



ZWISCHENMITTEILUNG INNERHALB DES ZWEITEN HALBJAHRES 2013

Positives Konzern-Betriebsergebnis und Marktanteilsgewinne bei Markenspirituosen im Inland

Die Nachfrage nach Spirituosenprodukten des Konzerns stieg in den ersten drei Quartalen des Geschäftsjahres 2013 um über 9 % Prozent an. Bei den Markenspirituosen konnte die Berentzen-Gruppe im Inland teilweise deutliche Marktanteilsgewinne erzielen. Der Absatz von alkoholfreien Getränken verbesserte sich um 2 %. Hohe Rohstoffkosten belasten weiterhin die Rohertragsentwicklung der Berentzen-Gruppe, das Konzern-Betriebsergebnis bleibt aber positiv. Der Gesamtumsatz von Spirituosen exklusive Branntweinsteuer erhöhte sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 3,6 Mio. Euro auf 72,5 (68,9) Mio. Euro.

Absatz- und Umsatzentwicklung

Im Geschäftsbereich Spirituosen setzte die Berentzen-Gruppe bis zum Ende des dritten Quartals 2013 insgesamt 56,3 (51,6) Mio. 0,7-l-Flaschen ab; davon entfielen 45,7 (42,1) Mio. 0,7-l-Flaschen auf den Absatz im Inland, der Auslandsabsatz betrug 10,6 (9,5) Mio. 0,7-l-Flaschen.

Der Umfang des Geschäfts mit Markenspirituosen verringerte sich gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 3,3 % und belief sich per 30. September 2013 auf 19,1 (19,8) Mio. 0,7-l-Flaschen. Im Inland konnten Vodka bzw. Vodkamix-Varianten der Marke „Puschkin“ gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 5,1 % zulegen, der Inlandsabsatz von Spirituosen der Dachmarke Berentzen hielt das Niveau der Vorjahresmenge. Jeweils gegen den Markttrend steigerte die Marke Berentzen damit ihren Marktanteil bei Fruchtspirituosen auf 11,3 % (10,1 %) und Vodka auf 3,3 % (3,2 %). Rückläufig zeigten sich die klassischen Spirituosen mit einem um 5,1 % schwächeren Absatz gegenüber dem Vergleichswert des Vorjahres.

Bei einer insgesamt rezessiven Marktentwicklung in dieser Produktkategorie konnte die Berentzen-Gruppe mit den für sie bedeutsamen Marken aber auch hier Marktanteile hinzugewinnen.

Der Handels- und Zweitmarkenbereich der Berentzen-Gruppe registrierte vor allem dank eines spürbar gewachsenen Auslandsgeschäfts, aber auch wegen neuer Produkt- und Marketingkonzepte im Inland sichtbare Absatzzuwächse von 16,8 % gegenüber den ersten neun Monaten des Jahres 2012.

Das Absatzniveau des internationalen Spirituosenmarkengeschäfts verringerte sich in den ersten drei Quartalen des Geschäftsjahres 2013 um 5,5 % gegenüber dem letztjährigen Berichtszeitraum. Der Anteil des Exports am Gesamtabsatz von Markenspirituosen lag gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres bei 23,1 (23,6) %. Die neuen, noch jungen Absatzmärkte der Berentzen-Gruppe konnten konjunkturell bedingte Rückgänge in etablierten Märkten, insbesondere in den Niederlanden, in Osteuropa und im Duty Free-Geschäft, noch nicht kompensieren.

Der Umsatz *exklusive* Branntweinsteuer fiel mit 72,5 (68,9) Mio. Euro um 5,2 % höher aus als noch im Vergleichszeitraum des Jahres 2012. Der Gesamtumsatz von Spirituosen *inklusive* Branntweinsteuer verbesserte sich – bedingt durch eine überproportionale Nachfrage nach insbesondere hochprozentigen Spirituosen – gegenüber den ersten neun Monaten des Vorjahres sogar um über 9,0 %.

Das Absatzvolumen im Geschäftsbereich Alkoholfreie Getränke lag in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2013 insgesamt um 2,1 % höher als im gleichen Zeitraum des Vorjahres. Während dabei das Geschäft mit eigenen regionalen Mineralwässern der Konzerngesellschaft Vivaris Getränke GmbH & Co. KG auf annähernd gleichem Absatzniveau verlief, verzeichnete der Ausstoß von Limonaden sowie Lohnfüllungen Zuwächse in Höhe von 2,1 % respektive 7,4 %. Der Absatz von Konzessionsmarken und Wellness-, Sport- und Energydrinks zeigte sich dagegen um 3,1 % bzw. 5,5 % rückläufig.

Der Umsatz des Geschäftsbereichs Alkoholfreie Getränke lag bei 38,1 (37,3) Mio. Euro.

Am 30. September 2013 waren im Konzern 500 (477) Mitarbeiter beschäftigt.

