



ZWISCHENMITTEILUNG INNERHALB DES ERSTEN HALBJAHRES 2015

Berentzen-Gruppe: Umsatz- und Ergebnissteigerung

Die Berentzen-Gruppe hat ihre Konzernumsatzerlöse im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2015 gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 5,8 % gesteigert. Der Konzernumsatz exklusive Branntweinsteuer belief sich auf 36,4 (34,4) Mio. Euro. Dazu beigetragen haben das Spirituosengeschäft mit einem leichten Umsatzwachstum und das seit Oktober 2014 konzernzugehörige Segment Frischsaftsysteme. Das Konzernbetriebsergebnis (Konzern-EBIT) konnte gegenüber dem ersten Quartal des Vorjahres auf 1,5 (-1,2) Mio. Euro verbessert werden.

Ertragslage

Absatz- und Umsatzentwicklung

Im Geschäftsbereich Spirituosen setzte die Berentzen-Gruppe bis zum Ende des ersten Quartals 2015 insgesamt 18,1 (17,1) Mio. 0,7-l-Flaschen ab; davon entfielen 15,2 (13,8) Mio. 0,7-l-Flaschen auf den Absatz im Inland, der Auslandsabsatz betrug 2,9 (3,3) Mio. 0,7-l-Flaschen.

Der Absatz von Markenspirituosen verringerte sich gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um insgesamt 2,3 % und belief sich per 31. März 2015 auf 5,7 (5,9) Mio. 0,7-l-Flaschen.

Im Inlandsgeschäft mit Markenspirituosen entwickelten sich die Absätze mit den beiden Kernmarken „Berentzen“ und „Puschkin“ aufgrund saisonaler und aktionsbedingter Verschiebungen gegensätzlich: Die Dachmarke „Berentzen“ registrierte einen Rückgang von 7,2 % gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres, während die Marke „Puschkin“ ein Absatzplus von 22,8 % verzeichnen konnte. Inklusive des sonstigen Markengeschäfts,



bei dem insbesondere die klassischen Spirituosen Absatzgewinne erzielten, verbesserte sich der Gesamtabsatz von Markenspirituosen im Inland um 1,5 %.

Das Absatzniveau des internationalen Spirituosenmarkengeschäfts konnte nicht an die guten Vorjahreserfolge anknüpfen und verringerte sich in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres insgesamt um 14,6 %. Neben anhaltenden strukturellen Schwächen auf den Märkten in Tschechien und den Benelux-Staaten wirkte sich auch der Ukraine- bzw. Krim-Konflikt speziell auf den Märkten in Osteuropa und dem Cross-Border-Geschäft in dieser und den angrenzenden Regionen nachteilig auf die Absatzentwicklung aus. Infolge der gegenläufigen Entwicklung von Auslands- und Inlandsabsatz sank der Anteil des Exports am Gesamtabsatz von Markenspirituosen von 23,7 % auf 20,7 %.

Die Absatzentwicklung im Spirituosengeschäft mit Handels- und Zweitmarken zeigte sich ebenfalls uneinheitlich: Während das Auslandsgeschäft aus ähnlich gelagerten Gründen wie im internationalen Spirituosengeschäft nachgab und einen Absatzrückgang von 11,5 % verzeichnen musste, zog der Absatz im Inland in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2015 um 14,2 % gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres an.

Der Umsatz exklusive Branntweinsteuer der Berentzen-Gruppe im Geschäftsbereich Spirituosen belief sich im ersten Quartal 2015 auf 22,7 (22,5) Mio. Euro. Der Gesamtumsatz von Spirituosen inklusive Branntweinsteuer stieg um rund 10,1 % gegenüber dem Vorjahresquartal.

