



Ottakringer  
Getränke AG

*Selen gehobte Damen und Herren,  
liebe Aktionäre!*

Ich freue mich, Sie mit dieser Zwischenmitteilung über den Geschäftsverlauf von Österreichs einzigem börsennotierten Getränkekonzern informieren zu dürfen.

## Marktentwicklung

### Entwicklung am österreichischen Biermarkt

in HL	9M 2011	9M 2010	Veränd.	Q3 2011	Q3 2010	Veränd.
Inländischer Biermarkt (inkl. alkoholfreies Bier)	6.526.779	6.381.967	+2,3%	2.309.263	2.266.894	+1,9%

Quelle: Verband der Brauereien Österreichs

Die positive Entwicklung am österreichischen Biermarkt im Jahr 2011 hat sich auch im dritten Quartal fortgesetzt (+1,9%).

Die mengenmäßig bedeutendste Biersorte Lager/Märzen hat in den ersten neun Monaten 2011 um 0,7% zugelegt. Die Verkaufszahlen für Radler mit Alkohol sind um 34,8% gestiegen. Bei den Gebindearten setzte sich in den ersten neun Monaten der Trend zur 0,33l-Flasche weiter fort (+13,9%). Auch die 0,5l-Dose verzeichnete einen Zuwachs (+5,6%). Die mengenmäßig bedeutendste Gebindeart, die 0,5l-Mehrwegflasche, konnte nach der rückläufigen Entwicklung in den letzten Jahren wieder leicht zulegen (+0,8%). Weiterhin rückläufig entwickelte sich der Verkauf von Fassbier (-2,5%).

### Entwicklung am österreichischen Mineralwassermarkt

in HL	9M 2011	9M 2010	Veränd.	Q3 2011	Q3 2010	Veränd.
Inländischer Mineralwassermarkt	5.079.983	5.028.096	+1,0%	1.894.204	1.899.657	-0,3%

Quelle: Verband der Nahrungs- und Genussmittelindustrie

Nach der positiven Marktentwicklung in den ersten sechs Monaten ist das dritte Quartal 2011 leicht rückläufig (-0,3%). Insgesamt ist der österreichische Mineralwassermarkt in den ersten neun Monaten um 1% gewachsen. Ein überdurchschnittliches Wachstum gab es bei kohlenstoffreichem Mineralwasser (+10,1%).

### Entwicklung am österreichischen Limonadenmarkt

in HL	9M 2011	9M 2010	Veränd.	Q3 2011	Q3 2010	Veränd.
Inländischer Limonadenmarkt	5.410.100	5.082.700	+6,4%	2.009.500	1.878.000	+7,0%

Quelle: Verband der Getränkehersteller

// Entwicklung des Ottakringer Konzerns //

Der österreichische Limonadenmarkt konnte auch im dritten Quartal zulegen und setzte damit die positive Entwicklung der letzten Quartale fort, wobei der Verkauf von Wellness-Getränken mit 16,4 % überdurchschnittlich gewachsen ist.

### Entwicklung des Ottakringer Konzerns

Nachfolgend werden die Verkaufszahlen der wichtigsten Konzerngesellschaften, der Ottakringer Brauerei AG, der Vöslauer Mineralwasser AG, der Kolarik & Leeb GmbH sowie der Pécsi Sörfözde ZRt. dargestellt.

#### Ottakringer Brauerei AG

in HL	9M 2011	9M 2010	Veränd.	Q3 2011	Q3 2010	Veränd.
Bier (inkl. alkoholfreies Bier)						
Inland	449.823	441.908	+1,8 %	161.940	150.774	+7,4 %
Export	10.460	12.669	-17,4 %	3.394	3.573	-5,0 %
	460.283	454.577	+1,3 %	165.334	154.347	+7,1 %
Alkoholfreie Getränke	100.525	97.263	+3,4 %	36.644	36.429	+0,6 %
	<b>560.808</b>	<b>551.840</b>	<b>+1,6 %</b>	<b>201.978</b>	<b>190.776</b>	<b>+5,9 %</b>

Durch die gute Entwicklung im dritten Quartal 2011 liegen die Verkaufszahlen für die ersten neun Monate leicht über dem Vorjahr. Da für das vierte Quartal mit einer rückläufigen Entwicklung gerechnet wird, ist aus heutiger Sicht davon auszugehen, dass die Verkaufszahlen für das Gesamtjahr 2011 geringfügig unter dem Vorjahresniveau liegen werden.

