



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. – 30.6.2015





SEHR GEEHRTE DAMEN! SEHR GEEHRTE HERREN!

Die gesamtwirtschaftliche Lage in der Eurozone zeigte im ersten Quartal 2015 mit +0,4% im Vergleich zum Vorquartal ein positives Wachstum. Den größten Wachstumsbeitrag lieferte der private Konsum, aber auch der Rückgang der Arbeitslosigkeit in einigen Ländern sowie niedere Energiekosten trugen zu dieser Entwicklung bei. Für 2015 wird für die Eurozone ein Wirtschaftswachstum von 1,5% erwartet (Quelle: OeNB).

In Österreich entwickelt sich die Wirtschaft schlechter als im Euroraum und es wird ein Wachstum von 0,7% für 2015 prognostiziert. Erst für 2016 wird auch in Österreich mit einem deutlichen Wirtschaftswachstum gerechnet. Dies wird vor allem durch die Einkommenssteuerreform bedingt sein, die 2016 zum Tragen kommen wird und die sich positiv auf die Entwicklung des real verfügbaren Haushaltseinkommens auswirken wird (Quelle: OeNB).

Die deutsche Wirtschaft entwickelte sich im ersten Quartal 2015 positiv, wobei auch hier stärkster Konjunkturmotor der private Konsum sowie auch ein Anstieg des Beschäftigungsgrades ist. Für 2015 geht man von einem BIP Wachstum von 1,9% aus (Quelle: Prognose der Europäischen Kommission vom Mai 2015).

Wie am 17. Juli 2015 verlautbart, hat der Verfassungsgerichtshof auf Antrag des Bundesfinanzgerichts das Schaumweinsteuergesetz auf seine Verfassungsmäßigkeit geprüft. Entgegen der Argumentation des Bundesfinanzgerichts sowie der breiten öffentlichen Meinung hat der Gerichtshof die Verfassungsmäßigkeit der Bagatellsteuer bestätigt. Die Aufforderung an die Politik zur Abschaffung dieser wettbewerbsverzerrenden und budgetär irrelevanten Steuermaßnahme bleibt aufrecht.

Die Fehlwirkung dieses Schaumweinsteuergesetzes führte bisher zu einem 25% Marktrückgang bei Sekt. Die Schaumweinsteuer fügt den heimischen Sektherstellern und den die Sekthersteller beliefernden österreichischen Weinbau-Betrieben einen erheblichen Schaden zu. Ungeachtet der verfassungsrechtlichen Sichtweise ist Schlumberger davon überzeugt, dass die Schaumweinsteuer zu einer Wettbewerbsverzerrung und Gefährdung von Arbeitsplätzen führt. Die fehlenden Steuereinnahmen sollten Argumentation genug sein, um die Schaumweinsteuer bei nächster Gelegenheit auf politischem Wege abzuschaffen.

Als führendes österreichisches Sekthaus werden wir auch im vorherrschenden schwierigen Umfeld vor allem die herausragende Qualität, die Vielfalt des österreichischen Sekts und den in vielen Teilen des Nahrungs- und Genussmittelbereichs bereits vorhandenen starken Patriotismus der Gastronomen, Händler und Konsumenten ansprechen um das Interesse für österr. Sekt zu wecken.

Schlumberger wird darüber hinaus als „österreichischer Botschafter“ seinen Export-Fokus in Zukunft weiter stärken. So werden die Kernmärkte Deutschland und Schweiz verstärkt bearbeitet und neue Zukunftsmärkte wie Großbritannien, die USA und schrittweise auch China erschlossen.

Für die Weinernte 2015 sind bisher keine klimatischen Ereignisse eingetreten, die negative Auswirkungen auf den Ernteertrag erwarten lassen. Das Risiko von Unwettern ist jedoch durch die heuer besonders hohen Temperaturen in den Sommermonaten unverändert gegeben.

