



*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. – 30.6.2012





## SEHR GEEHRTE DAMEN! SEHR GEEHRTE HERREN!

Die bestehende gesamtwirtschaftliche Lage mit einer großen Unsicherheit in der Eurozone deutet auch im Wirtschaftsjahr 2012/2013 auf ein herausforderndes Umfeld hin. Die durch die allgemeine Wirtschaftssituation hervorgerufene Konsumzurückhaltung könnte die Umsatzentwicklung unter Druck setzen.

Weiters ist nach einer schwachen Weinernte 2010 und einer leichten Erholung im Jahr 2011 für die Weinernte 2012 erneut ein sehr schwaches Jahr zu erwarten. Nach einem sehr trockenen Herbst und Frühwinter gab es durch extremen Frost von Mitte Jänner bis Mitte Februar erste Prognosen zu Ernteausfällen. Einige Spätfrosttage im Mai und der bisherige Wetterverlauf im Hochsommer mit großer Hitze bzw. dadurch verursachte Unwetter mit Hagel führten zu einer weiteren Verschärfung der Situation, die eine sinkende Erntemenge erwarten lässt.

Nach derzeitigem Wissensstand sind die benötigten Weinmengen für eine komplette Bedarfsdeckung mit österreichischem Wein nicht gegeben. Das wahre Ausmaß der Ausfälle ist erst in den nächsten Wochen genau bezifferbar. Für heuer sind keine Preisanpassungen mehr geplant, für das kommende Jahr können sie jedoch nicht ausgeschlossen werden.

Als führendes österreichisches Sekthaus haben wir gerade in schwierigen Zeiten bewiesen, dass durch die Konzentration auf unsere Kernkompetenzen und Innovationskraft die Basis für eine langfristig positive Entwicklung geschaffen werden kann. Im 1. Quartal des Wirtschaftsjahres 2012/2013 wurde mit *Hochriegl frizzante acht muscato* eine weitere Produktneuheit auf den Markt gebracht. Mit diesem viel versprechenden Produkt sowie noch weiteren jungen und etablierten Marken sind wir überzeugt, auch in schwierigen Zeiten Wachstumsimpulse setzen zu können.

Mit Wirkung vom 1.1.2013 kauft die Schlumberger Aktiengesellschaft die Kräuterspirituosenmarke *Leibwächter* von der Friedrich Schwarze GmbH & Co. KG und der Westenhorst GmbH & Co. KG. Die Marke *Leibwächter* ist in erster Linie im Lebensmitteleinzelhandel in der Kleinflasche 0,04 L am Markt erfolgreich und verkauft derzeit insgesamt rund 7 Millionen Flaschen pro Jahr. *Leibwächter* ist ein feinherber Halbbitter mit 35% vol. und ist eine hervorragende Ergänzung für unser Kräuterspirituosen-Sortiment.

Gemeinsam mit unserem motivierten Mitarbeiterteam blicken wir zuversichtlich in die Zukunft und wollen mit dem Bekenntnis zu größtmöglicher österreichischer Wertschöpfung einen wesentlichen Beitrag zum Wachstum des Marktes leisten.

## UMSATZ

Der Umsatz im ersten Quartal des Wirtschaftsjahres 2012/2013 der Schlumberger Unternehmensgruppe in Höhe

von EUR 44,2 Mio. ist gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahres um 3,2% bzw. EUR 1,5 Mio. gesunken.

Umsatz Veränderungen	in EUR Mio. 1.4. – 30.6.2012	Veränderungen zum Vorjahr in %
1 Außenumsatz Schlumberger Unternehmensgruppe	44,2	-3,2
2 Außenumsatz Schlumberger Wein & Sektkellerei GmbH, Wien	25,6	+0,3
3 Außenumsatz Schlumberger GmbH & Co KG und A. Segnitz & Co. GmbH, Deutschland	11,5	-10,5
4 Außenumsatz Schlumberger Nederland B.V, Breda	7,2	-2,9



## ANMERKUNGEN

zu Nr. 1

Der konsolidierte Umsatz der Schlumberger Unternehmensgruppe der ersten drei Monate des laufenden Geschäftsjahres beläuft sich auf EUR 44,2 Mio. Der vergleichbare Umsatz der entsprechenden Vorjahresperiode betrug EUR 45,7 Mio. Das entspricht einem Umsatzrückgang im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2012/2013 gegenüber dem ersten Quartal des Geschäftsjahres 2011/2012 von 3,2%. Die Ursachen dafür werden in den Punkten 2 - 4 erläutert.

zu Nr. 2

Im Kernmarkt Österreich kam es als Folge der erforderlichen Preiserhöhungen zu zeitlichen Verschiebungen der Aktionstätigkeit. Dieser Umstand wurde noch verstärkt durch die gebremste Konsumentennachfrage. Dennoch konnte ein stabiles Ergebnis mit einem leichten Wachstum erreicht werden.

