

**INNERHALB DES ZWEITEN
GESCHÄFTSHALBJAHRES 2015**

**INNERHALB DES ZWEITEN
GESCHÄFTSHALBJAHRES 2015**



BERENTZEN-GRUPPE AG

So schmeckt Lebensfreude



Inhalt

3 Geschäftsverlauf und wirtschaftliche Lage

- 3 Überblick über den Geschäftsverlauf und Geschäftsergebnis
- 3 Absatz- und Umsatzentwicklung
- 5 Ertragslage
- 5 Finanz- und Vermögenslage
- 7 Wesentliche Ereignisse im Mitteilungszeitraum

7 Ausblick

- 7 Rahmenbedingungen
- 8 Geschäftstätigkeit
- 9 Voraussichtliche Entwicklung des Konzerns



ZWISCHENMITTEILUNG INNERHALB DES ZWEITEN GESCHÄFTSHALBJAHRES 2015

Berentzen-Gruppe: Umsatzwachstum und deutliche Ergebnissteigerung

Die Berentzen-Gruppe hat sowohl ihren Konzernumsatz als auch ihr bereinigtes Konzernbetriebsergebnis (Konzern-EBIT) und ihr bereinigtes Konzernbetriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Konzern-EBITDA) in den ersten drei Quartalen des Geschäftsjahres 2015 gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres verbessert: Der Konzernumsatz exklusive Brantweinsteuer stieg auf 115,6 (109,6) Mio. Euro, das bereinigte Konzern-EBIT erhöhte sich auf 4,7 (2,5) Mio. Euro und das bereinigte Konzern-EBITDA auf 10,7 (7,8) Mio. Euro.

(1) Geschäftsverlauf und wirtschaftliche Lage

(1.1) Überblick über den Geschäftsverlauf und Geschäftsergebnis

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 erzielte die Berentzen-Gruppe einen Konzernumsatz in Höhe von 115,6 (109,6) Mio. Euro, die Konzerngesamtleistung belief sich auf 118,7 (114,5) Mio. Euro.

Das bereinigte Konzern-EBIT erhöhte sich auf 4,7 (2,5) Mio. Euro, das bereinigte Konzern-EBITDA verbesserte sich dementsprechend auf 10,7 (7,8) Mio. Euro.

Die Ergebnisse dieses Mitteilungszeitraumes basieren maßgeblich auf den nachfolgend dargestellten wesentlichen Entwicklungen und Ereignissen.

(1.2) Absatz- und Umsatzentwicklung

Im Geschäftsbereich Spirituosen einschließlich der insbesondere das Auslandsgeschäft mit Markenspirituosen umfassenden Übrigen Segmente setzte die Berentzen-Gruppe bis zum Ende des dritten Quartals 2015 insgesamt 55,7 (54,0) Mio. 0,7-l-Flaschen ab; davon entfielen 47,0 (44,0) Mio. 0,7-l-Flaschen auf den Absatz im Inland, der Auslandsabsatz betrug 8,7 (10,0) Mio. 0,7-l-Flaschen.

Der Absatz von Markenspirituosen verringerte sich gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um insgesamt 5,4 % und belief sich per 30. September 2015 auf 18,0 (19,1) Mio. 0,7-l-Flaschen.

Im Inlandsgeschäft mit Markenspirituosen entwickelten sich dabei die Absätze mit den beiden Kernmarken „Berentzen“ und „Puschkin“ positiv: Die Dachmarke „Berentzen“ verzeichnete ein leichtes Plus von 0,3 % gegenüber dem Niveau der ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2014. Der Inlandsabsatz der Marke „Puschkin“ stieg mit einem Plus von 2,9 % hingegen stärker. Dagegen waren im sonstigen Markengeschäft, insbesondere mit Klassischen Spirituosen, entsprechend der allgemeinen Marktentwicklung Absatzrückgänge zu verzeichnen, so dass sich der Gesamtabsatz von Markenspirituosen im Inland insgesamt um 0,6 % rückläufig zeigte.



