



Ottakringer



Ottakringer  
Getränke AG

ZWISCHENMITTEILUNG Q1/2010

*Sicher gelobte Damen und Herren,  
liebe Aktionäre!*

Dies ist die erste Zwischenmitteilung des Vorstandes der Ottakringer Getränke AG, in der die Vöslauer Mineralwasser AG sowie die Ottakringer Brauerei AG über den gesamten Berichtszeitraum vom 1. Jänner bis 31. März 2010 enthalten sind. Ich freue mich, Ihnen gleich zum Start unseres „Österreich-Konzerns“ positive Nachrichten präsentieren zu können.

## Entwicklung am österreichischen Markt

Der österreichische Inlandsbiermarkt ist im ersten Quartal 2010 nach den starken Rückgängen im Jahr 2009 wieder gewachsen. Der Inlands-Ausstoß von Bier und alkoholfreiem Bier stieg um 4,3% von 1.757.800 HL auf 1.834.000 HL. Die mengenmäßig bedeutendste Biersorte Lager/Märzen ist um 5,8% gestiegen.

Bei den Gebindearten setzt sich der Trend zur 0,33 l-Flasche weiter fort (+9,7%). Auch andere Gebindearten, die sich im Jahr 2009 rückläufig entwickelt haben, konnten im ersten Quartal 2010 zulegen: 0,5 l-Flasche +4,4%, 0,5 l-Dose +10,7%. Einzig Fass- und Tankbier entwickelten sich rückläufig (-0,9%).

Auch der österreichische Mineralwassermarkt ist im ersten Quartal 2010 – nach einem leichten Rückgang im Jahr 2009 – gewachsen. Der Inlandskonsum stieg um 4,2% auf 1.385.000 HL, wobei es bei kohlenstofffreiem Mineralwasser ein überdurchschnittlich hohes Wachstum von +11,4% gab. Stabil blieb der österreichische Limonadenmarkt (+0,4%).

## Entwicklung des Ottakringer Konzerns

Nachfolgend wird die Entwicklung der beiden wichtigsten Konzerngesellschaften, der Ottakringer Brauerei AG und der Vöslauer Mineralwasser AG, dargestellt.

Ottakringer Brauerei AG in HL	Q1/2010	Q1/2009	Veränd.
Bier (inklusive alkoholfreies Bier)			
Inland	117.079	123.941	-5,5 %
Export	3.373	3.356	0,5 %
	120.452	127.297	-5,4 %
Alkoholfreie Getränke	26.931	26.194	2,8 %
	<b>147.383</b>	<b>153.491</b>	<b>-4,0 %</b>

Das hohe Niveau des ersten Quartals 2009 (Wachstum von +0,6% bei einem Marktrückgang von 10,1%) konnte im ersten Quartal 2010 nicht gehalten werden. Der Rückgang im Inlandsverkauf ist jedoch auch durch Umsatzverschiebungen verursacht, da sich die Aktionsperioden des Handels verschoben haben. Für das Gesamtjahr wird daher davon ausgegangen, dass der Rückgang aufgeholt wird und die Ziele erreicht werden. Der Gastronomiebereich entwickelte sich bereits im ersten Quartal 2010 überaus erfreulich. Die Verkaufszahlen liegen um rund 4,9% über dem Vorjahr.

// Entwicklung des Ottakringer Konzerns //

03

Nach dem schwierigen Geschäftsjahr 2009 im Bereich der Gastronomie, gibt es im ersten Quartal 2010 Anzeichen einer positiven Trendwende. Dies und die Erfolge der verstärkten Verkaufsaktivitäten brachten bei den alkoholfreien Getränken ein Wachstum von 2,8 %.

Vöslauer Mineralwasser AG in HL	Q1/2010	Q1/2009	Veränd.
Mineralwasser			
Inland	450.336	442.698	1,7 %
Export	13.487	12.682	6,4 %
	<b>463.824</b>	<b>455.380</b>	<b>1,9 %</b>
Near Water und Limonaden	134.144	124.105	8,1 %
	<b>597.968</b>	<b>579.485</b>	<b>3,2 %</b>

Die Vöslauer Mineralwasser AG konnte als Marktführer in Österreich die stabile Entwicklung fortsetzen und auf hohem Niveau ein Wachstum bei Mineralwasser im Inland von 1,7 % erzielen. Das Wachstum im Limonaden- und „Near Water“-Bereich (+8,1 %) ist vor allem auf die ausgezeichnete Entwicklung der Balance Produkte zurückzuführen.