Im Geschäftsbereich alkoholfreie Getränke verminderte sich das Absatzvolumen in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2015 um 9,8 % auf 0,37 (0,41) Mio. Hektoliter. Dabei konnte der Ausstoß eigener regionaler Mineralwässer sowie Limonaden gegenüber dem ersten Quartal 2014 um 5,0 % bzw. 6,0 % zulegen, während die Absätze im Geschäft mit Lohnfüllungen um 9,4 % rückläufig waren. Anfang Januar 2015 startete in



diesem Segment der Unternehmensgruppe plangemäß das neue Konzessionsgeschäft mit den Markengetränken der Sinalco-Unternehmensgruppe. Aus vertriebsstrukturellen Gründen einerseits, aber nicht zuletzt auch durch Verzögerungen infolge nachfragebedingter Verfügbarkeitsengpässe bei der Belieferung mit sog. POS-(Point-of-Sale-) Technik andererseits blieb das Geschäft mit Konzessionsmarken deutlich stärker als erwartet hinter dem Vorjahresquartal zurück.

Der Umsatz des Geschäftsbereichs Alkoholfreie Getränke lag bei 9,9 (11,9) Mio. Euro.

Das seit Beginn des vierten Quartals 2014 zum Konzern gehörende Segment Frischsaftsysteme verzeichnete im Hinblick auf alle wesentlichen Systemkomponenten in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres insgesamt eine sehr gute Absatzentwicklung. Insbesondere die Absätze von Abfüllgebinden stiegen um 50,9 %, aber auch Orangen und Fruchtpressen konnten mit 16,7 % bzw. 4,5 % jeweils ein Absatzplus erzielen.

Der Umsatz des Geschäftsbereichs Frischsaftsysteme belief sich im ersten Quartal 2015 auf 3,8 (pro forma: 3,1) Mio. Euro.

Vor dem Hintergrund der vorstehend dargestellten – in den drei Geschäftsbereichen Spirituosen, Alkoholfreie Getränke und Frischsaftsysteme unterschiedlichen – Absatz- und Umsatzentwicklung stieg der Konzernumsatz der Berentzen-Gruppe in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2015 um 5,8 %.

Ergebnis

Die Ergebnisentwicklung des Konzerns wurde im operativen Bereich zunächst wesentlich durch die erstmals im Rahmen einer Zwischenmitteilung einzubeziehenden, positiven Ergebnisbeiträge des Segments Frischsaftsysteme beeinflusst.



Bei einer leicht gestiegenen Konzerngesamtleistung verbesserte sich der Konzernrohertrag nicht zuletzt infolge der Entwicklung an den Rohstoffmärkten mit einer entsprechenden Veränderung der Einstandspreise für Rohstoffe; insgesamt verminderte sich die Materialaufwandsquote im Konzern.

Der Betriebsaufwand des Konzerns erhöhte sich absolut gegenüber dem ersten Quartal 2014 in etwa in dem Umfang, in dem er auf das Segment Frischsaftsyste~~m~~e entfiel; insoweit bereinigt zeigte sich der Betriebsaufwand des Konzerns insgesamt leicht rückläufig. Dabei belasteten die budgetierten Kosten für die im internationalen Spirituosenmarkengeschäft tätigen Auslandsgesellschaften des Konzerns zwar grundsätzlich weiterhin das Konzernbetriebsergebnis, allerdings in einem weitaus geringeren Umfang als noch im Vorjahresvergleichszeitraum.

Die Auswirkungen der Absatz- und Umsatzentwicklung verteilten sich entsprechend auf die Ertragslage in den einzelnen Segmenten: Während sich die Segmentergebnisse in den Segmenten Spirituosen und Frischsaftsyste~~m~~e gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres erhöhten, verminderte es sich im Segment Alkoholfreie Getränke.

Insgesamt fiel das Konzernbetriebsergebnis – welches weder das Finanzergebnis noch Ergebnisondereffekte berücksichtigt – im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2015 mit einem Gewinn in Höhe von 1,5 Mio. Euro deutlich besser aus als im gleichen Zeitraum des Vorjahres, in welchem noch ein Verlust in Höhe von 1,2 Mio. Euro entstanden war. Das Konzern-EBITDA verbesserte sich dementsprechend auf 3,4 (0,5) Mio. Euro.

