

LAGEBERICHT ZUM GESCHÄFTSJAHR 2004

Beim vorliegenden Lagebericht wurde von der Bestimmung des § 267 (3) HGB Gebrauch gemacht und der Lagebericht der Ottakringer Brauerei AG und der Lagebericht des Ottakringer Konzerns zusammengefasst.

Bier war auch 2004 der beliebteste Durstlöscher der Österreicher: Der Pro-Kopf-Verbrauch betrug 108 Liter. Und das, obwohl nach dem Bierdurst machenden Jahrhundertssommer 2003 der Inlandsausstoß im Vorjahr um 1,5 Prozent zurückging. Der Gesamt- ausstoß, inklusive Exporte, sank um 2,5 Prozent. Und zwar auf rund 8,88 Mio Hektoliter.

Bei den Biersorten zeigt sich im kleinen Leichtbier-Segment mit minus 40,1 Prozent die größte Veränderung. Verloren haben unter anderem auch Pils, Bock und Spezialbier. Dazu gewonnen hat – und damit bestätigt sich ein Trend – das ohnehin bereits größte Segment: Märzen/Helles mit einem Plus von 0,4 Prozent auf einen Anteil von rund 58 Prozent am Gesamtmarkt.

Der Bierabsatz der Ottakringer Brauerei entwickelte sich im Vorjahr in etwa analog zum Branchentrend. Insgesamt wurden 583.200 Hektoliter Bier verkauft (minus 1,4 Prozent).

Dementsprechend entwickelten sich auch die Finanzkennzahlen: Das Betriebsergebnis betrug nach 1,48 Mio Euro im Rekordjahr 2003 im Vorjahr 1,21 Mio Euro, das Finanzergebnis 0,43 nach 0,60 Mio Euro und das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EGT) 1,64 nach 2,08 Mio Euro.

Trotz der schlechten Rahmenbedingungen konnte die Ottakringer Brauerei beim Umsatz ein Plus von exakt einem Prozent auf 73,52 Mio Euro erzielen. Positiv auch die Entwicklung bei den Marktanteilen in Österreich: Das Marktforschungsinstitut AC Nielsen

Der österreichische Biermarkt

Umsatz- und Ertragslage, Geschäftsentwicklung



erhob für das abgelaufene Jahr eine Steigerung von 6,6 auf 6,8 Prozent Ottakringer Marktanteil im Lebensmittelhandel. In Wien konnte zudem die Position als Marktführer gesichert werden. Hier steigerte sich Ottakringer von 17,6 auf 17,8 Prozent Marktanteil.

Investitionen

Die Investitionen der Ottakringer Brauerei AG erhöhten sich von 5,96 auf 12,16 Mio Euro. 4,70 Mio davon entfallen auf einmalige Baukosten für das Projekt „Gartensiedlung Ottakring“. Weiters wurde die Vertriebsstruktur ausgebaut und in Innovationen investiert, welche die Stärkung von Ottakringer am österreichischen Markt bewirken.

Mitarbeiter

2004 gaben 200 Ottakringer Mitarbeiter ihr Bestes für die Brauerei. Aufgrund von natürlichen Abgängen waren es etwas weniger als im Jahr davor (209).

Die aktuelle Mitarbeiterzahl ergibt sich aus 84 Mitarbeitern der Ottakringer Brauerei AG und 116 Mitarbeitern der Ottakringer Getränkevertriebs GmbH.

Marketing

„Unten ohne“

Der marketingpolitische Paukenschlag im Jahr 2004 war das neue Szene-Bier „Unten ohne“, das speziell für die Gastronomie entwickelt wurde. Die trendig gestaltete Flasche füllt nicht nur eine Lücke im Ottakringer Sortiment. Dank ihr erlebt die Marke Ottakringer und die gesamte Brauerei zudem einen positiven Image-Schub.

