

wir
machen
freude

UND
GETRÄNKE

ZWISCHENMITTEILUNG_Q1 2015



Ottakringer
Getränke AG

ZWISCHENMITTEILUNG DES VORSTANDES

ÜBER DAS ERSTE QUARTAL 2015 DER OTTAKRINGER GETRÄNKE AG, WIEN

02

*Selber gekochte Damm und Kewen,
Lübe Aktionäre!*

Sowohl das Bier- als auch das Wassersegment des Konzerns waren zu Jahresbeginn von Produktneuheiten geprägt. So stellte die Ottakringer Brauerei etwa die neue Spezialität Ottakringer Wiener G'mischtes vor und Vöslauer zwei neue Balance-Sorten. Höchst erfreulich auch: Vöslauer gewann mit der neuen 8 x 1 Liter Glas-Splittkiste einen der weltweit bekanntesten Design-Preise (nähere Infos finden Sie unter Geschäftsfeld Brauereien bzw. Geschäftsfeld Mineralwasser).

Obleich die Mengen- und Umsatzentwicklung im ersten Quartal im Vergleich zum Vorjahr rückgängig war, gehen wir davon aus, dass im Gesamtjahr 2015 in allen Segmenten der Umsatz des Vorjahres wieder erreicht werden kann.

Marktentwicklung

Entwicklung am österreichischen Biermarkt

in HL	Q1 2015	Q1 2014	Veränd.
Inländischer Biermarkt (inkl. alkoholfreies Bier)	1.867.600	1.884.700	-0,9%

Quelle: Verband der Brauereien Österreichs

Die leicht rückläufige Entwicklung des österreichischen Biermarktes im Jahr 2014 (-0,6%) hat sich auch im ersten Quartal 2015 fortgesetzt.

Entwicklung am österreichischen Mineralwassermarkt

in HL	1-2 2015	1-2 2014	Veränd.
Inländischer Mineralwassermarkt	898.900	942.900	-4,7%

Quelle: Verband der Nahrungs- und Genussmittelindustrie

Da zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichtes die Zahlen über die Entwicklung des Mineralwassermarktes in Österreich für das erste Quartal 2015 nicht vorgelegen sind, sind Zahlen nur für die Monate Jänner und Februar 2015 angegeben.

Die rückläufige Entwicklung des österreichischen Mineralwassermarktes im Jahr 2014 (-2%) hat sich auch in den ersten Monaten des Jahres 2015 fortgesetzt. Der Gesamtmarkt ist um 4,7% zurückgegangen, der Rückgang im Lebensmitteleinzelhandel betrug sogar 6,1% (laut Nielsen Verkaufszahlen für LEH bis inkl. KW 12).

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 Betriebe GmbH
Ottakringer Services GmbH
Perfect Drinks GmbH
Neogast-Cafe u. Restaurant GmbH (Erstkonsolidierung zum 01.01.2015)
Ottakringer International Holdings Ltd.
Ottakringer International Ltd.
Pécsi Sörfőzde ZRt

Mit Stichtag 1. Jänner 2015 wurden 100 % der Anteile an der Neogast-Cafe u. Restaurant GmbH erworben.

Geschäftsfeld Mineralwasser:

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

Geschäftsfeld Handel und Dienstleistungen:

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

Konzern:

Ottakringer Getränke AG
Innstadt AG (at Equity-Bilanzierung)

Geschäftsfeld Brauereien

TV-Spot 2015

Bühne frei für die Ottakringer Biervielfalt – und Ottakringer Brauerei-Testimonial Nicholas Ofczarek. Nach dem Wiener Original-Spot dreht sich nun alles um die große Ottakringer Biervielfalt. Die Sorten Ottakringer Helles, Ottakringer Citrus Radler, Ottakringer Wiener Original, Null Komma Josef sowie Gold Fassl Pur, Gold Fassl Pils und Gold Fassl Dunkles werden in Bühnenatmosphäre perfekt in Szene gesetzt.

Ottakringer Wiener G'mischtes

Es gibt eine neue Produktinnovation für den Handel: Das Ottakringer Wiener G'mischtes – die Kombination aus hellem und dunklem Ottakringer Bier gibt es ab sofort in der 0,5 Liter-Dose. Das Wiener G'mischte wird als Wiener Bierspezialität verstärkt mit dem Wiener Original beworben.

