

wir
machen
NACHHALTIG
freude

UND
GETRÄNKE

ZWISCHENMITTEILUNG_Q1-3 2015



Ottakringer
Getränke AG

*Sehr geliebte Damen und Herren,
keine Abkürze!*

Das dritte Quartal 2015 hat Freude gemacht – und buchstäblich Durst auf mehr.

In allen Geschäftsfeldern der Ottakringer Getränke AG (Brauereien, Mineralwasser sowie Handel und Dienstleistungen) konnten deutliche Umsatzsteigerungen erzielt werden. Die schwierige Situation im ersten Halbjahr ist wettgemacht. Und für das Gesamtjahr gehen wir davon aus, dass dieser positive Trend anhält.

Die erfreulichen Details entnehmen Sie bitte den folgenden Seiten dieser Zwischenmitteilung.



Sigi Menz
Vorstand der Ottakringer Getränke AG

Inhaltsverzeichnis

Marktentwicklung _____	Seite 03
– Entwicklung am österreichischen Biermarkt _____	Seite 03
– Entwicklung am österreichischen Mineralwassermarkt _____	Seite 03
Entwicklung des Ottakringer Konzerns _____	Seite 03
– Geschäftsfelder – Segmente _____	Seite 03
– Geschäftsfeld Brauereien _____	Seite 04
– Geschäftsfeld Mineralwasser _____	Seite 05
– Geschäftsfeld Handel und Dienstleistungen _____	Seite 06
– Konzern _____	Seite 07
Ausblick auf das Geschäftsjahr 2015 _____	Seite 09
Kontakt _____	Seite 10

ZWISCHENMITTEILUNG DES VORSTANDES

ÜBER DIE ERSTEN DREI QUARTALE 2015 DER OTTAKRINGER GETRÄNKE AG, WIEN

03

// Marktentwicklung //

03

Marktentwicklung

Entwicklung am österreichischen Biermarkt

in HL	Q1-3 2015	Q1-3 2014	Veränd.	Q3 2015	Q3 2014	Veränd.
Inländischer Biermarkt (inkl. alkoholfreies Bier)	6.468.900	6.408.200	0,9 %	2.287.300	2.144.200	6,7 %

Quelle: Verband der Brauereien Österreichs

Durch den Anstieg im dritten Quartal 2015 (+6,7 % im Vergleich zum Vorjahr) wurde der Rückgang in den ersten sechs Monaten aufgeholt. Gegenüber dem Vorjahr ist der Bierausstoß in Österreich im Zeitraum Q1-3 2015 um 0,9 % gestiegen.

Entwicklung am österreichischen Mineralwassermarkt

in HL	Q1-3 2015	Q1-3 2014	Veränd.	Q3 2015	Q3 2014	Veränd.
Inländischer Mineralwassermarkt	5.674.600	5.226.900	8,6 %	2.267.600	1.788.400	26,8 %

Quelle: Verband der Nahrungs- und Genussmittelindustrie

Auch am österreichischen Mineralwassermarkt ist es im dritten Quartal 2015 zu einem deutlichen Anstieg (+26,8 %) gekommen. Der Rückgang in den ersten sechs Monaten konnte somit kompensiert werden. Im Vergleich zum Vorjahr betrug der Anstieg für den Zeitraum Q1-3 2015 im Gesamtmarkt 8,6 %, im Lebensmitteleinzelhandel laut Nielsen 4,9 %.

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
Ottakringer International Holdings Ltd.
Ottakringer International Ltd.
Pécsi Sörfőzde ZRt

// Entwicklung des Ottakringer Konzerns //

04

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

Toller Eventsommer 2015

Die Sommer-Events liefen optimal: Rund 1,5 Millionen Seidel Ottakringer Bier wurden gezapft. Über 60.000 Gästen haben etwa die Braukultur-Wochen am Brauereigelände besucht – so viele wie noch nie. Auch bei den Festivals „Donauinselfest“, „Rathausplatz“, „Nova Rock“, „Urban Art Forms“, „Poolbar Festival“, „USI Sportfest“ und der neu gestalteten „Ottakringer Arena Wiesen“ wurde die Ottakringer Sortenvielfalt zelebriert.