Die Preisanpassungen zu Beginn des neuen Wirtschaftsjahres bei Sekt sind insbesondere eine Folge der schwachen Weinernte in Österreich im Jahr 2010. Dadurch kam es bekanntlich zu Engpässen bei den Rohstoffen und als Konsequenz daraus zu dramatischen Preisanstiegen bei heimischen Sektgrundweinen. Die Kostenbelastung konnte bisher zu einem Teil durch Einsparungen kompensiert werden, ein weiterer Teil musste vom Unternehmen getragen werden und ein kleiner Anteil wurde an die Konsumenten weitergegeben.

Die Marke *Schlumberger* und *Hochriegl* legten trotz der Herausforderungen einen guten Jahresstart hin. Auch Spirituosenmarken aus unserem Portfolio entwickelten sich positiv. Stellvertretend für ein erfolgreiches Wachstum starker Marken stehen *Uderberg*, *Pitu* und *Xuxu*.

Nach der Einführung des *Hochriegl frizzante acht* im 1. Quartal des vergangenen Wirtschaftsjahres wurde heuer das Angebot um die Sorte *frizzante acht muscato* erweitert, die ebenfalls mit einem reduzierten Alkoholgehalt von nur 8,5% vol. den Trend zu leichteren Produkten verstärkt.

Der Exportumsatz mit *Gurktaler Alpenkräuter* steigt weiterhin im zweistelligen Prozentbereich gegenüber der Vorjahresperiode. Bei Schaumwein kam es im Vorjahr im Vorfeld von Preisanpassungen zu Bevorratungen, sodass die Vergleichbarkeit nur eingeschränkt möglich ist. Die Entwicklung ist hier wegen dieser zeitlichen Verlagerung momentan noch unter Vorjahr.

Das Geschäft mit alkoholfreien Getränken verläuft stabil.

zu Nr. 3

Die Entwicklung in Deutschland bei der Schlumberger GmbH & Co KG, Meckenheim, ist plangemäß, jedoch durch eine Verlagerung im Subskriptionsgeschäft in die zweite Jahreshälfte 10,5% unter Vorjahr. Das neue ERP-(Enterprise Resource Planning) System wurde mit Anfang Mai erfolgreich eingeführt. Durch die Umstellung des Warenwirtschaftssystems kommt es jedoch auch zu einer leichten Verschiebung des Geschäftsverlaufs im Wirtschaftsjahr 2012/2013.

zu Nr. 4

Die Schlumberger Nederland B.V., Breda, erzielte mit ihrer Tochter, der Wein und Spirituosen Vertriebsgesellschaft Walraven|Sax C.V., Breda, unter schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in den Niederlanden einen leichten Rückgang von 2,9% gegenüber dem Vorjahr. Insgesamt bewegt sich der Geschäftsverlauf hier jedoch auf einem hohen Niveau.

## ERGEBNIS

Im Zeitraum 1.4. - 30.6.2012 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 TEUR 70 aus. Der entsprechende Vergleichswert der Vorjahresperiode betrug TEUR 50. Die Entwicklung des Ergebnisses ist somit weiterhin solide.

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.

Die „at-equity“ konsolidierte Firma Zwack Unicum Nyrt., Budapest, erzielte im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2012/2013 einen Brutto-Umsatz von HUF 4,9 Mrd. (rund EUR 17,0 Mio. zum Devisen Mittelkurs per 30.6.2012) nach HUF 5,3 Mrd. in der Vergleichsperiode des Vorjahres. Aus dem operativen Geschäft wurde im ersten Quartal 2012/2013 ein Gewinn vor Steuern von rund HUF 0,5 Mrd. (rund EUR 1,7 Mio.) erzielt. Der Vergleichswert der Vorjahresperiode betrug HUF 0,7 Mrd.