„Unten ohne“ ist aus der Szene- und Kommunikationsgastronomie nicht mehr wegzudenken und gewinnt Monat für Monat neue Fans – und das sowohl bei der jugendlichen Zielgruppe als auch bei den In-Gastronomen. Das mit dem Styling der 0,33-Liter-Flasche der Nerv der Zeit getroffen wurde, bestätigt nicht zuletzt eine Reihe von Preisen, die Ottakringer mit „Unten ohne“ abgeräumt hat:

■ **Gläserne Kugel** – für das innovativste und kreativste Produkt des Jahres 2004 in der Getränkebranche. Das befand die Jury des „Glasforum Österreich“. Begründung der Fachjury für die Auszeichnung: „Die freche und originelle Idee der etikettlosen „Unten ohne“-Flasche begeistert. Innovativ auch die Satinierung der Flasche, die den Eindruck von Kühle und Frische vermittelt.“

■ **IF product design award** – unter nicht weniger als 1.900 Produkten von 740 Teilnehmern wurde unter anderem das „Unten ohne“ von Ottakringer mit dem renommierten deutschen Design-Preis ausgezeichnet.

■ **Staatspreis für vorbildliche Verpackung** – verliehen vom Wirtschaftsministerium, dem Umweltministerium, der Industriellenvereinigung und dem Österreichischen Institut für Verpackungswesen.

Neue Niederlassung in St. Pölten

Die Niederösterreicher haben ein neues Bierzentrum. Am 12. November 2004 eröffnete die Ottakringer Brauerei ihr neues Logistik- und Verkaufszentrum in St. Pölten – samt modernem Shop für Gastronomen und Letztverbraucher. Nach der Eröffnung des ersten Party & Biershops in Wien setzte die Ottakringer Brauerei damit in rascher Abfolge den zweiten wichtigen Schritt Richtung noch mehr Service und Kundennähe. Zudem kann das Absatzgebiet Niederösterreich mit der neuen Niederlassung noch besser bearbeitet werden.

Zur Größenordnung der neuen Niederlassung: Investiert wurden rund zwei Mio Euro, 25 Kollegen arbeiten in St. Pölten, die Flächennutzung beträgt mehr als 5.500 m², 4.000 Paletten finden Platz und 13 Lkw sind im Einsatz.

Bundesländer-Offensive

Im Rahmen ihrer Bundesländer-Offensive war die Ottakringer Brauerei erstmals auch bei der „Gast Klagenfurt“ vertreten. „Stammgast“ ist Ottakringer ja bereits bei den Gastronomie-Messen in Wien und Salzburg.





Wie berichtet, gewann Ottakringer 2004 in ganz Österreich Marktanteile dazu. Immer mehr Letztverbraucher und Gastronomen greifen zu Ottakringer, weil sie neben der erfrischenden Qualität die junge Marke schätzen. Außerdem zeigen Umfragen, dass ihnen Ottakringer sympathisch ist, weil es eine der letzten unabhängigen, mittelständischen, österreichischen Brauereien ist.

Gartensiedlung Ottakring ist fertig

Wie geplant, wurde die lichtdurchflutete Wohnhausanlage, die nur einen Katzensprung von der Brauerei entfernt ist, nach zwei Jahren Bauzeit fertig gestellt. In Spitzenzeiten haben bis zu 250 Arbeiter an der Entstehung der Gartensiedlung gewerkt. Der Großteil des Baumbestandes wurde erhalten und neben unzähligen Büschen 60 neue Bäume gepflanzt. Alle 247 Mietwohnungen sind bereits vergeben, die 62 Eigentumswohnungen dürften bis Ende 2005 verkauft sein. Insgesamt wird die Ottakringer Brauerei dank der Gartensiedlung Ottakring knapp 1.000 neue Nachbarn (und damit hoffentlich Ottakringer Fans) bekommen.

Dank des Verkaufs der Wohnungen ist für 2005 mit zusätzlichen Erträgen zu rechnen, die sich positiv auf das Ergebnis und die Eigenkapitalstruktur der Brauerei auswirken werden.

Der Ottakringer Konzern

Neben der Ottakringer Brauerei AG gehören folgende Unternehmen zum Ottakringer Konzern:

