

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: die Ottakringer Brauerei. Im Folgenden: Die Entwicklung im ersten Halbjahr 2002.

Junge Frische – gelebt und spürbar gemacht

Ottakringer erfrischt. Physisch, gedanklich und sinnlich. Im ersten Halbjahr 2002 wurde dieses bierige Phänomen so deutlich wie schon lange nicht unter Beweis gestellt. Mit einer Reihe von Projekten erregte die Marke Ottakringer und die Ottakringer Brauerei Aufsehen:

- So strömten mehr als 6000 Menschen in die Brauerei, um die größte Ausstellung junger österreichischer Kunst, die „art position 2002“, zu sehen und beim Eröffnungs- sowie beim Abschlussfest des Kunstfestivals „SOHO in Ottakring“ dabei zu sein. Für zwei Wochen wurde die Brauerei zum Tempel für junge Kunst.
- Erstmals fand auch das „Ottakringer City-Rafting“ statt. Am Donaukanal tummelten sich Tausende, um den Fun- und Frische-Event des Jahres mitzuerleben. In Dutzenden ottakringer-gelben Schlauchbooten fuhren Prominente und andere Biergenießer um die Wette.
- Optisch und inhaltlich erfrischend auch die völlig neue Ottakringer Homepage (www.ottakringer.at), die nun die Kraft und die Frische der Marke widerspiegelt.
- Auch das neue, sommerlich freche Ottakringer Plakat mit dem Slogan „Warum erfrischt mich das Ottakringer bloß so?“, wird dazu beitragen, dass sich künftig noch mehr Genießer ein frisches Ottakringer zur Brust nehmen.
- Und schließlich präsentierte die Brauerei für die Gastronomie zwei neue Biergläser, die dank ihrer zeitlos schönen und glasklaren Formgebung das Selbstverständnis der Brauerei widerspiegeln.

Die Entwicklung des österreichischen Biermarktes

Der Inlands-Ausstoß der österreichischen Brauereien (exklusive alkoholfreiem Bier) stieg im ersten Halbjahr 2002 um 1,5 Prozent.

Die Entwicklung der Ottakringer Brauerei im ersten Halbjahr 2002

Der Inlands-Absatz von Bier erhöhte sich im ersten Halbjahr 2002 um 1,2 Prozent auf 260.000 Hl. Und das trotz der anhaltend aggressiven Preispolitik der Konkurrenz, die von der Ottakringer Brauerei nicht mitvollzogen wird. Dass sich das Standhalten lohnt, zeichnet sich darüber hinaus bei den sich verbessernden Hektolitererträgen ab. Weiterhin eliminiert wurden Exporte mit schlechten Deckungsbeiträgen, wodurch sich gegenüber der Vorjahresperiode eine Halbierung auf rund 14.000 Hl ergibt. Daraus folgt eine Reduktion des gesamten Bier-Ausstoßes um 5 Prozent auf 274.000 Hl.

Umsatz- und Ertragslage der Brauerei im ersten Halbjahr 2002

Der Cashflow der Ottakringer Brauerei AG reduzierte sich von 3,04 auf 2,29 Millionen Euro. Der Umsatz lag in den ersten sechs Monaten des Jahres bei 34,18 nach 35,12 in der Vorjahresperiode. Während die Sachinvestitionen de facto stabil blieben, wurden im Vergleich zum ersten Halbjahr des Vorjahres geringere Umschichtungen im Finanzportfolio durchgeführt, wodurch sich bei den Gesamtinvestitionen der Brauerei eine Reduktion von 8,81 auf 3,18 ergibt. Der durchschnittliche Personalstand reduzierte sich leicht von 109 auf 107 Mitarbeiter.

Entwicklung der Innstadt Brauerei im ersten Halbjahr 2002

Bei der deutschen Innstadt-Brauerei konnten weiterhin sämtliche angepeilten Etappenziele entlang des Konsolidierungspfades eingehalten werden. Der Bier-Absatz und der Umsatz lagen im ersten Halbjahr 2002 über den jeweiligen Kennziffern der Vorjahresperiode.

Der Ottakringer Konzern im Überblick

Der Ottakringer Konzern-Umsatz lag in den ersten sechs Monaten des laufenden Jahres mit 40,84 Millionen Euro um 2,1 Prozent unter dem Vorjahreswert. Der Cashflow reduzierte sich von 3,09 auf 2,40 Millionen Euro und das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EGT) veränderte sich von – 0,24 auf – 0,55 Millionen Euro.

Die Investitionen reduzierten sich aufgrund deutlich geringerer Umschichtungen im Finanzportfolio von 9,34 auf 4,01 Millionen Euro. Der Personalstand erhöhte sich von durchschnittlich 323 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. Ein Beispiel dafür ist etwa die „Gartensiedlung Ottakring“, die diesen Sommer zu bauen begonnen wird.

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 (in dieser Region wurde ein neues Plakat affiziert), 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 und der Marktsituation in jüngster Zeit zuversichtlich, das Geschäftsjahr 2002 trotz des schwierigen Umfeldes plangemäß abschließen zu können.

Ottakringer Brauerei AG – Finanzkalender 2002

18. November: Veröffentlichung Aktionärsbrief für das 3. Quartal

Ottakringer Brauerei AG auf einen Blick

	1-6/2001	1-6/2002
Umsatz (in Mio. €)	35,12	34,18
Cashflow (in Mio. €)	3,04	2,29
Investitionen (in Mio. €)	8,81	3,18
Mitarbeiter	109	107

Ottakringer Konzern auf einen Blick

	1-6/2001	1-6/2002
Umsatz (in Mio. €)	41,72	40,84
Cashflow (in Mio. €)	3,09	2,40
Investitionen (in Mio. €)	9,34	4,01
EGT	-0,24	-0,55
Mitarbeiter	323	330