Rädern und apetito zuhaus</i>	28
<i>Lebensmitteleinzelhandel, Fachgroßhandel und Heimdienste</i>	30

Ausländische Tochtergesellschaften

<i>Großbritannien</i>	32
<i>Frankreich</i>	34
<i>Niederlande</i>	36
<i>Kanada</i>	37

apetito catering GmbH

<i>Bericht über die Lage und Aktivitäten</i>	38
--	----





Wertebewusstes Familienunternehmen

Im vergangenen Jahr haben wir bei apetito zurückgeblickt auf unsere faszinierende 50-jährige Firmengeschichte. Die Feierlichkeiten zum fünfzigsten apetito Jubiläum zählten zu den schönsten Ereignissen des Jahres. Als Familienunternehmen sind wir stolz auf unseren kontinuierlichen Geschäftserfolg. Mit hohem Engagement und dem nötigen kreativen Freiraum ist es uns immer wieder gelungen, die Entwicklung des Unternehmens positiv zu gestalten.

Erfolg über so viele Jahre muss auf einem soliden Fundament gebaut sein. Für uns besteht ein solches Fundament aus Traditionen, Grundsätzen und menschlichen Werten, die unsere Richtlinie sind für den Umgang mit Mitarbeitern, wie auch mit Kunden und anderen Partnern. Bei apetito haben wir so im Laufe der Jahre eine Unternehmenskultur entwickelt, auf die wir stolz sind. Gerade aktuell haben wir unsere Vision und unser Leitbild des Partnerschaftlichen Erfolgsmanagements überarbeitet und wieder neu ins Blickfeld gerückt. Als eine Verhaltensrichtlinie für alle Mitarbeiter der apetito Gruppe wird in Kürze ein „apetito Verhaltenskodex“ auf unserem Leitbild aufbauen. Er formuliert wichtige Grundregeln und steht Mitarbeitern bei konkreten rechtlichen oder ethischen Fragen in der täglichen Arbeit zur Seite.

Klare Grundsätze zu haben über die Art und Weise, wie Geschäfte gemacht werden, ist nach unserer Überzeugung gerade in heutiger Zeit immer wichtiger. So ist eine hohe Qualität unserer Produkte, aber auch unserer gesamten Angebote und Leistungen für uns oberstes Gebot. Seit Jahrzehnten schon. Strategisch gehen wir dabei einen bewährten Weg: Eine gewisse Sicherheitsorientierung sowie ein überlegtes, langfristiges und auf Wachstum ausgelegtes Handeln sind schon in den vergangenen 50 Jahren eine gute Strategie gewesen. Gemeinsam mit dem Vorstandsteam werden die Familie Düsterberg und der Aufsichtsrat weiter an einer gesunden Entwicklung des Familienunternehmens apetito arbeiten.

*Wolfgang Düsterberg,
Aufsichtsratsvorsitzender*



Wir sind überzeugt: Qualität bringt Wachstum

In ihrem Jubiläumsjahr hat die apetito Gruppe erneut Erfolgsgeschichte geschrieben – wenn auch mit Einschränkungen. Wir verzeichnen Wachstum in allen Geschäftsbereichen, der Umsatz ist auf einem historischen Höchststand. Diese erfreuliche Entwicklung ist der hervorragenden Leistung all unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu verdanken, die sich für apetito engagieren. Allerdings hatten wir wirtschaftlich große Herausforderungen zu bewältigen. Die stark gestiegenen Rohwaren- und Energiekosten im letzten Jahr, Währungseffekte, Wertberichtigungen im Ausland und auch die weltwirtschaftliche Lage drücken auf den Ertrag. Obwohl aktuell wieder reduziert, sind die Lebensmittelrohstoffe noch deutlich teurer als in der Vergangenheit. Es werden daher weitere Anstrengungen nötig sein, den Kostensteigerungen in allen Bereichen zu begegnen und intelligente Lösungsansätze für die aktuellen Anforderungen in unseren Märkten zu finden. Stark geprägt haben das vergangene Jahr auch die Integrationsbemühungen der im Vorjahr neu zur apetito Gruppe hinzugekommenen Tochterunternehmen. Die Zusammenführung der neuen und bestehenden Gesellschaften wird uns noch weiter intensiv beschäftigen.

apetito wird auch künftig seine Unternehmensstrategie „Go for Growth“ weiter verfolgen. Das ist unabdingbar für die Stabilität und Entwicklung des Unternehmens. Grundsatz all unseres Handelns sind dabei unsere Vision und die Prinzipien unseres Leitbildes. Ein hohes Verantwortungsbewusstsein sowie ein tiefer Sinn für nachhaltiges Agieren sind Maßstäbe unserer Unternehmenspolitik. Darauf gründen unser Erfolg und unser Wachstum. Seit Jahrzehnten setzen wir konsequent auf eine hohe Qualitätsorientierung. Qualität, das ist für uns Frische und Natürlichkeit, Kochkunst und Transparenz. Dafür engagieren wir uns jeden Tag.

Die gegenwärtige Wirtschaftskrise betrifft auch viele unserer Kunden und damit uns. Unser Wachstum entwickelt sich aktuell weniger dynamisch und die Erträge sind stark unter Druck. Wir wollen sicherstellen, dass wir gestärkt aus der Krise hervorgehen. Am bewährten Konzept des überlegten, langfristig ausgelegten Handelns wollen wir deshalb festhalten. Mit Kreativität und Motivation werden wir das Wachstum und die Profitabilität des Unternehmens vorantreiben.

Andres Ruff,
Vorstandsvorsitzender

	2005	2006	2007 ³⁾	2008
--	------	------	--------------------	------

apetito Firmengruppe

Gruppen-Umsatz konsolidiert¹⁾
Steigerung gegenüber Vorjahr

512 Mio. EUR +1%	522 Mio. EUR +2%	604 Mio. EUR +16%	667 Mio. EUR +10%
---------------------	---------------------	----------------------	----------------------

Mitarbeiter²⁾

6.634	6.735	7.396	8.058
-------	-------	-------	-------

apetito Konzern (apetito AG und Tochterunter- nehmen)

Tiefkühlmenüs und Verpflegungssysteme für die Gemeinschaftsrestauration Tiefkühlgerichte und Snacks für den Endverbrauchermarkt

Umsatz
Steigerung gegenüber Vorjahr

401 Mio. EUR +1%	411 Mio. EUR +3%	485 Mio. EUR +18%	534 Mio. EUR +10%
---------------------	---------------------	----------------------	----------------------

• davon Inlandsumsatz

242 Mio. EUR	247 Mio. EUR	278 Mio. EUR	331 Mio. EUR
--------------	--------------	--------------	--------------

• davon Auslandsumsatz

159 Mio. EUR	164 Mio. EUR	205 Mio. EUR	203 Mio. EUR
--------------	--------------	--------------	--------------

• Auslandsanteil
am Gesamtumsatz

40%	40%	43%	38%
-----	-----	-----	-----

Jahresüberschuss
nach Steuern

19 Mio. EUR	21 Mio. EUR	23 Mio. EUR	15 Mio. EUR
-------------	-------------	-------------	-------------

Investitionen

15 Mio. EUR	14 Mio. EUR	18 Mio. EUR	20 Mio. EUR
-------------	-------------	-------------	-------------

Mitarbeiter

3.678	3.631	3.990	4.108
-------	-------	-------	-------

apetito catering GmbH

Catering-Dienstleistungen für die Gemeinschaftsrestauration

Umsatz apetito catering
Steigerung gegenüber Vorjahr

115 Mio. EUR +5%	112 Mio. EUR -3%	121 Mio. EUR +8%	132 Mio. EUR +10%
---------------------	---------------------	---------------------	----------------------

Umsatz Servicegesellschaften
Steigerung gegenüber Vorjahr

14 Mio. EUR +9%	20 Mio. EUR +44%	22 Mio. EUR +10%	27 Mio. EUR +23%
--------------------	---------------------	---------------------	---------------------

Kunden-Verträge

463	477	535	559
-----	-----	-----	-----

Mitarbeiter²⁾

2.956	3.104	3.406	3.950
-------	-------	-------	-------

¹⁾ inkl. Außenumsätze der Servicegesellschaften

²⁾ inkl. Mitarbeiter der Servicegesellschaften

³⁾ ab 2007 nach IFRS Rechnungslegung



apetito – Essen soll begeistern

Seit 50 Jahren setzt apetito seine Erfahrung im Kochen und Entwickeln moderner Verpflegungslösungen für seine verschiedenen Kundengruppen ein und ist so zu einem gefragten Spezialisten geworden. Mehr als 1,3 Millionen Menschen verzehren täglich die Speisen des Unternehmens – damit zählt das Pionierunternehmen mit Stammsitz im westfälischen Rheine seit vielen Jahren zu den Markt- und Innovationsführern in der Gemeinschaftsverpflegung und im Endverbrauchermarkt. Wesentliche Basis ist die hohe Qualitätsorientierung, die seit Jahrzehnten für apetito absolute Priorität hat. Frische und Natürlichkeit, Kochkunst und Transparenz – das bedeutet für apetito Qualität.

Tiefkühlfrische und gekühlte Menüs, Menükomponenten und Verpflegungskonzepte bis hin zum Catering sind die zentralen Bestandteile der Produktion und Dienstleistungen der apetito Gruppe. Zur Firmengruppe gehören die apetito AG mit Tochterunternehmen in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Kanada und den Niederlanden sowie die apetito catering GmbH.

apetito hat sich im deutschen Lebensmitteleinzelhandel, im Fachgroßhandel für Großverbraucher, bei Heimdiensten und in der Systemgastronomie als Produzent für tiefgekühlte und gekühlte Mahlzeiten etabliert. Das Unternehmen ist mit den Marken apetito, Costa und Mövenpick in den Tiefkühltruhen oder Kühlabteilungen des Einzelhandels vertreten. Darüber hinaus bietet es Kindertagesstätten, Schulen, Unternehmen, Kliniken, Senioreneinrichtungen und Essen auf Rädern-Mahlzeitendiensten spezifische Verpflegungslösungen in Form von Tiefkühlprodukten und -systemen.

