

Aktionärsbrief 1/2006



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 2006.

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

DIE ENTWICKLUNG DES BIERMARKTES

Der Inlands-Bierausstoß der österreichischen Brauereien (inklusive alkoholfreiem Bier) stieg in den ersten drei Monaten des Jahres auf 1.824.000 Hektoliter. Gegenüber der Vorjahresperiode entspricht das einem leichten Plus von 0,6 Prozent.

Folgende Gebindearten verzeichneten Zuwächse: die 0,5 l Dose (etwa 31.000 hl oder 9,5 Prozent) und 0,33 l Flaschen (etwa 19.000 hl oder 30,7 Prozent). Alle anderen Gebindearten waren von Absatzverlusten geprägt, am stärksten betroffen waren die 0,5 l Flaschen (etwa 34.000 hl oder minus 4,1 Prozent) und Fassbier (etwa 3.000 hl oder minus 0,6 Prozent).

POSITIVE ENTWICKLUNG BEI OTTAKRINGER

Dank steigender Beliebtheit und viel Einsatz des Teams konnte Ottakringer mehr zulegen als die Branche. Die Ottakringer Brauerei beendete das erste Quartal 2006 mit einem Inlands-Plus von 2,3 Prozent (Branche: 0,6 Prozent).

Besonders positiv ist die Zwischenbilanz bei der Gastronomie: Während der Fassbierabsatz in Österreich insgesamt zurückging, stieg der Absatz der Ottakringer Brauerei bei ihren Gastronomie-Partnern um fünf Prozent.

UMSATZPLUS IN DER OTTAKRINGER BRAUEREI

Entsprechend der positiven Verkaufsentwicklung und dank gesteigerter Lohnabfüllung stieg der Umsatz in den ersten drei Monaten 2006 im Vergleich zur Vorjahresperiode auf 16,0 Millionen Euro (plus 4,3 Prozent). Der Cashflow veränderte sich von 1,54 auf 1,40 Millionen Euro. Die Investitionen stiegen von 1,09 auf 1,69 Millionen Euro. Zurückzuführen ist das vor allem auf den neuen Filterkeller.

OTTAKRINGER – INNOVATIONSTREIBER DER BRANCHE

Wichtigste Innovation am Biermarkt ist der im Vorjahr eingeführte „Ottakringer Frischeverschluss mit Blopp“. Dank dieser Neuerung gelang es Ottakringer, den generell in Österreich festzustellenden Trend „Weg von der 0,5 l Mehrwegflasche“ (siehe auch Kapitel „Die Entwicklung des Biermarktes“) nicht nur zu stoppen, sondern umzukehren. Tatsächlich verzeichnet Ottakringer seit der Einführung des neuen Frischeverschlusses eine deutliche Steigerung beim Verkauf der 0,5 l Helles-Mehrwegflasche.

Darüber hinaus konnte mit dieser Innovation der gesamten Marke Ottakringer ein starker Impuls gegeben werden. Bereits jetzt ist Umfragen zufolge ein positiver Einfluss auf die Imagewerte festzustellen. Mit dem „Frischeverschluss mit Blopp“ hat Ottakringer zudem sowohl dem innovationshungrigen Handel als auch den Gastronomen und Biergenießern einmal mehr demonstriert, dass Ottakringer die junge, frische Innovationskraft der Branche ist.

DER OTTAKRINGER KONZERN IM ÜBERBLICK

Der Ottakringer Konzern-Umsatz lag im ersten Quartal 2006 bei 16,26 Millionen Euro. Gegenüber dem Vorjahr entspricht das einer Steigerung um 4,4 Prozent.

Der Cashflow beträgt nun 1,43 Millionen Euro (Vorjahr: 1,54 Millionen Euro) und die Investitionen 1,69 Millionen Euro (Vorjahr: 1,09 Millionen Euro).

Obwohl das erste Quartal in der Brau-Branche traditionell zur schwierigsten Zeitspanne des Jahres gehört, kann bereits nach den ersten drei Monaten ein leicht positives EGT vorgewiesen werden: Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit lag bei 0,11 Millionen Euro. Im Vorjahr waren es 0,09 Millionen Euro.

Auf der Kostenseite war das erste Quartal von Preiserhöhungen gekennzeichnet. So war die Brauerei etwa mit höheren Kosten für Energie- und Verpackungsmaterialien konfrontiert.

Der Mitarbeiterstand des Ottakringer Konzerns blieb mit 204 Kollegen beinahe konstant (Vorjahr: 205 Mitarbeiter).

AUSBLICK AUF DAS GESCHÄFTSJAHR 2006

Ganz nach unserem Slogan „Warum erfrischt mich das Ottakringer bloß so?“ wird auch in den kommenden Monaten die Frische im Vordergrund unserer Arbeit stehen. Stärkster Akzent wird diesbezüglich eine besondere Großinvestition sein: Die Ottakringer Brauerei bekommt einen neuen, hochmodernen Filterkeller. Insgesamt 3,5 Millionen Euro investiert Ottakringer damit in Qualität und Umweltschutz. Die wichtigsten Vorteile dieser Innovation, die Mitte 2006 in Betrieb gehen wird: Ottakringer Bier wird noch frischer schmecken, da es mit noch weniger Luft in Berührung kommt und die Leitungswege verkürzt werden. Und: Ottakringer spart Energie. Dank des Wärmetauschers wird die Brauerei im entsprechenden Bereich künftig etwa 40 Prozent weniger Energie verbrauchen. Ziel des Ottakringer-Teams für das Jahr 2006 ist es, das Profil der Marke Ottakringer weiter zu schärfen und noch mehr Bierfans zu begeistern. Der wirtschaftliche Erfolg wird sich daraus ergeben.

FINANZKALENDER 2006

| | |
|--------------|--|
| 23. Juni | Hauptversammlung |
| 5. September | Veröffentlichung Aktionärsbrief 2/2006 |
| 21. November | Veröffentlichung Aktionärsbrief 3/2006 |

OTTAKRINGER BRAUEREI AG AUF EINEN BLICK

| | 1-3/2005 | 1-3/2006 (*) |
|---------------------------|----------|--------------|
| Umsatz (in Mio. €) | 15,34 | 16,00 |
| Cashflow (in Mio. €) | 1,54 | 1,40 |
| Investitionen (in Mio. €) | 1,09 | 1,69 |

OTTAKRINGER KONZERN AUF EINEN BLICK

| | 1-3/2005 | 1-3/2006 (*) |
|---------------------------|----------|--------------|
| Umsatz (in Mio. €) | 15,57 | 16,26 |
| Cashflow (in Mio. €) | 1,54 | 1,43 |
| Investitionen (in Mio. €) | 1,09 | 1,69 |
| EGT (in Mio. €) | 0,09 | 0,11 |
| Mitarbeiter (**) | 205 | 204 |

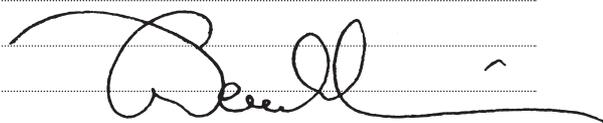
(*) vorläufige Zahlen

(**) Durchschnitt der Monate 1-3

Der Vorstand



Mag. Siegfried Menz



Christiane Wenckheim

Wien, im Mai 2006

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