UMSATZ

	in EUR Mio.	Veränderungen zum Vorjahr in %
	1.4. – 30.6.2015	
1 Außenumsatz Schlumberger Unternehmensgruppe	46,2	+8,4
2 Außenumsatz Schlumberger Wein- und Sektkellerei GmbH, Wien	24,4	+15,6
3 Außenumsatz Schlumberger GmbH & Co KG und A. Segnitz & Co. GmbH, Deutschland	12,7	-4,4
4 Außenumsatz Schlumberger Nederland B.V., Breda	9,0	+10,4



ANMERKUNGEN

zu Nr. 1

Der konsolidierte Umsatz im ersten Quartal des Wirtschaftsjahres 2015/2016 der Schlumberger Unternehmensgruppe in Höhe von EUR 46,2 Mio. ist gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahres (EUR 42,6 Mio.) um 8,4% bzw. EUR 3,6 Mio. gestiegen.

Die Ursachen dafür werden in den Punkten 2 – 4 erläutert.

zu Nr. 2

Im Kernmarkt Österreich sind die Umsätze im 1. Quartal des Wirtschaftsjahres des Vorjahres als Folge der Eindeckungskäufe des Handels im Vorfeld der Alkoholsteuer-Erhöhung und der Wiedereinführung der Sektsteuer mit 1. März 2014 eingebrochen. Die Marken *Schlumberger*, *Hochriegl* und *Goldeck der Veltliner Sekt* hatten trotz ihrer starken Markenkraft damals einen besonders massiven Rückgang zum Wirtschaftsjahresstart zu verzeichnen. Auch die Kräuterspirituosenmarken, die für die Gurktaler AG vertrieben werden, entwickelten sich damals durch Eindeckungskäufe schwach.

In diesem Wirtschaftsjahr sind die Auswirkungen der Steuermaßnahmen in Form rückläufiger Märkte zu bemerken. Im Vergleich mit dem 1. Quartal des Vorjahres ist die Entwicklung jedoch insbesondere wegen der niedrigeren Umsätze im Vorjahr sehr positiv. Bei den Sektmarken *Schlumberger*, *Hochriegl* und *Goldeck der Veltliner Sekt* stiegen die Absätze um 2 – 3 stellige Prozentsätze, bei den Pachtmarken *Gurktaler Alpenkräuter* und *Rosbacher* um prozentuell zweistellige Zuwächse wie auch bei weiteren Spirituosenmarken und Champagner. Der Vertrieb von Spirituosenmarken, die nicht dem Hause Schlumberger gehören, liegt durch den Abgang einer Marke nach einem Eigentümerwechsel in Summe unter dem Vorjahreswert, bereinigt um diesen Effekt konnte auch dieser Bereich wachsen.

Stellvertretend für ein erfolgreiches Wachstum weiterer starker Marken in unserem Vertriebsprogramm steht bei alkoholfreien Getränken die im Eigentum von Schlumberger stehende Marke *SENS*. Der Exportumsatz mit *Schlumberger* war im ersten Quartal in Summe wachsend. Haupttreiber war das auf Initiative von Schlumberger neu auf den Markt gebrachte *Stoli Ginger Beer*, das in 9 Länder exportiert wird. Neben Italien, Frankreich und der Schweiz wird *Stoli Ginger Beer* unter anderem auch nach Spanien auf die Partyinsel Ibiza exportiert.

zu Nr. 3

Die Entwicklung in Deutschland bei der Schlumberger GmbH & Co KG, Meckenheim, ist heuer mit einem Rückgang von EUR 0,6 Mio. bzw. -4,4 % wie geplant unter Vorjahr. Zur Steigerung der Profitabilität des Unternehmens wurde das Engagement im Lebensmitteleinzelhandel reduziert. Die restlichen Kundensegmente entwickelten sich stabil bis positiv.

zu Nr. 4

Die Schlumberger Nederland B.V., Breda, erzielte mit ihrer Tochter, der Wein und Spirituosen Vertriebsgesellschaft Walraven|Sax C.V., Breda, ein starkes Wachstum von EUR 0,9 Mio. bzw. +10,4% gegenüber dem Vorjahr durch die Aufnahme neuer Marken in das Verkaufsprogramm und die Ausweitung des geografischen Engagements nach Belgien.

ERGEBNIS

Im Zeitraum 1.4. – 30.6.2015 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 -180 TEUR aus. Der entsprechende Vergleichswert der Vorjahresperiode betrug -170 TEUR.