Die Anzahl der zum 31. März 2015 im Konzern beschäftigten Mitarbeiter betrug 483 (471) Personen.



Finanz- und Vermögenslage

Finanzlage

Die Gesamtfinanzierung der Berentzen-Gruppe stellt sich seit Ende des Geschäftsjahres 2014 unverändert wie folgt dar:

Die langfristige Finanzierung der Unternehmensgruppe erfolgt seit Oktober 2012 über eine nicht besicherte Anleihe der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft mit einem Emissionsvolumen von 50,0 Mio. Euro und einer Laufzeit von fünf Jahren, welche im Open Market der Deutsche Börse AG (Freiverkehr der Frankfurter Wertpapierbörse) im Segment Entry Standard für Anleihen notiert ist. Der aus der Begebung der mit nominal 6,50 % p.a. verzinslichen Anleihe zugeflossene Nettoemissionserlös in Höhe von 48,9 Mio. Euro wurde bisher zur Finanzierung der Geschäftstätigkeit von im Ausland tätigen Konzernunternehmen und zum Aufbau marktknapper Rohstoffe und unfertiger Erzeugnisse verwendet. Zu Beginn des vierten Quartals 2014 erfolgte die aus Mitteln der Anleihe finanzierte Akquisition der T M P Technic-Marketing-Products GmbH mit Sitz in Linz, Österreich; der Erwerb dieser Gesellschaft begründete das neue Segment „Fruchtsaftsysteme“ in der Berentzen-Gruppe.

Neben dieser langfristigen Finanzierung bildet die Inanspruchnahme von Factoringlinien einen weiteren Schwerpunkt der Brutto-Außenfinanzierung. Das der Berentzen-Gruppe daraus zur Verfügung stehende Gesamtfinanzierungsvolumen auf der Grundlage von zwei schon bestehenden Factoringvereinbarungen mit einer Laufzeit bis zum 31. März 2018 beläuft sich auf 45,0 (40,0) Mio. Euro. Hinzu kommt eine formal unbegrenzte Factoringlinie im Rahmen von drei weiteren Zentralregulierungs- und Factoringverträgen; in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2014 ergab sich daraus ein durchschnittliches Bruttofinanzierungsvolumen von 7,6 (6,1) Mio. Euro.

Das Finanzierungsvolumen aus Kreditvereinbarungen mit den Betriebsmittelkreditgebern der Berentzen-Gruppe beläuft sich – nachdem zu Beginn des vierten Quartals 2014



eine zu keiner Zeit in Anspruch genommene und nicht weiter benötigte Betriebsmittelkreditlinie in Höhe von 2,5 Mio. Euro seitens der Berentzen-Gruppe mit Wirkung zum 31. Dezember 2014 zurückgegeben wurde – auf insgesamt 2,7 (5,0) Mio. Euro.

Auszahlungen zur Tilgung langfristiger Fremdmittel fielen nicht an, die laufende Abwicklung kurz- und mittelfristiger Finanzierungsinstrumente erfolgte planmäßig. Der Nettomittelabfluss des Konzerns aus Geschäfts-, Investitions- und Finanzierungstätigkeit belief sich im ersten Quartal des Geschäftsjahres auf 2,1 Mio. Euro, nach einem Nettomittelzufluss in Höhe von 3,1 Mio. Euro im Vorjahresvergleichszeitraum.

Vermögenslage

Die mittel- und langfristigen Vermögenswerte sind weiterhin fristenkongruent, d. h. mittel- und langfristig finanziert.