Immer wieder dafür zu sorgen, dass das Essen die Kunden begeistert, das ist die eigentliche Leistung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei apetito.

apetito Konzern



apetito AG, Rheine

Tiefkühlgerichte und Verpflegungssysteme für die Gemeinschaftsrestauration und die Individualverpflegung



- *apetito convenience GmbH & Co. KG, Rheine*
- *Costa Meeresspezialitäten GmbH & Co. KG, Emden*

Tiefgekühlte und gekühlte Komplettgerichte sowie Fisch und Meeresspezialitäten für den Lebensmitteleinzelhandel, für Fachgroßhandel, Systemgastronomie und Heimdienste



- *apetito B.V., Den Haag*
- *Bonfait B.V., Denekamp*

Tiefgekühlte und gekühlte Gerichte für die Individualverpflegung und Gemeinschaftsrestauration sowie für den Lebensmitteleinzelhandel und -großhandel



- *apetito Ltd., Trowbridge*
- Menüs für Essen auf Rädern, den Healthcare-Bereich sowie Pastries für den Fachhandel



- *apetito SA, Compiègne*
- Catering-Dienstleistungen für die Gemeinschaftsrestauration sowie Tiefkühlgerichte für die Individualverpflegung



- *apetito Canada Ltd., Toronto*
- Tiefkühlgerichte für Essen auf Rädern und den Healthcare-Bereich



apetito catering GmbH, Rheine

Catering-Dienstleistungen für die Gemeinschaftsrestauration

Wir sind davon überzeugt:

Qualität macht glücklich

Rahmenbedingungen

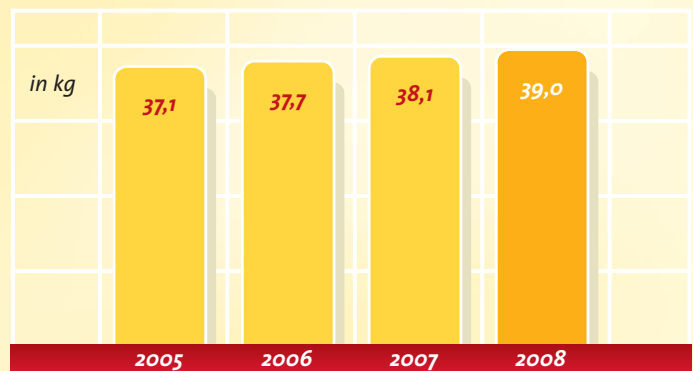
Das Jahr 2008 verzeichnete in Deutschland und Europa im Vergleich zum Vorjahr ein deutlich geringeres Wirtschaftswachstum. Das Jahr war außerdem erneut geprägt durch eine massive Verteuerung von Rohstoffen. Das betraf insbesondere auch die Nahrungsmittel- und Energiepreise. Erst zum Jahresende änderte sich diese Tendenz wieder leicht.

Unmittelbar betraf diese Entwicklung auch die Ernährungsindustrie. Preisanstiege auf der einen und knappe Rohwaren auf der anderen Seite führten teilweise zu einer schwierigen Beschaffungssituation. Die höheren Kosten konnten nur teilweise an Handel und Verbraucher weitergegeben werden.

Die Verbraucher selbst reagierten trotz guter Einkommenszuwächse mit Vorsicht. Eine extreme Preissensibilität verdeutlicht eine Verunsicherung, die die Finanz- und Wirtschaftskrise zum Jahresende noch verstärkt hat. Positives Signal war in diesem Umfeld: Die Gruppe derjenigen Konsumenten, die bereit ist, für Qualität, Frische und Genuss mehr Geld auszugeben, ist zumindest bis ins vierte Quartal 2008 gewachsen.

Das kommt der Tiefkühlbranche sehr entgegen. Tiefkühlprodukte werden als schnell verfügbar, hochwertig und gesund wahrgenommen. Sie sind für viele Verbraucher attraktiv und zunehmend unverzichtbar. Im Jahr 2008 stieg der Pro-Kopf-Verbrauch an tiefgekühlten Lebensmitteln in Deutschland um gut 2 Prozent auf 39,0 Kilogramm.

Pro-Kopf-Verbrauch an Tiefkühlkost^{*)}



*) inkl. Rohgeflügel, ohne Speiseeis

Quelle: dti



Vier grüne Herzen stehen für das *apetito* Qualitätsversprechen.

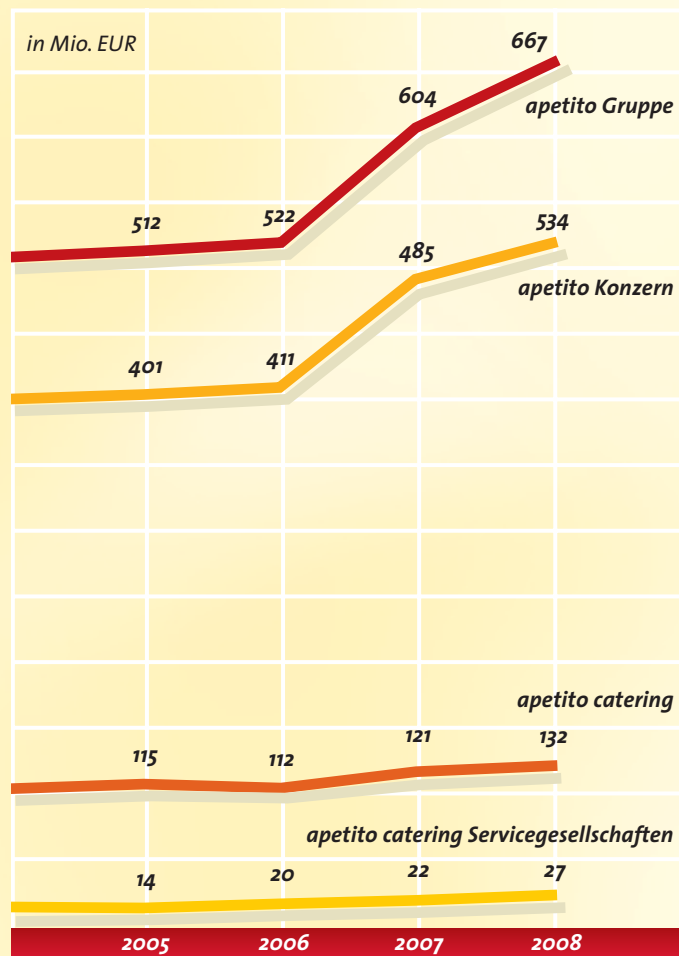
Geschäftsentwicklung

Alle Unternehmensbereiche des Konzerns erreichten im Jahr 2008 ein erfreuliches Umsatzwachstum. Damit konnte die Expansionsstrategie erfolgreich weiter umgesetzt werden. Insgesamt stieg der Umsatz der *apetito* Gruppe um 10 Prozent auf 667 Mio. Euro (Vorjahr: 604 Mio. Euro). Bereinigt um Wechselkurseffekte betrug das Wachstum 14 Prozent.

Der Konzernumsatz stieg von 485 Mio. Euro auf 534 Mio. Euro; das ist ein Plus von gut 10 Prozent. Die *apetito* AG wuchs kräftig um 11 Prozent. Im Inland entwickelte sich das Kerngeschäft des Unternehmens gut: Alle Marktsegmente verzeichneten ein Umsatzplus. So untermauerte *apetito* seine führende Stellung als deutscher Tiefkühl-Anbieter in der Gemeinschaftsrestauration und in der Individualverpflegung.

Die Tochtergesellschaft *apetito convenience GmbH* steigerte den Umsatz mit tiefgekühlten Fertiggerichten für den deutschen Lebensmitteleinzelhandel um gut 5 Prozent. Die höchsten Zuwachsraten erreichte das Unternehmen hier mit Produkten der Marke

▶ Umsatzerlöse *apetito* Gruppe

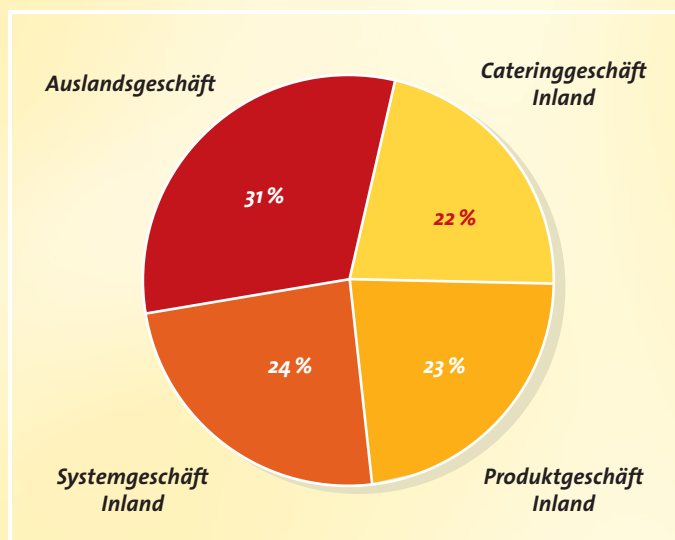




apetito. Mit dem Vertrieb von Premiumprodukten unter der Marke Mövenpick ist apetito im Berichtsjahr in das wachsende Segment der gekühlten Fertiggerichte eingestiegen. Bereits Ende 2007 war mit dem Erwerb der „Costa Meeresspezialitäten“ der Einstieg in den Markt für Tiefkühlfish gelungen.

Die niederländischen Gesellschaften apetito B.V. und Bonfait B.V. konnten ebenfalls zulegen, sie verzeichneten insgesamt um 9 Prozent höhere Umsatzerlöse. Das Geschäft in Frankreich erreichte ebenfalls ein Plus von 9 Prozent; hier wurden Zuwächse vor allem im Catering realisiert. Die apetito Canada Ltd. (vormals Private Recipes) zeigte in 2008 einen deutlichen Umsatzsprung. Das größte und wichtigste Auslandsgeschäft, die apetito Ltd. in Großbritannien, wuchs in GBP um 4 Prozent. Starkes zweistelliges Wachstum erreichten die Vertriebsbereiche „Wiltshire Farm Foods“ und Healthcare.