Das Absatzniveau des internationalen Spirituosenmarkengeschäfts verringerte sich insgesamt um 21,1 %. Neben den weiter anhaltenden strukturellen Schwächen auf den Märkten in Tschechien und den Benelux-Staaten wirkte sich auch der andauernde Ukraine- bzw. Krim-Konflikt speziell auf den Märkten in Osteuropa und im Cross-Border-Geschäft in dieser und den angrenzenden Regionen nachteilig auf die Absatzentwicklung aus. Davon betroffen war auch der Markt in der Türkei: Das vornehmlich dadurch bedingte Ausbleiben russischer Touristen in den Urlaubszentren sowie die Schwäche der russischen Währung verursachten zusammen mit wachsenden Sicherheitsbedenken durch innenpolitische Unruhen und Bürgerkriege in den angrenzenden Nachbarländern insbesondere ein rückläufiges Geschäft im dortigen Vertriebskanal des Hotelgewerbes, welches auch durch eine positive Absatzentwicklung im Handel nicht kompensiert werden konnte. Vor diesem Hintergrund sank der Anteil des Exports am Gesamtabsatz von Markenspirituosen von 23,7 % auf 19,8 %.

Die Absatzentwicklung im Spirituosengeschäft mit Handels- und Zweitmarken zeigte sich insgesamt erfreulich, wenn auch uneinheitlich: Während das Auslandsgeschäft aus ähnlich gelagerten Gründen wie im internationalen Spirituosenmarkengeschäft nachgab und einen Absatzrückgang von 6,7 % verzeichnen musste, zog der Absatz im Inland in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 um 10,6 % gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres an.

Der Umsatz exklusive Branntweinsteuer der Berentzen-Gruppe im Geschäftsbereich Spirituosen einschließlich der insbesondere das Auslandsgeschäft mit Markenspirituosen umfassenden Übrigen Segmente belief sich in den ersten neun Quartalen des Geschäftsjahres 2015 auf 69,8 (70,9) Mio. Euro. Der Gesamtumsatz von Spirituosen inklusive Branntweinsteuer stieg um rund 5,6 % gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres.

Im Geschäftsbereich Alkoholfreie Getränke verminderte sich das Absatzvolumen in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 um 7,4 % auf 1,21 (1,31) Mio. Hektoliter. Dabei konnte der Ausstoß eigener regionaler Mineralwässer sowie Limonaden gegenüber dem Vorjahresvergleichszeitraum um 0,4 % bzw. 2,7 % zulegen. Bei den Limonaden erzielte der natürliche Energydrink „Mio Mio Mate“ ein Absatzwachstum von 38,2 % und ist nunmehr nahezu bundesweit distribuiert. Die Absätze im Geschäft mit Lohnfüllungen zeigten sich mehr als stabil und stiegen um 0,3 %. 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 und stärker als erwartet hinter den ersten drei Quartalen des Vorjahres zurück.

Der Umsatz des Geschäftsbereichs Alkoholfreie Getränke lag bei 33,5 (38,7) Mio. Euro.

Das seit Beginn des vierten Quartals 2014 zum Konzern gehörende Segment Frischsaftsyste me verzeichnete im Hinblick auf alle wesentlichen Systemkomponenten in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres insgesamt eine sehr gute Absatzentwicklung. Fruchtpressen und Orangen konnten ein Absatzplus von 39,8 % bzw. 20,4 % erzielen, die Absätze von Abfüllgebinden stiegen um 36,2 %. Unter Einbeziehung aller Systemkomponenten konnten nennenswerte Absatzsteigerungen dabei sowohl im Heimatmarkt Österreich als auch im internationalen Geschäft, dort insbesondere in Frankreich und Polen, sowie in Deutschland erzielt werden.

Der Umsatz des Geschäftsbereichs Frischsaftsyste me belief sich in den ersten drei Quartalen des Geschäftsjahres 2015 auf 12,3 (pro forma: 9,2) Mio. Euro.



Vor dem Hintergrund der vorstehend dargestellten – in den vier Geschäftsbereichen unterschiedlich verlaufenden – Absatz- und Umsatzentwicklung stieg der Konzernumsatz der Berentzen-Gruppe in den ersten drei Quartalen des Geschäftsjahres 2015 per Saldo um 5,5 %.

(1.3) Ertragslage

Das bereinigte Konzernbetriebsergebnis – welches weder das Finanzergebnis noch Ergebnisondereffekte berücksichtigt – fiel in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 mit 4,7 (2,5) Mio. Euro deutlich besser aus als im gleichen Zeitraum des Vorjahres. Das bereinigte Konzernbetriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen erhöhte sich korrespondierend dazu auf 10,7 (7,8) Mio. Euro.

