



ZWISCHENMITTEILUNG Q1 2012



Ottakringer
Getränke AG

*Sicher gekohlte Damm und Kernen,
liebe Aktionäre!*

Mit dieser Zwischenmitteilung des Vorstandes informieren wir Sie über Österreichs einzigen börsennotierten Getränkekonzern. Die wichtigsten vollkonsolidierten Konzerngesellschaften sind die Ottakringer Getränke AG sowie ihre Tochtergesellschaften, die Ottakringer Brauerei AG, die Vöslauer Mineralwasser AG, die ungarische Brauerei Pécsi Sörfőzde ZRt, der Getränke-großhändler Kolarik & Leeb GmbH sowie der Logistiker Trinkservice GmbH VGV.

Marktentwicklung

Entwicklung am österreichischen Biermarkt

in HL	Q1 2012	Q1 2011	Veränd.
Inländischer Biermarkt (inkl. alkoholfreies Bier)	1.876.166	1.840.176	2,0 %

Quelle: Verband der Brauereien Österreichs

Die mengenmäßig bedeutendste Biersorte Lager/Märzen hat im ersten Quartal um 4,6 % zulegen. Die Verkaufszahlen für Radler sind um 10,2 % gestiegen. Rückläufig entwickelten sich die Verkaufszahlen für Schankbier (-19,9 %).

Bei den Gebindearten setzt sich der Trend zur 0,33 l-Flasche weiter fort (+7,5 %). Die mengenmäßig bedeutendste Gebindeart, die 0,5 l-Mehrwegflasche, konnte um 1,8 % zulegen. Deutlich gestiegen sind auch die Verkaufszahlen der 0,5 l-Dose (+6,7 %). Rückläufig entwickelte sich der Verkauf von Fassbier (-2,2 %).

Entwicklung am österreichischen Mineralwasser- und Limonadenmarkt

in HL	Q1 2012	Q1 2011	Veränd.
Mineralwasser	1.420.297	1.381.578	2,8 %
Limonaden	1.608.200	1.481.700	8,5 %

Quellen: Verband der Nahrungs- und Genussmittelindustrie; Arbeitsgemeinschaft der Erzeuger alkoholfreier Erfrischungsgetränke

Der Trend der letzten Jahre zu kohlenstoffarmem Mineralwasser hat sich auch im ersten Quartal 2012 fortgesetzt (+5,3 %). Der Verkauf von Mineralwasser mit wenig Kohlensäure ist um 7,1 % gestiegen.

Entwicklung am ungarischen Biermarkt

Die schwierige Situation am ungarischen Markt entspannte sich auch Anfang 2012 nicht. Aufgrund der Steuererhöhungen per 1. Jänner 2012 (Umsatzsteuer, Biersteuer, Verpackungsabgabe), verzeichnete der Markt gegen Ende des Vorjahres starke Vorziehkäufe, wodurch im ersten Quartal dieses Jahres die Verkaufszahlen stark rückläufig sind.

// Entwicklung des Ottakringer Konzerns //

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 Sörfőzde ZRt dargestellt.

Ottakringer Brauerei AG

in HL	Q1 2012	Q1 2011	Veränd.
Bier (inkl. alkoholfreies Bier)			
Inland	106.368	117.888	-9,8 %
Export	1.962	2.564	-23,5 %
	108.330	120.452	-10,1 %
Alkoholfreie Getränke	26.904	27.582	-2,5 %
	135.234	148.034	-8,6 %

Der Rückgang im Bierverkauf resultiert im Wesentlichen aus den Verkäufen mit unseren Handelspartnern. Durch den im ersten Quartal gestarteten Markenrelaunch werden positive Effekte auf die Verkäufe erwartet, sodass für das Gesamtjahr 2012 davon ausgegangen wird, dass der Bierverkauf das Vorjahresniveau erreichen wird.

