



Schlumberger

A K T I E N G E S E L L S C H A F T W I E N

ZWISCHENMITTEILUNG

FÜR DEN ZEITRAUM 1.4. – 30.6.2014





SEHR GEEHRTE DAMEN! SEHR GEEHRTE HERREN!

Die gesamtwirtschaftliche Lage in der Eurozone zeigt ein verhaltenes Wachstum des Bruttoinlandsproduktes von rund 0,2 – 0,3% zu Beginn des Jahres 2014. In Österreich ist die Entwicklung - auf niedrigem Niveau - etwas besser mit einem BIP-Wachstum von 0,2 – 0,6%. Als große gesamtwirtschaftliche Herausforderung wird die drohende Deflationsgefahr angesehen, wobei hier Österreich durch Verbraucherpreissteigerungen im Ausmaß von rund 1,7 – 1,8% im ersten Halbjahr 2014 in ihrer Höhe einer der europäischen Spitzenreiter ist.

Die Wirtschaftsprognosen gehen von einer weiteren Erholung der Wirtschaftslage aus, wobei die jüngsten Entwicklungen in der Ukraine und daraus resultierende Sanktionen der EU gegenüber Russland, die nach ersten Schätzungen das Wirtschaftswachstum um bis zu 0,3% dämpfen können, noch nicht berücksichtigt sind. Schlumberger beobachtet die weitere Entwicklung mit Vorsicht.

Für die Weinernte 2014 sind bisher keine klimatischen Ereignisse eingetreten, die negative Auswirkungen auf den Ernteertrag erwarten lassen. Durch die bereits zu bemerkenden marktseitigen Nachfragerückgänge im Ausmaß von zumindest 30% als Folge der mit 1. März 2014 wieder eingeführten Schaumweinsteuer wird der Weineinkauf durch Schlumberger drastisch zurückgefahren. Bedauerlicherweise bekommen die lokalen Weinbauern neben den österreichischen Sektbetrieben die nachteiligen Auswirkungen der diskriminierenden Steuer am stärksten zu spüren.

Der Umsatz im ersten Quartal des Wirtschaftsjahres 2014/2015 der Schlumberger Unternehmensgruppe in Höhe von EUR 42,4 Mio. ist gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahres (EUR 46,7 Mio.) erwartungsgemäß um -9,1% bzw. EUR -4,3 Mio. gesunken.

Als führendes österreichisches Sekthaus werden wir auch im vorherrschenden schwierigen Umfeld den konsequent umgesetzten Weg der Konzentration auf unsere Kernkompetenzen und unsere Innovationskraft als Basis für eine langfristig positive Entwicklung fortsetzen. Wir nehmen die Herausforderungen gemeinsam mit unserem ausgezeichnet ausgebildeten und motivierten Mitarbeitersteam mit Zuversicht an und bekennen uns auch weiterhin zu größtmöglicher österreichischer Wertschöpfung.

UMSATZ

	in EUR Mio. 1.4. – 30.6.2014	Veränderungen zum Vorjahr in %
1 Außenumsatz Schlumberger Unternehmensgruppe	42,4	-9,1
2 Außenumsatz Schlumberger Wein- und Sektkellerei GmbH, Wien	21,1	-20,6
3 Außenumsatz Schlumberger GmbH & Co KG und A. Segnitz & Co. GmbH, Deutschland	13,2	+0,8
4 Außenumsatz Schlumberger Nederland B.V., Breda	8,1	+15,6



ANMERKUNGEN

zu Nr. 1

Der konsolidierte Umsatz der Schlumberger Unternehmensgruppe der ersten drei Monate des laufenden Geschäftsjahres beläuft sich auf EUR 42,4 Mio. Der vergleichbare Umsatz der entsprechenden Vorjahresperiode betrug EUR 46,7 Mio. Das entspricht einem Umsatzrückgang im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2014/2015 gegenüber dem ersten Quartal des Geschäftsjahres 2013/2014 von -9,1%. Die Ursachen dafür werden in den Punkten 2 – 4 erläutert.