Diese gute Entwicklung der Ertragslage des Konzerns wurde dabei nicht zuletzt durch die erstmals im Rahmen einer Zwischenmitteilung innerhalb des zweiten Geschäftshalbjahres einzubeziehenden, positiven Ergebnisbeiträge des Segments Frischsaftsyste-me beeinflusst.

Die Erfolgsbeiträge des zuvor genannten Segments bildeten sich auch in der gestiegenen Konzerngesamtleistung und – bei einer gleichzeitig verbesserten Rohertragsquote – einem höheren Konzernrohertrag ab, wenngleich hieran auch das Segment Spirituosen einen maßgeblichen Anteil hatte.

Der Betriebsaufwand des Konzerns erhöhte sich absolut gegenüber den ersten drei Quartalen des Geschäftsjahres 2014, jedoch weniger als in dem Umfang, in dem er auf das Segment Frischsaftsyste-me entfiel. Insoweit bereinigt zeigte sich der Betriebsaufwand des Konzerns insgesamt rückläufig, vornehmlich infolge verringerter Aufwendungen für Marketing und Handelswerbung. Die budgetierten Kosten für die im internationalen Spirituosenmarkengeschäft tätigen Auslandsgesellschaften des Konzerns belasteten 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-me gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres erhöhten, verminderte es sich in den Segmenten Alkoholfreie Getränke und in den insbesondere das Auslandsgeschäft mit Markenspirituosen umfassenden Übrigen Segmenten.

Am 30. September 2015 waren im Konzern 494 (479) Mitarbeiter beschäftigt.

(1.4) Finanz- und Vermögenslage

Finanzlage

Die Gesamtfinanzierung der Berentzen-Gruppe stellt sich seit Ende des Geschäftsjahres 2014 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 „Frischsaftsysteme“ 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 (45,0) Mio. Euro. Hinzu kommt eine formal unbegrenzte Factoringlinie im Rahmen von drei weiteren Zentralregulierungs- und Factoringverträgen; in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 ergab sich daraus ein durchschnittliches Bruttofinanzierungsvolumen von 8,2 (8,5) Mio. Euro.

Das Finanzierungsvolumen aus Kreditvereinbarungen mit den Betriebsmittelkreditgebern der Berentzen-Gruppe beläuft sich – unter Einbeziehung von zwei ausländischen Konzerngesellschaften zur Verfügung stehenden Betriebsmittelkreditlinien in Höhe von zusammen 1,6 Mio. Euro und 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 4,1 (5,0) Mio. Euro.

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 2015 auf 12,3 (9,5) Mio. Euro.

Vermögenslage

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

Die im Juni 2015 erfolgte Veräußerung des nicht mehr betriebsnotwendigen Teils einer dem Segment Spirituosen zugeordneten Immobilie am Standort Haselünne wurde im Mitteilungszeitraum weitgehend abgeschlossen.

Die Mittelbindung im Working Capital hat sich im Vergleich zum Stichtag des Vorjahres vermindert. Bei im Einzelnen unterschiedlicher Entwicklung der darin einbezogenen Aktiv- und Passivposten war dafür trotz einer Erhöhung des Bestandes an Vorräten sowie von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen insbesondere eine Erhöhung von Verbindlichkeiten ausschlaggebend.

Die Eigenkapitalquote des Konzerns betrug zum 30. September 2015 25,6 % (28,3 %), die um Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente bereinigte Konzerneigenkapitalquote 37,2 % (44,9 %).



(1.5) Wesentliche Ereignisse im Mitteilungszeitraum

Umwandlung von Vorzugsaktien in Stammaktien

Die außerordentliche Hauptversammlung des obersten Unternehmens der Berentzen-Gruppe, der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft, vom 20. Juli 2015 sowie die gesonderte Versammlung der Vorzugsaktionäre der Gesellschaft vom 20. Juli 2015 haben beschlossen, die auf den Inhaber lautenden 4.800.000 Stück Vorzugsaktien ohne Stimmrecht der Gesellschaft unter Aufhebung des Gewinnvorzugs in auf den Inhaber lautende Stammaktien mit Stimmrecht umzuwandeln. Zu diesem Zeitpunkt war das Grundkapital der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft eingeteilt in jeweils auf den Inhaber lautende 4.800.000 Stück nennbetragslose Stammaktien mit Stimmrecht sowie 4.800.000 Stück nennbetragslose Vorzugsaktien ohne Stimmrecht.