▶ Umsatzanteile apetito Gruppe



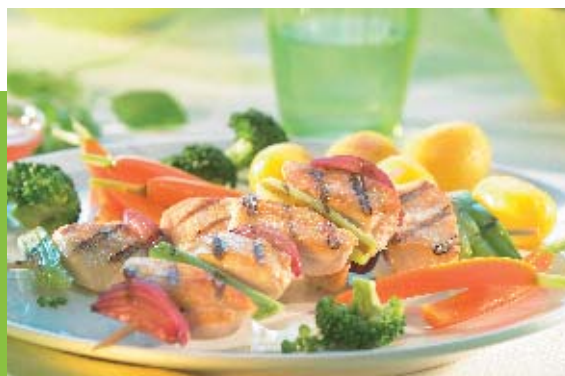
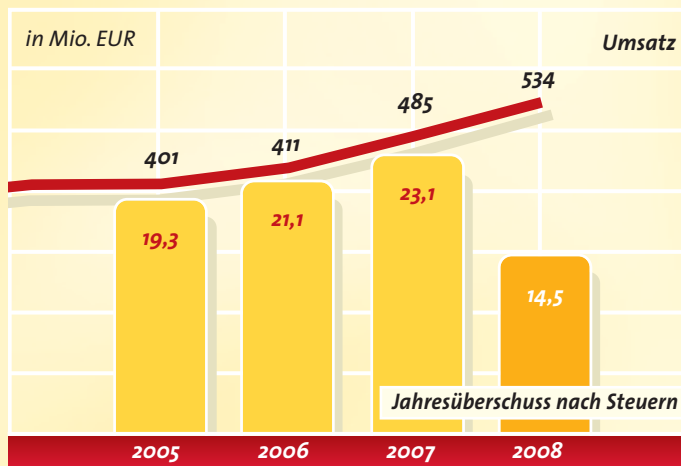
Ertragslage

Im Geschäftsjahr 2008 wurde ein Konzerngewinn von 14,5 Mio. Euro erreicht (Vorjahr 23,1 Mio. Euro).

Die Ergebnisse wurden beeinflusst durch die stark gestiegenen Preise für Rohwaren und Energie. Der Materialaufwand erhöhte sich überproportional um 19 Prozent. Dies konnte nur teilweise und zeitverzögert durch Anpassungen bei den Verkaufspreisen sowie durch Produktivitätsverbesserungen ausgeglichen werden.

Belastend wirkte sich der verschlechterte EUR/GBP-Wechselkurs aus. Hinzu kamen Aufwendungen aus der Schließung des Standortes Dudley (UK).

Umsatz- und Gewinnentwicklung apetito Konzern



Wir halten die Zeit an, mit tiefkühlfrischen -18°C . Das wirkt wie ein Schönheitsschlaf für Vitamine und Nährstoffe.



In den 2007 erworbenen Gesellschaften Bonfait und apetito Kanada sind darüber hinaus Anlauf- und Integrationsaufwendungen angefallen.

Es wurde ein Betriebsergebnis (vor Firmenwertabschreibungen, Zinsen und Steuern) von 35,4 Mio. Euro erwirtschaftet und damit eine leichte Steigerung gegenüber dem Vorjahreswert (35,3 Mio. Euro) erreicht.

Aufgrund der erwarteten schwächeren Ertragsentwicklung der Bonfait B.V. und der apetito Canada Ltd. sind Firmenwerte in Höhe von 5,9 Mio. Euro abgeschrieben worden. Wir verweisen auf die Erläuterungen im Anhang.



Investitionen, Vermögens- und Finanzlage

Im Geschäftsjahr 2008 wurden im Konzern insgesamt 19,9 Mio. Euro in Sachanlagen und immaterielle Wirtschaftsgüter investiert (Vorjahr 17,6 Mio. Euro). Schwerpunkte waren hierbei Erweiterungs- und Ersatzinvestitionen an den Standorten Rheine, Hilter sowie Trowbridge (UK) und Denekamp (NL).



Die Bilanzsumme im Konzern ging um 3 Prozent zurück, was insbesondere aus dem niedrigeren EUR/GBP-Wechselkurs resultiert und der damit einhergehenden niedrigeren Bewertung von Vermögen und Schulden der UK-Gesellschaften.

Die langfristigen Vermögenswerte sanken um 7 Prozent auf 125 Mio. Euro, im Wesentlichen bedingt durch die Wechselkurseffekte und Abschreibungen der Firmenwerte. Die kurzfristigen Vermögenswerte stiegen um 2 Prozent. Überproportional stiegen hierbei die Vorräte durch eine temporäre strategische Bevorratung von Rohwaren zum Stichtag.

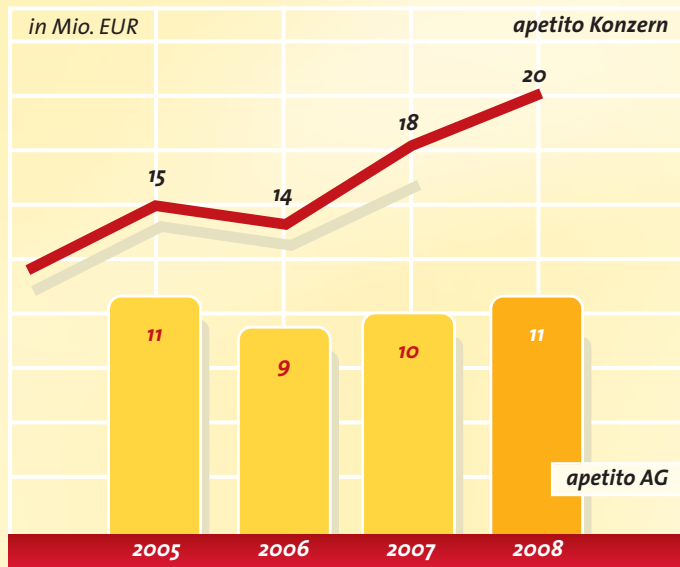
Die Fremdverschuldung im Konzern wurde planmäßig abgebaut. Die lang- und kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten sanken von 41,6 auf 30,3 Mio. Euro. Gleichzeitig stieg der Finanzmittelbestand von 13,6 auf 14,1 Mio. Euro. Damit konnte die robuste Vermögenslage weiter gestärkt werden; die Eigenkapitalquote im Konzern belief sich auf 54 Prozent (Vorjahr 52 Prozent).

Die Finanzlage des Unternehmens ist unverändert stabil. Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit betrug 38,3 Mio. Euro im Vergleich zu 40,7 Mio. Euro im Vorjahr.



Frisch vom Feld, direkt nach der Ernte, werden die Rohwaren weiterverarbeitet.

▶ Investitionen



Bei uns garen wir alle Speisen so schonend wie möglich – so bleibt die Qualität bestmöglich erhalten.



Herstellung und Qualitätssicherung

*Im Bereich Herstellung war im Berichtsjahr der strategische Ausbau der Werke an den verschiedenen Standorten zu „Lead Factories“ ein wesentlicher Schwerpunkt. Um die zunehmende Komplexität beherrschen zu können, galt es, die Werke weiter auf die unterschiedlichen Geschäftsfelder des Unternehmens auszurichten. So wurde in Rheine das Know-how für die Angebotsysteme konzentriert, die *apetito* seinen Kunden in der Gemeinschafts- und Individualverpflegung offeriert.*

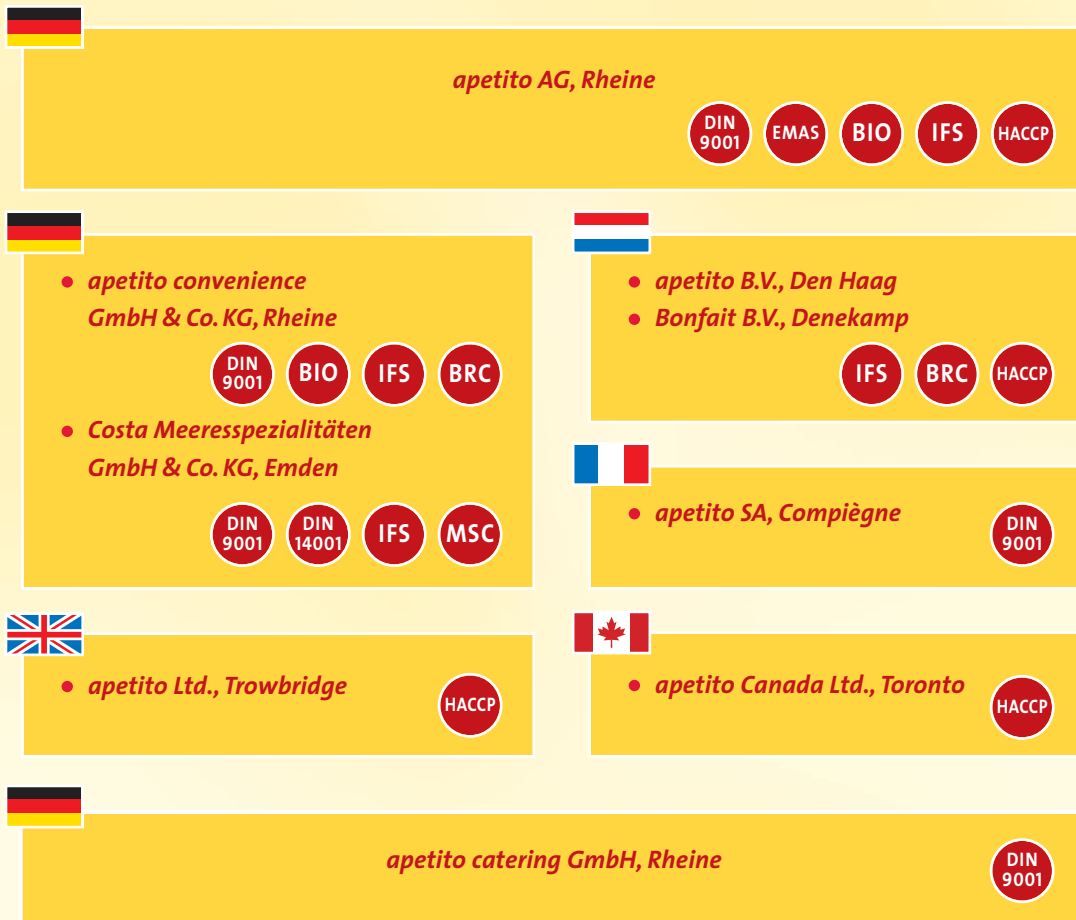
Das Werk Hilter wurde auf das Geschäft mit dem Lebensmitteleinzelhandel ausgerichtet, während das Werk im niederländischen Denekamp die Kompetenz für die Herstellung gekühlter Gerichte hat. Am Standort Emden ist die Expertise für Fisch und Meeresfrüchte gebündelt.

