

wir
machen
freude

UND
GETRÄNKE

ZWISCHENMITTEILUNG_Q1-3 2014



Ottakringer
Getränke AG

ZWISCHENMITTEILUNG DES VORSTANDES

ÜBER DIE ERSTEN DREI QUARTALE 2014 DER OTTAKRINGER GETRÄNKE AG, WIEN

02

*Selen gehobte Damen und Herren,
Liebe Aktionäre!*

Lassen Sie uns ganz offen sein: Die Monate Juli, August und September waren heuer wolkenverhangen und nass, entsprechend gering war der Durst der Konsumenten – hierzulande, doch auch im übrigen Europa. Unerfreulich ist das besonders deshalb, weil die Branche in den Sommermonaten für gewöhnlich die stärksten Umsätze erwirtschaftet.

Diesmal aber erlitt etwa die österreichische Brauwirtschaft im dritten Quartal einen Einbruch am Inlandsmarkt von nicht weniger als 9,5 %, was nach dem guten ersten Halbjahr kumuliert für die ersten drei Quartale ein Minus von 1,8 % ergibt. Beim Ottakringer Konzern fiel der kumulierte Rückgang für die ersten neuen Monate im Inland mit 1,1 % etwas glimpflicher aus.

Weniger prickelnd verlief für die Branche auch das Wassergeschäft mit einem Inlands-Minus von 13,3 % im dritten Quartal, was kumuliert für die ersten drei Quartale eine Reduktion von 2,9 % ergibt. Auch hier schlug sich der Ottakringer Konzern etwas besser als der Branchendurchschnitt, der Rückgang in der Wasser-Sparte betrug für die ersten neuen Monate 1,7 %.

Für das Gesamtjahr 2014 gehen wir davon aus, dass unsere Getränke-Gruppe in Summe dennoch ein gutes Ergebnis schaffen wird, das allerdings unter jenem des Vorjahrs liegen wird.

Marktentwicklung

Entwicklung am österreichischen Biermarkt

in HL	Q1-3 2014	Q1-3 2013	Veränd.	Q3 2014	Q3 2013	Veränd.
Inländischer Biermarkt (inkl. alkoholfreies Bier)	6.408.205	6.527.713	-1,8 %	2.144.209	2.370.394	-9,5 %

Quelle: Verband der Brauereien Österreichs

Nach den Zuwächsen im ersten Halbjahr 2014 hat sich der österreichische Biermarkt im dritten Quartal stark rückläufig (-9,5 %) entwickelt.

Entwicklung am österreichischen Mineralwassermarkt

in HL	Q1-3 2014	Q1-3 2013	Veränd.	Q3 2014	Q3 2013	Veränd.
Inländischer Mineralwassermarkt	5.226.856	5.381.911	-2,9 %	1.788.389	2.062.637	-13,3 %

Quelle: Verband der Nahrungs- und Genussmittelindustrie

In Folge des schlechten dritten Quartals 2014 (-13,3 %) ist es am Mineralwassermarkt in Österreich erstmals seit mehreren Jahren im Vergleichszeitraum Jänner bis September zu einem Rückgang gekommen.

Entwicklung des Ottakringer Konzerns

Geschäftsfelder – Segmente

Der Ottakringer Konzern ist in die Geschäftsfelder (Segmente) Brauereien, Mineralwasser, Handel und Dienstleistungen sowie Konzern unterteilt. Sämtliche Unternehmen der Ottakringer Gruppe sind einem bestimmten Geschäftsfeld zugeordnet.

Geschäftsfeld Brauereien:

Ottakringer Brauerei AG
Ottakringer Betriebe GmbH (vormals: Ottakringer Shop & Event GmbH)
Ottakringer Services GmbH
Perfect Drinks GmbH
Ottakringer International Holdings Ltd.
Ottakringer International Ltd.
Pécsi Sörfőzde ZRt

Geschäftsfeld Mineralwasser:

Vöslauer Mineralwasser AG
Pet to Pet Recycling Österreich GmbH (at Equity-Bilanzierung)

Geschäftsfeld Handel und Dienstleistungen:

Kolarik & Leeb GmbH
Wieser, Kolarik & Leeb GmbH
Trinkservice GmbH VGV
Del Fabro GmbH (at Equity-Bilanzierung)

Konzern:

Ottakringer Getränke AG
Innstadt AG (at Equity-Bilanzierung)

Geschäftsfeld Brauereien

Die Braukulturwochen, eine der Maßnahmen der „Wiener Qualitätsbrauerei“, noch stärker zum bunten, pulsierenden Teil der Stadt zu werden und sich als Wahrzeichen zu etablieren, waren auch im zweiten Jahr ein großer Erfolg. Trotz Regenwetter konnten 57.000 Besucher gezählt werden, gleich viele wie im Vorjahr, als das Wetter weitaus freundlicher war.