zu Nr. 2

Im Kernmarkt Österreich sind als Folge der Eindeckungskäufe des Handels im Vorfeld der Alkoholsteuer-Erhöhung und der Wiedereinführung der Sektsteuer mit 1. März 2014 die Umsätze im 1. Quartal des Wirtschaftsjahres erwartungsgemäß eingebrochen. Der Rückgang um EUR 5,5 Mio. entspricht einem Minus von 20,6%. Bei einigen Produkten reichten die Eindeckungen bis zum Ende des nun abgeschlossenen Quartals, bei anderen gibt es eine Reichweite bis weit in das laufende Wirtschaftsjahr. Die erhöhte Sektsteuer samt der dadurch gestiegenen Umsatzsteuer führt zu einer steuerbedingten Preiserhöhung von 90 cts je 0,75 Liter Flasche. Das bewirkt insbesondere bei Sekt mit Verkaufspreisen in Preiseinstiegsstufen sowie den Mittelpreissegmenten den größten prozentuellen Preisanstieg je Flasche. Zukünftig ist daher mit einem nachhaltigen Absatzrückgang zu rechnen.

Die Sektmarken *Schlumberger*, *Hochriegl* und *Goldeck der Veltliner Sekt* hatten erwartungsgemäß den stärksten Rückgang zum Jahresstart zu verzeichnen. Auch die Kräuterspirituosenmarken, die für die Gurktaler AG vertrieben werden, entwickelten sich bisher durch Eindeckungskäufe plangemäß. Einzig *Leibwächter* konnte aufgrund der Tatsache, dass diese Marke im Vorjahr noch mit Nachwirkungen aus dem Übergang des Vertriebs vom bisherigen Vertriebspartner zur Schlumberger Gruppe betroffen war, eine wesentliche Umsatzsteigerung gegenüber dem Vorjahr erzielen.

Stellvertretend für ein erfolgreiches Wachstum weiterer starker Marken in unserem Vertriebsprogramm stehen aus dem Hause Underberg die Marke *Pitu*, weitere internationale Marken aus den unterschiedlichsten Spirituosensegmenten sowie Weine und Champagner und auch alkoholfreie Getränke, wie zum Beispiel *Lipton* und von *Danone Waters*. Der Exportumsatz mit *Schlumberger* war im ersten Quartal teilweise durch Aktionsverschiebungen leicht rückläufig. Bei *Gurktaler Alpenkräuter* und *Rossbacher* verzeichnen wir jedoch im Export prozentuell zweistellige Zuwachsraten.

zu Nr. 3

Die Entwicklung in Deutschland bei der Schlumberger GmbH & Co KG, Meckenheim, ist heuer mit einem Zuwachs von EUR 0,1 Mio. bzw. +0,8% wie geplant leicht über Vorjahr. Vor allem die Premium-Marken tragen im heurigen Jahr einen wesentlichen Beitrag zum Wachstum bei. Veränderungen im Sortiment wurden für eine Steigerung der Qualität der angebotenen Marken und Produkte genutzt.

zu Nr. 4

Die Schlumberger Nederland B.V., Breda, erzielte mit ihrer Tochter, der Wein und Spirituosen Vertriebsgesellschaft Walraven|Sax C.V., Breda, in einem schwierigen aber sich erholenden gesamtwirtschaftlichen Umfeld in den Niederlanden wiederum ein starkes Wachstum von EUR 1,1 Mio. bzw. +15,6% gegenüber dem Vorjahr und entwickelt sich plangemäß.

ERGEBNIS

Im Zeitraum 1.4. – 30.6.2014 weist die Unternehmensgruppe ein konsolidiertes Ergebnis (einschließlich der Gewinn- und Verlustanteile von assoziierten Unternehmen, die nach der Equity-Methode bilanziert werden, abzüglich Steuern und Ergebnisanteile anderer Gesellschafter) von rund -170 TEUR aus. Der entsprechende Vergleichswert der Vorjahresperiode betrug -165 TEUR. Der im Abschnitt „Umsatz“ erläuterte Umsatzrückgang durch die Eindeckungen aus Steuereffekten konnte im Ergebnis trotz umfangreicher Sparmaßnahmen in Österreich nicht vollständig aufgefangen werden. Ergebnissteigerungen in den Niederlanden und Deutschland konnten jedoch den negativen Effekt in Österreich nahezu vollständig kompensieren. Das Ergebnis des ersten Quartals lässt im Wirtschaftszweig der Sekt- und Spirituosensekt wegen der Dominanz des Weihnachtsgeschäftes keine genaue Auskunft über das zu erwartende Gesamtergebnis zu.

