

3. Quartal 2007

Zwischenmitteilung des Vorstandes



Sehr geehrte Aktionäre!

Mit dieser Zwischenmitteilung informieren wir Sie über den Ottakringer Konzern, bestehend aus Österreichs erfrischendster Brauerei und ihren Tochtergesellschaften.

Österreichs Biermarkt

Entwicklung 1-9 2007

Der Inlands-Ausstoß der österreichischen Brauereien stieg in den ersten neun Monaten 2007 im Vergleich zur Vorjahresperiode um 1,2 Prozent auf 6.483.000 Hektoliter (inklusive alkoholfreiem Bier).

Bei den Biersorten legte Helles/Märzen um 2,9 Prozent zu, Radler um 13,6 Prozent. Weniger gefragt waren hingegen Schankbier (minus 12,1 Prozent), Pilsbier (minus 4,1 Prozent) und Spezialbier (minus 2,3 Prozent). Bei den Gebindearten setzte sich der Trend zur 0,5l-Dose (plus 1,4 Prozent) und zur 0,3l-Flasche (plus 22,1 Prozent) fort. Fassbier wies einen leichten Rückgang um 0,8 Prozent aus.

Entwicklung im dritten Quartal

Der Inlands-Ausstoß im dritten Quartal 2007 betrug 2.257.000 Hektoliter und liegt damit um 1 Prozent hinter dem Vergleichsquartal des Vorjahres.

Bei den Biersorten konnte im dritten Quartal nur der Radler eine wesentliche Zuwachsrate (22,2 Prozent) verzeichnen. Helles/Märzen (minus 2,8 Prozent), Pilsbier (minus 6,4 %) und Spezialbier (minus 2,8 Prozent) entwickelten sich rückläufig. Bei den Gebindearten zeigt sich der Trend zur 0,5l-Dose (plus 1,6 Prozent) und zur 0,3l-Flasche (plus 14,9 %) auch im dritten Quartal. Rückläufig sind die 0,5l-Flasche (minus 3 Prozent) und Fassbier (minus 2 Prozent).

Entwicklung bei Ottakringer

In den ersten neun Monaten 2007 verkaufte der Ottakringer Konzern in Österreich 443.100 Hektoliter Bier und liegt damit mit 1,5 Prozent hinter dem Vorjahreswert. Der Bierverkauf im dritten Quartal betrug 150.000 Hektoliter und liegt 6,5 Prozent niedriger als das Vergleichsquarter des Vorjahres.

Im stark umkämpften Bier-Exportgeschäft konnte durch die ausgezeichnete Entwicklung im dritten Quartal (Anstieg von 3.500 Hektoliter auf 7.400 Hektoliter) in den ersten neun Monaten eine Verkaufssteigerung von 15.800 auf 17.900 Hektoliter erzielt werden.

Durch die insgesamt rückläufige Entwicklung des Bierverkaufs des Ottakringer Konzerns im dritten Quartal (minus 3,9 %) liegen auch die kumulierten Werte um 1 Prozent hinter den Vorjahreswerten. Insgesamt verkaufte der Ottakringer Konzern in den ersten neun Monaten 461.000 Hektoliter Bier.

Der Verkauf von alkoholfreien Getränken konnte weiter gesteigert werden und erhöhte sich in den ersten neun Monaten von 101.600 auf 108.100 Hektoliter. Im dritten Quartal wurden 37.900 Hektoliter verkauft, dies ist eine Steigerung von 1.000 Hektoliter gegenüber dem dritten Quartal 2006.

Die Steigerung bei den alkoholfreien Getränken kompensierte in den ersten neun Monaten mengenmäßig den Rückgang im Bierverkauf. In Summe verkaufte der Ottakringer Konzern in der Periode 1-9 2007 569.100 Hektoliter Getränke und liegt damit um 0,4 % über dem Vorjahreswert (3. Quartal: 195.300 Hektoliter, minus 2,3 %).

Im Segment „Bier“ wurde in der Periode 1-9 ein Umsatz von 43,40 Millionen Euro (3. Quartal: 15,07 Millionen Euro), im Segment „Alkoholfrei“ ein Umsatz von 8,15 Millionen Euro (3. Quartal: 2,79 Millionen Euro) erzielt. Zusätzlich erwirtschaftete der Ottakringer Konzern in dem Segment „Immobilien“ (Vermietung u. Verpachtung sowie Wohnungsverkäufe) einen Umsatz von 1,47 Millionen Euro (3. Quartal: 0,54 Millionen Euro). Im Segment „Sonstiges“ (im Wesentlichen Lohnabfüllung) beträgt der Umsatz 4,25 Millionen Euro (3. Quartal: 1,52 Millionen Euro). Insgesamt beträgt der in den ersten neun Monaten erzielte Umsatz 57,27 Millionen Euro (3. Quartal: 19,92 Millionen) und liegt, trotz des Mengen-Rückgangs beim Bier, geringfügig über Plan. Das 3. Quartal ist etwas hinter den Erwartungen geblieben.