Vöslauer Mineralwasser AG

in HL	Q1 2012	Q1 2011	Veränd.
Mineralwasser			
Inland	436.569	436.691	0,0 %
Export	19.273	17.171	12,2 %
	455.842	453.862	0,4 %
Near Water und Limonaden	141.084	156.117	-9,6 %
	596.926	609.979	-2,1 %

Beim Verkauf von Mineralwasser konnte im Inland das Niveau des Vorjahres gehalten und im Export ein deutlicher Zuwachs erreicht werden. Der Rückgang im „Near Water und Limonaden-Bereich“ resultiert aus den Balance-Produkten und ist zum Teil durch das Festhalten an der Premiumstrategie verursacht.

Pécsi Sörfözde ZRt

in HL	Q1 2012	Q1 2011	Veränd.
Bier (inkl. alkoholfreies Bier)	75.733	92.836	-18,4 %

Aufgrund der schwierigen Marktsituation in Ungarn (Vorziehkäufe im Dezember 2011 aufgrund der Steuererhöhungen per 1. Jänner 2012) ist der Verkauf in den ersten beiden Monaten eingebrochen. Die Verkaufszahlen im März haben aber bereits fast wieder das Vorjahresniveau erreicht. Auch die ungarische Brauerei startet im Jahr 2012 einen Markenrelaunch. Die daraus resultierenden positiven Effekte auf die Verkaufszahlen sollten sich ab dem zweiten Halbjahr bemerkbar machen.

Kolarik & Leeb GmbH

in HL	Q1 2012	Q1 2011	Veränd.
Bier (inkl. alkoholfreies Bier)	29.617	29.226	1,3 %
Alkoholfreie Getränke	16.781	16.781	0,0 %
Sonstige alkoholische Getränke	2.019	1.953	3,4 %
	48.417	47.960	1,0 %

Der Verkauf konnte im ersten Quartal weiter gesteigert werden. Die beiden wichtigsten Ursachen: die erfolgreiche Positionierung als österreichweit tätiger Getränkefachgroßhändler mit breitem Sortiment sowie neu gewonnene Kunden.

Ottakringer Konzern

Die Verkaufszahlen des Ottakringer Konzerns im ersten Quartal 2012 stellen sich wie folgt dar:

in HL	Q1 2012	Q1 2011	Veränd.
Bier (inkl. alkoholfreies Bier)			
Inland	130.130	141.275	-7,9 %
Ausland	77.695	95.400	-18,6 %
	207.825	236.675	-12,2 %
Mineralwasser			
Inland	436.569	436.964	-0,1 %
Export	19.273	17.171	12,2 %
	455.842	454.135	0,4 %
Near Water, Limonaden und sonstige alkoholfreie Getränke	152.457	167.046	-8,7 %
Sonstige alkoholische Getränke	2.092	2.016	3,8 %
	818.216	859.872	-4,8 %

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

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 (at Equity-Bilanzierung)
- Pécsi Sörfözde ZRt

Geschäftsfeld Mineralwasser

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

Geschäftsfeld Handel und Dienstleistungen

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

Konzern

- Ottakringer Getränke AG
- Ottakringer Liegenschaftsentwicklung Feßtgasse GmbH

Umsätze nach Segmenten

Die Umsatzentwicklung nach Segmenten im ersten Quartal 2012 stellt sich wie folgt dar:

in T€	Brauereien	Mineral- wasser	Handel u. Dienst- leistung	Konzern	Konsoli- dierung	Gesamt
Q1 2012						
Außenumsätze	18.439	18.165	7.394	35	0	44.033
Innenumsätze	1.363	2.054	2.605	1.576	-7.598	0
Umsätze gesamt	19.802	20.219	9.999	1.611	-7.598	44.033
Q1 2011						
Außenumsätze	20.086	18.269	6.982	102	0	45.439
Innenumsätze	1.177	2.003	2.724	1.571	-7.475	0
Umsätze gesamt	21.263	20.272	9.706	1.673	-7.475	45.439

Der Umsatzrückgang im Segment Brauereien resultiert zu rund T€ 840 aus dem Rückgang am ungarischen Markt, zu rund T€ 370 aus der Veränderung des Wechselkurses bei der Umrechnung der Umsätze von HUF in Euro sowie zu rund T€ 250 aus dem Umsatzrückgang in Österreich.

Das Segment Mineralwasser hat sich auf hohem Niveau stabil entwickelt.

