



Ottakringer  
Getränke AG

*Selber gekochte Damm und Kewer,  
Lübe Aktionäre!*

Trotz des schwierigen Umfeldes am Biermarkt – und hier insbesondere in Ungarn – gelang es dem Ottakringer Konzern, sowohl Absatz als auch Umsatz in Summe zu erhöhen. Details entnehmen Sie bitte dem vorliegenden Bericht über das erste Quartal 2013, und gehen Sie in Kenntnis unseres Einsatzes ruhig davon aus, dass wir uns im Laufe des Jahres weiter steigern werden. Wir arbeiten daran – konsequent, kreativ und mit Freude!

## **Marktentwicklung**

Nach den Zuwächsen im Jahr 2012 entwickelte sich der österreichische Biermarkt im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres leicht rückläufig (–0,4%). Der Bierausstoß betrug rund 1.879.00 Hektoliter (nur Inland inklusive alkoholfreies Bier). In Ungarn hat sich die angespannte Marktlage nur geringfügig entspannt. Nach dem durchschnittlichen Rückgang der letzten Jahre von jährlich rund 5% beträgt der Rückgang aktuell rund 1%.

Der österreichische Mineralwassermarkt setzte das Wachstum der vergangenen Jahre weiter fort und ist im ersten Quartal 2013 um 2,1% auf rund 1.449.00 Hektoliter gestiegen. Weiterhin rückläufig entwickelte sich der Limonadenmarkt in Österreich (–5,7% im ersten Quartal 2013).

## **Entwicklung des Ottakringer Konzerns**

### **Geschäftsfelder – Segmente**

Der Ottakringer Konzern ist in die Geschäftsfelder (Segmente) Brauereien, Mineralwasser, Handel und Dienstleistungen sowie Konzern unterteilt. 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 (at Equity-Bilanzierung)  
Pécsi Sörfözde ZRt

#### **Geschäftsfeld Mineralwasser:**

Vöslauer Mineralwasser AG  
Pet to Pet Recycling Österreich GmbH (at Equity-Bilanzierung)

// Entwicklung des Ottakringer Konzerns //

**Geschäftsfeld Handel und Dienstleistungen:**

Kolarik & Leeb GmbH  
 Wieser, Kolarik & Leeb GmbH (vormals: Wieser Getränke GmbH)  
 Trinkservice GmbH VGV  
 Del Fabro GmbH (at Equity-Bilanzierung)

**Konzern:**

Ottakringer Getränke AG

**Geschäftsfeld Brauereien**

Die Ottakringer Brauerei AG startete im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres die Kampagne zum jüngsten Design-Relaunch. Wie berichtet erstrahlen anlässlich des 175-Jahr-Jubiläums nicht nur das Brauereigelände in neuem Glanz, sondern auch die Marken „Ottakringer“ und „Goldfassl“, unter der alle Spezialitäten des Hauses zusammengefasst wurden, wie etwa das Pils, das Spezial, das Bio-Bier Pur und das Dunkle. Kommuniziert wird der neue Markenauftritt der „Wiener Qualitätsbrauerei“ insbesondere mittels TV-Spots.

Die ungarische Brauerei in Pécs setzte im ersten Quartal 2013 den im Vorjahr begonnenen Neuauftritt ihrer Marken „Szalon“ und „Pécsi Radler“ fort. Aktuell werden TV-Spots vorbereitet, die ab dem zweiten Quartal ausgestrahlt werden.

<b>Verkaufszahlen in HL</b>	<b>Q1 2013</b>	<b>Q1 2012</b>	<b>Veränd.</b>
Bier (inkl. alkoholfreies Bier)			
Inland	100.400	106.368	-5,6 %
Ausland	59.288	77.695	-23,7 %
	<b>159.688</b>	184.063	-13,2 %
Alkoholfreie Getränke	25.127	26.904	-6,6 %
	<b>184.815</b>	<b>210.967</b>	<b>-12,4 %</b>

<b>Umsatz in T€</b>	<b>Q1 2013</b>	<b>Q1 2012</b>	<b>Veränd.</b>
Außenumsätze	16.810	18.439	-8,8 %
Innenumsätze	1.127	1.363	-17,3 %
	<b>17.937</b>	<b>19.802</b>	<b>-9,4 %</b>

Der Rückgang resultiert aus den Geschäftsbeziehungen mit unseren Handelspartnern in Österreich und aus der von der Brauerei in Pécs bereits im Jahr 2012 gestarteten Veränderung in der strategischen Ausrichtung (Reduktion der deckungsbeitragsschwachen Handelsmarken, Forcierung der Eigenmarken).