Die Mittelbindung im Working Capital hat sich im Vergleich zum Stichtag des Vorjahres erhöht. Bei im Einzelnen unterschiedlicher Entwicklung der darin einbezogenen Aktiv- und Passivposten war dafür insbesondere eine Verminderung von Verbindlichkeiten ausschlaggebend.

Die Eigenkapitalquote des Konzerns betrug zum 31. März 2015 28,0 % (29,0 %).

Wesentliche Ereignisse im Mitteilungszeitraum

Der Vorstand der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft hat am 29. April 2015 den Beschluss gefasst, die börsennotierten Vorzugsaktien der Gesellschaft in Stammaktien umzuwandeln. Anschließend sollen sämtliche Stammaktien der Gesellschaft zum regulierten Markt (General Standard) der Frankfurter Wertpapierbörse zugelassen werden. Dies soll die komplexe Aktienstruktur der Gesellschaft vereinfachen und zu einer verbesserten Kapitalmarktfähigkeit beitragen.



Die Umsetzung der geplanten Maßnahme hängt noch von der Zustimmung des Aufsichtsrats der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft sowie entsprechender Beschlussfassungen der Stamm- und Vorzugsaktionäre im Rahmen einer außerordentlichen Hauptversammlung und einer gesonderten Versammlung der Vorzugsaktionäre ab.

Weitere berichtspflichtige Ereignisse sind im Mitteilungszeitraum nicht eingetreten.

Ausblick

Rahmenbedingungen

Im April 2015 bestätigte der Internationale Währungsfonds (IWF) seine positiven Prognosen für das Wachstum der Gesamtwirtschaft in der Welt insgesamt, für die Eurozone und Deutschland hob der IWF sie gegenüber der letzten Prognose vom Januar 2015 nochmals an. Noch optimistischer in Bezug auf die Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts in Deutschland zeigte sich das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung e.V. im Rahmen seiner zum gleichen Zeitpunkt herausgegebenen, sog. Gemeinschaftsdiagnose, welches seine diesbezügliche Wachstumsprognose vom Herbst 2014 nahezu verdoppelte. Die sich demzufolge im ersten Quartal 2015 abzeichnende Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen kann die Geschäftsbereiche der Berentzen-Gruppe bis zum Ende des Jahres 2015 grundsätzlich begünstigen, sie wird sich nach eigener Einschätzung aber voraussichtlich nur bedingt spürbar auswirken. In Abhängigkeit von der weiteren Entwicklung könnten sich dagegen die im Verlauf des Jahres 2014 ausgeweiteten, weltweiten politischen Krisen und Konflikte, insbesondere in der Ukraine, aber punktuell auch in Europa, konkret beeinträchtigend bemerkbar machen.

Für den deutschen und auch den – stark fragmentierten – europäischen Spirituosenmarkt in seiner Gesamtheit ist dementsprechend weiterhin allenfalls mit einer stagnierenden Absatzentwicklung und damit kaum mit exogenen Wachstumsimpulsen zu rechnen. Die Absatzentwicklung auf den übrigen internationalen Spirituosenmärkten der Berentzen-Gruppe wird sich – auch mit Blick auf die Märkte in Tschechien und den Benelux-Staaten – ebenfalls weiter uneinheitlich zeigen. Konkret in der Türkei bleiben valide Absatzprognosen



sen angesichts einer Vielzahl unwägbarer Einflussfaktoren wie regulativer Hemmnisse, den aktuellen gesellschafts- und innenpolitischen Rahmenbedingungen sowie grenznaher Konflikte, aber auch den Auswirkungen der Wirtschaftskrise in Russland, schwer. Gleichwohl halten die Marktforscher von Euromonitor ein Absatzwachstum des gesamten türkischen Spirituosenmarktes im laufenden Jahr für möglich, ebenso für den Markt in den USA. Für das nationale und internationale Geschäft mit Handels- und Zweitmarken wird insgesamt eine Stabilisierung annähernd auf dem hohen Niveau der letzten Jahre erwartet.

