

LAGEBERICHT ZUM GESCHÄFTSJAHR 2002

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

Der Bier-Inlandsausstoß (inkl. AF-Bier) erhöhte sich im Jahr 2002 um 117.000 auf 8.403.000 Hektoliter. Die Exporte waren um 9,0 Prozent rückläufig. Basierend auf Inlandsabsatz und einer Schätzung der Importe ergibt sich ein Pro-Kopf-Verbrauch von Bier in der Höhe von 109,3 Litern. Der Pro-Kopf-Verbrauch stieg damit seit langem wieder an, und zwar um 1,8 Prozent.

Der österreichische Biermarkt

Bei den Gebindearten ist nach wie vor mit einem Plus von 8,7 Prozent ein Trend zur Dose festzustellen. Stärker nachgefragt werden auch 0,33-Liter-Flaschen (plus 3,7 Prozent). Bei den Biersorten dominiert weiterhin der Lager/Märzen-Typ, der einen Zuwachs von 3,6 auf 55,3 Prozent verzeichnete. Rückläufiger Konsum ist bei Spezialbier, Pilsbier, Leichtbier und alkoholfreiem Bier festzustellen.

Die Ottakringer Brauerei AG schaffte beim Betriebsergebnis (EBIT) die Wende. War in den vergangenen Jahren das positive Finanzergebnis für den wirtschaftlichen Erfolg der Brauerei ausschlaggebend, kann nun nach Jahren erstmals beim Betriebsergebnis mit 101.000 Euro ein Überschuss ausgewiesen werden. 2001 war noch ein Minus von 0,36 Millionen Euro zu verbuchen.

Umsatz- und Ertragslage, Geschäftsentwicklung

Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EGT) wurde von 0,55 auf 1,14 Millionen Euro gesteigert.

Erwirtschaftet wurden die deutlich besseren Ergebnisse trotz eines leicht rückläufigen Umsatzes von 68,59 gegenüber 69,88 Millionen Euro im Jahr davor. Zurückzuführen ist die Reduktion nicht zuletzt auf die konzerninterne Umschich-

tung bei alkoholfreien Getränken im Getränkegroßfachhandel von der Ottakringer Brauerei zur Vöslauer Mineralwasser AG sowie auf reduzierte Exporte. Im Inland wurde beim Bier ein Plus von 0,1 Prozent auf mehr als 519.000 Hektoliter geschafft.

Während der Cashflow nach 6,51 nunmehr 6,29 Millionen Euro beträgt, blieb die Eigenkapitalquote mit mehr als 60 Prozent sehr hoch. Das hat angesichts Basel II entsprechend positive Auswirkungen auf die Bonität und die Finanzierung der Ottakringer Brauerei.

Die Umsätze des Ottakringer-Konzerns lagen bei 80,86 nach 82,13 Millionen Euro im vergleichbaren Vorjahreszeitraum.

Sicherte 2001 noch ein Liegenschaftsverkauf in der Höhe von 5,54 Millionen Euro das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit des Ottakringer Konzerns (5,37 Millionen Euro), konnte 2002 auch ohne vergleichbare Erträge aus der Verwertung von Anlagevermögen ein positives EGT erwirtschaftet werden.

Marketing

Die Konzentration von Ottakringer auf die Kernwerte „gelb“ und „Erfrischung“ wurde bei den Werbeauftritten (neue TV- und Radio-Spots sowie Plakat und Print) konsequent umgesetzt.

Überdies wurde mit den beiden neuen Gläser-Typen der Imagewandel von Ottakringer Richtung junge Stadtbrauerei deutlich zum Ausdruck gebracht. Beide Gläser sind nicht nur absolute Innovationen am Markt, sondern bringen optisch auf den Punkt, wofür die Ottakringer heute steht: Für Aufgeschlossenheit und jugendliche Frische – ohne dadurch seine historischen Wurzeln zu verleugnen.

