

Zwischenmitteilung innerhalb des 2. Halbjahres 2010 gemäß § 37 x Abs. 1 WpHG

Entwicklung der Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage

Der Gesamtabsatz der Einbecker Brauhaus AG ist im 3. Quartal 2010 um 4,5 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum zurückgegangen. Auf Bundesebene ging der vergleichbare Absatz um 1,7 % zurück. Kumuliert sank der Gesamtabsatz der Einbecker Brauhaus AG in den ersten neun Monaten 2010 um 2,3 % gegenüber dem Vorjahr. Im Vergleichszeitraum Januar bis September gingen die Gesamtbeerabsätze aller Brauereien in der Bundesrepublik um 1,1 % zurück.

Der steuerpflichtige Bierabsatz der Einbecker Brauhaus AG verringerte sich im 3. Quartal 2010 um 4,2 % (Bundesebene – 3,7 %). Kumuliert hat sich der steuerpflichtige Inlandabsatz der Einbecker Brauhaus AG um 2 % reduziert (Bundesebene – 2,6 %). Besonders die Monate April, August und September 2010 haben durch das nicht „bierfreundliche“ Wetter den Absatz massiv negativ beeinflusst.

Die Getränkeerlöse der Einbecker Brauhaus AG gingen im 3. Quartal 2010 gegenüber dem Vorjahr um 7,3 % zurück, kumuliert lagen die Erlöse um – 4,5 % unter dem Vorjahr.

Durch das im Verlauf des letzten Jahres aufgelegte und in diesem Jahr konsequent weitergeführte Einsparprogramm, konnten die Kosten in allen Bereichen des Unternehmens weiter reduziert werden.

Das Betriebsergebnis hat sich auf Grund der deutlichen Absatz- und Erlösrückgänge, trotz der beschriebenen Kostensenkungsmaßnahmen gegenüber dem Vorjahr reduziert und liegt auch kumuliert unter dem Vorjahresniveau.

Branchenentwicklung und Ausblick auf das Geschäftsjahr 2010

Der Biermarkt wird nach unserer Einschätzung – wie bereits im ersten Halbjahr 2010 berichtet – auch weiterhin einem hohen Mengen-, Preis- und Aktionsdruck unterliegen. Vor diesem Hintergrund erleben die Brauereien und ihre Partner im Getränkefachgroßhandel, im Einzelhandel und in der Gastronomie eine schwierige und nur schwer einzuschätzende Marktentwicklung. Mit unserem aktiven Kostenmanagement, einer optimierten Vertriebsstruktur und einer Konzentration unserer Marketing- und Sponsoringaktivitäten auf strategische Produkte und Vertriebsgebiete sehen wir uns für die Zukunft gerüstet.

Wir setzen unsere Strategie als fester und absatzstarker Premiumanbieter im Heimatmarkt, sowie als Marktführer im Segment der Bockbiere nachhaltig fort.

Von dem im Frühjahr 2010 mit der Efes Deutschland GmbH abgeschlossenen Lohnbrau- und Liefervertrag für die Marke Efes Pilsener erwarten wir positive Auswirkungen auf unsere Ergebnissituation.