Ottakringer Marille-Holler-Radler

Nach dem erfolgreichen Saisonprodukt des letzten Jahres, dem Exotic Radler, gibt es auch heuer wieder einen limitierten Sommerradler: den Marille-Holler Radler. Aufgrund der erfolgreichen Farbgestaltung 2014, wurde auch hier wieder eine kräftige, intensive Farbe für die Getränkedose gewählt. Die Früchte Marille & Holler machen diesen Radler durch eine 50:50-Mischung mit Bier zu einem besonders erfrischenden Sommergenuss.

Verkaufszahlen in HL	Q1 2015	Q1 2014	Veränd.
Bier (inkl. alkoholfreies Bier)			
Inland	108.100	113.000	-4,3 %
Ausland	66.000	63.800	3,4 %
	174.100	176.800	-1,5 %
Alkoholfreie Getränke	24.000	24.900	-3,6 %
	198.100	201.700	-1,8 %

Umsatz in T€	Q1 2015	Q1 2014	Veränd.
Außenumsätze	18.340	18.932	-3,1 %
Innenumsätze	1.372	1.293	6,1 %
	19.712	20.225	-2,5 %

In Österreich ist sowohl der Absatz als auch der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr zurückgegangen. Dies resultiert im Wesentlichen aus dem Kundensegment Lebensmitteleinzelhandel. Die ungarische Brauerei Pécsi Sörfőzde ZRt konnte im ersten Quartal den Absatz leicht erhöhen. Der Umsatz ist bereinigt um Wechselkursschwankungen unverändert zum Vorjahr.

Geschäftsfeld Mineralwasser

Produktneuheiten

Zu Jahresbeginn fiel der Startschuss für zahlreiche Produktneuheiten. Im ersten Quartal wurden bereits zwei neue Sorten Balance Juicy, Golden Delicious und Birne im Handel eingeführt. Die Markteinführung weiterer Produktneuheiten ist für die folgenden Quartale geplant.

Bedeutender Design-Preis gewonnen

Mit dem Red Dot Design-Award 2015 hat Vöslauer einen der weltweit bekanntesten Designpreise gewonnen. Eine Fachjury bestehend aus 38 Experten prämiiert jährlich Produkte für besonders gutes und innovatives Design. Dabei werden unter anderem Funktionalität, Innovationsgrad, formale Qualität und ökologische Verträglichkeit beurteilt. In diesem Jahr zeigte sich die Jury von der 8 x 1 Liter Glas-Splitkiste beeindruckt und würdigte die hohe Innovations- und Designkompetenz von Vöslauer.

300 Plakatstellen für Pepsi

Starke Präsenz auf den Plakatwänden hatte Pepsi im Februar. Pepsi ist heuer zum vierten Mal Teil der Gemeinschaftskampagne des Markenartikelverbandes und österreichweit auf 300 Plakatstellen präsent. Die Kampagne wurde von einem Gewinnspiel begleitet und schuf auf spielerische Art zusätzliche Anreize, sich mit der Marke auseinanderzusetzen.

Verkaufszahlen in HL	Q1 2015	Q1 2014	Veränd.
Mineralwasser			
Inland	419.700	450.300	-6,8 %
Export	30.600	26.500	15,5 %
	450.300	476.800	-5,6 %
Near Water und Limonaden	127.700	137.400	-7,1 %
	578.000	614.200	-5,9 %

Umsatz in T€	Q1 2015	Q1 2014	Veränd.
Außenumsätze	19.191	19.743	-2,8 %
Innenumsätze	1.822	1.925	-5,4 %
	21.013	21.668	-3,0 %

Ausgezeichnet entwickelte sich im ersten Quartal das Exportgeschäft mit Deutschland, dem wichtigsten Exportmarkt der Vöslauer Mineralwasser AG. Der rückläufigen Entwicklung am österreichischen Mineralwassermarkt konnte sich auch die Vöslauer Mineralwasser AG nicht entziehen. Absatz und Umsatz in Österreich liegen unter den Vorjahreswerten.