Die Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen in den ersten neun Monaten betragen 4,38 Millionen Euro (0,75 Millionen Euro im dritten Quartal), wobei der Löwenanteil dabei wie immer auf Investitionen in den Markt entfiel.

Es sind im dritten Quartal keine Ereignisse eingetreten, welche die Finanz- und Ertragslage im Vergleich zum 30. Juni 2007 wesentlich verändert haben.

Der durchschnittliche Mitarbeiterstand betrug zum 30. September 2007 216 (30.06.2007: 212).

Erschließung neuer Vertriebswege

Seit dem dritten Quartal werden Ottakringer Produkte unter der Marke Ottakringer „Kühles Blondes“ bei der Lebensmittelkette Hofer verkauft. Damit wurde ein bedeutender Schritt Richtung Ausweitung der Vertriebswege gesetzt. Zudem ist die Neulistung bei Hofer auch eine strategische Maßnahme in Anbetracht der bestehenden Handelskonzentration am österreichischen Markt.

Als Reaktion auf die neue Vertriebspartnerschaft mit Hofer haben manche Handelspartner bis auf weiteres Sortimentsreduktionen von einigen Ottakringer-Produkten vorgenommen.

Ottakringer ist dennoch fest davon überzeugt, dass die Ausweitung der Vertriebswege letztlich positiv für die Marke Ottakringer sowie den langfristigen Geschäftserfolg sein wird.

Erfolgreiche Produkteinführung

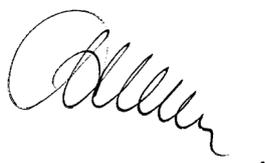
Das im ersten Quartal eingeführte „Ottakringer 16er Blech“ hat die in diese Produktinnovation gesteckten Erwartungen bisher zur Gänze erfüllt. In den ersten neun Monaten dieses Jahres konnten rund 2,2 Millionen Dosen verkauft werden. Da das „16er Blech“ aktuell auch von den Sortimentsreduktionen betroffen ist, ist das Erreichen des gesetzten Jahresziels von drei Millionen verkauften Dosen trotz der bisherigen planmäßigen Entwicklung nicht gesichert.

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2007

Die im letzten Geschäftsbericht sowie im Halbjahresbericht getroffenen Aussagen zum Ausblick auf das Geschäftsjahr 2007 werden durch die Entwicklung im 3. Quartal im Wesentlichen bestätigt. Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit liegt zwar hinter Plan, die Umsatzentwicklung entspricht aber den Erwartungen. Es kann davon ausgegangen werden, dass die Performance für das Geschäftsjahr 2007 wieder jenen starken Eindruck machen wird, den man von Ottakringer gewohnt ist.

Der erwartete Umsatz für 2007 wird in etwa auf dem Vorjahresniveau liegen, das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit sollte zum Jahresende den (um die Erträge aus den Wohnungsverkäufen „Gartensiedlung“ bereinigten) Vorjahreswert übersteigen.

Wir sind überaus zuversichtlich, dass Ottakringer auch 2007 wieder als erfrischendste Brauerei Österreichs sowie als Innovator der Branche in aller Munde sein wird. Und: dass wir mit unserem Kerngeschäft im Gesamtjahr 2007 ein ähnlich gutes Ergebnis erzielen können wie im Jahr davor. Wir werden hart und mit viel Freude daran arbeiten.



Mag. Siegfried Menz
Vorsitzender



Christiane Wenckheim

Wien, am 9. November 2007

Ottakringer Brauerei AG

A-1160 Wien, Ottakringer Straße 91
(Einfahrt Feßtgasse)

T (+43.1) 491 00-0
F (+43.1) 491 00-2613
www.ottakringer.at

Investor Relations

Mag. Siegfried MENZ, DW 2216
sigi.menz@ottakringer.at

Mag. Alexander TESAR, DW 2253
alexander.tesar@ottakringer.at

Dr. Thomas SAUTNER, DW 2215
thomas.sautner@ottakringer.at