Mit der Ausrichtung auf „Lead Factories“ geht eine Harmonisierung von Strukturen und Abläufen in den verschiedenen Werken einher. Ziel ist es, die Standorte zukunftsfähig auszurichten und eine gleichermaßen wirtschaftliche wie qualitativ hochwertige Menüproduktion sicherzustellen. Dazu diente auch das Weiterentwickeln der Strategie des „Lead Buying“, bei dem Einkauf, Entwicklung und Qualitätssicherung aller Konzerngesellschaften gemeinsam daran arbeiten, angesichts teils dramatisch gestiegener Beschaffungskosten Lösungen zu entwickeln.



*An allen Standorten absolvierte *apetito* im Berichtsjahr Qualitätsprüfungen. Überwachungsaudits nach DIN EN ISO 9001 an den Standorten Rheine, Hilter und Emden, Bio-Audits in Rheine und Hilter sowie Zertifizierungen nach dem International Food Standard (IFS) an den Standorten Rheine, Emden und Denekamp belegen erneut das professionelle Qualitätsmanagement von *apetito*. Um die Audit-Verfahren zu optimieren, werden ab dem laufenden Jahr die Zertifizierungen der *apetito* AG, *apetito convenience* und *Costa* künftig über einen Partner erfolgen, statt wie bisher über verschiedene Institutionen. So werden Mehrfach-Prüfungen in Zentralbereichen vermieden und damit Aufwand und Kosten verringert.*

▶ Qualitätsprüfungen an den Standorten der apetito Gruppe



Zertifizierungen:

DIN 9001: Qualitätsmanagementsystem nach DIN EN ISO 9001:2000 • DIN 14001: Umweltmanagement nach DIN EN ISO 14001
IFS: International Food Standard • BRC: British Retail Consortium • MSC: Marine Stewardship Council
EMAS: Eco-Management and Audit Scheme • HACCP: Hazard Analysis and Critical Control Points

Angebotsentwicklung und Innovationen

Die Angebotsentwicklung für die verschiedenen Marktsegmente war im Berichtsjahr wesentlich geprägt durch die Situation auf den Rohwarenmärkten. Aufgabe war es, basierend auf den hohen apetito Qualitätsanforderungen attraktive Sortimente für die Kunden in den Märkten der Gemeinschafts- und Individualverpflegung anzubieten. Dabei ist es dem Unternehmen gut gelungen, die Angebote auf die unterschiedliche Konsumbereitschaft der Tischgäste auszurichten. Die Preisanpassungen, die das Unternehmen vorgenommen hat, konnten die gestiegenen Kosten nur zu einem Teil kompensieren. Da die Lebensmittelpreise zum Ende des Berichtsjahres zwar teilweise wieder gesunken sind, jedoch noch lange nicht wieder das alte Niveau erreicht haben, wird auch im laufenden Jahr weiterer Aufwand nötig sein, den Kostensteigerungen zu begegnen.

Über alle Märkte hinweg hat apetito im Berichtsjahr sein „Natürlich ohne ...“-Prinzip weiter verfolgt und konsequent auf den Einsatz von Geschmacksverstärkern, künstlichen Farbstoffen und Konservierungsmitteln verzichtet. Generell war der Informationsbedarf in Bezug auf Lebensmittel sehr hoch. Kritische Nachfragen nach Nährwerten, Zutaten und Allergenen waren spürbar im Trend. apetito setzt seit fünfzig Jahren auf Qualität und hochwertige Zutaten und konnte so mit umfassendem Know-how offensiv Auskunft geben.

Mit gezielten Investitionen in Angebotssysteme und Marktbearbeitungskonzepte für die verschiedenen Zielgruppen hat apetito im Berichtsjahr die Attraktivität seiner Angebote gesteigert. Konzepte zur ausgewogenen Ernährung am Arbeitsplatz oder um Kinder an gesunde Ernährung heranzuführen, zählten ebenso dazu wie neue Beratungsmodule für Senioreneinrichtungen oder Kommunikationskampagnen zur Gewinnung von Tischgästen für Verbandspartner. Insbesondere wurden Angebote entwickelt, die den Kunden ein Höchstmaß an Preis- und Kalkulationssicherheit in der Verpflegung bieten.

Im Markt Lebensmitteleinzelhandel standen die TV-Werbung zur Bekanntheitssteigerung der Marke apetito sowie Produktneueinführungen der Marke Costa im Fokus. Erstmals ist apetito in Deutschland mit gekühlten Gerichten unter der Marke Mövenpick in den Markt gegangen.

Unter einer eigenen Kühlkostmarke vertreibt apetito in den Niederlanden seniorengerechte Produkte an Heime. Die britische Tochtergesellschaft apetito UK hat bei den National Business Awards unter anderem in der Kategorie „Innovation des Jahres“ eine Auszeichnung erhalten.

apetito ist gut gerüstet und erwartet, mit den beschriebenen Weiterentwicklungen seiner Angebotskonzepte und weiteren Initiativen auch im laufenden Geschäftsjahr zu wachsen.

Umwelt

Nachhaltiger Umweltschutz ist bei apetito seit Jahrzehnten wichtiger Bestandteil der Unternehmenspolitik. Mit dem Wissen, dass die Natur der wichtigste Partner für Frische und Qualität ist, hat das Engagement für die Umwelt Tradition. Denn der hohe Qualitätsanspruch des Unternehmens hängt stark von einer intakten Umwelt ab.

Umweltschutz ist für apetito ein stetiger Prozess, in dem es immer wieder neue Möglichkeiten zu finden gilt, die Umweltbelastung zu verringern oder ganz zu vermeiden. Aus diesem Grund setzt apetito am Standort Rheine schon seit 1995 auf Umweltvalidierungen. Im Berichtsjahr wurde zum wiederholten Mal die Umweltprüfung nach dem europäischen Umwelt-Audit-System EMAS II erfolgreich absolviert und damit die nachhaltigen Umweltleistungen erneut belegt. Das Ressourcenmanagement stand auch im zurückliegenden Jahr an allen apetito Standorten im Mittelpunkt. Auf die positive Entwicklung der Umweltkennzahlen ist das Unternehmen besonders stolz. Am Standort

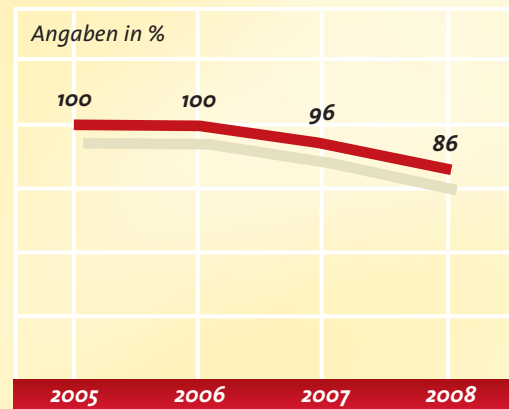


Rheine wurde beispielsweise seit Beginn der Aufzeichnungen im Jahr 1995 der Frisch- und Abwasserverbrauch pro Tonne Fertigware um jeweils 38 Prozent gesenkt. Die CO₂-Emissionen pro Tonne Fertigware sind in den vergangenen vier Jahren um 14 Prozent gesunken.

Am Standort Hilter arbeitet apetito bereits seit vielen Jahren an kontinuierlichen Verbesserungsprozessen zur Reduzierung von Umweltbelastungen. Auf dieser Basis wurde im Berichtsjahr ein integriertes Umweltmanagement-System nach der internationalen Norm DIN EN ISO 14.001 aufgebaut. Die Zertifizierung wird im laufenden Jahr angestrebt. Auch hier entwickelten sich die Umweltkennzahlen positiv. So konnten seit dem Start des Umweltmanagements im Jahr 2006 der Dampf- und Abwasserverbrauch um je etwa 10 Prozent, der Strom- und Wasserverbrauch um jeweils gut 6 Prozent gesenkt werden. Der Standort Emden hat im Berichtsjahr zum wiederholten Mal ein Umweltaudit nach DIN EN ISO 14.001 absolviert. In dem Werk wurde beispielsweise der Wasserverbrauch pro Tonne Fertigprodukt in den letzten fünf Jahren um 8 Prozent gesenkt, das Abfallaufkommen um etwa 15 Prozent.

Unternehmensweit setzt apetito beim nachhaltigen Umweltschutz auf interne Netzwerke und bereichsübergreifende Umweltkreise. Ein intensiver Austausch unterstützt das „Voneinander Lernen“. Dabei werden Kennzahlen analysiert und Maßnahmen angestoßen, die Umweltleistungen weiter zu verbessern. In diesen Prozess einbezogen sind auch die ausländischen Tochtergesellschaften. So wurde beispielsweise in Großbritannien eine Nachhaltigkeitsrichtlinie verabschiedet, die Fortschritte in den Bereichen Umwelt, Soziales und Wirtschaft zum Ziel hat.

▶ CO₂-Emissionen



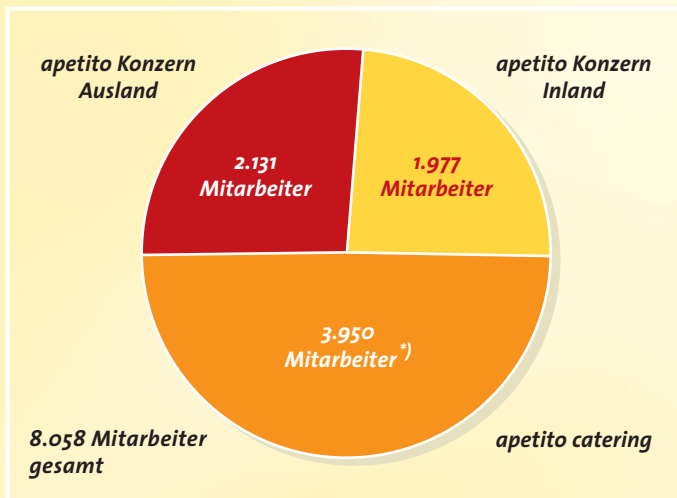
Basis: kg pro Tonne Fertigware

Mitarbeiter

Im Berichtsjahr waren 8.058 Mitarbeiter für die Unternehmen der *apetito* Gruppe tätig (Vorjahr: 7.396), davon 2.131 im Ausland (Vorjahr: 2.095).