Durch die in Österreich im ersten Quartal gestarteten Werbe- und Marketingmaßnahmen werden positive Effekte auf die Verkäufe der folgenden Quartale erwartet. Erste Erfolge aus der strategischen Neuausrichtung in Ungarn, unterstützt durch die im zweiten Quartal begonnenen Werbemaßnahmen, sollten ab dem dritten Quartal sichtbar sein.

### Geschäftsfeld Mineralwasser

Die Produkt- bzw. Verpackungsinnovationen der Vöslauer Mineralwasser AG halten an. Während 2012 Vöslauer „prickelnd“ und „ohne“ im 4x1 Liter-Pack erfolgreich eingeführt wurden, folgte im ersten Quartal 2013 4x1 Liter Vöslauer „mild“. Damit reagiert Vöslauer auf den vermehrten Kundenwunsch und setzt die Erfolgsserie des 4x1-Liter-Sortiments fort. Die Balance-Familie wurde im Februar um die Sorte „Kiwi-Feige“ erweitert.

Austrias next Topmodel: Vöslauer war bei der aktuellen Runde von „Austria's next Topmodel“ mit dabei: als Produktsponsor, aber auch als „Shooting der Woche“. Passend zum Element „Wasser“ gab es ein Vöslauer Unterwasser-Shooting.

Verkaufszahlen in HL	Q1 2013	Q1 2012	Veränd.
Mineralwasser			
Inland	462.937	436.569	6,0 %
Export	22.440	19.273	16,4 %
	485.377	455.842	6,5 %
Near Water und Limonaden	129.906	141.084	-7,9 %
	<b>615.283</b>	<b>596.926</b>	<b>3,1 %</b>

Umsatz in T€	Q1 2013	Q1 2012	Veränd.
Außenumsätze	19.187	18.165	5,6 %
Innenumsätze	1.873	2.054	-8,8 %
	<b>21.060</b>	<b>20.219</b>	<b>4,2 %</b>

Sowohl bei den Umsätzen als auch bei den Verkaufszahlen konnte das hohe Niveau des Vorjahres übertroffen werden. Der Verkauf von Mineralwasser konnte im Inland mengenmäßig um 6 %, im Export um 16,4 % gesteigert werden. Der Rückgang im Bereich „Near Water und Limonaden“ ist zum Teil durch das Festhalten an der Hochpreispolitik verursacht.

### Geschäftsfeld Handel und Dienstleistungen

Mit Wirkung zum 1. Juli 2012 wurde das Geschäftsfeld Handel und Dienstleistungen um die Wieser Getränke GmbH erweitert, wodurch es zu einem Anstieg bei den Verkaufszahlen und im Umsatz gekommen ist.

Im ersten Quartal 2013 begann die Kolarik & Leeb GmbH, der Getränkefachgroßhändler des Ottakringer Konzerns, mit einem weiteren Ausbildungsschwerpunkt für die Verkaufsteams. Die Mitarbeiter werden unter anderem zu Biersommeliers ausgebildet.

// Entwicklung des Ottakringer Konzerns //

<b>Verkaufszahlen in HL</b>	<b>Q1 2013</b>	<b>Q1 2012</b>	<b>Veränd.</b>
Bier (inkl. alkoholfreies Bier)	36.945	29.617	24,7 %
Alkoholfreie Getränke	17.646	16.781	5,2 %
Sonstige alkoholische Getränke	2.664	2.019	31,9 %
	<b>57.255</b>	<b>48.417</b>	<b>18,3 %</b>

<b>Umsatz in T€</b>	<b>Q1 2013</b>	<b>Q1 2012</b>	<b>Veränd.</b>
Außenumsätze	9.125	7.394	23,4 %
Innenumsätze	2.911	2.605	11,7 %
	<b>12.036</b>	<b>9.999</b>	<b>20,4 %</b>

Bei den Innenumsätzen handelt es sich überwiegend um die von der Trinkservice GmbH VGV gegenüber anderen Konzerngesellschaften erbrachten Logistikdienstleistungen.