ERLÄUTERUNGEN

AUFTRAGSLAGE

Eine Stellungnahme zu diesem vom Gesetzgeber vorgeschriebenen Punkt ist in der Nahrungs- und Genussmittelbranche nicht aussagefähig, da Auftragseingänge fast ausschließlich täglich erledigt werden.

PREISE UND KOSTEN

Die Preise und Kosten für Rohstoffe, Energie und Logistik entwickelten sich im 1. Quartal leicht steigend. Die Entwicklung entsprach den Erwartungen und wurde in den Unternehmensplänen berücksichtigt.

MARKTINFORMATIONEN

Die Veröffentlichungsfristen – insbesondere für Zwischenmitteilungen – ermöglichen es nicht, periodisch aktuelle Marktberichte wie zum Beispiel die für den Lebensmitteleinzelhandel erfassten Informationen von AC Nielsen in der Berichterstattung zu berücksichtigen.



GESCHÄFTSFELDER

Geschäftsfeld Österreich:

Sekt

Unsere Sektmarken *Schlumberger*, *Goldeck der Veltliner Sekt* und *Hochriegl* stehen für höchste Qualität, große Vielfalt und größtmögliche österreichische Wertschöpfung.

Im 1. Quartal des Wirtschaftsjahres wurde bei *Schlumberger* die beinahe „natürliche“ Verbindung von Sekt und Kultur mit dem Ausbau von Kooperationen intensiviert. Die bedeutendsten Kulturveranstaltungen und Theaterhäuser des Landes setzen auf *Schlumberger* als exklusiven Partner im Sektbereich. Eigens kreierte Festspiel-Cuvées für Salzburg und Bregenz stärken die Markenpräsenz von *Schlumberger* bei den Festspielgästen aus dem In- und Ausland.

Der Ausbau der *Schlumberger* Kellerwelten als Markenerlebniswelt in Wien-Heiligenstadt und eine massive Ausweitung der Öffnungszeiten inklusive der Installation eines Audioguides in sechs Sprachen stellen eine wichtige Investition in die Marke dar. Die Besucher begleiten die Traube entlang der Méthode Traditionelle auf einer Sinnesreise vom Weingarten bis zum prickelnden Mousseux im Glas und erleben bei kommentierten Verkostungen die Vielfalt und Qualität des *Schlumberger* Sortiments.

Zusätzlich zum Inlandsgeschäft liegt eine klare strategische Fokussierung der Geschäftsführung im weiteren Ausbau der Exporttätigkeit. Zu den wichtigsten Märkten zählen neben Deutschland noch die Schweiz, die Niederlande, das Travel Value Geschäft und einige Länder in Zentral- und Osteuropa. In Summe wird mehr als jede dritte Flasche *Schlumberger* derzeit in eines von über 30 Ländern exportiert. Neue und vielversprechende Absatzmärkte wie Großbritannien, Skandinavien oder auch Länder im Osten sollen den Exportanteil in den nächsten Jahren weiter steigern.

Für *Goldeck der Veltliner Sekt* wird zur Positionierung als österreichischer Sekt ausschließlich reinsortiger Grüner Veltliner, die führende Weißweinrebsorte Österreichs, aus der Region um Poysdorf im Weinviertel verarbeitet. Die seit 1859 in das Markenregister eingetragene und somit älteste Weinmarke Österreichs ist nicht nur im Lebensmittelhandel stark vertreten, sondern bietet mit der Gastronomiemarke *Edle von Goldeck* als Jahrgangssekt in der Geschmacksrichtung „brut“ auch für den anspruchsvollen Gastronomen ein exklusives Angebot.