Das Jahr war wesentlich geprägt durch die verschiedenen Aktivitäten und Feierlichkeiten zum fünfzigsten *apetito* Jubiläum. Gemeinsam haben Familie, Mitarbeiter, Freunde und Partner des Unternehmens auf die faszinierende Firmengeschichte zurückgeblickt.

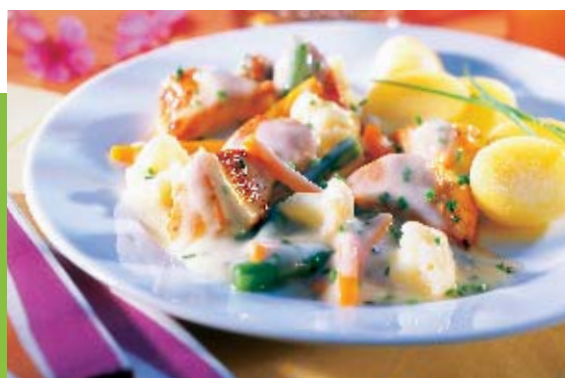
▶ Mitarbeiter *apetito* Gruppe



*) inkl. MA der Servicegesellschaften

Das Leitbild des Partnerschaftlichen Erfolgsmanagements ist wieder stärker ins Blickfeld gerückt. Unternehmensleitung und Führungskräfte setzten sich im Berichtsjahr kritisch mit den Inhalten auseinander und überarbeiteten diese. Eine auf dieser Basis neu entwickelte Leitbild-broschüre dient nun als Grundlage, um die darin enthaltenen Wertvorstellungen und Orientierungen zum Umgang mit Kollegen und Partnern ins Unternehmen hineinzutragen. In intensiven Workshops werden die Mitarbeiter im laufenden Jahr Gelegenheit haben, sich mit den Leitbildgedanken auseinanderzusetzen. Die Leitbildwerte sind aus Sicht des Unternehmens gültiger denn je und werden von den Mitarbeitern als wertvoll empfunden.

Das Projekt „Bester Arbeitgeber“ ist im Berichtsjahr fortgeführt worden. Es hat zum Ziel, die besten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für *apetito* zu gewinnen und zu halten. So sind in Deutschland und in Großbritannien unter dem Aspekt Mitarbeiterentwicklung umfassende, sich über zwei Jahre erstreckende Seminarprogramme für Führungskräfte gestartet. Unter dem Leitgedanken „Familie und *apetito* im Einklang“ standen verschiedene Initiativen für noch mehr Familienfreundlichkeit. Sie reichten von der Betreuung während der Elternzeit über die Vermittlung von Kinderbetreuung bis zur Arbeitszeit-



Wir bei *apetito* kennen alle Nähr- und Wirkstoffe eines Menüs in genauen Mengenangaben. Auf Knopfdruck – für jedes Produkt.

flexibilität. Die Angebote fanden größtenteils guten Zuspruch und sollen im laufenden Jahr fortgesetzt werden. Für sein überzeugendes Engagement ist die apetito AG regional mit dem „Wirtschaftspreis für gute Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ ausgezeichnet worden.

Die Themen Aus- und Weiterbildung sind für apetito von hoher Bedeutung. Das Unternehmen bietet jungen Menschen in neun verschiedenen kaufmännischen und gewerblich-technischen Berufen eine anerkannt qualifizierte Ausbildung. An den deutschen Standorten absolvieren derzeit rund 60 junge Menschen eine Ausbildung. Das Fördern von Eigeninitiative und das Arbeiten in Projekten sind Schwerpunkte in der Ausbildung, die beim Nachwuchs guten Anklang finden. So entwickelte eine Auszubildenden-Projektgruppe im Laufe des zurückliegenden Jahres ein Konzept zum Ausbildungsmarketing im Internet und setzte dies um. Die Seite www.zukunft-bei-apetito.de ist zu Beginn des laufenden Jahres online gegangen und bietet zielgruppengerechte Inhalte für künftige Auszubildenden-Generationen.

Die betriebliche Gesundheitsförderung hatte im Berichtsjahr am Standort Rheine einen inhaltlichen Schwerpunkt in einem umfassenden Arbeitsplatzprogramm. Beginnend mit den Bereichen Logistik und Küche hatte das Programm vorrangig das Ziel, zu sensibilisieren. Die Mitarbeiter sollten gesundheitsschädliche Bewegungen am Arbeitsplatz erkennen und vermeiden sowie ergonomische Arbeitstechniken erlernen und nachhaltig anwenden.





Am Standort Hilter nutzten zahlreiche Mitarbeiter das gesundheitsfördernde Leistungsangebot eines Rücken-Vital-Zentrums, um einen Ausgleich für Belastungen am Arbeitsplatz zu schaffen. Auch die Tochtergesellschaft in Großbritannien hatte die Themen Gesundheit und Sicherheit im Fokus und erzielte in Audits des Managementsystems gute Ergebnisse.

Risikomanagement

Der Vorstand betrachtet das Risikomanagement als wesentliche Führungs- und Steuerungsaufgabe. Noch wichtiger wird dies in dem derzeit konjunkturell schwierigeren Umfeld.

Wichtig ist ein frühzeitiges Erkennen von Entwicklungen in den Absatz-, Beschaffungs-, und Finanzmärkten. Das zentrale Controlling hat im abgelaufenen Geschäftsjahr die Reporting- und Kennzahlensysteme weiterentwickelt, um Abweichungen und Risiken aller Unternehmensbereiche noch umfassender und zeitnäher aufzuzeigen.

*Wesentliches Element des Risikomanagementsystems bildet das *apetito* Qualitätsmanagement. Das Unternehmen stellt höchste Ansprüche an die Qualität und Sicherheit der Produkte.*



Allein in Deutschland sorgen mehr als 50 Mitarbeiter für Spezialkompetenz im eigenen Haus – Lebensmitteltechniker, Lebensmittelchemiker und Diplom-Oecotrophologen.

Die Preise vieler Rohstoffe bewegen sich weiter auf hohem Niveau. Dies wird die Kosten und Deckungsbeiträge weiterhin belasten.

apetito ist als Nahrungsmittelunternehmen weniger stark von Konjunkturschwankungen betroffen. Der breite Kundenstamm in diversifizierten Teilmärkten vermeidet zudem größere Abhängigkeiten. Bei einzelnen Kunden ist jedoch ein konjunkturell bedingter Absatzrückgang nicht auszuschließen.

Durch ein straffes Debitorenmanagement meint apetito die Gefahr von Zahlungsausfällen weiterhin gering halten zu können. Liquiditätsrisiken werden nicht gesehen. Gegen Zinssteigerungen bei langfristigen Bankdarlehen hat sich das Unternehmen teilweise abgesichert. Für Warenkäufe in Fremdwährungen werden in begrenztem Umfang Devisentermingeschäfte genutzt.

Ausblick auf das laufende Geschäftsjahr

Vorgänge von besonderer Bedeutung sind nach Ablauf des Geschäftsjahres nicht aufgetreten.

Vor dem Hintergrund der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise ist mit einer Entspannung der Wirtschaft im laufenden Jahr nicht zu rechnen. apetito geht im laufenden Jahr dennoch von einer insgesamt positiven Geschäftsentwicklung aus. Ziel bleibt ein Umsatzwachstum von etwa 5 Prozent sowie ein etwa konstantes Betriebsergebnis, welches aber durch ein schwaches GBP belastet werden kann.

Die Vorwärtsstrategie „Go for Growth“ wird im laufenden Jahr fortgesetzt. Für die Stabilität und Entwicklung des Unternehmens ist weiteres Wachstum unabdingbar. Hierfür werden in den nächsten Jahren auch Investitionen an allen Standorten des Konzerns erforderlich sein.

Insgesamt setzt apetito weiterhin auf überlegtes, langfristiges und auf nachhaltiges Wachstum ausgerichtetes Handeln – eine Orientierung, die sich in der 50-jährigen Unternehmensgeschichte bewährt hat.

Alle Produkte durchlaufen, von der Ernte der Rohwaren bis zum fertigen Menü, eine Vielzahl von Kontrollen und Prüfungen mit bis zu 60 verschiedenen Prüfkriterien.



Kindertagesstätten und Schulen

Durch den auch im Berichtsjahr forcierten Ausbau von Ganztagschulen nahm der Bedarf an Verpflegungsangeboten für Kinder weiter zu. Die Ansprüche an die Qualität der Ernährung sind dabei gestiegen. Bestärkt wird diese Entwicklung unter anderem durch politische Initiativen. So hat die Deutsche Gesellschaft für Ernährung im Auftrag der Bundesregierung konkrete Qualitätsstandards für die Schulverpflegung definiert. Die Standards haben das Ziel, die Qualität in der Schulverpflegung zu sichern. Herausforderung im Markt bleiben die finanziellen Möglichkeiten der Eltern: Diese bestimmen letztlich den Preis der Speisenangebote in Kindertagesstätten und Schulen. Es galt, qualitativ hochwertige Verpflegungslösungen anzubieten, die auf die Bedürfnisse von Kindern und Jugendlichen abgestimmt und zudem wirtschaftlich sind.

apetito konnte in beiden Segmenten seine ohnehin starke Marktposition noch ausbauen. Das JuniorVita-Konzept für Kinder und Jugendliche erwies sich als passgenau auf die Anforderungen ausgerichtet, denn bei den Verantwortlichen in Kindertagesstätten und Schulen stieß das moderne Verpflegungsangebot in hoher Qualität zu bezahlbarem Preis auf positive Resonanz. Das Unternehmen sieht sich als langjähriger Qualitätsanbieter in seinen Bemühungen bestätigt und spricht sich klar für definierte Qualitätsrichtlinien aus. Mit der Deutschen Gesellschaft für Ernährung, aber auch mit anderen wissenschaftlichen Instituten pflegt apetito eine enge Zusammenarbeit. Sein Engagement für Kinderernährung setzte apetito im zurückliegenden Jahr mit verschiedenen Initiativen fort. Das Fördern des Programms für mehr Kinderfreundlichkeit „Du bist Deutschland“, ein durch Deutschland tourender Kochbus oder die Ausbildung von Jugendlichen zu Foodscouts waren Beispiele für die Leidenschaft, mit der apetito sich für hochwertige Ernährung einsetzt. Die Auszeichnung einer von apetito bewirtschafteten

Schule mit „Drei Kochmützen“ durch die Verbraucherzentrale NRW und die Hochschule Niederrhein war in diesem Zusammenhang eine wertvolle Anerkennung.





