

# Aktionärsbrief 1/2007



# Sehr geehrte Aktionäre!

Mit diesem Aktionärsbrief informieren wir Sie über etwas, das uns am Herzen liegt und wofür wir uns gerne mit Herz, Leib und Seele einsetzen: Ottakringer – Österreichs erfrischendste Brauerei. Im Folgenden: Die Entwicklung im ersten Quartal 2007.

Aufgrund der großen Bedeutung der Ottakringer Brauerei AG innerhalb des Ottakringer Konzerns wird im Folgenden mit der Erläuterung der Ottakringer Brauerei AG begonnen.

## BIERMARKT UND GEBINDEARTEN

Der Inlands-Bierausstoß der österreichischen Brauereien (inklusive alkoholfreiem Bier) stieg in den ersten drei Monaten des Jahres auf 1.912.000 Hektoliter. Gegenüber der Vorjahresperiode entspricht das einem Plus von 4,8 Prozent.

Folgende Gebindearten verzeichneten Zuwächse: seit langem konnte die 0,5 l Mehrwegflasche wieder zulegen – und zwar um 6,2 Prozent. Abermals zu den Gewinnern gehörte die 0,33 l Flasche (mit plus 29 Prozent) und die 0,5 l Dose (plus 3,1 Prozent). Alle anderen Gebindearten waren rückläufig, Fassbier allerdings nur leicht (minus 0,2 Prozent).

## ENTWICKLUNG BEI OTTAKRINGER

Obwohl das erste Quartal bei Ottakringer traditionell zur schwierigsten Zeitspanne des Jahres gehört, kann bereits nach den ersten drei Monaten ein Inlands-Plus von 0,6 Prozent vorgewiesen werden. Es darf davon ausgegangen werden, dass die Steigerung am Ende des Jahres weit deutlicher ausfallen wird.

Der Umsatz aus Bierverkäufen stieg bereits im ersten Quartal um 2,1 Prozent. Die Gesamtumsätze entwickelten sich von 16,00 auf 15,60 Millionen Euro. Das liegt daran, dass – anders als bisher – die Almdudler-Grundstoffe innerhalb der Ottakringer-Gruppe nicht mehr über die Ottakringer Brauerei an den Abfüller Vöslauer weiterverrechnet werden. Ohne diesen Umstand ergäbe sich ein Umsatzplus von 3,3 Prozent.

Der Cashflow stieg von 1,40 auf 1,52 Millionen Euro, die Investitionen stiegen von 1,69 auf 2,33 Millionen Euro.

## OTTAKRINGER – INNOVATIONSTREIBER DER BRANCHE

Heuer startete Ottakringer schon im ersten Quartal mit einer Markt-Innovation: der ersten haptischen österreichischen Bierdose: dem Ottakringer 16er Blech. Seit Jahrzehnten wird in Wien schon davon gesprochen. Nun gibt's das Ottakringer „16er-Blech“ wirklich.

Gebraut wird das original „16er“ (aus dem 16. Bezirk) nach alter Wiener Rezeptur. Vollmundige 5,4 % Alkoholgehalt und süffige 12,8 Prozent Stammwürze wurden ins Blech verpackt, begleitet von einer feinen Karamellnote.

Jahresziel sind vorerst drei Millionen Dosen „16er Blech“.

Zu haben ist das markenrechtlich geschützte Kultbier seit Mitte März in der Gastronomie und im Handel (u.a. auch bei Tankstellen-Shops). Kernzielgebiet ist Wien, Niederösterreich und das Burgenland. Beworben wurde es in der Startphase in Wien auf Plakaten und in ganz Ostösterreich mit Hörfunkspots.

## **DER OTTAKRINGER KONZERN IM ÜBERBLICK**

Der Ottakringer Konzern-Umsatz entwickelte sich im ersten Quartal 2007 von 16,26 auf 15,95 Millionen Euro. Ohne die erwähnte Änderung bei der Fakturierung der Almdudler-Grundstoffe ergäbe sich im Konzern ein Umsatzplus von 3,8 Prozent.

Der Cashflow erhöhte sich von 1,43 auf 1,56 Millionen Euro und die Investitionen von 1,69 auf 2,43 Millionen Euro.

Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EGT) lag bei 0,17 Millionen Euro. Im Vorjahr waren es 0,11 Millionen Euro.

Der Mitarbeiterstand des Ottakringer Konzerns erhöhte sich von 204 Kollegen auf 209 Kollegen.

## **AUSBLICK AUF DAS GESCHÄFTSJAHR 2007**

Ganz nach unserem Slogan „Warum erfrischt mich das Ottakringer bloß so?“ wird auch in den kommenden Monaten die Frische im Vordergrund unserer Arbeit stehen.

Neue unkonventionelle, witzige TV-Spots, geschaltet von Ende April bis November, werden der Markensympathie und dem Verkauf weiteren Auftrieb geben.

Ziel des Ottakringer-Teams für das Jahr 2007 ist es, das Profil der Marke weiter zu schärfen und abermals mehr Bierfans zu begeistern.

Der wirtschaftliche Erfolg wird sich daraus ergeben.

## **FINANZKALENDER 2007**

|                  |  |
|------------------|--|
| 22. Juni, 15 Uhr | Hauptversammlung                       |
| 4. September     | Veröffentlichung Aktionärsbrief 2/2007 |
| 20. November     | Veröffentlichung Aktionärsbrief 3/2007 |

## OTTAKRINGER BRAUEREI AG AUF EINEN BLICK

|                          | 1-3/2006 | 1-3/2007 (*) |
|--------------------------|----------|--------------|
| Umsatz (in Mio. )        | 16,00    | 15,60        |
| Cashflow (in Mio. )      | 1,40     | 1,52         |
| Investitionen (in Mio. ) | 1,69     | 2,33         |

## OTTAKRINGER KONZERN AUF EINEN BLICK

|                          | 1-3/2006 | 1-3/2007 (*) |
|--------------------------|----------|--------------|
| Umsatz (in Mio. )        | 16,26    | 15,95        |
| Cashflow (in Mio. )      | 1,43     | 1,56         |
| Investitionen (in Mio. ) | 1,69     | 2,43         |
| EGT (in Mio. )           | 0,11     | 0,17         |
| Mitarbeiter (**)         | 204      | 209          |

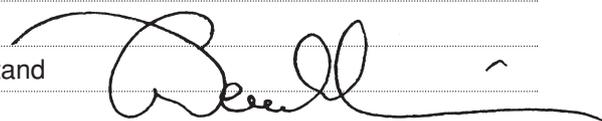
(\*) vorläufige Zahlen

(\*\*) Durchschnitt der Monate 1-3



Mag. Siegfried Menz

Der Vorstand



Christiane Wenckheim

Wien, im Mai 2007

Ottakringer Brauerei AG

Ottakringer Straße 91, 1160 Wien

Tel.: 01/49100-2215 – Fax: 01/49100-2613

mailto: thomas.sautner@ottakringer.at – Internet: www.ottakringer.at