Die **Verkaufszahlen des Ottakringer Konzerns** im ersten Quartal 2010 stellen sich wie folgt dar:

Ottakringer Konzern in HL	Q1/2010	Q1/2009	Veränd.
Bier (inklusive alkoholfreies Bier)			
Inland	117.079	123.941	-5,5 %
Export	3.373	3.356	0,5 %
	<b>120.452</b>	<b>127.297</b>	<b>-5,4 %</b>
Mineralwasser			
Inland	450.806	13.962	nv
Export	13.487	0	nv
	<b>464.293</b>	<b>13.962</b>	<b>nv</b>
Near Water, Limonaden und Sonstiges	136.807	12.232	nv
	<b>721.552</b>	<b>153.491</b>	<b>nv</b>

Bei den angeführten Werten handelt es sich um konsolidierte Verkaufsziffern, das heißt, Verkäufe zwischen Konzerngesellschaften sind in dieser Darstellung bereinigt. Die Vorjahreswerte beinhalten nicht die Verkaufsziffern der Vöslauer Mineralwasser AG, da diese erst mit Stichtag 1. Oktober 2009 in den Konsolidierungskreis aufgenommen wurde. Die Veränderungen, die aus diesem Konsolidierungseffekt resultieren, sind in der Tabelle nicht in Prozent angeführt, da die Ziffern nicht vergleichbar (nv) sind.

Die **Umsatzentwicklung nach Segmenten** im ersten Quartal 2010 stellt sich wie folgt dar:

In Folge der Umstrukturierung der Ottakringer Gruppe im Jahr 2009 und der verpflichtenden erstmaligen Anwendung der neuen Regelungen über die Segmentberichterstattung (IFRS 8)

erfolgte im vierten Quartal 2009 eine Umstellung der Segmentberichterstattung. Die Vorjahreswerte wurden entsprechend der Neugliederung angepasst.

Die Segmentierung erfolgt nun nach den Geschäftsfeldern Brauereien und Mineralwasser sowie dem Bereich Konzern. Sämtliche Unternehmen der Ottakringer Gruppe sind einem bestimmten Geschäftsfeld zugeordnet.

Geschäftsfeld Brauereien:

- Ottakringer Brauerei AG
- Ottakringer Shop & Event GmbH
- Ottakringer Services GmbH
- Ottakringer International Holdings Ltd.
- Ottakringer International Ltd.
- Innstadt Brauerei AG

Geschäftsfeld Mineralwasser:

- Vöslauer Mineralwasser AG
- Pet to Pet Recycling Österreich GmbH

Konzern:

- Ottakringer Getränke AG
- Ottakringer Liegenschaftsentwicklung Feßtgasse GmbH

in T€	Brauereien	Mineralwasser	Konzern	Konsolidierung	Gesamt
<b>Q1/2010</b>					
Außenumsätze	16.157	17.915	318	0	34.390
Innenumsätze	803	1.439	1.379	-3.621	0
	<b>16.960</b>	<b>19.354</b>	<b>1.697</b>	<b>-3.621</b>	<b>34.390</b>
<b>Q1/2009</b>					
Außenumsätze	16.723	–	–	–	16.723
Innenumsätze	0	–	–	–	0
	<b>16.723</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>16.723</b>

Die Vorjahreswerte beinhalten nicht die Umsätze der Vöslauer Mineralwasser AG, da diese erst mit Stichtag 1. Oktober 2009 in den Konsolidierungskreis aufgenommen wurde. Unter Berücksichtigung der Umsätze der Vöslauer Mineralwasser AG für das erste Quartal 2009 sowie der damit verbundenen Konsolidierungseffekte beträgt das organische Umsatzwachstum rund 2,3%.

Das Umsatzwachstum im Segment Brauereien resultiert im Wesentlichen aus höheren Umsätzen aus Lohnfüllungen sowie der Preiserhöhung, die Ende des ersten Quartals 2009 durchgeführt wurde.

// Marketingaktivitäten und Produktinnovationen //

05

Das organische Umsatzwachstum im Segment Mineralwasser beträgt im ersten Quartal 2010 rund 7,5 % (Umsatz erstes Quartal 2009: T€ 18.010).

Die **Investitionen** des Ottakringer Konzerns im ersten Quartal stellen sich wie folgt dar:

in T€	Q1/2010	Q1/2009	Veränd.
Immaterielle Vermögensgegenstände	1.035	814	27,2 %
Sachanlagen	1.549	606	155,8 %
Finanzanlagen	586	410	42,9 %
	<b>3.170</b>	<b>1.830</b>	<b>73,3 %</b>

Die Vorjahreswerte sind nur bedingt vergleichbar, da diese die Investitionen der Vöslauer Mineralwasser AG nicht beinhalten. T€ 1.018 der Investitionen des ersten Quartals 2010 entfallen auf die Vöslauer Mineralwasser AG.