Die gesamtwirtschaftliche Situation in Ungarn ist weiterhin angespannt. Es gibt allgemeine Rückgänge im ungarischen Spirituosenmarkt durch die Anhebung der Alkoholsteuer auf Importe und den Großteil ungarischer Spirituosen bei gleichzeitiger Steuerfreistellung lokaler Palinka Produkte (ungarische Brände). In diesem Umfeld kann sich Zwack noch hervorragend behaupten und gegenüber anderen Mitbewerbern seine Marktposition stärken und auch im Exportgeschäft (Hauptmarkt ist hier Italien) weiter wachsen. Dennoch sind die Umsätze, Deckungsbeiträge und Ergebnisse verursacht durch das Inlandsgeschäft sinkend. Bereits eingeleitete Einsparungsmaßnahmen werden daher fortgesetzt.

## 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.



## GESCHÄFTSFELDER

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

### Geschäftsfeld Österreich: Sekt

Unsere Sektmarken *Schlumberger*, *Goldeck* und *Hochriegl* stehen für höchste Qualität, große Vielfalt und größtmögliche österreichische Wertschöpfung. *Schlumberger* zeichnet sich als unser Premium Produkt durch höchste Bekömmlichkeit aus. Im 1. Quartal des laufenden Wirtschaftsjahres wurde der neue Jahrgang der Prestige Cuvée *Schlumberger DOM* auf den Markt gebracht. Die Innovation des Jahres 2011 *Schlumberger Rosé Secco* verstärkt das Portfolio und stärkt die Sektsaison gerade in den Sommermonaten. Gemeinsam mit dem bestehenden Sortiment bietet unser Haus für jeden Anlass den passenden *Schlumberger* Genuss.

Zusätzlich zum Inlandsgeschäft eröffnen sich nicht zuletzt auch dank der Produktneuheiten in vielen Exportmärkten neue Chancen, die gezielt genutzt werden. Im weiteren Ausbau der Exporttätigkeit liegt eine klare strategische Fokussierung der Geschäftsführung. Über die letzten Jahre konnte mit den wichtigsten Exportmarken *Schlumberger* und *Gurktaler Alpenkräuter* ein konstant zweistelliges Prozentwachstum erzielt werden. 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 *Schlumberger* derzeit in beinahe 30 Länder exportiert; mehr als jede dritte Flasche *Schlumberger* geht bereits ins Ausland. Neue und vielversprechende Absatzmärkte wie Schweden, Dänemark, Finnland, die Ukraine oder Zypern sollen den Exportanteil in den nächsten Jahren weiter steigern.

Für *Goldeck* wird zur Positionierung als österreichischer Sekt ausschließlich reinsortiger Grüner Veltliner, die führende Weißweinsorte Österreichs, aus der Region um Poysdorf im Weinviertel verarbeitet. Das Jugendstildesign der *Goldeck*-Flasche lässt den Österreich-Bezug des Produkts sichtbar werden und hebt diese Sektspezialität positiv vom Wettbewerb ab. Das Bildnis der Edlen von Goldeck repräsentiert höchste Qualität und edlen Genuss. 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 Jahrgangsspekt in der Geschmacksrichtung brut auch für den anspruchsvollen Gastronomen ein exklusives Angebot. Erfolgreiche Kooperationen wie jene mit den heimischen Betrieben der Casinos Austria verstärken die Neupositionierung als reinsortige Sektspezialität und die damit verbundene Aufwertung der Marke.

*Hochriegl* ist eine über 120 Jahre alte, traditionsreiche Wiener Marke und die absatzstärkste Sektmarke Österreichs. Nach der gelungenen Integration der Marke und der Ausweitung der Produktionskapazitäten an den Standorten Bad Vöslau und Wien hat *Hochriegl* mit erfolgreichen Neueinführungen wie *Blanc de Blancs* und *Rosé* den Markt belebt. Im Geschäftsjahr 2011/2012 wurde

mit *frizzante acht* ein neues Segment im alkoholreduzierten Frizzante-Markt eröffnet. Im ersten Quartal 2012/2013 wird unter anderem mit der Ausweitung um die Sorte *frizzante acht muscato* der eingeschlagene Kurs fortgesetzt. *frizzante acht muscato* greift den Trend von fruchtigen Weinen mit fleuraler Aromatik auch im Perlwein-Segment auf und punktet ebenfalls mit nur 8,5% vol.