#### Vöslauer Mineralwasser AG

in HL	9M 2011	9M 2010	Veränd.	Q3 2011	Q3 2010	Veränd.
Mineralwasser						
Inland	1.603.830	1.654.624	-3,1 %	598.903	640.110	-6,4 %
Export	70.649	55.977	+26,2 %	28.424	21.171	+34,3 %
	1.674.479	1.710.601	-2,1 %	627.328	661.281	-5,1 %
Near Water, Limonaden	497.607	487.368	+2,1 %	173.103	177.015	-2,2 %
	<b>2.172.086</b>	<b>2.197.969</b>	<b>-1,2 %</b>	<b>800.431</b>	<b>838.296</b>	<b>-4,5 %</b>

Insbesondere durch die nicht optimalen Wetterbedingungen in den Sommermonaten konnten die Rekordverkaufszahlen des Vorjahres im heurigen Jahr nicht übertroffen werden. Für das Gesamtjahr 2011 wird aus heutiger Sicht davon ausgegangen, dass die Gesamtverkaufsmenge das Vorjahresniveau erreichen wird.

**Pécsi Sörfözde ZRt.**

in HL	9M 2011	9M 2010	Veränd.	Q3 2011	Q3 2010	Veränd.
Bier (inkl. alkoholfreies Bier)	395.733	355.344	+11,4 %	148.172	134.055	+10,5 %

Die angespannte wirtschaftliche Situation in Ungarn und die schwierige Lage am ungarischen Biermarkt (starker Preisdruck) führten zu einer deutlichen Verschlechterung der Deckungsbeiträge der Gesellschaft. Aufgrund der ungarischen Marktsituation war die Gesellschaft gezwungen, eine aggressive Preispolitik zu fahren. Zu einer Erhöhung des Absatzes, jedoch nicht des Ergebnisses, kam es infolge einer starken Nachfrage nach Handelsmarken sowie einem Anstieg im Export. Für das Gesamtjahr ist mit höheren Umsätzen, jedoch einem schwächeren Ergebnis zu rechnen.

**Kolarik & Leeb GmbH**

in HL	9M 2011	9M 2010	Veränd.	Q3 2011	Q3 2010	Veränd.
Bier (inkl. alkoholfreies Bier)	100.108	96.662	+3,6 %	34.338	33.069	+3,8 %
Alkoholfreie Getränke	51.538	49.621	+3,9 %	17.804	17.248	+3,2 %
Sonstige alkoholische Getränke	5.521	4.654	+18,6 %	2.032	1.619	+25,5 %
	<b>157.167</b>	<b>150.937</b>	<b>+4,1 %</b>	<b>54.174</b>	<b>51.936</b>	<b>+4,3 %</b>

Sowohl der Verkauf von Bier als auch der Verkauf von alkoholfreien Getränken entwickelte sich besser als der Inlandsmarkt in Österreich. Für das Gesamtjahr 2011 wird aus heutiger Sicht damit gerechnet, dass die Verkaufszahlen über dem Vorjahresniveau liegen werden.

**Ottakringer Konzern**

in HL	9M 2011	9M 2010	Veränd.	Q3 2011	Q3 2010	Veränd.
Bier (inkl. alkoholfreies Bier)						
Inland	533.859	441.908	n.v.	191.270	150.774	n.v.
Export	406.193	12.669	n.v.	151.566	3.573	n.v.
	940.052	454.577	n.v.	342.836	154.347	n.v.
Mineralwasser						
Inland	1.603.830	1.654.624	-3,1 %	598.903	640.110	-6,4 %
Export	70.649	55.977	+26,2 %	28.424	21.171	+34,3 %
	1.674.479	1.710.601	-2,1 %	627.327	661.281	-5,1 %
Near Water, Limonaden und Sonstiges	504.025	503.061	n.v.	176.230	182.650	n.v.
	<b>3.118.556</b>	<b>2.668.239</b>	<b>n.v.</b>	<b>1.146.393</b>	<b>998.278</b>	<b>n.v.</b>

// Entwicklung des Ottakringer Konzerns //

Bei den angeführten Werten handelt es sich um konsolidierte Verkaufsziffern der vollkonsolidierten Gesellschaften. Verkäufe zwischen Konzerngesellschaften sind in dieser Darstellung bereinigt. Die Vorjahreswerte sind insoweit nicht vergleichbar („n. v.“), als sie nicht die Verkaufsziffern der Pécsi Sörfözde ZRt. sowie der Kolarik & Leeb GmbH beinhalten. Diese Gesellschaften wurden erst mit Stichtag 31. Dezember 2010 in den Konsolidierungskreis aufgenommen.