Die Umwandlung der bisher börsennotierten 4.800.000 Stück stimmrechtslosen Vorzugsaktien in stimmberechtigte Stammaktien wurde am 28. September 2015 durch die Eintragung der entsprechenden Satzungsänderungen im Handelsregister wirksam. Die Notierung der Vorzugsaktien an der Frankfurter Wertpapierbörse wurde am selben Tag nach Börsenschluss eingestellt.

Nach dem Vollzug der Umwandlung besteht das Grundkapital der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft aus einer einheitlichen Aktiengattung und ist eingeteilt in 9.600.000 Stück nennbetragslose Stammaktien. Diese sind am 29. September 2015 zum Handel im regulierten Markt der Frankfurter Wertpapierbörse (General Standard) zugelassen worden und seit dem 30. September 2015 handelbar.

Erwerb eigener Aktien

Der Vorstand der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft hat am 21. Juli 2015 beschlossen, von der Ermächtigung der außerordentlichen Hauptversammlung vom 20. Juli 2015 zum Erwerb eigener Aktien gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG Gebrauch zu machen und ab dem 27. Juli 2015 bis auf weiteres Vorzugs- und, nach Vollzug der am 20. Juli 2015 von der außerordentlichen Hauptversammlung sowie der gesonderten Versammlung der Vorzugsaktionäre vom gleichen Tag beschlossenen Umwandlung der Vorzugsaktien in Stammaktien, Stammaktien der Gesellschaft bis zu einem Gesamtvolumen (ohne Erwerbsnebenkosten) von maximal 1,5 Mio. Euro über die Börse zu erwerben. Die Gesamtzahl der bis zum 26. Oktober 2015 im Rahmen dieses Aktienrückkaufprogramms durch die Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft erworbenen Aktien beläuft sich auf 133.959 Stückaktien; dies entspricht einem Anteil am Grundkapital von 1,40 %. Die Aktien können zu allen in der Ermächtigung der Hauptversammlung genannten Zwecken verwendet werden.

Weitere wesentliche Ereignisse

Weitere wesentliche Ereignisse sind im Mitteilungszeitraum nicht eingetreten.

(2) Ausblick

(2.1) Rahmenbedingungen

Der internationale Währungsfonds (IWF) senkte zuletzt im Oktober 2015 seine Prognose für das Weltwirtschaftswachstum im Jahr 2015 nochmals um 0,2 Prozentpunkte auf 3,1 %, für die Eurozone und Deutschland bestätigte der IWF dagegen seine letzte Prognose vom Juli 2015 mit einem Wachstum von jeweils 1,5 %. Noch optimistischer in Bezug auf die Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts in Deutschland zeigte sich die von führenden Wirtschaftsforschungsinstituten des deutschsprachigen Raums – u.a. vom Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung e.V. (DIW) – zum gleichen Zeitpunkt herausgegebene sog. Gemeinschaftsdiagnose; das danach erwartete Wachstum von 1,8 % bestätigt die Prognose des DIW vom Juni 2015. Die sich demzufolge abzeichnende, gegenüber den ersten



drei Quartalen des Geschäftsjahres nahezu unveränderte 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 2015 ausgeweiteten, weltweiten politischen Krisen und Konflikte, insbesondere im Nahen Osten und in der Ukraine, aber punktuell auch in Europa, weiterhin konkret beeinträchtigend bemerkbar machen, wie dies schon seit Beginn des Jahres auf einigen für die Berentzen-Gruppe relevanten Märkten der Fall war.

