

## **Sehr geehrte Aktionäre!**

Mit diesem Aktionärsbrief informieren wir Sie über etwas, das uns am Herzen liegt und wofür wir uns gerne mit Hirn, Leib und ganzer Seele einsetzen: die Ottakringer Brauerei. Im Folgenden: Die Entwicklung im ersten Quartal 2002.

### **Ottakringer-Qualität in aller Munde**

Wie Sie wissen, arbeiten sämtliche professionelle Ottakringer-Fans, also die Mitarbeiter der Ottakringer Brauerei, jeden Tag aufs neue hart daran, die Marke Ottakringer bekannter und beliebter zu machen und die Top-Qualität all unserer Produkte zu sichern. Dank dieser Anstrengungen konnten wir in jüngster Zeit eine Reihe von Erfolgen einfahren, auf die auch Sie, geschätzte Aktionäre, als Miteigentümer stolz sein können:

- Ottakringer ist Wiens bekannteste Marke. Das ergibt eine vom Handelsmagazin Cash in Auftrag gegebene Umfrage des Marktforschungsinstituts ACNielsen (Cash, November 2001). Elf Prozent der befragten Wiener nennen Ottakringer spontan, wenn sie nach Marken bzw. Produkten aus Wien gefragt werden. 1999 waren es erst neun Prozent. Hinter Ottakringer (11 %) rangieren Manner (7 %) und Anker (6 %), Inzersdorfer (3 %) und Mautner Markhof (2 %).
- Ottakringer ist Österreichs bestes Bier: Die Jury der Tageszeitung „Der Standard“ kürte bei einer Blindverkostung das Ottakringer Helle zum besten Märzen-Bier Österreichs. (Der Standard, 20. April, Album, Seite 12). Damit bestätigen sich vergangene Erfolge. Denn schon im Vorjahr ging das Ottakringer Helle beim Qualitäts- und Geschmackstest des Magazins „Konsument“ unter 30 teilnehmenden Märzenbieren (von 26 Brauereien) als Sieger hervor (Konsument 7/2001).
- Zudem ist das von Ottakringer gebraute Null Komma Josef Österreichs bestes alkoholfreies Bier. Das ergab eine Blindverkostung des ÖAMTC-Magazins Auto-Touring.

### **Die Entwicklung des österreichischen Biermarktes**

Der Inlands-Bierausstoß der österreichischen Brauereien (inklusive alkoholfreiem Bier) ist weiterhin rückläufig. Im ersten Quartal 2002 sank der Ausstoß um 0,5 Prozent auf 1.867.681 Hektoliter.

## **Die Entwicklung der Ottakringer Brauerei im ersten Quartal 2002**

Der Inlands Absatz der Ottakringer Brauerei sank im ersten Quartal 2002 um 4,9 Prozent auf 104.000 Hektoliter. Zurückzuführen ist das vor allem auf die Preis-Politik mancher Mitbewerber, die sich scheinbar gezwungen sehen, durch Tiefstpreise kurzfristig ihren Ausstoß zu retten. Positiv entwickelt sich das Flaggschiff der Brauerei, das Ottakringer Helle, das in den ersten drei Monaten dieses Jahres deutliche Zuwächse verzeichnen konnte. Positiv auch die Entwicklung in der Gastronomie: Während sich der Wiener Markt de facto stabil zeigt, konnten in den übrigen Bundesländern, besonders in Niederösterreich, beachtliche Zuwächse verzeichnet werden. Absichtlich Hektoliter reduziert wurden im Export. Hier wurde eine Aussiebung von risikoreichen Absatzposten mit teils schlechten Deckungsbeiträgen vorgenommen, wodurch sich ein Minus von 61,9 Prozent auf 4.400 Hektoliter ergab. Mit 35.700 Hektoliter konstant blieb der Inlands-Verkauf von alkoholfreien Getränken.

## **Umsatz- und Ertragslage der Brauerei im ersten Quartal 2002**

Der Cashflow der Ottakringer Brauerei reduzierte sich von 1,32 auf 0,85 Millionen Euro. Der Umsatz lag in den ersten drei Monaten des Jahres bei 14,23 Millionen Euro nach 15,20 Millionen in der Vorjahresperiode. Dies ist vor allem auf die von Mitbewerbern begonnenen Niedrigstpreispolitik im Handel zurückzuführen, der sich die Ottakringer Brauerei nicht anschließen will. Das führt zwar zu kurzfristigen Rückgängen, erspart der Marke Ottakringer im Gegensatz zu anderen Marken aber Prestige- sowie Imageverlust und verschont die Brauerei mittel- und langfristig vor tiefen Wunden in der Ertragslage.