Am 9. September wurde das „Brauwerk“, Wiens neue Kreativbrauerei, am Gelände der Ottakringer Brauerei offiziell eröffnet. Künftig werden drei Biersorten als fixes Sortiment geführt, diverse weitere Sorten werden temporär über das Jahr verteilt gebraut. Insgesamt wird der geplante jährliche Bierausstoß bei rund 1.500 Hektoliter liegen. Die ersten drei Hausmarken, die das Kernsortiment bilden, werden bereits ausgeschenkt: Blond, Session IPA und Porter. Mehr Infos finden Sie unter www.brauwerk.wien.

// Entwicklung des Ottakringer Konzerns //

04

Das „Wiener Original“, gebraut nach einem hundertjährigen Rezept, kommt im Handel sowie in der Gastronomie extrem gut an und erfüllt die ehrgeizigen Pläne zur Gänze. Besonders gelobt wird es von Kennern für seinen ausgezeichneten Geschmack, die einzigartige, bernsteinerne Farbe und die treffende Aufmachung.

Verkaufszahlen in HL	Q1-3 2014	Q1-3 2013	Veränd.	Q3 2014	Q3 2013	Veränd.
Bier (inkl. alkoholfreies Bier)						
Inland	396.396	400.796	-1,1 %	131.173	151.104	-13,2 %
Ausland	261.585	304.394	-14,1 %	100.009	111.593	-10,4 %
	657.981	705.190	-6,7 %	231.182	262.697	-12,0 %
Alkoholfreie Getränke	88.815	93.179	-4,7 %	31.459	34.166	-7,9 %
	746.796	798.369	-6,5 %	262.641	296.863	-11,5 %

Umsatz in T€	Q1-3 2014	Q1-3 2013	Veränd.	Q3 2014	Q3 2013	Veränd.
Außenumsätze	68.411	70.785	-3,4 %	23.514	26.313	-10,6 %
Innenumsätze	3.847	4.310	-10,7 %	1.325	1.327	-0,2 %
	72.258	75.095	-3,8 %	24.839	27.640	-10,1 %

Aufgrund der schlechten Wettersituation in den wichtigen Verkaufsmonaten Juli und August war das dritte Quartal für das Geschäftsfeld Brauereien sehr schwierig. Mit einem mengenmäßigen Rückgang im Inland von 1,1 % in den ersten drei Quartalen 2014 entwickelte sich die Ottakringer Brauerei AG etwas besser als der Biermarkt in Österreich. In Ungarn ging die Verkaufsmenge um rund 14 % zurück, da die Zuwächse bei der Eigenmarke „Szalon“ (+18,6 %) den Rückgang bei den Handelsmarken nicht kompensieren konnten.

Geschäftsfeld Mineralwasser

Die Vöslauer Mineralwasser AG, Österreichs Nummer 1 am Mineralwassermarkt, setzte auch im dritten Quartal des laufenden Jahrs eine Reihe von Marketingaktivitäten und Produktinnovationen.

Ende September erfolgte der Lieferstart der 1 Liter-Mehrwegglasflasche mit innovativer 8 x 1 Liter-Splitkiste, die Markteinführung im Lebensmittelhandel erfolgte im Oktober. Die Glas-mehrwegflasche besticht durch ihr Design und das geringe Gewicht (rund 10 % leichter als herkömmliche Glasflaschen) und fördert Umwelt und Klima. Die neu entwickelte Splitkiste kann einfach geteilt werden und ist damit besonders leicht zu tragen.

Unter dem Motto „Welche Sorte Durst haben Sie?“ wurden laufend neue Balance-Geschmäcker auf den Markt gebracht, etwa „Juicy Ribisel“ und „Himbeere-Zitrone“ und seit September „Juicy Blutorange“. Eine breit angelegte Balance-Promotion läuft noch bis Ende November.

// Entwicklung des Ottakringer Konzerns //

Bis Mitte August machte Pepsi mit Festival-Promotionetiketten auf sich aufmerksam, zudem gab es Tickets für Nova Rock, Frequency und Urban Art Forms zu gewinnen. Unterstützt wurde die Kampagne mittels Hörfunkspots, City Lights und Online Banner zudem auch via Facebook, Homepage und Anzeigen.