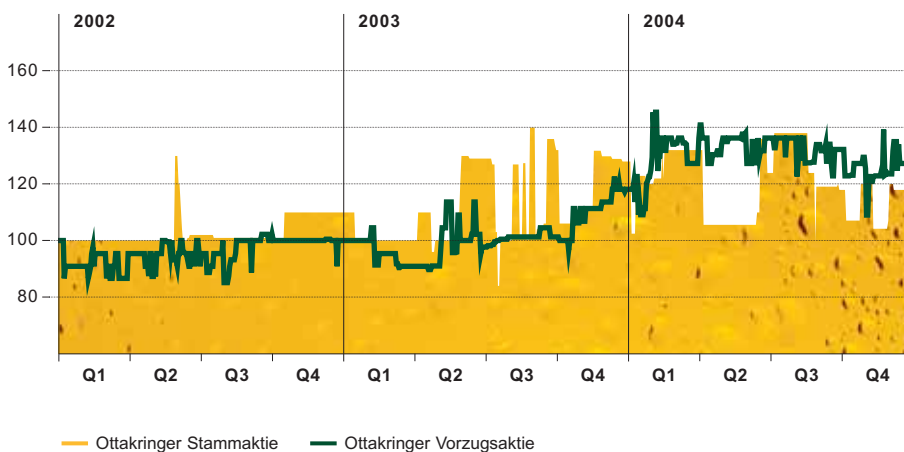
- Ottakringer Getränkevertriebsgesellschaft mbH
- r+c Getränkehandel Gesellschaft mbH
- Ottakringer International Holdings Ltd. (La Valletta/Malta)
- Ottakringer Liegenschaftsentwicklung Feßtgasse GmbH

Die Ottakringer Getränkevertriebsgesellschaft mbH führt Personaldienstleistungen für die Ottakringer Brauerei AG durch. Aufgrund der wirtschaftlichen und finanziellen Verflechtung besteht ein steuerliches Organschaftsverhältnis mit Ergebnisabführung.

Die r+c Getränkehandel Gesellschaft mbH mit zwei Fachabholmärkten in Wien und einem in St. Pölten ist auf den Getränkeverkauf an Endverbraucher und Gastronomen spezialisiert. Der Fachabholmarkt in der Ottakringer Straße, gleich neben der Brauerei, wurde im März 2004 völlig neu designed, architektonisch umgestaltet und modernisiert.

Die Ottakringer International Holdings Ltd. ist über deren 100-prozentige Tochter Ottakringer International Ltd. im Konzern für die internationalen Lizenzvergaben und Handelsgeschäfte zuständig.

Der Umsatz des Ottakringer Konzerns betrug 74,21 Mio Euro (gegenüber 73,47 Mio im Jahr zuvor). Die Investitionen machten 12,37 Mio Euro aus (2003: 6,10 Mio Euro). Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EGT) betrug 2004 2,51 Mio Euro und liegt somit höher als das Vorjahr (2,48 Mio Euro). Geschafft haben diesen Erfolg insgesamt 208 Mitarbeiter (gegenüber 216 Mitarbeiter im Jahr davor).



Entwicklung von Ottakringer Stammaktie und Ottakringer Vorzugsaktie (indiziert)



Ausblick auf das Geschäftsjahr 2005

Unser Ziel ist es, dem sich deutlich abzeichnenden Aufschwung für Ottakringer weiter neue Kraft und Dynamik zu verleihen. Schaffen wollen wir das durch Top-Qualität, flexibles und individuelles Kundenservice sowie innovative und effiziente Marketing- und Kommunikationsarbeit.

Zudem wird die Ottakringer Brauerei 2005 ihre Innovationsführerschaft ein weiteres Mal unter Beweis stellen. Nach der Top-Innovation des Jahres 2004 mit dem neuen Gastronomie-Szene-Bier „Unten ohne“ wird 2005 eine Innovation für den gesamten Getränkemarkt folgen: Der „Ottakringer Frischeverschluss mit Blopp“. Dieser Verschluss wird die Ottakringer Biere noch frischer halten als herkömmliche Biere. Zudem hat die Erfindung einen positiven akustischen Nebeneffekt: Beim Öffnen der Flasche ist ein freches „Blopp“ zu hören. Ottakringer wird alle Mehrwegflaschen mit diesem neuen Frischeverschluss ausstatten. Wir erwarten uns infolge dieser Innovation einen weiteren Image-Schub und Rückenwind auf unserem Weg zu noch mehr Beliebtheit und höherem Ertrag.

Der Geschäftsverlauf in den ersten drei Monaten des Jahres war durchaus zufriedenstellend. Sämtliche Planzahlen konnten erreicht werden. Daher und dank der mittlerweile gut gestrafften Unternehmensstruktur sowie aufgrund des konsequenten Einsatzes des gesamten Ottakringer Teams sind wir zuversichtlich, im Gesamtjahr 2005 ein noch besseres Ergebnis erzielen zu können als im Jahr davor. Wir werden hart und mit viel Freude daran arbeiten.

Der Vorstand



Mag. Siegfried Menz



Christiane Wenckheim

Wien, im April 2005