Ottakringer Wiener Original

Am 21. September startete eine groß angelegte Promotion-Aktion, die ein Kronenkorken-Gewinnspiel als Kernelement hat. Hauptpreis ist eine halbtägige Wiener Original Sight Drinking-Tour für den Gewinner samt Freundeskreis. Beworben wird die Promotion über eine 360°-Kommunikation: TV-, Online- und Hörfunk-Spots, City Lights, Infoscreens in Wien, Online-Banner national inklusive Facebook Ads, LKW-Rückwände, PR- und Print-Kooperationen.

Originelle Saison-Promotions

Radler-Promotion: Insgesamt 8.000 Dosen frisch gekühlter Ottakringer Radler wurden in diesem Hitzesommer an buchstäblichen „Hotspots“ der Stadt verteilt. Und zwar mittels frisch und frech designer Spezial Ottakringer Räder samt Kühlboxen.

Im Rahmen der Bürosampling-Promotion wiederum wurden 99 Wiener Unternehmen aller Branchen und Sparten mit „Ottakringer Feierabendbier“ beliefert. Auf diese Art wurden unter Wiens Opinion Leadern mehr als 9.000 „Halbe“ gezischt.

// Entwicklung des Ottakringer Konzerns //

05

Verkaufszahlen in HL	Q1-3 2015	Q1-3 2014	Veränd.	Q3 2015	Q3 2014	Veränd.
Bier (inkl. alkoholfreies Bier)						
Inland	400.800	396.400	1,1 %	137.100	131.200	4,5 %
Ausland	316.600	261.600	21,0 %	131.000	100.000	31,0 %
	717.400	658.000	9,0 %	268.100	231.200	16,0 %
Alkoholfreie Getränke	90.100	88.800	1,5 %	33.200	31.500	5,4 %
	807.500	746.800	8,1 %	301.300	262.700	14,7 %
Umsatz in T€	Q1-3 2015	Q1-3 2014	Veränd.	Q3 2015	Q3 2014	Veränd.
Außenumsätze	74.141	68.411	8,4 %	27.719	23.514	17,9 %
Innenumsätze	4.815	3.847	25,2 %	1.858	1.325	40,2 %
	78.956	72.258	9,3 %	29.577	24.839	19,1 %

In Österreich hat sich die positive Entwicklung des zweiten Quartals auch im dritten Quartal fortgesetzt. Für den Zeitraum Q1-3 2015 liegen sowohl Verkaufsmenge als auch Umsatz über den Vorjahreswerten.

Auch die ungarische Brauerei Pécsi Sörfőzde ZRt konnte im dritten Quartal den steigenden Trend des ersten und zweiten Quartals bestätigen. Absatz und Umsatz liegen deutlich über den Vorjahreswerten.

Geschäftsfeld Mineralwasser

Marketing-Impulse für Vöslauer Mineralwasser

Für Vöslauer Sport und Vöslauer Junior wurden neue Flaschen mit neuem Sportverschluss und neuem Etikettendesign eingeführt. Vöslauer Baby wurde ebenfalls neu designt und wird nun in der 0,75 Liter-Flasche abgefüllt.

Zur Steigerung der Bekanntheit und Förderung der Probierkontakte der 8 x 1 Liter-Glas-Splittkiste wurde diese auf den Etiketten der 1,5 Liter-Pet-Flaschen beworben.

Vöslauer Balance-Promotion

Für Vöslauer Balance wurde unter anderem eine Taschenpromotion durchgeführt. 33 Designer-taschen-Gutscheine im Wert von je € 1.200 gab es zu gewinnen. Getragen wurde die Promotion von City Lights, einer Hörfunk-, Online- und PR-Kampagne, Facebook, der Homepage sowie starken POS-Maßnahmen.

Pepsi Promotion

Pepsi hatte starke Auftritte, etwa mittels einer GoTV-Kooperation, einer FM4-Kooperation, einer Online-Kampagne sowie Facebook- und Homepage-Aktionen.