### Segmentbericht

Die Segmentierung erfolgt nach den Geschäftsfeldern Brauereien, Mineralwasser, Handel und Dienstleistungen 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
- Perfect Drinks GmbH
- Ottakringer International Holdings Ltd.
- Ottakringer International Ltd.
- Innstadt Brauerei AG
- Pécsi Sörfözde ZRt.
- Pécsi Sörértékesítő Kft

#### Geschäftsfeld Mineralwasser

- Vöslauer Mineralwasser AG
- Pet to Pet Recycling Österreich GmbH

#### Geschäftsfeld Handel und Dienstleistungen

- Kolarik & Leeb GmbH
- Trinkservice GmbH VGV – Gastroservice a la carte
- DEL FABRO Gesellschaft mbH

#### Konzern

- Ottakringer Getränke AG
- Ottakringer Liegenschaftsentwicklung Feßtgasse GmbH

**Umsätze nach Segmenten**

in T€	Brauereien	Mineralwasser	Handel u. Dienstleistung	Konzern	Konsolidierung	Gesamt
<b>9M 2011</b>						
Außenumsätze	79.205	64.564	22.634	286	0	166.689
Innenumsätze	3.668	5.273	10.297	4.639	-23.877	0
	<b>82.873</b>	<b>69.837</b>	<b>32.931</b>	<b>4.925</b>	<b>-23.877</b>	<b>166.689</b>
<b>9M 2010</b>						
Außenumsätze	59.437	64.823	–	948	0	125.208
Innenumsätze	2.871	4.037	–	4.133	-11.041	0
	<b>62.308</b>	<b>68.860</b>	<b>–</b>	<b>5.081</b>	<b>-11.041</b>	<b>125.208</b>
<b>Q3 2011</b>						
Außenumsätze	28.695	23.086	8.031	86	0	59.898
Innenumsätze	1.292	2.294	3.604	1.566	-8.756	0
	<b>29.987</b>	<b>25.380</b>	<b>11.635</b>	<b>1.652</b>	<b>-8.756</b>	<b>59.898</b>
<b>Q3 2010</b>						
Außenumsätze	20.428	24.112	–	306	0	44.846
Innenumsätze	1.069	2.111	–	1.260	-4.440	0
	<b>21.497</b>	<b>26.223</b>	<b>–</b>	<b>1.566</b>	<b>-4.440</b>	<b>44.846</b>

Die Vorjahreswerte beinhalten nicht die Umsätze von Pécsi Sörfözde ZRt., Kolarik & Leeb GmbH und Trinkservice GmbH VGV, da diese Gesellschaften erst mit Stichtag 31. Dezember 2010 in den Konsolidierungskreis aufgenommen wurden. Bei Bereinigung der Vorjahreswerte um diesen Konsolidierungseffekt konnte ein Umsatzwachstum von rund 2 % erreicht werden.

**Investitionen**

Die Investitionen des Ottakringer Konzerns in den ersten neun Monaten sowie im dritten Quartal:

in T€	9M 2011	9M 2010	Q3 2011	Q3 2010
Immaterielle Vermögensgegenstände	3.929	2.976	805	879
Sachanlagen	8.873	6.180	2.262	1.589
Finanzanlagen	1.911	1.651	375	330
	<b>14.713</b>	<b>10.807</b>	<b>3.442</b>	<b>2.798</b>

Die Vorjahreswerte beinhalten nicht die Investitionen jener Gesellschaften, die mit Stichtag 31. Dezember 2010 erstmals in den Konzernabschluss einbezogen wurden. Die Investitionen dieser Gesellschaften betragen für den Zeitraum Jänner bis September 2011 rund T€ 2.270.

Bei den Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände handelt es sich überwiegend um Belieferungsrechte.