Diese Einstellung führte mit dazu, dass die Brauerei als auch die Marke Ottakringer aus dem Gesellschaftsleben Wiens nicht mehr wegzudenken ist: Weder vom Unterhaltungs- und Kultur-Event am sommerlichen Wiener Rathausplatz, noch vom Wiener Stadtfest, der trendigen Summer Stage oder dem größten Sommer-Ereignis Österreichs, dem Donauinselfest.

Neben eigenen Events wie dem City-Rafting am Wiener Donaukanal, dem Kulturfestival „Soho in Ottakring“ sowie der in der Brauerei stattfindenden „art position“, Österreichs größter Ausstellung junger zeitgenössischer Kunst, finden Genießer Ottakringer in den angesagtesten Bars, Restaurants, Wirtshäusern und Clubs Österreichs.

Kurzum: Wo sich etwas tut, wo etwas los ist, wo Menschen einander treffen, um das Leben zu genießen, da ist auch Ottakringer. Bloß so.

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

- Ottakringer Getränkevertriebsgesellschaft mbH
- r+c Getränkehandel Gesellschaft mbH
- Ottakringer International Ltd. (La Valletta/Malta)
- Ottakringer Liegenschaftsentwicklung Feßtgasse GmbH
- Innstadt-Brauerei AG (Passau/Deutschland)

Der Ottakringer Konzern

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

Die r+c Getränkehandel Gesellschaft mbH mit zwei Fachabholmärkten in Wien ist auf den Getränkeverkauf an Endverbraucher spezialisiert.

Die Ottakringer International Ltd. ist im Konzern für die internationalen Lizenzvergaben und Handelsgeschäfte zuständig.

Die deutsche Innstadt-Brauerei AG hält ihrerseits Beteiligungen an der Innstadt Brauerei Bierspezialitäten GmbH, Passau, und der Glückauf Brauerei GmbH, Gersdorf.

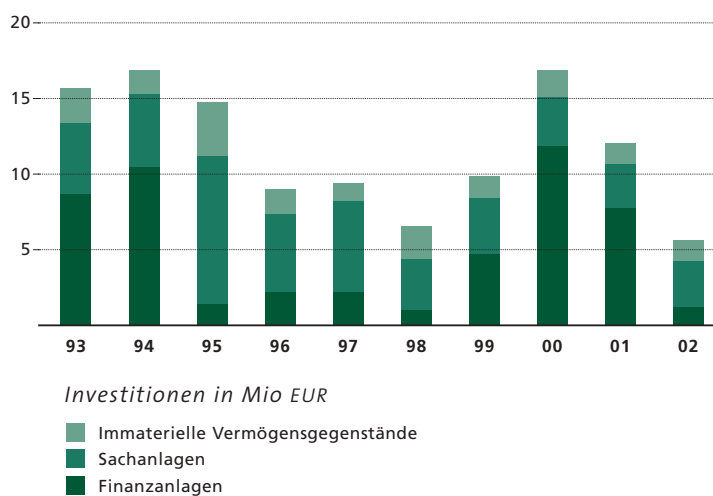
Die Sanierung der ehemals angeschlagenen Innstadt-Brauerei AG ist in vollem Gang. 2002 wurde das EGT um 0,37 Millionen Euro verbessert, liegt aber nach wie vor im negativen Bereich. Für 2003 darf mit einer noch deutlicheren Verbesserung gerechnet werden.

Investitionen

Die Gesamtinvestitionen des Ottakringer Konzerns reduzierten sich im Vergleich zur Vorjahresperiode um 7,30 auf 7,56 Millionen Euro. Die Investitionen der Ottakringer Brauerei AG betragen nach 12,10 Millionen Euro 2001 im abgelaufenen Geschäftsjahr 5,58 Millionen Euro. Dies ist darauf zurückzuführen, dass im Jahr 2002 keine Umschichtungen im Finanzportfolio vorgenommen wurden. Der Großteil der Investitionen diente der Stärkung der Marke Ottakringer am Markt.

Mitarbeiter

Der Personalstand des Ottakringer Konzerns stieg 2002 leicht von 329 auf 331 Kollegen und Kolleginnen. In der Ottakringer Brauerei AG sank der Personalstand von 109 auf 105 Mitarbeiter.