// Entwicklung des Ottakringer Konzerns //

06

Verkaufszahlen in HL	Q1-3 2015	Q1-3 2014	Veränd.	Q3 2015	Q3 2014	Veränd.
Mineralwasser						
Inland	1.618.900	1.599.100	1,2 %	649.200	527.300	23,1 %
Export	125.000	109.400	14,3 %	49.200	42.100	16,9 %
	1.743.900	1.708.500	2,1 %	698.400	569.400	22,7 %
Near Water und Limonaden	457.600	473.400	-3,3 %	162.800	163.300	-0,3 %
	2.201.500	2.181.900	0,9 %	861.200	732.700	17,5 %
Umsatz in T€	Q1-3 2015	Q1-3 2014	Veränd.	Q3 2015	Q3 2014	Veränd.
Außenumsätze	73.291	71.640	2,3 %	28.206	22.128	27,5 %
Innenumsätze	4.982	5.117	-2,6 %	2.136	2.515	-15,1 %
	78.273	76.757	2,0 %	30.342	24.643	23,1 %

Die Vöslauer Mineralwasser AG konnte im dritten Quartal deutlich Absatz und Umsatz steigern und den Rückgang aus dem ersten Halbjahr aufholen. Für den Zeitraum Q1-3 2015 wurde ein Anstieg bei Absatz und Umsatz gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres erreicht.

In den Vorjahreswerten sind nicht die Umsätze der Vöslauer Thermalbad GmbH enthalten, die mit Stichtag 31. Oktober 2014 erstkonsolidiert wurde. Im Zeitraum Q1-3 2015 betragen die Umsätze der Vöslauer Thermalbad GmbH T€ 1.294 (nur Q3 2015: T€ 711).

Geschäftsfeld Handel und Dienstleistungen

Verkaufszahlen in HL	Q1-3 2015	Q1-3 2014	Veränd.	Q3 2015	Q3 2014	Veränd.
Bier (inkl. alkoholfreies Bier)	119.400	119.100	0,3 %	43.300	41.000	5,6 %
Alkoholfreie Getränke	45.900	44.900	2,2 %	16.600	14.400	15,3 %
Sonstige Getränke	5.300	6.000	-11,7 %	1.500	1.800	-16,7 %
	170.600	170.000	0,4 %	61.400	57.200	7,3 %
Umsatz in T€	Q1-3 2015	Q1-3 2014	Veränd.	Q3 2015	Q3 2014	Veränd.
Außenumsätze	29.323	28.653	2,3 %	10.642	9.918	7,3 %
Innenumsätze	11.047	10.522	5,0 %	4.028	3.815	5,6 %
	40.370	39.175	3,1 %	14.670	13.733	6,8 %

Auch im Geschäftsfeld Handel und Dienstleistungen konnte der Rückgang aus dem ersten Halbjahr aufgeholt werden. Durch die erzielten Zuwächse im dritten Quartal liegt für den Zeitraum Q1-3 2015 die Verkaufsmenge auf Vorjahresniveau, die Umsätze konnten leicht gesteigert werden. Bei den Innenumsätzen handelt es sich überwiegend um die von der Trinkservice GmbH VGV gegenüber anderen Konzerngesellschaften erbrachten Logistikdienstleistungen.

// Entwicklung des Ottakringer Konzerns //

07

Konzern**Verkaufszahlen**

Die Verkaufszahlen des Ottakringer Konzerns stellen sich wie folgt dar:

Verkaufszahlen in HL	Q1-3 2015	Q1-3 2014	Veränd.	Q3 2015	Q3 2014	Veränd..
Bier (inkl. alkoholfreies Bier)						
Inland	504.500	500.200	0,9%	175.200	167.500	4,6%
Ausland	316.600	261.600	21,0%	131.000	100.000	31,0%
	821.100	761.800	7,8%	306.200	267.500	14,5%
Mineralwasser						
Inland	1.618.900	1.599.100	1,2%	649.200	527.300	23,1%
Ausland	125.000	109.400	14,3%	49.200	42.100	16,9%
	1.743.900	1.708.500	2,1%	698.400	569.400	22,7%
Near Water, Limonaden und Sonstiges						
	490.300	512.100	-4,3%	173.600	174.800	-0,7%
	3.055.300	2.982.400	2,4%	1.178.200	1.011.700	16,5%