// Marketingaktivitäten und Produktinnovationen //

07

Die Investitionen in Sachanlagen gliedern sich wie folgt:

in T€	9M 2011	9M 2010	Q3 2011	Q3 2010
Grundstücke und Bauten	188	814	70	147
Technische Anlagen und Maschinen	2.853	1.282	1.450	443
Fuhrpark	287	307	73	3
Marktinvestitionen	3.271	3.228	1.042	876
Betriebs- und Geschäftsausstattung	324	264	86	147
Anlagen in Bau	1.950	286	-459	-27
	<b>8.873</b>	<b>6.181</b>	<b>2.262</b>	<b>1.589</b>

Bei den Marktinvestitionen handelt es sich im Wesentlichen um Kundenausstattungen und Gebäude. Die Investitionen in Finanzanlagen betreffen ausschließlich an Kunden vergebene Darlehen.

### Personal

Der durchschnittliche Mitarbeiterstand betrug zum 30. September 2011 830 (31. Dezember 2010: 830).

## Marketingaktivitäten und Produktinnovationen

### Ottakringer Brauerei AG

Ottakringer erfrischt mit innovativem Marketing und neuem Webauftritt. Der Online-Auftritt [www.ottakringer.at](http://www.ottakringer.at) der Wiener Brauerei wurde komplett neu gestaltet.

In Ottakringer-Gelb erstrahlte Wien im Juli: 600 Citylights machten Durst und Lust auf Erfrischung aus der einzigen großen Brauerei Wiens. Und das mit witzigen, teils mutig-frechen Slogans. Eine Kostprobe: „Für Frauen, die mehr als eine Flasche zu Hause haben wollen. Erfrischend selbstbewusst. Erfrischend Ottakringer.“ Im August ging die Brauerei eine WINPIN-Kooperation mit Gewista ein und war so in ganz Wien auf Plakaten präsent.

### Vöslauer Mineralwasser AG

Vöslauer sorgte im dritten Quartal mit einer neuer Kommunikationskampagne sowie Produktinnovationen für sprudelnden Elan. Neben der Fortsetzung der Kommunikationskampagne und des Vöslauer Kurzfilms auf [www.voeslauer-derfilm.com](http://www.voeslauer-derfilm.com) wurde eine massive Anzeigenkampagne in zielgruppenspezifischen Medien (Woman, Wienerin, Falstaff, A la Carte, ÖGZ etc.) geschaltet. In Szene gesetzt wurde Vöslauer auch durch die Fashion Week-Promotion auf den 1,5l Vöslauer Mineralwasser-Etiketten.

Einen starken Auftritt hatte auch Pepsi mit der „Refresh your world“-Promo auf allen 1,5l- und 2l-Pepsi & Pepsi Light-Etiketten.

Seit Anfang Juni gibt es mit „Nordbeeren-Hopfen“ eine neue Balance-Sorte. Die Biolimo-Sorte „Holunderblüte“ schaffte aufgrund der guten Performance im Handel eine Fixlistung.

**Kolarik & Leeb GmbH**

Kolarik & Leeb verstärkte die Vertriebsaktivitäten in Süd- und Westösterreich. Für den südlichen österreichischen Markt wurde im dritten Quartal eine wichtige Vertriebspartnerschaft mit der Kärntner Brauerei Hirt eingegangen. In Tirol wurden von der Pfanner & Gutmann Getränke GmbH rund 120 Kunden übernommen.

**Ausblick auf das Geschäftsjahr 2011**

Im Jahr 2011 sind die Umsätze der im Jahr 2010 erworbenen Gesellschaften erstmals in der Konzerngewinn- und Verlustrechnung enthalten. Durch diesen Konsolidierungseffekt werden im Jahr 2011 höhere Umsätze im Ottakringer Konzern erreicht werden. Trotz der anhaltend schwierigen allgemeinen Wirtschaftslage und des harten Wettbewerbs gehen wir davon aus, dass auch bei Herausrechnung dieser Konsolidierungseffekte ein leichtes Umsatzwachstum erreicht werden wird.

Für das Geschäftsfeld „Mineralwasser“ wird davon ausgegangen, dass der Umsatz leicht über und das Ergebnis auf Vorjahresniveau liegen werden. Das Geschäftsfeld „Brauereien“ liegt weiterhin hinter den Erwartungen und wird durch die Entwicklung bei der Pécsi Sörfözde ZRt., verursacht durch den Preisdruck am ungarischen Markt sowie die ungünstige Entwicklung des ungarischen Forint, belastet.

Trotz der gestiegenen Rohstoff- und Energiepreise und der nicht optimalen Entwicklung im Geschäftsfeld „Brauereien“ gehen wir davon aus, dass das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit des Gesamtkonzerns das Vorjahresniveau erreichen wird.

Wien, am 4. November 2011



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](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)