

Aktionärsbrief 3/2005



Sehr geehrte Aktionäre!

Mit diesem Aktionärsbrief informieren wir Sie über etwas, das uns am Herzen liegt und wofür wir uns gerne mit voller Kraft einsetzen: das österreichische Familienunternehmen Ottakringer Brauerei. Im Folgenden: die Entwicklung der ersten drei Quartale 2005.

DIE ENTWICKLUNG DES ÖSTERREICHISCHEN BIERMARKTES

Der Inlands-Ausstoß der österreichischen Brauereien (inklusive alkoholfreiem Bier) sank in den ersten neuen Monaten 2005 gemäß Verband der Brauereien Österreichs um 0,5 Prozent auf 6.395.000 Hektoliter.

Bei der Sortenentwicklung gab es für Lager/Märzen eine Steigerung von 1,4 Prozent. Verluste verzeichnet wurden bei sonstigem Vollbier (- 3,5 Prozent), Spezialbier (- 5,7 Prozent) und Pilsbier (-3,7 Prozent).

Bei den Gebindearten setzten sich die Trends fort: Zulegen konnten die 0,5 l Dose mit 6,1 Prozent und die 0,33 l Flasche mit 20,3 Prozent. Alle anderen Gebindearten waren von Absatzverlusten betroffen - am stärksten die 0,5 l Flasche mit minus 3,1 Prozent.

OTTAKRINGER BRAUEREI STÄRKER ALS DIE BRANCHE

Wieder überflügelte die Ottakringer Brauerei den Branchendurchschnitt: Während der Gesamt-Markt schrumpfte, schaffte das Ottakringer-Team in den ersten neun Monaten eine Bier-Inlands-Steigerung von 2,3 Prozent auf 428.900 Hektoliter. Ottakringer überzeugt also immer mehr Biergenießer und gewinnt weiter Marktanteile. Zugelegt werden konnte sowohl im Handel als auch in der Gastronomie.

Wie bereits im Aktionärsbrief 2/2005 erwähnt, werden die alkoholfreien Getränke im Handel nun – anders als bisher – vollständig von der Ottakringer Konzernschwester Vöslauer Mineralwasser AG fakturiert. Ausschließlich daraus resultiert bei der Ottakringer Brauerei die Reduktion bei alkoholfreien Getränken um 29,7 Prozent auf 97.634 Hektoliter. In der Gastronomie konnte bei den alkoholfreien Getränken eine Steigerung verzeichnet werden (plus 4,1 Prozent).

SEHR GUTE UMSATZ- UND ERTRAGSLAGE

Da die alkoholfreien Getränke – wie zuvor erwähnt – nunmehr von der Konzernschwester Vöslauer fakturiert werden, reduzierte sich der Umsatz der Ottakringer Brauerei in den ersten drei Quartalen 2005 um 3,4 Prozent auf 54,76 Millionen Euro. Der Cashflow kletterte von 5,47 auf 6,70 Millionen Euro. Die Investitionen betragen nach 5,46 Millionen Euro in der Vorjahresperiode nunmehr 4,53 Millionen Euro.

WEITERE GUTE NEUIGKEITEN AUS DER OTTAKRINGER BRAUEREI

- Dank dem neuen „Ottakringer Frischeverschluss mit Blopp“ gelang es, den in Österreich seit langem anhaltenden Trend, weg von der Mehrwegflasche, zu stoppen. Mehr noch: Ottakringer konnte den Verkauf der 0,5 l Ottakringer Helles-Mehrwegflasche um rund zehn Prozent erhöhen. Das ist auch für die Umwelt erfreulich.

Zur Erinnerung: Bei der Innovation „Ottakringer Frischeverschluss mit Blopp“ handelt es sich um einen neuartigen Verschluss, der Bier

noch frischer hält als bisher. Sämtliche Ottakringer 0,5 l Mehrwegflaschen werden mit dem neuen Verschluss ausgestattet. Akustischer Nebeneffekt beim Öffnen: ein freches Blopp-Geräusch (besonders kräftig mit dem Spezialöffner „Blopper“).

- Das Szene-Bier „UO Ottakringer“ setzt sich immer stärker durch. Dies unter anderem dank der klaren Markt-Positionierung. UO steht für Design, Mode und aktuelle Kunst. Zuletzt war „UO Ottakringer“ etwa bei der Austrian Fashion Week sowie beim Internationalen Filmfestival Viennale vertreten. Eine Plattform bietet UO der Szene mit der neuen Homepage: www.uo-online.at

DER OTTAKRINGER KONZERN IM ÜBERBLICK

Analog zum Brauerei-Umsatz reduzierte sich der Ottakringer Konzern-Umsatz in den ersten drei Quartalen um 2,4 Prozent auf 55,99 Millionen Euro. Der Cashflow stieg von 5,65 auf 6,62 Millionen Euro und das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EGT) erhöhte sich von 1,39 auf 2,22 Millionen Euro. Davon ausgenommen sind Erträge aus dem Wohnungsverkauf Gartensiedlung (aktuell: 2,5 Millionen Euro), da die entsprechende Endabrechnung erst gegen Jahresende erfolgt. Die Investitionen im Ottakringer Konzern lagen im ersten Halbjahr bei 4,59 Millionen Euro (Vorjahr: 5,52 Millionen Euro). Der Mitarbeiterstand sank von 211 auf 208 Kolleginnen und Kollegen.

AUSBlick AUF DAS GESCHÄFTSJAHR 2005

Trotz des derzeit negativen Konsumtrends am Gesamtmarkt und dem damit einhergehenden aggressiven Wettbewerb gehen wir aufgrund des konsequenten Einsatzes des gesamten Ottakringer Teams und der Marktinnovation „Frischeverschluss mit Blopp“ davon aus, im Gesamtjahr 2005 das gute Ergebnis des Vorjahres zu übertreffen.

Wir werden hart und mit viel Freude daran arbeiten.

OTTAKRINGER BRAUEREI AG AUF EINEN BLICK

	1-9/2004	1-9/2005 (*)
Umsatz (in Mio. €)	56,70	54,76
Cashflow (in Mio. €)	5,47	6,70
Investitionen (in Mio. €)	5,46	4,53

OTTAKRINGER KONZERN AUF EINEN BLICK

	1-9/2004	1-9/2005 (*)
Umsatz (in Mio. €)	57,37	55,99
Cashflow (in Mio. €)	5,65	6,62
Investitionen (in Mio. €)	5,52	4,59
EGT (in Mio. €)	1,39	2,22 (***)
Mitarbeiter (**)	211	208

(*) vorläufige Zahlen

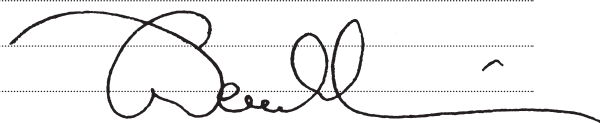
(**) Durchschnitt der Monate 1-9

(***) ausgenommen Erträge aus dem Wohnungsverkauf
Gartensiedlung (aktuell: 2,5 Million Euro)

Der Vorstand



Mag. Siegfried Menz



Christiane Wenckheim

Wien, im November 2005

Ottakringer Brauerei AG

Ottakringer Straße 91, 1160 Wien

Tel.: 01/49100-2215 – Fax: 01/49100-2613

mailto: thomas.sautner@ottakringer.at – Internet: www.ottakringer.at