Geschäftsfeld Handel und Dienstleistungen

Verkaufszahlen in HL	Q1 2015	Q1 2014	Veränd.
Bier (inkl. alkoholfreies Bier)	34.300	37.700	-9,0 %
Alkoholfreie Getränke	15.400	16.400	-6,1 %
Sonstige alkoholische Getränke	2.100	2.500	-16,0 %
	51.800	56.600	-8,5 %

Umsatz in T€	Q1 2015	Q1 2014	Veränd.
Außenumsätze	9.329	9.864	-5,4 %
Innenumsätze	3.129	3.076	1,7 %
	12.458	12.940	-3,7 %

Auch im Geschäftsfeld Handel und Dienstleistungen sind Absatz und Umsatz aus dem Verkauf von Bier und alkoholfreien Getränken im ersten Quartal 2015 rückläufig. Nicht in den Verkaufszahlen ist das Kaffeegeschäft enthalten, das im ersten Quartal kräftig gesteigert werden konnte. Bei den Innenumsätzen handelt es sich überwiegend um die von der Trinkservice GmbH VGV gegenüber anderen Konzerngesellschaften erbrachten Logistik- und Servicedienstleistungen.

Konzern**Verkaufszahlen**

Die Verkaufszahlen des Ottakringer Konzerns stellen sich wie folgt dar:

in HL	Q1 2015	Q1 2014	Veränd.
Bier (inkl. alkoholfreies Bier)			
Inland	136.500	144.800	-5,7 %
Ausland	66.000	63.800	3,4 %
	202.500	208.600	-2,9 %
Mineralwasser			
Inland	419.700	450.300	-6,8 %
Export	30.600	26.500	15,5 %
	450.300	476.800	-5,6 %
Near Water, Limonaden und sonstige Getränke	137.500	149.700	-8,1 %
	790.300	835.100	-5,4 %

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

// Entwicklung des Ottakringer Konzerns //

07

Umsatz

Die Umsatzentwicklung nach Segmenten stellt sich wie folgt dar:

in T€	Brauereien	Mineral- wasser	Handel u. Dienst- leistungen	Konzern	Konsoli- dierung	Gesamt
Q1 2015						
Außenumsätze	18.340	19.191	9.329	44	0	46.904
Innenumsätze	1.372	1.822	3.129	1.729	-8.052	0
	19.712	21.013	12.458	1.773	-8.052	46.904
Q1 2014						
Außenumsätze	18.932	19.743	9.864	106	0	48.645
Innenumsätze	1.293	1.925	3.076	1.742	-8.036	0
	20.225	21.668	12.940	1.848	-8.036	48.645

Investitionen

Die Investitionen des Ottakringer Konzerns stellen sich wie folgt dar:

in T€	Q1 2015	Q1 2014
Immaterielle Vermögensgegenstände	1.876	1.175
Sachanlagen	2.574	4.251
Finanzanlagen	365	487
	4.815	5.913

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

Die Investitionen in Sachanlagen gliedern sich wie folgt:

in T€	Q1 2015	Q1 2014
Grundstücke und Bauten	105	328
Technische Anlagen und Maschinen	188	750
Fuhrpark	226	999
Marktinvestitionen	1.274	946
Betriebs- und Geschäftsausstattung	105	268
Anlagen in Bau	676	960
	2.574	4.251

// Ausblick auf das Geschäftsjahr 2015 //

Personal

Der durchschnittliche Mitarbeiterstand beträgt zum 31. März 2015 863 (31. 12. 2014: 856) und verteilt sich wie folgt auf die Segmente:

	31.03.2015	2014
Brauereien	326	330
Mineralwasser	209	195
Handel und Dienstleistungen	255	260
Konzern	73	71
	863	856

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2015

Obwohl die Mengen- und Umsatzentwicklung im Gesamtmarkt und in der Ottakringer Gruppe im ersten Quartal im Vergleich zum Vorjahr rückgängig war, gehen wir davon aus, dass im Gesamtjahr 2015 in allen Segmenten der Umsatz des Vorjahres wieder erreicht werden kann.

Durch die erwartete Ergebnisverbesserung im Segment Brauereien (Steigerung des Jahresgewinnes in Österreich, Reduktion der Verluste in Ungarn) sollte es auch zu einem Anstieg im Konzernergebnis kommen. Die Ergebnisse der Segmente Mineralwasser sowie Handel und Dienstleistungen werden ungefähr auf dem Vorjahresniveau liegen.

Wien, am 8. Mai 2015



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

Investor Relations

Mag. Alexander Tesar, DW 2253

alexander.tesar@ottakringerkonzern.com

Konzernsprecher

Dr. Thomas Sautner, DW 2215

thomas.sautner@ottakringerkonzern.com