Während die Sachinvestitionen de facto stabil blieben, wurden im Vergleich zur Vorjahresperiode deutlich geringere Umschichtungen im Finanzportfolio durchgeführt, wodurch sich bei den Gesamtinvestitionen der Ottakringer Brauerei eine Reduktion von 7,68 auf 1,54 Millionen Euro ergab. Der durchschnittliche Personalstand der Ottakringer Brauerei reduzierte sich im Vergleich zu den ersten drei Monaten des Vorjahres von 109 auf 107 Mitarbeiter.

## **Entwicklung der Innstadt-Brauerei im ersten Quartal 2002**

Bei der deutschen Innstadt-Brauerei konnten sämtliche angepeilten Etappenziele entlang des Konsolidierungspfades abermals eingehalten werden: Der Umsatz der Innstadt Brauerei (Bier und alkoholfreie Getränke) lag im ersten Quartal 2002 leicht über jenem des Vorjahres,

und auch das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EGT) verbesserte sich.

## **Der Ottakringer Konzern im Überblick**

Der Ottakringer Konzern-Umsatz lag in den ersten drei Monaten des laufenden Jahres mit 17,09 Millionen Euro um 5,5 Prozent unter dem Vorjahreswert. Der Cashflow reduzierte sich von 1,24 auf 1,03 Millionen Euro und das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EGT) veränderte sich von –0,4 auf –0,7 Millionen Euro.

Die Investitionen reduzierten sich aufgrund deutlich geringerer Umschichtungen im Finanzportfolio von 7,91 Millionen Euro in der Vorjahresperiode auf 2,14 Millionen in diesem Jahr. Der Personalstand erhöhte sich von 322 auf 330 Mitarbeiter. Das liegt vor allem an einer Umschichtung im Rahmen des Ottakringer Konzern-Mehrheitseigentümers Getränkeindustrie Holding AG.

## **Ausblick auf das Geschäftsjahr 2002**

Grundsätzlich erachtet es die Ottakringer Brauerei als sinnvoll, wie bisher einen kalkulierbaren, soliden Weg der stetigen Ergebnisverbesserung zu wählen. Anstatt auf kurzfristige Erfolgshighlights, die mit großen Risiken verbunden sind, setzt die Brauerei auf sichere Projekte, die deshalb nicht weniger innovativ sind. Beispiele dafür sind etwa die „Gartensiedlung Ottakring“, die diesen Sommer zu bauen begonnen wird und das im Planungsstadium befindliche Immobilienprojekt „Brauereiviertel Ottakring“.

Neben derartigen Initiativen ist es das Ziel der Brauerei, ihre Hauptmarke Ottakringer noch beliebter und begehrter zu machen. Dabei konzentriert sich die Unternehmensführung auf das Kerngebiet Wien, Niederösterreich und Burgenland, verliert daneben aber nicht die Forcierung der Österreichweiten Marktaktivitäten aus dem Auge. So läuft etwa seit April österreichweit die neue TV-Werbestaffel.

Im zentralen Bereich Logistik und Distribution sind weitere Effizienzsteigerungen geplant. Ziel muss es sein, unsere Qualitätsprodukte mit höchster Effizienz rasch und frisch zum Kunden zu bringen.

Alles in allem sind wir aufgrund der in allen Unternehmensbereichen geplanten Maßnahmen zuversichtlich, das Geschäftsjahr 2002 trotz des schwierigen Umfeldes plangemäß abschließen zu können.

## **Ottakringer Brauerei AG - Finanzkalender 2002**

- 28. Juni: Hauptversammlung (15 Uhr)
- 19. August: Veröffentlichung Aktionärsbrief für das 2. Quartal
- 18. November: Veröffentlichung Aktionärsbrief für das 3. Quartal

## Ottakringer Brauerei AG auf einen Blick

	1-3/2001	1-3/2002*
Umsatz (in Mio. €)	15,20	14,23
Cashflow (in Mio. €)	1,32	0,85
Investitionen (in Mio. €)	7,68	1,54
Mitarbeiter (**)	109	107

## Ottakringer Konzern auf einen Blick

	1-3/2001	1-3/2002
Umsatz (in Mio. €)	18,09	17,09
Cashflow (in Mio. €)	1,24	1,03
Investitionen (in Mio. €)	7,91	2,14
EGT (in Mio. €)	-0,40	-0,70
Mitarbeiter (**)	322	330

(\*) vorläufige Zahlen

(\*\*) Durchschnitt der Monate 1-3

Der Vorstand

Mag. Siegfried Menz

Christiane Wenckheim

Wien, im April 2002

Ottakringer Brauerei AG  
Ottakringer Straße 91, 1160 Wien  
Tel: +43/1/49100-2215 – Fax: +43/1/49100-2613  
mailto: [thomas.sautner@ottakringer.at](mailto:thomas.sautner@ottakringer.at) - Internet: [www.ottakringer.at](http://www.ottakringer.at)