Hochriegl ist eine über 120 Jahre alte, traditionsreiche Wiener Marke und die absatzstärkste Sektmarke Österreichs. Im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres hat *Hochriegl* mit der Produktneuheit „Ti Amo“ sein Sortiment erweitert. Die fruchtige Cuvée wird ausschließlich aus österreichischen sonnengereiften Muskateller- und Muskat Ottonel-Trauben nach höchsten Qualitätsstandards hergestellt. Mit dieser Innovation lanciert *Hochriegl* erstmals ein Produkt im bis dato von italienischen Herstellern dominierten Geschmackssegment „Süß“ (oder auch „Dolce“). Außerdem präsentiert *Hochriegl* seit kurzem seine innovative Markenwelt auf einer völlig neuen Webseite www.hochriegl.at.

Gurktaler[®] – der milde Alpenkräuter – wird im Rahmen eines Pachtvertrags für die Gurktaler Alpenkräuter GmbH vermarktet und vertrieben. Traditionelle Verarbeitung, hohe Qualitätsstandards und regionale Verbundenheit prägen den Kräuteraanbau im Gurktal ebenso wie die nachfolgende Mazeration im Probsthof des Gurker Stiftes. Auch die Abfüllung von *Gurktaler Alpenkräuter* findet regional in Kärnten statt. Entsprechend kurze Transportwege schonen die Umwelt.

In Deutschland erfreut sich *Gurktaler Alpenkräuter* wachsender Beliebtheit und konnte sich in den letzten Jahren eine respektable Marktposition aufbauen.

Rosbacher, der im Rahmen eines Pachtvertrags für die „Rosbacher“ Vertriebs GmbH vermarktet wird, besteht als österreichischer Halbbitter seit 1897 am Markt und wurde für seine Qualität mehrfach prämiert. Doppelgold und die Auszeichnung als „Spirit of the Year“ beim diesjährigen World Spirits Award (WSA) und beim Internationalen Spirituosen Wettbewerb (ISW) belegen die hohe Produktqualität von *Rosbacher*. In der Markenpositionierung setzt *Rosbacher* auf sein rassiges, männliches Image und polarisiert bewusst mit einer Kampagne für „echte Männer“.

Die Integration der Marke *Leibwächter*, ein feinherber Halbbitter, ist nach deren Markenkauf im Jänner 2013 abgeschlossen. Das Geschäft der Leibwächter Kräuter GmbH wird durch die *Schlumberger* Wein- und Sektkellerei GmbH gepachtet.

Wein

Die Produktkategorie Wein wird in Österreich über unsere Vertriebsgesellschaft P.M. Mounier vertrieben. Champagner der Traditionshäuser *Louis Roederer*, *Deutz* und *Piper-Heidsieck* sowie internationale Weine von *Distell*, *Fetzer*, *Frescobaldi*, *Mondavi* und *Penfolds* zählen neben anderen namhaften internationalen Weingütern zum Vertriebsportfolio. Trotz der herausfordernden Lage für internationalen Wein im Zusammenhang mit der wachsenden Entwicklung des heimischen Weins am österreichischen Markt, entwickelt sich dieses Standbein zufriedenstellend positiv.

Alkoholfreie Getränke

Der Bereich der alkoholfreien Getränke wurde über die letzten Jahre signifikant verstärkt und mit der Vertriebsübernahme international namhafter Marken ausgebaut. Mit der Eigenmarke *SENS*, der Gruppenmarke *Riemerschmid*, den großen internationalen Wassermarken *evian*, *Volvic* und *Badoit* sowie *Lipton* und *Kidibul* ist die alkoholfreie Abteilung der Vertriebsfirma Top Spirit ein kompetenter und kompletter Getränkepartner für Gastronomie und Handel.

Bier

Seit November 2013 deckt Top Spirit mit der weltweit bekanntesten Biermarke *American Bud* auch dieses Marktsegment ab. Der *Schlumberger* Vertriebstochter ist es aufgrund ihrer in der Vergangenheit gesammelten Erfahrung im Biersegment nun gelungen, mit diesem internationalen Szenebier eine weitere Premiummarke in Österreich einzuführen.



