

Aktionärsbrief 2/2003



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 im ersten Halbjahr 2003.

DIE ENTWICKLUNG DES ÖSTERREICHISCHEN BIEMARKTES

Der Inlands-Ausstoß der österreichischen Brauereien (inklusive alkoholfreiem Bier) stieg im ersten Halbjahr um 0,8 Prozent auf 4.131.000 Hektoliter. Bei der Sortenentwicklung zeigt sich eine Tendenz zugunsten von Schankbier, Radler sowie Weizenbier und zuungunsten von Pils, Bockbier und Leichtbier.

GUTE ENTWICKLUNG DER OTTAKRINGER BRAUEREI

Die Ottakringer Brauerei legte beim Inlands-Bierverkauf im ersten Halbjahr um 3,3 Prozent zu – und damit deutlich stärker als der Durchschnitt der Branche (0,8 Prozent). Auch bei den alkoholfreien Getränken wurde im Inland ein starkes Plus geschafft (7,0 Prozent). Im Export stieg der Bier-Absatz von 14.256 auf 22.969 Hektoliter, was auf eine starke Steigerung in Ungarn zurückzuführen ist.

ERFREULICHE UMSATZ- UND ERTRAGSLAGE DER OTTAKRINGER BRAUEREI

Der Umsatz lag im ersten Halbjahr bei 35,03 Millionen Euro. Das entspricht einer Steigerung um 2,5 Prozent. Der Cashflow aus dem Ergebnis stieg von 2,29 auf 3,04 Millionen Euro. Die Investitionen wurden um 2,8 Prozent auf 3,09 Millionen Euro reduziert.

WEITERE NEUIGKEITEN AUS DER OTTAKRINGER BRAUEREI

- Der Bau der „Gartensiedlung Ottakring“ schreitet zügig voran. Die Fertigstellung der begrünten und lichtdurchfluteten Siedlung ist mit Ende 2004 terminisiert. Aufgrund des im Herbst beginnenden Verkaufs von Wohnungen ist für die kommenden zwei Jahre mit zusätzlichen Erträgen zu rechnen, die sich nach derzeitigem Stand der Dinge mit rund sechs Millionen Euro positiv auf das Ergebnis auswirken und die Eigenkapitalstruktur weiter stärken werden.
- Ende Mai/Anfang Juni ging zum zweiten Mal die „art position“ in den historischen Räumlichkeiten der Ottakringer Brauerei über die Bühne. Tausende Kunstbegeisterte stürmten die mit etwa 70 ausstellenden Künstlern, 250 Werken und mehr als 1000m² Ausstellungsfläche größte österreichische Schau junger, zeitgenössischer Kunst.
- Dank einer aufsehen erregenden Werbekampagne für Null Komma Josef war das alkoholfreie Bier von Ottakringer in aller Munde. Stadtgespräch waren etwa die an prominenten Verkehrsknotenpunkten platzierten Fahrrad- und Autowracks mit der Aufschrift „Das nächste Mal Null Komma Josef“. Überdies wurden zwei neue Plakat-Sujets plakatiert. Sie zeigen die jungen erwachsenen Gewinner der Fotoaktion „Ottakringer Shootingstar“.
- Sehr gute Marktreaktionen konnten zudem nach der jüngsten Einführung der frischen, gelben Bierkiste registriert werden, die zum steigenden Bierverkauf beiträgt.

OTTAKRINGER BRAUEREI AG AUF EINEN BLICK

	1-6/2002	1-6/2003 (*)
Umsatz (in Mio. €)	34,18	35,03
Cash-Flow (in Mio. €)	2,29	3,04
Investitionen (in Mio. €)	3,18	3,09
Mitarbeiter (**)	107	100

OTTAKRINGER KONZERN AUF EINEN BLICK

	1-6/2002	1-6/2003 (*)
Umsatz (in Mio. €)	40,84	41,53
Cash-Flow (in Mio. €)	2,40	3,82
Investitionen (in Mio. €)	4,01	3,58
EGT (in Mio. €)	-0,55	0,43
Mitarbeiter (**)	330	321

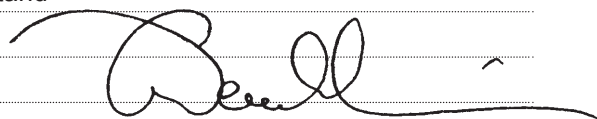
(*) vorläufige Zahlen

(**) Durchschnitt der Monate 1-6

Der Vorstand



Mag. Siegfried Menz



Christiane Wenckheim

Wien, im August 2003

Ottakringer Brauerei AG
Ottakringer Straße 91, 1160 Wien
Tel.: 01/ 49 100-2215 – Fax : 01/ 49 100-2613
mailto: thomas.sautner@ottakringer.at – Internet: www.ottakringer.at