Unternehmen

Ein hoher Wettbewerbsdruck kennzeichnete im zurückliegenden Jahr den Markt der Betriebsverpflegung. Bei stagnierender Gesamtanzahl an Unternehmen in Deutschland nahm die Intensität von Ausschreibungen enorm zu. Gefragt waren vor allem wirtschaftliche Verpflegungsangebote auf hohem Qualitätsniveau. Stimmig dazu verhielt sich das Essverhalten der Gäste in den Betriebsrestaurants: Ein zunehmendes Gesundheitsbewusstsein ging einher mit einer weiter hohen Preissensibilität.

In dem Spannungsfeld zwischen Rohwarenpreiserhöhungen einerseits und den Forderungen nach wirtschaftlichen Verpflegungslösungen andererseits konnte sich apetito im Berichtsjahr sehr gut behaupten. Auf die insgesamt schwächere Konsumstimmung bei den Verbrauchern reagierte das Unternehmen mit einem attraktiven Produktangebot. So antwortete eine gesundheitsorientierte Menülinie „fit & tasty“ auf den wachsenden Gesundheitstrend. Auch das weiterentwickelte Angebot für die Zwischenverpflegung wurde gut angenommen. Eine nachhaltig gute Qualität und ein teils hoher gastronomischer Anspruch als Basisleistungen in Verbindung mit ansprechenden Aktionskonzepten trafen die Wünsche der Gäste in den Betriebsrestaurants sowohl kleiner und mittelständischer als auch großer Unternehmen.

Kliniken

Der Markt war im zurückliegenden Jahr weiterhin geprägt durch Konzentrationsbestrebungen der Träger. Die Zahl der Häuser sank weiter. Das Fallpauschalensystem verschärfte den Kostendruck und den Zwang zu wirtschaftlichem Handeln. In diesem Zusammenhang stieg das Interesse der Verantwortlichen an systemischen Lösungsansätzen, um die Kosten im Griff zu halten. Das Essen im Krankenhaus hatte neben der medizinischen Versorgung eine hohe Bedeutung. In den Kliniken war eine ausgewogene und bedarfsgerechte Ernährung von Patienten aller Altersgruppen gefordert, wobei die Anforderungen der Patientengruppen von verschiedenen Kostform-Angeboten bis hin zu kindgerechten Menüs stark differierten.

Für apetito hat dieser wachsende Markt weiterhin eine hohe Bedeutung. Dem Unternehmen stehen professionelle systemische Verpflegungslösungen zur Verfügung, die von den Kunden sowohl in Eigenregie als auch in Fremdregie umgesetzt werden können. In der

Klinikverpflegung sind zudem gerade zubereitungssichere Produkte gefragt, wie apetito sie anbietet. Als großes Plus im Wettbewerb ist das fundierte Ernährungswissen zu werten, das apetito für die zielgruppengerechte Verpflegung von Patienten von einem Jahr bis ins hohe Alter besitzt und in passende Menüangebote umsetzt.





Senioreneinrichtungen

Aufgrund der demografischen Entwicklung nahm im Berichtsjahr die Anzahl an Pflegeplätzen im stationären Bereich weiter zu. Auch wurden immer ältere Menschen in Pflegeeinrichtungen untergebracht. Die einzelnen Einrichtungen mussten jedoch zunehmend mit weniger Personal auskommen. Dieser Veränderungsdruck erforderte eine hohe Effizienz und Produktivität in den Küchen. Bei Neu- und Umbauten geht der Trend weg vom bekannten Speisesaal hin zur individuellen Verpflegung im Wohnbereich. Um den damit verbundenen Anforderungen zu begegnen, waren flexible und wirtschaftliche Verpflegungskonzepte gefragt.

apetito hielt für die Senioreneinrichtungen bedarfsgerechte Angebotskonzepte bereit. Die Kunden honorierten das Engagement für den praktikablen Einsatz systemischer Lösungen. So fand das Wohnbereichskonzept als flexible, innovative und individuell einsetzbare Verpflegungsform guten Anklang. Aktuell hat das Unternehmen das Konzept um weitere Beratungsmodule und systemische Elemente ausgeweitet: Von der Zubereitung über die Ausgabe bis hin zum Ambiente sind dabei Themen professionell ausgearbeitet, die den Einrichtungen konkrete Unterstützung bieten. In dieser umfassenden Kompetenz besitzt apetito am Markt eine Alleinstellung. Von den Senioreneinrichtungen gerne aufgegriffen wurden im zurückliegenden Jahr auch die ergänzenden Serviceangebote des Unternehmens. Sie reichten von einem praxisorientierten Managementprogramm zur Sicherung der Belegung in den Einrichtungen bis hin zu integrativen Beschäftigungsangeboten.



Essen auf Rädern und apetito zuhaus

Im Alter möglichst lange im eigenen Heim zu leben, das war auch im Berichtsjahr der Wunsch vieler Senioren und deren Angehörigen. Die Sozialpolitik förderte diese Entwicklung. Das Angebot eines serviceorientierten Essen auf Rädern-Dienstes spielte daher auch weiter eine wichtige Rolle, um dieses Anliegen leichter erfüllen zu können. Insgesamt kennzeichnete ein hoher Kosten- und Wettbewerbsdruck den Markt.

apetito trug mit seinen Menüservice-Angeboten dazu bei, das Bedürfnis der Senioren nach Verbleib in den eigenen vier Wänden zu realisieren – sowohl über die Partner bei den Hilfs- und Wohlfahrtsorganisationen als auch über den eigenen Menüservice apetito zuhaus. Seine marktführende Position verstärkte das Unternehmen durch permanent weiterentwickelte Angebotskonzepte. Der nachhaltige Verkaufserfolg der programmierten Mikrowelle war dafür ebenso Beispiel wie die nun auch auf dem deutschen Markt erfolgreiche Einführung eines Fahrzeugs, in dem die Menüs während der Fahrt erhitzt werden.



**Natürlich
ohne ...**

Zusatz von
Geschmacksverstärker
Mono-Natriumglutamat,
künstlichen Farbstoffen,
Konservierungs-
mittel*

* mit Ausnahme von Nitritpökelsalz

*Unser „Natürlich ohne“-
Versprechen geben wir über
2000 Mal. Für jedes einzelne
apetito Produkt. Und für
einen natürlichen Genuss.*

Das sogenannte Chefmobil ermöglicht es den Verbandspartnern, ihre Touren zu optimieren und Kosten zu reduzieren. Mehr Frische, besserer Nährstoff- und Vitamingerhalt und ein garantiert heißes Essen, das auf den Punkt gegart ist, sind darüber hinaus klare Qualitätsvorteile, die die Verbände an ihre Kunden weitergeben können. Auch im laufenden Jahr wird die Vermarktung dieses Auslieferfahrzeugs Schwerpunkt des Vertriebs sein. Zur positiven Entwicklung des Marktsegmentes leistete darüber hinaus die konsequente Weiterführung der Anzeigenkampagne einen wichtigen Beitrag. Mit einem überarbeiteten Anzeigenmotiv sollten vorrangig Angehörige angesprochen werden, für die das apetito Angebot noch unbekannt war. Mit dem Engagement unterstützte das Unternehmen nachhaltig seine Verbandspartner in ihrem Bemühen um das Gewinnen neuer Tischgäste. Verstärkt wurden im Berichtsjahr die Aktivitäten zur wirtschaftlich attraktiven Tiefkühluslieferung. Der Druck auf effiziente und günstige Logistiklösungen war beispielsweise angesichts der teilweise extrem hohen Kraftstoffpreise immens hoch. Vor diesem Hintergrund gewann die wöchentliche Tiefkühluslieferung im Vergleich zur täglichen Heißauslieferung weiter an Bedeutung.

apetito zuhaus verzeichnete im zurückliegenden Jahr ein moderates Wachstum an seinen bestehenden Standorten. Neue Standorte wurden nicht eröffnet. Die Kunden schätzten die hohe Qualität der Produkte und die professionellen Dienstleistungsangebote des Menüservices.



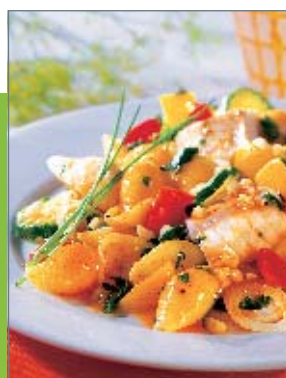
Lebensmitteleinzelhandel, Fachgroßhandel und Heimdienste

Fast jeder Haushalt in Deutschland verwendet Tiefkühlkost und der Konsum steigt weiter. Nach wie vor ist der Gesamtmarkt Tiefkühlkost in nahezu allen Segmenten ein wachsender Markt. Hohe Qualität, gelingsicheres Zubereiten und ein gutes Preis-Leistungsverhältnis sind Attribute, die den Produkten aus der Tiefkühltruhe eine hohe Akzeptanz bescheren. Das gilt auch für die Segmente Fertiggerichte und Fisch, die im zurückliegenden Jahr um 5 Prozent und knapp 2 Prozent zugelegt haben.

apetito ist mit den Produkten unter der eigenen Marke im Berichtsjahr erneut sehr dynamisch gewachsen. Im Wettbewerb mit anderen Markenherstellern hat das Unternehmen mittlerweile die Position zwei erreicht. Forciert wurde diese Entwicklung unter anderem durch zwei neue Werbespots, die auf allen relevanten privaten TV-Kanälen Appetit auf apetito machten. Das Sortiment Pasta e Basta hat sich kurz nach seiner Einführung sehr gut etabliert, auch die seit 2003 zum Stammsortiment zählenden Schlemmerpfannen liegen in der Verbrauchergunst weit oben. Verschiedene Aktionen im Internet und am Point of Sale sorgten für eine gesteigerte Bekanntheit der Produkte.