Ergebnis

Die Berentzen-Gruppe konnte in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2013 sowohl bei Absatz als auch Umsatz in den beiden Geschäftsbereichen Spirituosen und Alkoholfreie Getränke Zuwächse erzielen.

Die Ergebnisentwicklung des Konzerns wurde im operativen Bereich durch auf sehr hohem Niveau verharrende Rohstoffpreise sowie anhaltende unvorteilhafte Veränderungen des Produktmixes belastet. Dadurch stieg die Materialaufwandsquote trotz einer gleichfalls erhöhten Gesamtleistung des Konzerns um 3,5 Prozentpunkte. Weiterhin wirkten sich die Kosten für den Aufbau des Vertriebs in den Auslandsmärkten wie China, der Türkei und den USA ergebnismindernd aus.

Wenngleich die Auswirkungen der vorstehenden Entwicklungen sich nicht einheitlich auf die Segmente verteilten, bedeutete dies für die Betriebsergebnisse der Geschäftsbereiche Spirituosen und Alkoholfreie Getränke in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2013 jeweils eine nachteilige Veränderung gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres.

Das Konzernbetriebsergebnis – welches weder das Finanzergebnis noch Sondereffekte berücksichtigt – stellt sich gleichwohl weiterhin positiv dar, blieb aber insgesamt nicht nur hinter den internen Erwartungen, sondern auch dem Vergleichszeitraum des Vorjahres zurück.

Finanz- und Vermögenslage

Die Gesamtfinanzierung der Berentzen-Gruppe stellt sich seit Ende des Geschäftsjahres 2012 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 erst in geringem Umfang zur Finanzierung des Working Capitals von Konzernunternehmen verwendet.

Die Begebung der Anleihe führte gegenüber dem gleichen Mitteilungszeitraum des Vorjahres zu deutlichen Veränderungen insbesondere in der Finanz- und Vermögenslage des Konzerns.

Neben dieser neu etablierten langfristigen Finanzierung bilden die Inanspruchnahme von Factoring- und eingeräumte kurzfristige Betriebsmittelkreditlinien einen weiteren Schwerpunkt der Außenfinanzierung. Das der Berentzen-Gruppe daraus zur Verfügung stehende Gesamtfinanzierungsvolumen beläuft sich auf 45,0 (46,0) Mio. Euro. Hinzu kommt eine formal unbegrenzte Factoringlinie im Rahmen eines weiteren Zentralregulierungs- und Factoringvertrages; in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2013 ergab sich daraus ein durchschnittliches Bruttofinanzierungsvolumen von 7,8 (7,5) Mio. Euro.

Für zwei schon bislang genutzte Factoringvereinbarungen mit einer Linie im Gesamtvolumen von 40,0 Mio. Euro wurde deren Laufzeit im Dezember 2012 vorzeitig bis zum 31. März 2016 prolongiert.

Das Finanzierungsvolumen aus Kreditvereinbarungen mit den Betriebsmittelkreditgebern der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft beläuft sich – nachdem eine zu keiner Zeit in Anspruch genommene und nicht weiter benötigte Betriebsmittelkreditlinie in Höhe von 1,0 Mio. Euro seitens der Berentzen-Gruppe zum Ende des dritten Quartals 2013 zurückgegeben wurde – auf insgesamt 5,0 Mio. Euro; sämtliche der Berentzen-Gruppe auf dieser Grundlage gewährte

Betriebsmittelkreditlinien sind ohne Gestellung von Sicherheiten eingeräumt und haben jeweils eine Laufzeit „bis auf weiteres“ („b.a.w“).

Auszahlungen zur Tilgung langfristiger Fremdmittel fielen nicht an, die laufende Abwicklung kurz- und mittelfristiger Finanzierungsinstrumente erfolgte planmäßig. Der Nettomittelzufluss des Konzerns aus Geschäfts-, Investitions- und Finanzierungstätigkeit belief sich in den ersten drei Quartalen des Geschäftsjahres auf 2,8 Mio. Euro (Vorjahreszeitraum: Nettomittelabfluss 8,3 Mio. Euro).

Die vorstehend dargestellte Begebung einer Anleihe durch die Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft hatte neben dem Zufluss des Nettoemissionserlöses in Höhe von 48,9 Mio. Euro im Geschäftsjahr 2012 einen deutlich wahrnehmbaren Effekt auf die Bilanzstruktur des Konzerns. Entsprechend veränderte sich auch die Eigenkapitalquote des Konzerns, die zum 30. September 2013 26,6 % (45,7 %) betrug.

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

Die Mittelbindung im Working Capital blieb – trotz im Einzelnen unterschiedlicher Entwicklung der darin einbezogenen Aktiv- und Passivposten – im Vergleich zum Stichtag des Vorjahres insgesamt nahezu unverändert.