Im Geschäft mit alkoholfreien Getränken zeigen sich die branchenbezogenen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen je nach Produktkategorie nach wie vor uneinheitlich. Während sich der positive Absatztrend für natürliches Mineralwasser auch im Jahr 2015 voraussichtlich fortsetzen wird, ist dagegen aufgrund einer anhaltenden Steigerung des Ernährungsbewusstseins der Verbraucher bei Erfrischungsgetränken ein weiterer leichter Rückgang wahrscheinlich. Insgesamt wird marktseitig mit einer stabilen Absatzsituation gerechnet, die jedoch nicht zuletzt traditionell von einer für den Konsum von alkoholfreien Getränken günstigen Wetterlage im Frühjahr und insbesondere im Sommer abhängen.

Für das Segment Frischsaftsyste me geht die Berentzen-Gruppe nach interner Einschätzung davon aus, dass der bereits langjährig zu beobachtende Trend zu bewusster und gesunder Ernährung weiter anhalten und sich dementsprechend positiv auf die bereits gezeigte Absatzentwicklung auswirken wird.

Geschäftstätigkeit

Der Fokus der Geschäftstätigkeit der Berentzen-Gruppe insgesamt wird auch im Geschäftsjahr 2015 auf die Erzielung von Wachstum und der Steigerung, zumindest aber der Stabilisierung der Profitabilität durch eine strategische Optimierung und Ausrichtung der einzelnen Geschäftsfelder gerichtet sein.



Ein wesentliches Ziel des Geschäftsbereichs Spirituosen liegt darin, die in den letzten beiden Geschäftsjahren eingeleitete Revitalisierung der Marke „Berentzen“ fortzuführen. Mit weiterhin auf die beiden Dachmarken „Berentzen“ und „Puschkin“ gerichtetem Fokus sind dafür unter anderem die Etablierung der zuletzt eingeführten und der Launch weiterer Markeninnovationen sowie eine weitere Optimierung der Vertriebsstrukturen vorgesehen. Im Mittelpunkt der werblichen Aktivitäten steht eine dem Mediennutzungsverhalten jüngerer Zielgruppen folgende Online- und Social Media-Kommunikation. Die Zielsetzungen im internationalen Geschäft mit Markenspirituosen richten sich vorrangig auf die Konsolidierung bzw. Wiedergewinnung des Wachstumsmomentes in angestammten Auslandsmärkten, vornehmlich in Tschechien und den Benelux-Staaten. Bezüglich des Auslandsgeschäfts auf dem türkischen Markt liegt das Hauptaugenmerk nicht nur auf einer Aufrechterhaltung des bisher gezeigten Absatz- und Umsatzwachstums, sondern auch auf einer Verbesserung des Rohertrages. Dem Spirituosengeschäft mit Handels- und Zweitmarken obliegt es, die eingeschlagene Vertriebsstrategie – entsprechend dem Trend zu Premiumprodukten auf Markenniveau – vor allem mit der Konzeptionierung innovativer Produkte und Aktionen weiter zu verfolgen.

Im Segment Alkoholfreie Getränke wird die weitere Entwicklung der eigenen regionalen Wasser- und Trendmarken, konzentriert auf die Produkte „Mio Mio Mate“ und „Mio Mio Cola“, eine der beiden Hauptaufgaben für dieses Geschäftsjahr sein. Die zweite Hauptaufgabe, die erfolgreiche Gestaltung des zu Beginn des Jahres gestarteten Konzessionsgeschäfts mit den Markengetränken der Sinalco-Unternehmensgruppe und die Integration der daneben erfolgenden Lohnfüllung für diese Produkte, ist vor dem Hintergrund der Entwicklungen des ersten Quartals 2015 noch enger in den Fokus der Aktivitäten genommen worden. Insoweit wird die Herausforderung darin bestehen, die durch die oben genannten Umsetzungshindernisse entstandenen Auswirkungen bis zum Ende des laufenden Geschäftsjahres soweit wie möglich abzufangen.