Die Integration und Zusammenführung der seit Ende 2007 zur Firmengruppe gehörenden Costa Meeresspezialitäten GmbH mit apetito wurde im Berichtsjahr weiter vorangetrieben. Im Markt für Tiefkühlfisch ist es Costa gelungen, seine Position insgesamt leicht auszubauen, während im stark wachsenden Segment der Schalen- und Krustentiere trotz intensiver Wettbewerbsaktivitäten die Marktführerschaft gehalten werden konnte. Mit saisonalen Neueinführungen von hochwertigen Fisch- und Garnelenprodukten traf der Fischspezialist zielsicher den Geschmack der Verbraucher. Im laufenden Jahr ist erstmals eine offensive Werbekampagne in Printmedien gestartet, die den Abverkauf weiter steigern soll. Eine Kombination mit attraktiven Rezepten sorgt dabei für eine hohe Motivation, die Costa-Produkte zu konsumieren.

Zum Ende des zurückliegenden Jahres ist apetito mit neuen Gourmet-Komplettgerichten unter der Marke Mövenpick in den deutschen Kühlkostmarkt eingestiegen. Das fünf Premiumgerichte umfassende Startsortiment wird mit umfassenden PR- und Marketingmaßnahmen bekannt gemacht. Kühlkost erfreut sich in Deutschland wachsender Beliebtheit. Die Distribution der Mövenpickgerichte wird daher im laufenden Jahr mit Nachdruck aufgebaut.



Bio tut gut – dem Menschen und der Natur. Schon seit 1998 gibt es apetito Produkte aus kontrolliert biologischem Anbau. Und es werden immer mehr.



Der Bereich der Eigenmarken des Handels zählt zum apetito Stammgeschäft. Eine leichte Umsatzsteigerung im Berichtsjahr wurde in erster Linie mit Innovationen bei Saisonartikeln erzielt. Die für den Frühjahr und Winter konzipierten Produkte sorgten für eine Belebung des Geschäftes. Im Segment Großverbraucher konnte das Unternehmen die Umsätze mit dem Fachgroßhandel ausweiten. Pfannkuchen und Omelettes bildeten das Kerngeschäft für die Marke hansa, die sich im laufenden Jahr erstmals mit einem neuen Marktauftritt auf Handelsmessen präsentiert. Das Geschäft mit Heimdiensten entwickelte sich im zurückliegenden Jahr sehr erfreulich. Hochwertige Menükreationen fanden eine breite Akzeptanz.

apetito setzt sich für konsequent nachhaltiges Denken, Handeln und Wirtschaften ein. Denn wir leben von dem, was die Natur uns bietet.





Großbritannien

Das Jahr 2008 war für die apetito UK ein weiteres Wachstumsjahr. Der Umsatz in Landeswährung stieg um 4 Prozent.

Mit verstärkten Investitionen in Produkte und Märkte gab die britische Tochtergesellschaft gezielte Wachstumsimpulse. So verzeichnete der eigene Menübringdienst als Franchise-Modell unter der Marke Wiltshire Farm Foods dank umfassender TV-Werbung Erfolge. Ein neues Produktangebot für dieses Segment wurde von den Kunden ebenso gut angenommen wie der Onlineshop. Auch im Krankenhausbereich konnte der Marktanteil ausgebaut werden. Aktuell erschließt apetito UK den britischen Seniorenheimmarkt: Die Menüs und Zubereitungssysteme bieten den Heimbetreibern den Nutzen eines höheren Ernährungsstandards bei günstigen Kosten. Erste Rückmeldungen aus dem Markt fielen entsprechend positiv aus.

Im Zuge der Umstrukturierung des Bereichs Foodservice wurde im zurückliegenden Jahr ein Produktionsstandort für Backwaren geschlossen. Alle Bemühungen, die seit Jahren auflaufenden Verluste zu kompensieren, waren leider erfolglos. Mit intensiver Unterstützung durch das Unternehmen fanden jedoch 80 Prozent der betroffenen Mitarbeiter direkt neue Arbeitgeber. Das verbleibende Foodservice-Geschäft verzeichnet nun wieder steigende Umsatzzahlen.

Mit der Überzeugung, dass gute und zufriedene Mitarbeiter die Basis für ein wirtschaftlich erfolgreiches Handeln sind, wurde im Rahmen des Projekts „Bester Arbeitgeber“ das Ausbildungs- und Entwicklungsprogramm für Führungskräfte fortgesetzt. Auch in Produktions- und Logistikprozesse investierte die britische Tochtergesellschaft: So wurden beispielsweise die Fahrzeugflotte und die Abläufe in den Kühllagern auf den neuesten technischen Stand gebracht und damit eine deutliche Verbesserung der Service-Standards erreicht. Teile der Produktionsstätte in Trowbridge sind modernisiert worden. In diesem Zuge konnten die hygienischen und technischen Standards weiter erhöht werden. Stark im Fokus standen die Themen Gesundheit und Sicherheit. In entsprechenden Audits des Managementsystems erzielte apetito UK gute Ergebnisse. Auch ein Qualitätsaudit des Standortes Trowbridge nach ISO 14.001 verlief erfolgreich. Unter dem Stichwort Nachhaltigkeit ist das Unternehmen weiter bestrebt, Umweltbelastungen zu reduzieren. Im zurückliegenden Jahr wurde dazu eine Nachhaltigkeitsrichtlinie verabschiedet, die Fortschritte in den Bereichen Umwelt, Soziales und Wirtschaft zum Ziel hat.

Stolz ist apetito UK auf die Auszeichnungen bei den National Business Awards. Für die Regionen Wales und Westengland hat das Unternehmen die regionalen Vorentscheide in den Kategorien „Unternehmerische und soziale Verantwortung“ und „Innovation des Jahres“ gewonnen. Die britische apetito Tochter blickt optimistisch in die Zukunft und plant mit weiteren Investitionen, ihre Marktchancen zu nutzen.





Frankreich

Die französische Tochtergesellschaft verzeichnete im Berichtsjahr ein Wachstum von 9 Prozent – angesichts der aktuellen Wirtschaftslage und der gestiegenen Rohstoffpreise in Europa ist das als exzellente Entwicklung zu bewerten. Zumal der französische Markt um 6 Prozent gewachsen ist. Das Unternehmen war im Wesentlichen in drei Geschäftsfeldern aktiv: im Cateringgeschäft, im Segment Essen auf Rädern und mit Menülieferungen aus der Zentralküche in Condren.

Mit über 110 Kundenbetrieben wies die Catering-Dienstleistung den weitaus größten Umsatzanteil aus. Im französischen Cateringmarkt besetzte apetito France im zurückliegenden Jahr den achten Platz. Die Gesellschaft war in den Märkten Healthcare und Betriebsverpflegung tätig. Auch Standorte des französischen Militärs zählten zu den Kunden, darunter die Pariser Militärhochschule, in der apetito sich als Qualitätsanbieter auch bei Events einen Namen gemacht hat. Im gesamten Cateringgeschäft setzte das



Meisterliches Handwerk: Bei apetito arbeiten ausgebildete Köche, Metzger, Bäcker und Konditoren genauso wie Lebensmitteltechniker.

Unternehmen auf Expertenteams, die den Kunden einen professionellen und kundenorientierten Service bieten. Ein Konzept, das sich als erfolgreich erwiesen hat. Das Essen auf Rädern-Geschäft konnte im zurückliegenden Jahr erneut ausgeweitet werden. Neben der Stadt Paris zählten auch Gemeinden in der Pariser Umgebung zu den apetito Kunden. Das Liefervolumen an Privathaushalte stieg auf 537.000 Mahlzeiten. Die belieferten Senioren wussten vor allem die Qualität, die Vielfalt und die Kundennähe zu schätzen. Nach langjähriger Geschäftstätigkeit hat apetito im Berichtsjahr die Entscheidung getroffen, im Rahmen der „Go for Growth“-Strategie die Zentralküche in Condren zu kaufen. Bislang bestand ein Leasing-/Mietvertrag. Für apetito erschließen sich damit weitere Expansionsmöglichkeiten.



KOCHKUNST

Wir kochen leidenschaftlich gern für Sie.

Niederlande

Das Marktumfeld in den Niederlanden ist insgesamt dem in Deutschland sehr ähnlich. Die drastisch gestiegenen Rohstoffpreise hatten ebenfalls einen erheblichen Einfluss, jedoch konnten die Preiserhöhungen in noch geringerem Maße an die Verbraucher weitergegeben werden. Es bestand ein erheblicher Preisdruck.

Für beide niederländischen Gesellschaften, apetito B.V. und Bonfait B.V., war das Berichtsjahr weiter stark geprägt durch Integrationsarbeiten. Bei der seit 2007 zur apetito Gruppe gehörenden Bonfait B.V. galt es, EDV-Systeme anzupassen und administrative Abteilungen zusammenzuführen, um Synergien zu nutzen. Daneben konzentrierten sich die Vertriebsbemühungen bei Bonfait auf das Erschließen neuer Märkte für Kühlkost-Produkte. Im ersten Schritt ist das im Segment Essen auf Rädern bereits gelungen. Für Senioreneinrichtungen kreierte Bonfait zum Jahresende mit Kook eine eigene Marke, unter der seniorengerechte Produkte an Heime vertrieben werden. Abgerundet durch den Ausbau bestehender Marktsegmente, wie das Lebensmitteleinzelhandelsgeschäft, konnte Bonfait seinen Umsatz um 12 Prozent steigern.