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. Speziell für den deutschen Markt ergeben sich zudem aus den Erfahrungen der vergangenen Jahre immer mehr Unwägbarkeiten bezüglich des bis dahin traditionell starken Jahresendgeschäfts, welches immer weniger zuverlässig zu prognostizieren ist. 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. Für den niederländischen Spirituosenmarkt prognostiziert das britische Marktforschungsunternehmen Euromonitor weiter einen leichten Rückgang, während die Erwartungen für den tschechischen Markt aus Sicht der Berentzen-Gruppe sogar durchweg negativ bleiben. Unsicherheiten über die Marktentwicklung bestehen weiterhin für den türkischen Markt: Wenngleich die Marktforscher von Euromonitor ein Absatzwachstum des gesamten türkischen Spirituosenmarktes im laufenden Jahr zuletzt für möglich hielten, bleiben valide Absatzprognosen angesichts einer Vielzahl unwägbarer Einflussfaktoren wie regulativer Hemmnisse, der aktuellen gesellschafts- und innenpolitischen Rahmenbedingungen sowie grenznaher Konflikte, aber auch hinsichtlich der Auswirkungen der Wirtschaftskrise in Russland, schwierig. 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. Der Verband Deutscher Mineralbrunnen (VDM) ging für das Jahr 2015 zuletzt von einem positiven Absatztrend bei natürlichem Mineralwasser sowie gleichzeitig einem rückläufigen Absatz von Erfrischungsgetränken, insgesamt jedoch von einer stabilen Absatzsituation im Markt aus.

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.

(2.2) Geschäftstätigkeit

Der Fokus der Geschäftstätigkeit der Berentzen-Gruppe insgesamt wird auch in den verbleibenden Monaten des Geschäftsjahres 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. Dabei orientiert sich die Unternehmensgruppe stärker in wachstumsstarke, frische- und nachhaltigkeitsorientierte Getränkesegmente, um sich besser von nationalen und internationalen Branchenrisiken aus der marktseitigen Nachfrage nach Spirituosen und zuckerhaltigen alkoholfreien Getränken zu emanzipieren.

Im Geschäftsbereich Spirituosen gilt weiterhin die wesentliche Maßgabe, die in den letzten beiden Geschäftsjahren eingeleitete Revitalisierung der Marke „Berentzen“ mit Fokus auf die beiden Kernmarken „Berentzen“ und „Puschkin“ fortzuführen. Die Zielsetzungen im internationalen Geschäft mit Markenspirituosen bleiben vorrangig auf die Wiedergewinnung des Wachstumsmomentes in



angestammten Auslandsmärkten, vornehmlich in Tschechien und den Benelux-Staaten, gerichtet. Bezüglich des Auslandsgeschäfts auf dem türkischen Markt liegt das Hauptaugenmerk grundsätzlich auf der Erzielung eines weiteren Absatz- und Umsatzwachstums, angesichts der dargestellten schwierigen Rahmenbedingungen aber zumindest auf einer Stabilisierung auf dem jeweiligen Niveau des Vorjahres, sowie 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 besteht nach wie vor eine der beiden Hauptaufgaben darin, die weitere Entwicklung der eigenen regionalen Wasser- und Trendmarken, konzentriert auf die Produkte „Mio Mio Mate“ und „Mio Mio Cola“, nicht nur bis zum Ende dieses Geschäftsjahres, sondern auch darüber hinaus voranzutreiben. Nicht nur vor diesem Hintergrund hat die Berentzen-Gruppe Anfang September 2015 entschieden, den vom Geschäftsbereich Alkoholfreie Getränke ausschließlich für die Gewinnung und Abfüllung des Mineralwassers „Sankt Ansgari“ genutzten Standort Norden im verbleibenden Laufe des Jahres stillzulegen und dieses zukünftig aus einer neu erschlossenen Quelle am Standort Haselünne zu fördern und dort abzufüllen. Die Verlagerung dient einer Erweiterung hinsichtlich der Gebindevarianten sowie der damit verbundenen Möglichkeit zur Ausweitung des Absatzgebietes dieses Mineralwassers. 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, steht vor dem Hintergrund der Entwicklungen der ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2015 weiterhin im Fokus der Aktivitäten – und dies nicht nur mit Blick auf das letzte Quartal des laufenden Geschäftsjahres. Insoweit besteht die Herausforderung unverändert darin, die durch die genannten Umsetzungshindernisse entstandenen Auswirkungen soweit wie möglich abzufangen.

Für das Segment Frischsaftsyste me verbleibt es vornehmlich dabei, neben der in Aussicht genommenen sukzessiven Verdichtung des Heimatmarktes in Österreich den Ausbau des Geschäfts auf internationalen Märkten und – unterstützt durch die im April 2015 erfolgte Übernahme eines zusätzlichen Vertriebs im deutschen Markt durch die Vertriebsorganisation des Segments Alkoholfreie Getränke – die Erschließung der Absatzpotenziale in Deutschland weiter zu verfolgen. Diese Ziele sollen durch die Einführung zusätzlicher technischer Innovationen bei der Systemkomponente Fruchtpressen unterstützt werden. Die Einführung einer neuen Generation besonders kompakter Fruchtpressen ab dem vierten Quartal 2015 eröffnet zusätzlich die Erschließung neuer Absatzkanäle, insbesondere in der Gastronomie.