Wesentliche Ereignisse im Mitteilungszeitraum

Ende Juni 2013 hat der PepsiCo-Konzern mitgeteilt, dass die mit der Konzerngesellschaft Vivaris Getränke GmbH & Co. KG bestehenden Konzessionsverträge zum 31. Dezember 2015 enden; insbesondere die vor diesem Hintergrund erforderlichen, bereits im Konzern-Halbjahresfinanzbericht 2013 berücksichtigten Wertminderungen auf Vermögenswerte in Höhe von 3,2 Mio. Euro führten zu erheblichen, ungeplanten negativen Auswirkungen auf das Konzernergebnis.

Im September 2013 hat die Berentzen-Gruppe im Rahmen der angekündigten umfassenden Neubewertung ihrer Aktivitäten in China eine Anpassung der dortigen Ländervertriebsstrategie beschlossen. Unter der Prämisse, das dort unverändert vorhandene Marktpotential weiter zu erschließen und den Marktaufbau fortzusetzen, werden seit Beginn des vierten Quartals dieses Jahres fortlaufend entsprechende Maßnahmen umgesetzt.

Mit Wirkung zum 2. Januar 2013 erfolgte die Gründung der Berentzen USA, Inc. mit Sitz in Dover / Delaware, Vereinigte Staaten von Amerika.

Im Zusammenhang mit einer im zweiten Geschäftshalbjahr 2012 vorgenommenen strukturellen Veränderung der Vertriebsorganisationen in Tschechien und der Slowakei wurde die nicht mehr genutzte Betriebsimmobilie der tschechischen Tochtergesellschaft Ende Februar 2013 zum Buchwert veräußert.

Weitere berichtspflichtige Ereignisse sind im Mitteilungszeitraum nicht eingetreten.

Ausblick

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für die Geschäftsbereiche Spirituosen und Alkoholfreie Getränke bleiben nach Einschätzung der Berentzen-Gruppe bis Ende des Jahres 2013 konstant. Der Absatz von Spirituosen wird grundsätzlich vom traditionell starken Jahresendgeschäft im Handel und in der Gastronomie profitieren. Der konkrete Einfluss dieses für das Unternehmensergebnis wichtigen Effektes ist indes noch nicht zu quantifizieren. Ein positives Signal ist die fortschreitende Leistungsumsetzung der Produktinnovationen „Berentzen Korner“ und „White Apple“ sowie „Puschkin Whipped Cream“ – wichtige Schritte zur nachhaltigen Etablierung dieser Produkte bei Handel und Verbrauchern.

Unverändert werden hohe Bezugspreise für Rohstoffe und Energie den Rohertrag bzw. das Betriebsergebnis auch in den kommenden Monaten belasten. Ferner werden sich die notwendigen Anlauf- und fortlaufenden Umbaukosten in den jungen Auslandsmärkten im Ergebnis des laufenden Geschäftsjahres niederschlagen.

Der Konzern setzt gleichwohl seine Bestrebungen zur Revitalisierung der Dachmarken Berentzen und Puschkin auf dem heimischen Markt und dem darauf

aufbauenden nationalen wie internationalen Wachstum zielstrebig fort. Die teils deutlichen Marktanteilsgewinne der Dachmarken Berentzen und Puschkin bestärken die Unternehmensgruppe in der Konsequenz, mit der sie auf Werbung und Vertriebsunterstützung setzt. Auch der kontinuierliche Ausbau der Präsenz in Fokusmärkten wie den USA, wo derzeit der Launch internationaler Innovationen vorbereitet wird, und der Türkei, dem nach einem Jahr bereits drittgrößten Exportmarkt der Berentzen-Gruppe, bildet einen Schwerpunkt kommender Aktivitäten. Auf Basis der Erfahrungen des ersten rollierenden Jahres stehen in China die regionalen Vertriebschwerpunkte und Distributionspartner vor einer Neustrukturierung. Für zusätzliche nationale wie internationale Wachstumsprojekte stehen die durch die Anleihebegebung eingeworbenen Mittel weiterhin für zur Verfügung.

Für die Softgetränke- und Mineralwassersparte des Konzerns sind die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen prinzipiell weiterhin günstig. Vor dem Hintergrund der seitens des Konzessionsgebers mitgeteilten Beendigung der PepsiCo-Konzessionsverträge zum 31. Dezember 2015 gehört es aber weiterhin zu den vordringlichsten, bereits angegangenen und in den kommenden Monaten fortzuführenden Aufgaben, dazu bestehende Alternativen im Rahmen eines strukturierten Prozesses zu evaluieren und umzusetzen.

Ausgehend von einer organischen Entwicklung des Konzerns, das heißt vorbehaltlich der nicht zuletzt auch von einer Vielzahl externer Faktoren abhängigen weiteren Entwicklung im Hinblick auf das Konzessionsgeschäft im Segment Alkoholfreie Getränke, geht die Berentzen-Gruppe für das Geschäftsjahr 2013 weiterhin für jeden der Geschäftsbereiche des Konzerns von einem positiven Segmentergebnis (Deckungsbeitrag nach Marketingetats) sowie insgesamt von einem positiven Konzernbetriebsergebnis aus.

30. Oktober 2013