

Jahresbilanz 2014:

Ottakringer Getränke AG mit Umsatzplus

Österreichs Getränke-Familienunternehmen trotz dem Wetter

Österreichs einziges börsennotiertes Getränkeunternehmen, die mehrheitlich in Familienbesitz befindliche Ottakringer Getränke AG, konnte ihren Umsatz im vergangenen Geschäftsjahr auf 224,64 Millionen Euro steigern (+1,1 Prozent). Und das trotz eines wetterbedingt schwierigen Jahres und eines Ausstoßrückgangs von 2,9 Prozent auf dennoch beachtliche 3,8 Millionen Hektoliter Getränke (Bier, Mineralwasser, Limonaden und Near-Water-Getränke). Möglich war das Umsatzplus insbesondere dank der starken Entwicklung der Handelssparte (Kolarik&Leeb) sowie der Aufnahme eines neuen Geschäftsfeldes, dem österreichweiten Vertrieb von Lavazza-Kaffee.

Ottakringer Getränke AG-Chef Sigi Menz: „Wir arbeiten in einem harten Geschäftsumfeld, sind als mittelständisches Unternehmen konfrontiert mit internationalen Multis und entsprechend harten Preiskämpfen am Markt. Aber wir sind wendig und innovativ genug, um dennoch zu reüssieren. Seit 1837 gibt es uns – und damals wie heute als freies, österreichisches Familienunternehmen, das nenne ich Nachhaltigkeit!“

Der rot-weiß-rote Getränke-Konzern beschäftigte 856 Menschen (29 mehr als noch im Jahr zuvor). Sigi Menz: „Zeigen Sie mir ein anderes Unternehmen, das trotz dieses schwierigen Marktumfelds nicht Mitarbeiter abbaut, sondern sogar zusätzliche aufnimmt. Wir machen das, weil uns Verlässlichkeit, Qualität und Top-Service einfach enorm wichtig sind.“

„Und auch unser Sorgenkind, die ungarische Brauerei Pécs geben wir nicht einfach auf. Pécs drückt unsere Gesamtzahlen, ja, der Ausstoß sank von 379.800 auf 329.700 Hektoliter, aber der ungarische Markt ist noch schwieriger als der österreichische und wir glauben an unsere ungarische Tochter.“

Im Folgenden die wichtigsten Kennziffern der Ottakringer Getränke AG:

Umsatz:	224,64 Mio. € (+1,1 %)
Getränke-Verkauf:	3.838.000 hl (-2,9 %)
EGT:	9,23 Mio. € (11,19 im Vorjahr)
Investitionen:	23,25 Mio. € (27,12 im Vorjahr)
Mitarbeiter:	856 (827 im Vorjahr)

Details zu den beiden wichtigsten Konzern-Töchtern:

Bei der **Ottakringer Brauerei AG** wurde der gute Start in das Geschäftsjahr 2014 von einem wetterbedingt schwachen Sommer und einem Rückgang bei Handelsmarken gebremst. Ähnlich wie die Gesamtbranche konnte Ottakringer den Vorjahreswert beim Ausstoß nicht ganz halten. Mit 523.300 Hektolitern (- 3,2%) wurde in der Ottakringer Brauerei zwar weniger Bier fürs Inland gebraut als im Vorjahr, die Marken „Ottakringer“ und „Gold Fassl“ entwickelten sich mit plus 2 % bzw. 1,7 % aber durchaus positiv. Einer der Gründe dafür war die erfolgreiche Markteinführung des „Ottakringer Wiener Original“. Zuwächse gab es auch im Export.

Am Puls der Zeit ist Ottakringer zudem mit der neu eröffneten Craft-Brewery, dem „Brauwerk“. Angesiedelt ist diese Kreativbrauerei am Gelände der Ottakringer Brauerei, sie arbeitet aber vollkommen eigenständig. Drei Biersorten werden als fixes Sortiment geführt, diverse weitere Sorten werden temporär über das Jahr verteilt gebraut. Die ersten drei „Hausmarken“, die das Kernsortiment bilden: Blond, Session IPA und Porter.

Die **Vöslauer Mineralwasser AG** ist im österreichischen Lebensmittelhandel nach wie vor klarer Marktführer mit einem wertmäßigen Marktanteil von mehr als 40 Prozent (Quelle: Nielsen). Der verregnete Sommer 2014 ließ allerdings erstmals seit vielen Jahren keine Absatzsteigerung zu. Mit einem Gesamtvolumen von 2,03 Millionen Hektolitern Mineralwasser im Inland lag Vöslauer leicht (2,1 Prozent) unter dem Vorjahresniveau.

Im gesamten Near-Water- und Limonaden-Segment verkaufte Vöslauer 607.900 Hektoliter, davon sind rund 249.100 Hektoliter aus dem Near Water- Bereich (Vöslauer Balance, Vöslauer Bio).

Mit der Einführung der neuen 1 Liter-Glasmehrwegflasche im Oktober 2014 hat Vöslauer dem Glasmehrwegmarkt neue Impulse verliehen. Bereits nach wenigen Wochen konnte dieses Gebinde zehn Prozent des Marktes für Mehrweggebinde im Mineralwasserbereich abdecken. Insgesamt kommen damit in Österreich rund 50 Prozent aller Mehrweggebinde für Mineralwasser aus Bad Vöslau.

Einen nach wie vor steilen Aufwärtstrend verzeichnet Vöslauer im Export mit dem Schwerpunkt Deutschland. Das Wachstum beträgt 20 Prozent gegenüber dem Vorjahr, insgesamt werden somit mehr als 141.200 hl Vöslauer Mineralwasser im Ausland genossen.