Von den getätigten Investitionen entfällt der Großteil auf Investitionen in den Markt. Bei den Investitionen in „Immaterielle Vermögensgegenstände“ handelt es sich überwiegend um erworbene Belieferungsrechte. Im Sachanlagevermögen wurde T€ 591 in die Modernisierung der Produktionsanlagen, T€ 220 in Gebäude und Geschäftsausstattung sowie T€ 738 in Kundeninventar, Kühl- und Schankanlagen, Reklametafeln und in Mehrweggebinde investiert. Als Investitionen in Finanzanlagen sind ausschließlich neu vergebene Kundendarlehen ausgewiesen.

Der durchschnittliche **Mitarbeiterstand** zum 31. März 2010 beträgt 355 (31. 12. 2009: 363).

## Marketingaktivitäten und Produktinnovationen

### Ottakringer

**16er-Blech in neuer Verpackung:** Die in Blech gegossene Wiener Bierlegende, das Ottakringer 16er-Blech hat eine neue, zum Kauf anregende Verpackung: Den 6er-Cluster, der zum Mitnehmen einlädt – eine attraktive Folien-Rundumverpackung, die sechs Dosen 16er-Blech umfasst.

### Vöslauer

**Biolimo:** Unter dem Slogan „Wie Limo, aber besser“ wurde das Sortiment um die neue Sorte Holunderbeere, in limitierter Auflage bis Ende Mai, erweitert.

**Balance:** Die erfolgreiche Produktfamilie Balance wurde um die Sorte „Zwetschke-Marille“ erweitert. Die Balance Wahl – der Konsument hat die Möglichkeit, zwischen zwei neuen Sorten abzustimmen –, gibt es, nach der erfolgreichen Balance Wahl 2009, auch im Jahr 2010. Aktuell stehen die Sorten „Himbeer-Veilchen“ und „Mango-Orangenblüte“ zur Wahl. Die stimmenstärkste Sorte wird gewinnen und heuer auf den Markt gebracht werden.

## Ausblick auf das Geschäftsjahr 2010

Der aktuelle Geschäftsverlauf nach Ablauf des ersten Quartals lässt auf ein Anhalten des positiven Trends schließen. Die wichtigsten Marken des Ottakringer Konzerns, Ottakringer und Vöslauer, werden in gewohnter Weise forciert werden.

Bei Ottakringer ist die TV-Werbung mit dem neuen Testimonial Steffen Hofmann (Rapid-Kapitän und mehrfacher Fußballer des Jahres) bereits angelaufen. Hintergrund der neuen TV-Spots ist die anstehende Fußball-WM in Südafrika, die dazu genutzt wird, die letztmalige überaus erfolgreiche Ottakringer Blopp-WM (mit dem Blopp-Frischeverschluss) in adaptierter Weise zu wiederholen.

Vöslauer setzt weiterhin auf das Testimonial Agyness Deyn (internationales Top-Model). Ende des ersten Quartals 2010 wurde unter dem Motto „Wer jung bleiben will, muss früh damit anfangen“ eine neue Kampagne in TV- und Printmedien gestartet.

Im Jahr 2010 werden die Umsätze, Erträge und Aufwendungen der Vöslauer Mineralwasser AG erstmals für das gesamte Geschäftsjahr in der Konzerngewinn- und Verlustrechnung enthalten sein. Da im Geschäftsjahr 2009 die Konzerngewinn- und Verlustrechnung die Werte der Vöslauer Mineralwasser AG nur für das vierte Quartal 2009 beinhaltet haben, werden aufgrund dieses Konsolidierungseffektes im Jahr 2010 höhere Umsätze und Ergebnisse im Ottakringer Konzern erreicht werden.

Trotz der anhaltenden schwierigen allgemeinen wirtschaftlichen Lage und des harten Wettbewerbes gehen wir davon aus, dass auch ein leichtes organisches Umsatzwachstum erreicht wird und sich die Vermögens- und Ertragslage stabil entwickeln wird.

Für das zweite Halbjahr 2010 ist geplant, den Ottakringer Konzern durch Zukäufe zu erweitern.

Wien, am 11. Mai 2010



Mag. Siegfried Menz  
Vorstand der Ottakringer Getränke AG

### Ottakringer Getränke AG

1160 Wien, Ottakringer Straße 91  
(Einfahrt Feßtgasse)  
T (+43.1) 49100-0  
F (+43.1) 49100-2613  
[www.ottakringerkonzern.com](http://www.ottakringerkonzern.com)

### Investor Relations

Mag. Alexander Tesar, DW 2253  
[alexander.tesar@ottakringerkonzern.com](mailto:alexander.tesar@ottakringerkonzern.com)

### Konzernsprecher

Dr. Thomas Sautner, DW 2215  
[thomas.sautner@ottakringerkonzern.com](mailto:thomas.sautner@ottakringerkonzern.com)