Einer leichten Ergebnissteigerung in den Niederlanden steht ein leichter Rückgang in Österreich in ähnlicher Größenordnung gegenüber. In Deutschland ist das Ergebnis im Vergleich zum Vorjahr konstant geblieben.

Das Ergebnis des ersten Quartals lässt im Wirtschaftszweig der Sekt- und Spirituosenwelt 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, Dienstleistungen 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 verstärkt. Zahlreiche bedeutende Kulturveranstalter 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. Auch die Zusammenarbeit mit der Wiener Staatsoper und der Wiener Theaterszene konnte ausgeweitet werden.

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 Traditionnelle 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 Gastronom ein exklusives Angebot.

Die Marke *Hochriegl* feiert 2015 ihr 125-jähriges Jubiläum. 2009 wurde *Hochriegl* von der *Schlumberger* Wein- und Sektkellerei übernommen. Im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres hat *Hochriegl* mit der Produktneuheit „*Hochriegl* frizzante acht PINK Grapefruit“ und „*Hochriegl* frizzante acht PINK Hugo“ sein Sortiment erweitert. Diese Produktinnovation ist ein spritzig-leichter Genuss bei nur 5,8% vol. *Hochriegl* frizzante acht PINK Hugo ist das ideale Wein-Mixgetränk, *Hochriegl* frizzante acht PINK Grapefruit ein süßer Bitteraperitif.

Genossen wird dieses Getränk mit Eiswürfeln in einem Weißweinglas, für einen besonders fruchtigen Geschmack können ein paar Grapefruit- bzw. Limettenscheiben und Minze hinzugefügt werden.

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.

Rossbacher, der im Rahmen eines Pachtvertrags für die „*Rossbacher*“ 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 *Rossbacher*. In der Markenpositionierung setzt *Rossbacher* auf sein rassiges, männliches Image und polarisiert bewusst mit einer Kampagne für „echte Männer“.

Die Marke *Leibwächter* ist ein feinerherber Halbbitter. Er wird aus einer Vielzahl von Kräutern und Früchten hergestellt. Dabei werden diese mit Alkohol überzogen, mazeriert und danach in einem Vakuumdestillierverfahren für ein gleichbleibend hohes Qualitätsniveau verarbeitet.

Das Geschäft der 2013 erworbenen *Leibwächter* Kräuter GmbH ist an die *Schlumberger* Wein- und Sektkellerei GmbH verpachtet.

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 Marke *Riemerschmid*, den großen internationalen Wassermarken *evian*, *Volvic* und *Badoit* sowie *Lipton* ist die alkoholfreie Abteilung der Vertriebsfirma Top Spirit ein kompetenter 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 Sektellerei 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. Als zusätzlicher Absatzkanal wurde im Jänner der Vertrieb von InBev-Weinen in Belgien gestartet.

PERSONAL

Die Unternehmensgruppe Schlumberger beschäftigte im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres durchschnittlich 221 Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer (Vorjahresperiode: 218).

In Österreich ist der Personalstand durch Einsparungsmaßnahmen im Durchschnitt um 2 Personen zurückgegangen (zum Stichtag um 7), wohingegen in den Niederlanden ein Zuwachs von im Schnitt 4 Personen (zum Stichtag +5) und in Deutschland um + 1 Person (im Schnitt und zum Stichtag) stattgefunden hat.

INVESTITIONEN

Investitionen in Sachanlagen betragen im Berichtszeitraum rund EUR 0,2 Mio. nach EUR 0,6 Mio. im Vorjahr und sind Teil der für das Wirtschaftsjahr 2015/2016 erstellten Investitionsplanung und betrafen bisher diverse Ersatzinvestitionen sowie EDV-Anschaffungen.

FINANZLAGE

Gegenüber dem Bilanzstichtag 31.3.2015 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 2015/2016 nicht möglich. Im nächsten Quartal werden die in diesem Jahr positiven 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 2015/2016 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 30.6.2015

Nach dem Stichtag per 30. Juni 2015 gab es keine Ereignisse, die zu nachträglichen Erläuterungen veranlassen.

Wien, 10. August 2015

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