(2.3) Voraussichtliche Entwicklung des Konzerns

Die im Geschäftsbericht für das Geschäftsjahr 2014 getroffenen, im Konzern-Halbjahresfinanzbericht 2015 zum Teil aktualisierten Prognosen für das Geschäftsjahr 2015 basieren jeweils 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 überwiegend ihre im Geschäftsbericht für das Geschäftsjahr 2014 getroffenen, im Konzern-Halbjahresfinanzbericht 2015 vereinzelt aktualisierten Prognosen. Hinsichtlich der Konzerngesamtleistung sowie des bereinigten Konzernbetriebsergebnisses verbleibt die Unternehmensgruppe bei ihrer Erwartung einer jeweils deutlichen Verbesserung. Mit Blick auf die Ertragslage rechnet die Berentzen-Gruppe für das Geschäftsjahr 2015



für den Geschäftsbereich Spirituosen aktuell mit einem deutlich und für die insbesondere das Auslandsgeschäft mit Markenspirituousen umfassenden Übrige Segmente mit einem leicht gesteigerten, positiven Segmentergebnis (Deckungsbeitrag nach Marketingetats). Für den Geschäftsbereich Alkoholfreie Getränke wird hauptsächlich infolge der Entwicklung des im bisherigen Verlauf des Geschäftsjahres 2015 verzögert angelaufenen Konzessionsgeschäfts im Ausblick auf das Gesamtjahr nunmehr ein spürbar rückläufiges Segmentergebnis 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 unverändert von einem signifikant über dem Niveau des Geschäftsjahres 2014 liegenden, positiven Segmentergebnis aus.

Insgesamt hat die Berentzen-Gruppe keine neuen Erkenntnisse darüber, dass sich die im Geschäftsbericht 2014 für das Geschäftsjahr 2015 abgegebenen, im Konzern-Halbjahresfinanzbericht 2015 teilweise aktualisierten wesentlichen Prognosen und sonstigen Aussagen zur voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns wesentlich verändert haben, wenngleich sich – wie vorstehend berichtet – zum Teil Veränderungen hinsichtlich der Prognosen einzelner Segmentergebnisse ergaben. 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, im Konzern-Halbjahresfinanzbericht 2015 zum Teil aktualisierten und dort jeweils im Risiko- und Chancenbericht beschriebenen, sondern auch aus zum Zeitpunkt der Aufstellung dieser Zwischenmitteilung nicht erkennbaren Risiken und Chancen resultieren.

Haselünne, den 27. Oktober 2015

Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft

Der Vorstand



Impressum

Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft

Ritterstraße 7
49740 Haselünne
Deutschland

Telefon: +49 (0) 5961/502-0
Telefax: +49 (0) 5961/502-268
www.berentzen-gruppe.de

Unternehmenskommunikation:

Telefon: +49 (0) 5961/502-386
Telefax: +49 (0) 5961/502-550
E-Mail: ir@berentzen.de

Finanzkalender 2015

25. März 2015	Veröffentlichung Konzern-/ Jahresabschluss und Geschäftsbericht 2014
6. Mai 2015	Veröffentlichung Zwischenmitteilung im ersten Halbjahr
13. Mai 2015	Hauptversammlung in München
20. Juli 2015	Außerordentliche Hauptversammlung und gesonderte Versammlung der Vorzugsaktionäre in München
13. August 2015	Veröffentlichung Konzern-Halbjahresfinanzbericht 2015
27. Oktober 2015	Veröffentlichung Zwischenmitteilung im zweiten Halbjahr

Neben dieser Zwischenmitteilung stehen Ihnen auf <http://www.berentzen-gruppe.de/investoren> weitere Informationen über die Berentzen-Gruppe zur Verfügung.



Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft

Ritterstraße 7

49740 Haslünne

Telefon: +49 (0) 5961 502-0

Telefax: +49 (0) 5961 502-268

E-Mail: berentzen@berentzen.de

Internet: www.berentzen-gruppe.de