Verkaufszahlen in HL	Q1-3 2014	Q1-3 2013	Veränd.	Q3 2014	Q3 2013	Veränd.
Mineralwasser						
Inland	1.599.093	1.627.286	-1,7 %	527.280	603.686	-12,7 %
Ausland	109.421	89.217	22,6 %	42.102	31.894	32,0 %
	1.708.514	1.716.503	-0,5 %	569.382	635.580	-10,4 %
Near Water und Limonaden	473.353	498.577	-5,1 %	163.297	177.604	-8,1 %
	2.181.867	2.215.080	-1,5 %	732.679	813.184	-9,9 %

Umsatz in T€	Q1-3 2014	Q1-3 2013	Veränd.	Q3 2014	Q3 2013	Veränd.
Außenumsätze	71.640	69.345	3,3 %	22.128	24.267	-8,8 %
Innenumsätze	5.117	5.686	-10,0 %	2.515	2.572	-2,2 %
	76.757	75.031	2,3 %	24.643	26.839	-8,2 %

In den ersten drei Quartalen 2014 konnte der Umsatz trotz rückläufiger Verkaufsmenge um rund T€ 1.700 gesteigert werden. Dies lag einerseits an den Zuwächsen im Export (insbesondere in Deutschland), andererseits stieg der Umsatz aus der Dienstleistung „Lohnfüllung“, die nicht in den Verkaufszahlen in HL enthalten ist.

Geschäftsfeld Handel und Dienstleistungen

Verkaufszahlen in HL	Q1-3 2014	Q1-3 2013	Veränd.	Q3 2014	Q3 2013	Veränd.
Bier (inkl. alkoholfreies Bier)	119.117	117.604	1,3 %	40.964	41.520	-1,3 %
Alkoholfreie Getränke	44.894	49.967	-10,2 %	14.378	17.087	-15,9 %
Sonstige Getränke	5.980	6.505	-8,1 %	1.778	1.961	-9,3 %
	169.991	174.076	-2,3 %	42.742	43.481	-1,7 %

Umsatz in T€	Q1-3 2014	Q1-3 2013	Veränd.	Q3 2014	Q3 2013	Veränd.
Außenumsätze	28.653	26.607	7,7 %	9.918	9.195	7,9 %
Innenumsätze	10.522	10.625	-1,0 %	3.815	3.928	-2,9 %
	39.175	37.232	5,2 %	13.733	13.123	4,6 %

In den Umsätzen für die ersten drei Quartale 2014 sind T€ 1.538 (Q3 2014: T€ 600) aus dem mit Stichtag 1. Jänner 2014 neu übernommenen Vertriebe von Kaffee enthalten. Bei den Innenumsätzen handelt es sich überwiegend um die von der Trinkservice GmbH VGV gegenüber anderen Konzerngesellschaften erbrachten Logistikdienstleistungen.

// Entwicklung des Ottakringer Konzerns //

06

Konzern**Verkaufszahlen**

Die Verkaufszahlen des Ottakringer Konzerns stellen sich wie folgt dar:

Verkaufszahlen in HL	Q1-3 2014	Q1-3 2013	Veränd.	Q3 2014	Q3 2013	Veränd.
Bier (inkl. alkoholfreies Bier)						
Inland	500.227	502.666	-0,5 %	167.511	187.882	-10,8 %
Ausland	261.585	304.394	-14,1 %	100.009	111.593	-10,4 %
	761.812	807.060	-5,6 %	267.520	299.475	-10,7 %
Mineralwasser						
Inland	1.599.093	1.627.286	-1,7 %	527.280	603.686	-12,7 %
Ausland	109.421	89.217	22,6 %	42.102	31.894	32,0 %
	1.708.514	1.716.503	-0,5 %	569.382	635.580	-10,4 %
Near Water, Limonaden und Sonstiges						
	512.145	540.138	-5,2 %	174.844	192.800	-9,3 %
	2.982.471	3.063.701	-2,7 %	1.011.746	1.127.855	-10,3 %

Bei den angeführten Werten handelt es sich um konsolidierte Verkaufszahlen der vollkonsolidierten Gesellschaften. Verkäufe zwischen Konzerngesellschaften sind in dieser Darstellung bereinigt.