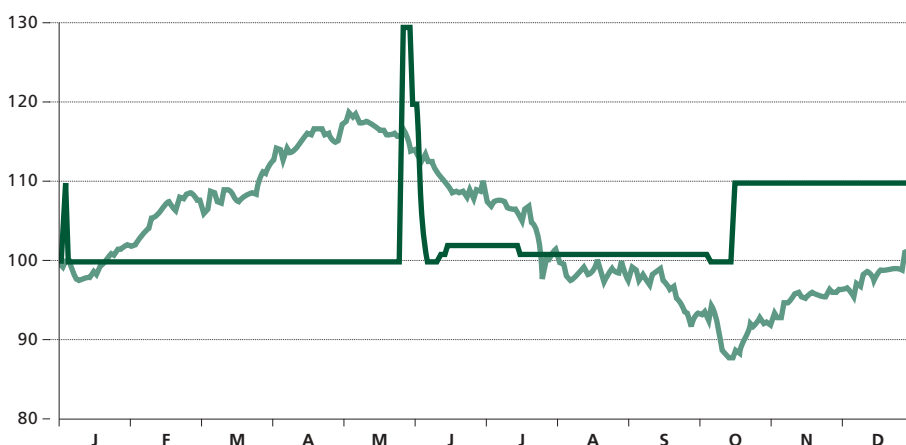
Grundsätzlich erachtet es die Ottakringer Brauerei als sinnvoll, wie bisher einen kalkulierbaren und soliden Weg der stetigen Ergebnisverbesserung zu wählen. Schwerpunkt der Anstrengungen wird es sein, die Marke Ottakringer weiter zu stärken.

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2003

Bei der Markenpolitik werden wir uns wie bisher konsequent auf das Flaggschiff der Brauerei, das Ottakringer Helle, konzentrieren, das im Imageprofil zusehens an Schärfe gewinnt. Im Spezialbier-Segment wird die Marke Goldfassl weiterhin ihren fixen Platz haben.


Der Schwerpunkt der Brauerei bleibt unser Kerngebiet, bestehend aus Wien, Niederösterreich und dem Burgenland. Hier wird verstärkt daran gearbeitet, weitere Marktanteile dazuzugewinnen. Daneben soll die im Vorjahr gut in Schwung gekommene Aufholjagd im Westen und Süden Österreichs vorangetrieben werden.

Parallel dazu ist im Rahmen des Ottakringer Konzerns eine konsequente Straffung der Strukturen geplant, was zu Kosteneinsparungen führen wird.



Entwicklung von Ottakringer Stammaktie und ATX (indiziert)
2. Jänner bis 30. Dezember 2002

— Ottakringer Stammaktie — ATX



Anstatt auf kurzfristige Erfolgs-Highlights, die mit großen Risiken verbunden sind, setzt die Brauerei auf sichere Alternativen, die deshalb nicht weniger innovativ sind. Bestes Beispiel dafür ist wohl die bereits in Bau befindliche „Gartensiedlung Ottakring“. Aufgrund des Verkaufs von Wohnungen ist in den kommenden zwei Jahren mit zusätzlichen Erträgen zu rechnen, die sich mit rund 6 Millionen Euro positiv auf das Ergebnis auswirken und die Eigenkapitalstruktur stärken werden.

Die Ottakringer Brauerei wird sich 2003 in einem harten Umfeld zu behaupten haben: Wirtschaftspolitisch sind die Rahmenbedingungen schwierig (Energieabgabe, Lkw-Maut, Biersteuer, flau Konjunktur und verschobene Steuerreform). Dazu kommt ein äußerst preisaggressiver Wettbewerb. Und dennoch: Die Ottakringer Brauerei setzt sich trotz allem das ambitionierte Ziel, 2003 abermals ein besseres Ergebnis zu erwirtschaften als im abgelaufenen Geschäftsjahr. Wir werden hart und mit viel Freude daran arbeiten.

Der Vorstand



Mag. Siegfried Menz



Christiane Wenckheim

Wien, im März 2003