Auch die langjährige Tochtergesellschaft apetito B.V. verzeichnete mit knapp 5 Prozent ein Umsatzplus. Das noch junge Marktsegment Kindertagesstätten und Schulen entwickelte sich auf niedrigem Niveau gut. Im Bereich Essen auf Rädern wuchs der Umsatz mit bestehenden Kunden. Da die Verbandspartner sich derzeit in einer wirtschaftlich schwierigen Situation befinden und teilweise ums Überleben kämpfen, ist es kaum möglich, neue Kunden zu gewinnen. Eine Neuorientierung in der Verpflegung spielt aktuell kaum eine Rolle. Das Marktsegment Behindertenheime hat sich im zurückliegenden Jahr stabilisiert. Der Trend geht hier allerdings zu Ausschreibungen, bei denen allein der Preis im Fokus steht. Durch eine Kombination der Angebote von apetito und von Bonfait versucht das Unternehmen, für seine Kunden als Komplettanbieter noch attraktiver zu sein.

Die Herausforderung im laufenden Jahr ist das Neuausrichten der Produktion von Bonfait in Denekamp. Das reicht von neuen Schichtmodellen bis hin zu Investitionen in Prozesse und Maschinen, um die Produktivität zu steigern. Erste Schritte sind dazu bereits getan. Das verstärkte Nutzen von Synergien mit dem Produktionsstandort in Rheine, beispiels-



Mehr als 350 neue Rezepturen werden in Deutschland pro Jahr entwickelt, um den Geschmack der verschiedenen Zielgruppen zu treffen.



weise in der Zusammenarbeit mit gleichen Lieferanten, soll ebenfalls dazu beitragen, Kosten zu senken. Mit neuen Angebotskonzepten sollen Kunden gewonnen und die Auslastung des niederländischen Standortes deutlich erhöht werden.

Kanada

apetito Canada, vormals Private Recipes Ltd., erreichte im Berichtsjahr einen Umsatzzuwachs von knapp 20 Prozent. Die Geschäftsaktivitäten erstreckten sich auf den Caremarkt und auf den Essen auf Rädern-Bereich. Daneben testet apetito mit Copper County Foods einen eigenen Menüservice als Franchisemodell.

Im Gesundheitswesen erzielte die Gesellschaft gute Erfolge, was auf neue Kunden und Zuwächse in der Tages- und Langzeitpflege zurückzuführen war. Im Markt Essen auf Rädern zeigten sich die Kunden mit dem Chefmobil als neuem Auslieferfahrzeug zufrieden, mit dem sie den Senioren einen noch besseren Service bieten konnten. Die kanadische Tochtergesellschaft bietet ihren Kunden bedarfsgerechte Leistungen mit hohem Servicegrad. Eine umfassende Nährwert-Datenbank im Internet inklusive einfacher Bestellmöglichkeit ist ein Beispiel dafür. Ein Projekt zur Verbesserung der Nahrungsmittelsicherheit und die Reorganisation betrieblicher Abläufe zur Effizienzsteigerung und des Kundenservices waren Schwerpunkte im zurückliegenden Geschäftsjahr. Mit den angestoßenen Initiativen sieht sich das Unternehmen für das laufende Jahr gut gerüstet.

Tag für Tag soll jeder unserer Tischgäste ein leckeres gesundes Essen in erstklassiger Qualität genießen.



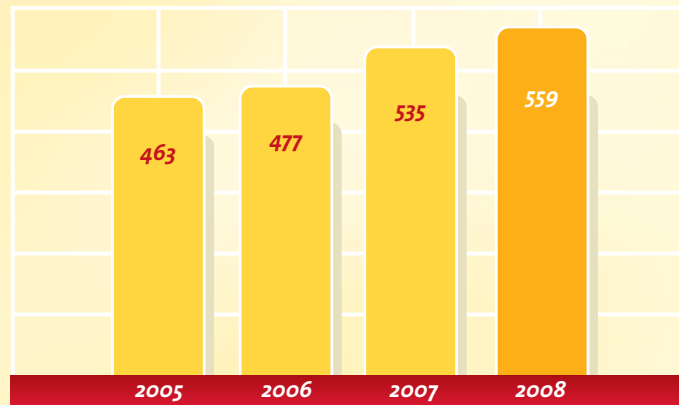
Bericht über die Lage und Aktivitäten

Die apetito catering GmbH verzeichnete im zurückliegenden Jahr ein Umsatzwachstum von 9,5 Prozent auf 132 Mio. Euro (Vorjahr: 121 Mio. Euro). Der Umsatz der verbundenen Servicegesellschaften stieg um 20 Prozent auf 27 Mio. Euro (Vorjahr: 22 Mio. Euro). Die Zahl der Kundenbetriebe ist im Berichtsjahr inklusive der Servicegesellschaften auf 559 (Vorjahr: 535) gestiegen. Die Gesellschaft hatte zum Jahresende 3.950 Beschäftigte (Vorjahr: 3.406). Das entspricht einer Steigerung um 16 Prozent. Der Dienstleister konnte damit seine Position im Ranking der bundesdeutschen Caterer festigen.

Die Mitarbeiterzahl bei apetito catering verzeichnete mit einem Plus von 544 Mitarbeitern einen rasanten Zuwachs. Die Zufriedenheit der Belegschaft mit ihrem Arbeitgeber war insgesamt sehr hoch, das hat eine Befragung ergeben, die im Berichtsjahr durchgeführt wurde. Angesichts der zahlenmäßigen Entwicklung lag der Schwerpunkt der Personalpolitik auf der Mitarbeiter-Qualifizierung. Mit einem mehrgliedrigen internen Qualifizierungssystem

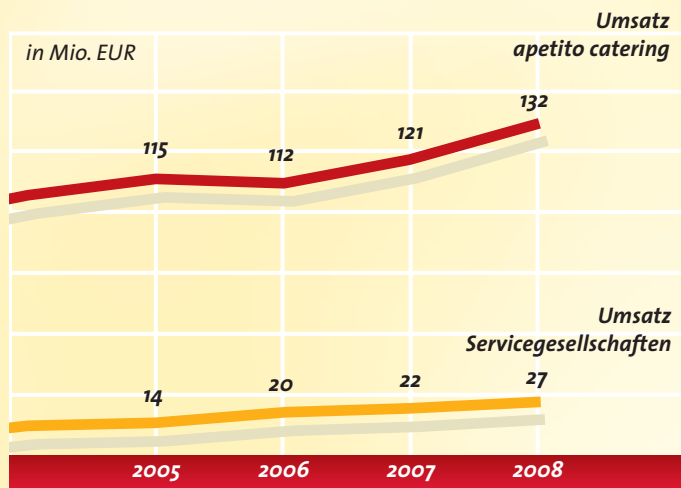


▶ Anzahl der Kundenverträge apetito catering



investierte das Unternehmen gezielt in die Karriereöglichkeiten der Mitarbeiter.

Zu Beginn des laufenden Jahres hat apetito catering erstmals ein nachhaltiges Programm zur Führungskräfteentwicklung gestartet. In zwei separaten Qualifizierungsprogrammen werden die leitenden Mitarbeiter der Niederlassungen und der Zentrale weitergebildet, um für das Wachstum des Unternehmens gerüstet zu sein, aber auch, um den geänderten Kunden- und Marktanforderungen angemessen begegnen zu können. In Zusammenarbeit mit einer privaten Fachhochschule werden betriebswirtschaftliche Inhalte vermittelt. Ein auf Führungskräfte trainings spezialisierter Partner schult verhaltensorientierte Inhalte. Ziel ist das Schaffen einer einheitlichen Führungs- und Kommunikationskultur im Rahmen des Gruppenweiten Partnerschaftlichen Erfolgsmanagements.



Die im Berichtsjahr stark gestiegenen Rohstoffpreise konnten mit einem effizienten Wareneinsatzmanagement abgedeckt werden. Ein konsequent in den Betrieben eingesetztes IT-Tool zur Steuerung der Warenwirtschaftsprozesse erwies sich als geeignetes Instrument, um die zunehmend komplexer werdenden Prozesse zu beherrschen. Verbindliche Qualitätsmaßstäbe, attraktive Sortimente und transparente Abläufe sind wesentliche Grundsätze. Moderne Produkte und Aktionskonzepte antworten auf gezielte Kundenanforderungen.

Insbesondere im Senioreneinrichtungsmarkt verstärkte sich der Trend zur Gründung von Servicegesellschaften. Diese Form der partnerschaftlichen Zusammenarbeit bietet für beide Seiten wirtschaftliche Vorteile und einen hohen Nutzen: Der Kunde als Träger der Einrichtung konzentriert sich auf seine Kernleistung Pflege und *apetito catering* bringt seine Expertise in der Verpflegung ein.

Seit 2007 führt die *apetito catering GmbH* mit der zur *SV Group Schweiz* gehörenden *SV Deutschland GmbH, Langenfeld*, eine gemeinsame Einkaufsgesellschaft. Die Zusammenarbeit hat sich im Berichtsjahr gefestigt. Angesichts steigender wirtschaftlicher Herausforderungen besteht die grundsätzliche Bereitschaft, sich im Rahmen dieser Einkaufskooperation für weitere potenzielle Partner zu öffnen.

Für die verschiedenen Marktsegmente hat *apetito catering* im zurückliegenden Jahr Angebotskonzepte entwickelt, die gezielt auf die Bedürfnisse der Kunden ausgerichtet waren. Für Schulen kreierte der Dienstleister beispielsweise ein einheitliches Menübestell- und Zahlungssystem. Damit kann über Internet oder auch über ein Terminal vor Ort Essen bestellt werden. In Betriebsrestaurants antwortete eine eigene Aktionskonzeption zum Thema Genuss und Wohlbefinden auf die starke Nachfrage nach einer gesundheitsbewussten Ernährung.

Für das laufende Jahr erwartet die *apetito catering GmbH* angesichts eines unsicheren Marktumfeldes und der aktuellen Wirtschafts- und Finanzkrise eher eine Konsolidierung. Mit den angelaufenen Initiativen und Konzepten sieht sich das Unternehmen jedoch gut gerüstet.

Bonifatiusstraße 305 • 48432 Rheine • Tel: 0 59 71 / 7 99 - 94 69 • Fax: 0 59 71 / 7 99 - 78 09 • e-mail: presse@apetito.de • www.apetito.de



apetito