Umsatz

Die Umsatzentwicklung nach Segmenten stellt sich wie folgt dar:

in T€	Brauereien	Mineral- wasser	Handel u. Dienst- leistungen	Konzern	Konsoli- dierung	Gesamt
Q1-3 2014						
Außenumsätze	68.411	71.640	28.653	154	0	168.858
Innenumsätze	3.847	5.117	10.522	5.378	-24.864	0
	72.258	76.757	39.175	5.532	0	168.858
Q1-3 2013						
Außenumsätze	70.785	69.345	26.607	97	0	166.834
Innenumsätze	4.310	5.686	10.625	4.798	-25.419	0
	75.095	75.031	37.232	4.895	-25.419	166.834

// Entwicklung des Ottakringer Konzerns //

07

in T€	Brauereien	Mineralwasser	Handel u. Dienstleistungen	Konzern	Konsolidierung	Gesamt
Q3 2014						
Außenumsätze	23.514	22.128	9.918	38	0	55.598
Innenumsätze	1.325	2.515	3.815	1.617	-9.272	0
	24.839	24.643	13.733	1.655	-9.272	55.598
Q3 2013						
Außenumsätze	26.313	24.267	9.195	36	0	59.811
Innenumsätze	1.327	2.572	3.928	1.630	-9.457	0
	27.640	26.839	13.123	1.666	-9.457	59.811

Investitionen

Die Investitionen des Ottakringer Konzerns stellen sich wie folgt dar:

in T€	Q1-3 2014	Q1-3 2013	Q3 2014	Q3 2013
Immaterielle Vermögensgegenstände	3.332	3.720	969	1.309
Sachanlagen	14.377	10.889	5.116	3.919
Finanzanlagen	441	778	36	182
	18.150	15.387	6.121	5.410

Bei den Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände entfallen für die ersten drei Quartale 2014 rund T€ 2.200 auf Belieferungsrechte und rund T€ 1.100 auf Software und IT-Projekte.

Die Investitionen in Sachanlagen gliedern sich wie folgt:

in T€	Q1-3 2014	Q1-3 2013	Q3 2014	Q3 2013
Grundstücke und Bauten	2.780	540	2.100	174
Technische Anlagen und Maschinen	4.160	5.082	3.184	2.965
Fuhrpark	1.708	262	255	110
Marktinvestitionen	4.284	3.347	2.048	1.124
Betriebs- und Geschäftsausstattung	886	600	541	337
Anlagen in Bau	559	1.058	-3.012	-791
	14.377	10.889	5.116	3.919

Die Investitionen in den Fuhrpark betrafen im Wesentlichen die Neuanschaffung von Staplern für die gesamte Unternehmensgruppe. Der Anstieg bei den Marktinvestitionen resultierte aus Investitionen in Gebinde, insbesondere die neue Vöslauer 1 Liter-Glasmehrwegflasche sowie die Splitkiste. Im dritten Quartal 2014 wurden Investitionen in Gebäude und technischen Anlagen in Betrieb genommen und dadurch die Anlagen in Bau entsprechend reduziert.

// Ausblick auf das Geschäftsjahr 2014 //

08

Personal

Der durchschnittliche Mitarbeiterstand zum 30. September 2014 betrug 848 (31. Dezember 2013: 827) und verteilt sich wie folgt auf die Segmente:

	30.09.2014	2013
Brauereien	329	327
Mineralwasser	190	180
Handel und Dienstleistungen	260	255
Konzern	69	65
	848	827

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2014

Durch die wetterbedingten Umsatzrückgänge sowie die unverändert schwierige Situation in Ungarn wird der Konzernumsatz im Jahr 2014 ungefähr auf dem Vorjahresniveau liegen. In allen Segmenten wird verstärkt in Marketing und Werbung investiert. Die erhöhten Investitionen in das Anlagevermögen führen zu einem Anstieg der planmäßigen Abschreibung. Dies sowie der Anstieg der Personalaufwendungen werden dazu führen, dass das Konzernergebnis unter dem Vorjahresniveau liegen wird.

Im Segment „Brauereien“ werden der Umsatz und das Segmentergebnis geringer als im Vorjahr ausfallen. Für das Segment „Mineralwasser“ wird ein Umsatz in ähnlicher Höhe wie 2013 erwartet, das Ergebnis wird aber unter dem Vorjahr liegen. Im Segment „Handel und Dienstleistungen“ werden höhere Umsätze bei einem unveränderten Segmentergebnis erzielt werden.

Wien, am 6. November 2014



Mag. Siegfried Menz
Vorstand der Ottakringer Getränke AG



Ottakringer Getränke AG

1160 Wien, Ottakringer Platz 1

T (+43.1) 49100-0

F (+43.1) 49100-2613

www.ottakringerkonzern.com

Investor Relations

Mag. Alexander Tesar, DW 2253

alexander.tesar@ottakringerkonzern.com

Konzernsprecher

Dr. Thomas Sautner, DW 2215

thomas.sautner@ottakringerkonzern.com