Der Umsatzanstieg im Segment Handel und Dienstleistungen resultiert aus dem Anstieg beim Getränkegroßhändler Kolarik & Leeb GmbH.

Investitionen

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

in T€	Q1 2012	Q1 2011
Immaterielle Vermögensgegenstände	976	1.103
Sachanlagen	2.640	2.758
Finanzanlagen	345	1.173
	3.961	5.034

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

// Wesentliche Aktivitäten //

Die Investitionen in Sachanlagen gliedern sich wie folgt:

in T€	Q1 2012	Q1 2011
Grundstücke und Bauten	55	38
Technische Anlagen und Maschinen	1.109	1.130
Fuhrpark	2	5
Marktinvestitionen	1.008	1.041
Betriebs- und Geschäftsausstattung	153	189
Anlagen in Bau	313	355
	2.640	2.758

Personal

Der durchschnittliche Mitarbeiterstand beträgt zum 31. März 2012 812 (31. Dezember 2011: 820)

Wesentliche Aktivitäten

Ottakringer Brauerei AG

So erfrischend kann man mit 175 Jahren daherkommen: Die Ottakringer Brauerei AG verpasste ihren Dachmarken eine Frischzellenkur. Sowohl Ottakringer als auch Gold Fassl und Null Komma Josef strahlen im neuen Design. Darüber hinaus feiert das Gold Fassl ein Comeback und ist drauf und dran, mit verfeinerter Rezeptur neue Bierkenner zu gewinnen.

Im Zuge des 175-jährigen Jubiläums wird aber auch die Brauerei frisch herausgeputzt, Renovierungsarbeiten werden durchgeführt. Und: das Wahrzeichen der Brauerei, der Darre-turm, bekommt jenen Stellenwert, der ihm gebührt: ab sofort ziert er das Logo der Brauerei.

Bei Handel, Gastronomie und Konsumenten kommt das neue Marken-Design sowie die erfrischend neue Linie ersten Erfahrungen nach überaus gut an.

Vöslauer Mineralwasser AG

Im ersten Quartal dieses Jahres startete die Vöslauer Mineralwasser AG ihre Nachhaltigkeitskampagne zum Thema Recycling. Slogan: „Wer Vöslauer trinkt, recycelt auch. Wir sagen immer und immer wieder: Danke!“ Die praktische Umsetzung erfolgte im Handel unter anderem über Promotion-Etiketten. Medial wird die Kampagne durch City Lights, Hörfunk, Anzeigen und Online unterstützt. Dazu kommen massive Anzeigenkampagnen in zielgruppenspezifischen Medien.

Zum Thema Umweltschutz passt unter anderem der neue, verkürzte Verschluss auf allen Vöslauer Gebinden mit Leichtdrehverschluss. Er wiegt statt 3,8 Gramm nur noch 2,9 Gramm.

Die Vöslauer Balance-Range ist um ein Produkt reicher: Seit Mitte Februar gibt es die neue Sorte „Lychee-Quitte“. Und auch Pepsi hatte einen starken Auftritt: Pepsi war von Mitte Februar bis Mitte März bei der jährlichen Gemeinschaftskampagne des Österreichischen Verbandes der Markenartikelindustrie mittels Plakatkampagne mit dabei.

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2012

Die Biersparte in Österreich sollte sich insbesondere aufgrund des rundum erneuerten Markenauftritts der Ottakringer Brauerei (anlässlich ihres 175-Jahr-Jubiläums) positiv entwickeln. Für den ungarischen Markt ist aufgrund des aktuellen wirtschaftlichen Umfelds eine Prognose mehr als schwierig. Die positiven Effekte aus dem geplanten Markenrelaunch sollten ab dem zweiten Halbjahr sichtbar sein.

Im Segment Mineralwasser sollte das hohe Niveau des Vorjahres zu halten sein. Für das Segment Handel und Dienstleistungen gehen wir aus heutiger Sicht von geringen Steigerungen im Umsatz und Ergebnis aus.

Für den Gesamtkonzern gehen wir davon aus, dass 2012 ein leichtes Umsatzwachstum bei stabiler Ertragslage zu schaffen sein wird.

Wien, am 10. Mai 2012



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