Geschäftsfeld Deutschland:

Schlumberger Deutschland

Im operativen Geschäft werden neue Absatzkanäle genutzt und mit attraktiven modernen Produkten wie zum Beispiel *Schlumberger Rosé Secco* verstärkt junge Konsumenten angesprochen. Als Strategie werden immer wieder neue Distributionswege erschlossen, Kooperationen eingegangen und das Vertriebsortiment um namhafte Marken erweitert.

Geschäftsfeld Niederlande:

Walraven|Sax vertreibt seit 1823 Wein und Spirituosen auf dem niederländischen Markt. Seit der mehrheitlichen Übernahme durch die Schlumberger Wein- und Sektkellerei GmbH im März 2008 wächst das Geschäft langfristig überdurchschnittlich stark. Die mit den Partnern der InBev Gruppe und der W&J Gallo Winery Europe geschlossenen Vertriebsvereinbarungen konnten Anfang 2014 verlängert werden und sorgen weiterhin für eine erfolgreiche Ausweitung der Aktivitäten im Lebensmittelhandel und in der Gastronomie.

PERSONAL

Die Unternehmensgruppe Schlumberger beschäftigte im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres durchschnittlich 218 Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer (Vorjahresperiode: 218). Die Veränderungen in Österreich und den Niederlanden von je einer Person mehr und Deutschland von einem Rückgang um 2 Personen sind durch Veränderungen in der Organisationsstruktur bedingt.

INVESTITIONEN

Investitionen in Sachanlagen betragen im Berichtszeitraum rund EUR 0,6 Mio. nach EUR 0,7 Mio. im Vorjahr und sind Teil der für das Wirtschaftsjahr 2014/2015 erstellten Investitionsplanung und betrafen bisher diverse Ersatzinvestitionen und Anschaffungen von Maschinen für die Produktinnovationen bei Schlumberger, sowie EDV-Anschaffungen.

FINANZLAGE

Gegenüber dem Bilanzstichtag 31.3.2014 sind keine Ereignisse eingetreten oder Transaktionen durchgeführt worden, die zu einer nennenswerten Veränderung der Finanzmittel in der Unternehmensgruppe führen.

AUSSICHTEN DER GESELLSCHAFT FÜR DAS LAUFENDE GESCHÄFTSJAHR

Kenner unserer Branche wissen über die zentrale Bedeutung des Weihnachtsgeschäftes für das Ergebnis unserer vorwiegend im Bereich „alkoholische Getränke“ tätigen Unternehmensgruppe Bescheid. Aus diesem Grunde ist auch zum gegenwärtigen Zeitpunkt eine genaue Angabe über das wahrscheinliche Gruppenergebnis für das Geschäftsjahr 2014/2015 nicht möglich.

Im nächsten Quartal werden die Auswirkungen der Eindeckungskäufe des Handels im Vorfeld der Alkoholsteuer-Erhöhung und der Wiedereinführung der Sektsteuer mit 1. März 2014 anhalten. Die Schlumberger Gruppe plant für das Wirtschaftsjahr 2014/2015 dennoch eine stabile Entwicklung. Volle Aufmerksamkeit wird daher unserem Kerngeschäft in Österreich mit größtmöglicher österreichischer Wertschöpfung gelten. Kostendisziplin, Produktneuerungen und ein geschärfter Marktauftritt mit zielgruppenspezifischen Marketing- und Verkaufsmaßnahmen werden diesen eingeschlagenen Kurs begleiten.



EREIGNISSE VON BESONDERER BEDEUTUNG NACH DEM 30.6.2014

Die Underberg-Gruppe – mit der Underberg AG mit Sitz in Dietlikon/Schweiz bisherige Hauptaktionärin der Schlumberger AG – veräußert das von ihr gehaltene Aktienpaket an die Schweizer Holdinggesellschaft Sastre SA rund um den Unternehmer Frederik Paulsen mit Sitz in Lausanne/Schweiz.