Für das Segment Frischsaftsysteme kommt neben der in Aussicht genommenen sukzessiven Verdichtung des Heimatmarktes in Österreich und dem Ausbau des Geschäfts auf



dem amerikanischen Markt der Erschließung der Absatzpotenziale in Deutschland im Geschäftsjahr 2015 erhebliche Bedeutung zu. Diesbezüglich erfolgte im April 2015 die Übernahme eines zusätzlichen Vertriebs im deutschen Markt durch die Vertriebsorganisation des Segments Alkoholfreie Getränke. Diese Ziele sollen durch die Einführung zusätzlicher technischer Innovationen bei der Systemkomponente Fruchtpressen unterstützt werden.

Voraussichtliche Entwicklung des Konzerns

Die im Geschäftsbericht für das Geschäftsjahr 2014 getroffenen Prognosen für das Geschäftsjahr 2015 basieren auf einer gegenüber dem Geschäftsjahr 2014 unveränderten Konzernstruktur und berücksichtigen keine prognoserelevanten Sondereffekte.

Dementsprechend von einer organischen Entwicklung des Konzerns ausgehend bestätigt die Berentzen-Gruppe auf der Grundlage der vorstehend dargestellten erwarteten Entwicklung für das Geschäftsjahr 2015 weitgehend ihre im Geschäftsbericht für das Geschäftsjahr 2014 getroffenen Prognosen. Insbesondere in Bezug auf die Ertragslage rechnet die Berentzen-Gruppe für das Geschäftsjahr 2015 für die Geschäftsbereiche Spirituosen weiterhin von einem leicht und für die insbesondere das Auslandsgeschäft mit Markenspirituosen umfassende Übrige Segmente von einem deutlich gesteigerten, positiven Segmentergebnis (Deckungsbeitrag nach Marketingetats). Für den Geschäftsbereich Alkoholfreie Getränke wird nunmehr ein Segmentergebnis etwa auf Vorjahresniveau erwartet. In Bezug auf das erst seit Oktober 2014 konzernzugehörige Segment Frischsaftsyste-me geht die Berentzen-Gruppe nicht nur aufgrund der erstmals ganzjährig der Unternehmensgruppe zuzurechnenden Erfolgsbeiträge von einem signifikant über dem Niveau des Geschäftsjahres 2014 liegenden, positiven Segmentergebnis aus. Hinsichtlich des Konzernbetriebsergebnisses verbleibt die Unternehmensgruppe ebenfalls bei ihrer Erwartung einer deutlichen Verbesserung.

Insgesamt hat die Berentzen-Gruppe keine neuen Erkenntnisse darüber, dass sich die im Geschäftsbericht 2014 für das Geschäftsjahr 2015 abgegebenen wesentlichen Prognosen und sonstigen Aussagen zur voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns wesentlich ver-



ändert haben. Zusammenfassend wird somit weiterhin eine spürbar positive Entwicklung der Ertragslage sowie eine nahezu unverändert gute bzw. solide Finanz- und Vermögenslage der Unternehmensgruppe im Geschäftsjahr 2015 erwartet.

Die tatsächliche Geschäftsentwicklung ist vom gesamtwirtschaftlichen und branchenbezogenen Umfeld abhängig und kann durch weitergehende nachteilige Veränderungen von den dargestellten Rahmenbedingungen negativ beeinflusst werden. Sowohl positive als auch negative Abweichungen von der Prognose können außerdem nicht nur aus den im Geschäftsbericht für das Geschäftsjahr 2014 enthaltenen und dort im Risiko- und Chancenbericht beschriebenen, sondern auch aus zum Zeitpunkt der Aufstellung dieser Zwischenmitteilung nicht erkennbaren Risiken und Chancen resultieren.

Haselünne, den 6. Mai 2015

Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft

Der Vorstand