## Konzern

### Verkaufszahlen

Die Verkaufszahlen des Ottakringer Konzerns im ersten Quartal 2013 stellen sich wie folgt dar:

<b>in HL</b>	<b>Q1 2013</b>	<b>Q1 2012</b>	<b>Veränd.</b>
Bier (inkl. alkoholfreies Bier)			
Inland	131.682	130.130	1,2 %
Ausland	59.288	77.695	-23,7 %
	<b>190.970</b>	<b>207.825</b>	<b>-8,1 %</b>
Mineralwasser			
Inland	462.937	436.569	6,0 %
Export	22.440	19.273	16,4 %
	<b>485.377</b>	<b>455.842</b>	<b>6,5 %</b>
Near Water, Limonaden und sonstige alkoholfreie Getränke	143.794	152.457	-5,7 %
Sonstige alkoholische Getränke	2.721	2.092	30,1 %
	<b>822.862</b>	<b>818.216</b>	<b>0,6 %</b>

Bei den angeführten Werten handelt es sich um konsolidierte Verkaufszahlen der vollkonsolidierten Gesellschaften. Verkäufe zwischen Konzerngesellschaften sind in dieser Darstellung bereinigt.

## Umsatz

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

in T€	Brauereien	Mineral- wasser	Handel u. Dienst- leistungen	Konzern	Konsoli- dierung	Gesamt
<b>Q1 2013</b>						
Außenumsätze	16.810	19.187	9.125	35	0	45.157
Innenumsätze	1.127	1.873	2.911	1.635	-7.546	0
	<b>17.937</b>	<b>21.060</b>	<b>12.036</b>	<b>1.670</b>	<b>-7.546</b>	<b>45.157</b>
<b>Q1 2012</b>						
Außenumsätze	18.439	18.165	7.394	35	0	44.033
Innenumsätze	1.363	2.054	2.605	1.576	-7.598	0
	<b>19.802</b>	<b>20.219</b>	<b>9.999</b>	<b>1.611</b>	<b>-7.598</b>	<b>44.033</b>

## Investitionen

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

in T€	Q1 2013	Q1 2012
Immaterielle Vermögensgegenstände	1.194	976
Sachanlagen	2.278	2.640
Finanzanlagen	144	345
	<b>3.615</b>	<b>3.961</b>

Bei den Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände handelt es sich überwiegend um Belieferungsrechte. Die Investitionen in Finanzanlagen betreffen ausschließlich an Kunden vergebene Darlehen.

Die Investitionen in Sachanlagen gliedern sich wie folgt:

in T€	Q1 2013	Q1 2012
Grundstücke und Bauten	53	55
Technische Anlagen und Maschinen	1.214	1.109
Fuhrpark	32	2
Marktinvestitionen	705	1.008
Betriebs- und Geschäftsausstattung	210	153
Anlagen in Bau	64	313
	<b>2.278</b>	<b>2.640</b>

// Ausblick auf das Geschäftsjahr 2013 //

**Personal**

Der durchschnittliche Mitarbeiterstand beträgt zum 31. März 2013 835 (31. Dezember 2012: 848) und verteilt sich wie folgt auf die Segmente:

	Q1 2013	Q1 2012
Brauereien	329	331
Mineralwasser	183	176
Handel und Dienstleistungen	259	279
Konzern	64	62
	<b>835</b>	<b>848</b>

**Ausblick auf das Geschäftsjahr 2013**

Für das Segment Brauereien stellt das Jahr 2013 eine große Herausforderung dar. Das wirtschaftliche Umfeld in Ungarn ist unverändert schwierig, positive Effekte aus der strategischen Neuausrichtung werden frühestens für das dritte Quartal 2013 erwartet. In Österreich sind zur Stärkung der Neupositionierung höhere Ausgaben für Marketing und Werbung geplant, die sich positiv auf die weitere Umsatzentwicklung im Jahr 2013 auswirken sollten. Für das Segment Brauereien werden für das Jahr 2013 Umsätze in ähnlicher Höhe wie im Jahr 2012 erwartet. Das Segmentergebnis wird jedoch hinter dem Vorjahr liegen.

Im Segment Mineralwasser wird mit einem leichten Umsatzanstieg gerechnet. Die Ertragslage sollte auf dem hohen Niveau des Jahres 2012 zu halten sein.

Im Segment Handel und Dienstleistungen sollten im Jahr 2013 die positiven Effekte des Erwerbes der Wieser Getränke GmbH greifen und ein Umsatzanstieg sowie eine Verbesserung im Ergebnis erreicht werden.

Für den Gesamtkonzern wird für das Jahr 2013 mit einem leichten Umsatzanstieg gerechnet, das Konzernergebnis sollte auf dem Niveau des Jahres 2012 liegen.

Wien, am 10. Mai 2013



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)