Bei dem Eigentümer der Sastre SA handelt es sich um eine finanzstarke und unabhängige Stiftung mit einer klaren Vision, die für Schlumberger und den Standort Österreich große Chancen mit sich bringt. Ziel ist es, mit regionalen Premium-Spezialitäten und edlen Raritäten aus aller Welt einen international tätigen Feinkostladen im alkoholischen Getränkesegment aufzubauen. Die neue Beteiligung an Schlumberger bietet eine ideale Ergänzung für das bestehende Produktportfolio und das wachsende Vertriebsnetzwerk in Großbritannien, Frankreich, Georgien, Russland und Japan, sowie auch den USA.

Diese Veränderung in der Aktionärsstruktur stärkt die internationale Ausrichtung der Schlumberger AG mit intensiviertem Fokus auch auf das Exportpotenzial des Unternehmens. Der Vorstand der Schlumberger AG ist der Auffassung, dass die strategische Ausrichtung und das Profil der Gesellschaft durch diesen Wechsel in der Aktionärsstruktur verbessert werden. Besonders hohes Potenzial sieht man bei Schlumberger in der weiteren Stärkung der Marke insbesondere im Export.

Auf Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, auf das Management sowie auf die laufende Geschäftstätigkeit und den Standort hat der Einstieg von Sastre SA keinen Einfluss. Sastre SA bekennt sich zur österreichischen Tradition und der festen Verwurzelung des Unternehmens Schlumberger in Österreich. Überdies sollen der Standort, die Marktposition und die Wertschöpfung im stärksten und wichtigsten Absatzmarkt Österreich weiter gestärkt werden.

Mit dem am 17.7.2014 geschlossenen Aktienkaufvertrag über den Erwerb von 1.224.403 bestehenden Stammaktien, dies entspricht rund 81,63% des stimmberechtigten Grundkapitals, sowie weiteren rund 51,13% der Vorzugsaktien, erwirbt die Sastre SA in Summe rund 71,46% des Gesamtkapitals.

Der Kauf des Aktienpakets steht unter der aufschiebenden Bedingung der Genehmigung durch die zuständige Kartellbehörde.

Wien, 8. August 2014

KR Eduard Kranebitter
Vorsitzender des Vorstands

Ing. Herbert Jagersberger
Vorstand

Mag. Wolfgang Spiller
Vorstand

DISCLAIMER

Dieser Zwischenbericht wurde mit größtmöglicher Sorgfalt und unter gewissenhafter Prüfung sämtlicher Daten erstellt. Satz- und Druckfehler können dennoch nicht ausgeschlossen werden. Durch die kaufmännische Rundung von Einzelpositionen und Prozentangaben kann es zu geringfügigen Rechendifferenzen kommen. Bestimmte Aussagen in diesem Bericht sind „zukunftsgerichtete Aussagen“. Diese Aussagen, welche die Wörter „glauben“, „beabsichtigen“, „erwarten“ und Begriffe ähnlicher Bedeutung enthalten, spiegeln die Ansichten und Erwartungen der Gesellschaft wider und unterliegen Risiken und Unsicherheiten, welche die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich beeinträchtigen können. Der Leser sollte daher nicht unangemessen auf diese zukunftsgerichteten Aussagen vertrauen. Die Gesellschaft ist nicht verpflichtet, das Ergebnis allfälliger Berichtigungen der hierin enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen zu veröffentlichen, außer dies ist nach anwendbarem Recht erforderlich.

GESCHLECHTSNEUTRALE FORMULIERUNG

Aus Gründen der einfacheren Lesbarkeit wird bei personenbezogenen Begriffen wie „Kunden“, „Mitarbeiter“ oder „Aktionäre“ auf die geschlechtsspezifische Differenzierung sowie auf die durchgängige Verwendung von akademischen Titeln verzichtet.

IMPRESSUM

Herausgeber
Schlumberger Aktiengesellschaft
Heiligenstädter Straße 43, 1190 Wien
Tel. +43/1/368 22 59-0
Fax +43/1/368 22 59-340
services@schlumberger.at
<http://gruppe.schlumberger.at>
Geschäftssitz: Wien
Reg. beim HG Wien unter FN 79014 y
UID: ATU 37328904; DVR: 0060518