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 stellt sich wie folgt dar:

in T€	Brauereien	Mineralwasser	Handel u. Dienstleistungen	Konzern	Konsolidierung	Gesamt
Q1-3 2015						
Außenumsätze	74.141	73.291	29.323	233	0	176.988
Innenumsätze	4.815	4.982	11.047	6.273	-27.117	0
	78.956	78.273	40.370	6.506	-27.117	176.988
Q1-3 2014						
Außenumsätze	68.411	71.640	28.653	154	0	168.858
Innenumsätze	3.847	5.117	10.522	5.378	-24.864	0
	72.258	76.757	39.175	5.532	-24.864	168.858

// Entwicklung des Ottakringer Konzerns //

in T€	Brauereien	Mineral- wasser	Handel u. Dienst- leistungen	Konzern	Konsoli- dierung	Gesamt
Q3 2015						
Außenumsätze	27.719	28.206	10.642	10	0	66.577
Innenumsätze	1.858	2.136	4.028	2.343	-10.365	0
	29.577	30.342	14.670	2.353	-10.365	66.577
Q3 2014						
Außenumsätze	23.514	22.128	9.918	38	0	55.598
Innenumsätze	1.325	2.515	3.815	1.617	-9.272	0
	24.839	24.643	13.733	1.655	-9.272	55.598

Investitionen

Die Investitionen des Ottakringer Konzerns stellen sich wie folgt dar:

in T€	Q1-3 2015	Q1-3 2014	Q3 2015	Q3 2014
Immaterielle Vermögensgegenstände	4.199	3.332	1.227	969
Sachanlagen	8.591	14.377	2.847	5.116
Finanzanlagen	2.808	441	225	36
	15.598	18.150	4.299	6.121

Bei den Investitionen in immaterielle Vermögenswerte entfallen auf den Zeitraum Q1-3 2015 rund T€ 3.000 (Q1-3 2014: T€ 2.200) auf Belieferungsrechte und rund T€ 1.200 (Q1-3 2014: T€ 1.100) auf Software, IT-Projekte und Markenrechte.

Die Investitionen in Sachanlagen gliedern sich wie folgt:

in T€	Q1-3 2015	Q1-3 2014	Q3 2015	Q3 2014
Grundstücke und Bauten	1.587	2.780	431	2.100
Technische Anlagen und Maschinen	814	4.160	115	3.184
Fuhrpark	260	1.708	0	255
Marktinvestitionen	4.065	4.284	1.483	2.048
Betriebs- und Geschäftsausstattung	932	886	350	541
Anlagen in Bau	933	559	468	-3.012
	8.591	14.377	2.847	5.116

// Ausblick auf das Geschäftsjahr 2015 //

09

Mitarbeiter

Im Zeitraum Q1-3 2015 beschäftigte der Ottakringer Konzern im Durchschnitt 875 Mitarbeiter (Q1-3 2014: 848 Mitarbeiter), die sich wie folgt auf die Segmente verteilen:

	Q1-3 2015	Q1-3 2014
Brauereien	329	329
Mineralwasser	214	190
Handel und Dienstleistungen	257	260
Konzern	75	69
	875	848

Der Anstieg im Segment Mineralwasser resultiert daraus, dass die Vöslauer Thermalbad GmbH in den Vergleichswerten des Vorjahres nicht enthalten war, da diese Gesellschaft erst mit Stichtag 31. Oktober 2014 erstkonsolidiert wurde.

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2015

Die gute Entwicklung im dritten Quartal bestätigt die im Halbjahresbericht veröffentlichte Einschätzung für das Geschäftsjahr 2015.

Im **Segment Brauereien** sollte sich die gute Entwicklung fortsetzen und im Gesamtjahr 2015 wieder ein positives Segmentergebnis erzielt werden. Sowohl für Österreich als auch für Ungarn wird mit einem Umsatzanstieg gerechnet. Für Österreich wird eine leichte Steigerung des Jahresgewinnes erwartet, für Ungarn wird mit einer Reduktion des Verlustes gerechnet. Auch im **Segment Mineralwasser** wird ein Anstieg im Umsatz und Ergebnis im Vergleich zum Vorjahr erwartet. Für das **Segment Handel und Dienstleistungen** wird davon ausgegangen, dass sowohl Umsatz als auch Jahresgewinn ungefähr auf dem Niveau des Vorjahres liegen werden.

Für den Gesamtkonzern wird für das Gesamtjahr 2015 mit höheren Umsätzen und einer Verbesserung im Jahresgewinn gerechnet.

Wien, am 11. November 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