### Spirituosen

*Gurktaler Alpenkräuter*, ist die größte Marke unter den hauseigenen Spirituosen. Traditionelle Verarbeitung, hohe Qualitätsstandards und regionale Verbundenheit prägen den Kräuteraanbau im Gurktal ebenso wie die nachfolgende Mazeration im Probsthof des Gurker Stiftes. Nach überlieferten traditionellen Rezepten wird der milde Likör mit höchster Sorgfalt aus natürlichen, frischen und schonend getrockneten Kräutern hergestellt. Diese werden in einem exakten Ansatzverhältnis in hochwertigen Alkohol eingelegt, um wertvolle Inhalts- und Aromastoffe zu gewinnen. Die vielfach ausgezeichnete Qualität und der milde, erlesene Geschmack resultieren aus der abgestimmten Zusammensetzung handverlesener Kräuter. Auch die Abfüllung von *Gurktaler* 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* besteht als österreichischer Halbbitter seit 1897 am Markt und wurde für seine Qualität mehrfach prämiert. Goldmedaillen beim diesjährigen World Spirits Award (WSA) und am Internationalen Spirituosen Wettbewerb (ISW) sowie die Prämierung als „Kräuterspirituose des Jahres 2011“ belegen die hohe Produktqualität von *Rossbacher*. In einer neu überarbeiteten Markenpositionierung setzt *Rossbacher* auf sein rassiges, männliches Image und polarisiert bewusst mit einer Kampagne für „echte Männer“. Neben klassischer Werbung in Form einer Plakatkampagne sollen vor allem social media und online Aktivitäten die Marke stärken.

Mit *Underberg* als einzigartige Kräuterspezialität und Wirkspirituose wird die Kräuterspirituosenkompetenz des Hauses eindrucksvoll abgerundet. Maßgeschneiderte Promotions und Platzierungen erschließen vor allem in der Gastronomie immer neue Umsatzpotenziale.

### 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

Durch die Vertriebsübernahme der namhaften internationalen Mineralwassermarken *evian*<sup>®</sup>, *Volvic* und *Badoit* mit Mai 2011 wurde der Bereich der alkoholfreien Getränke signifikant verstärkt und ausgebaut. Der Vertriebsübernahme und der Stärkung



dieses Segments wurde auch organisatorisch in den Bereichen Verkauf und Marketing Rechnung getragen. Gemeinsam mit der Eigenmarke *SENS*, der Gruppenmarke *Riemerschmid* sowie den international bekannten Marken *Lipton* und *Kidibul* stärkt dieser Ausbau der alkoholfreien Abteilung Top Spirit als kompetenten und kompletten Getränkepartner für Gastronomie und Handel.

#### Geschäftsfeld Deutschland:

Schlumberger Deutschland in Meckenheim ist auf den Vertrieb von lokalen und internationalen Weinen und Schaumweinen spezialisiert. Im laufenden Wirtschaftsjahr wurde ein neues ERP-(Enterprise Resource Planning)-System eingeführt, um die betrieblichen Prozesse weiter zu ergänzen. 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 sorgen weiterhin für eine erfolgreiche Ausweitung der Aktivitäten im Lebensmittelhandel und in der Gastronomie.

### 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 2012/2013 nicht möglich.

Es bestehen aktuell keine Anzeichen, dass sich die herausfordernde wirtschaftliche Situation verbunden mit einer Konsumzurückhaltung im nächsten Quartal verbessern wird. Die Schlumberger Gruppe plant für das Wirtschaftsjahr 2012/2013 nach wie vor eine stabile Entwicklung. Volle Aufmerksamkeit wird daher unserem Kerngeschäft in Österreich mit größtmöglicher österreichischer Wertschöpfung gelten. Kostendisziplin, die Integration der Marke *Leibwächter*, Produktneuerungen und ein geschärfter Marktauftritt mit zielgruppenspezifischen Marketing- und Verkaufsmaßnahmen werden diesen eingeschlagenen Kurs begleiten.

### PERSONAL

Die Unternehmensgruppe Schlumberger beschäftigte im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres durchschnittlich 217 Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer (Vorjahresperiode: 205).

Der Anstieg erklärt sich im Wesentlichen aus dem Wachstum bei Schlumberger in Österreich, das zu einem Personalaufbau in der Produktion von 2 Arbeitern und in der Verwaltung mit 3 Angestellten geführt hat. Bei Schlumberger Nederland B.V. ist ebenso durch das Wachstum der durchschnittliche Mitarbeiterstand um 6 Angestellte gestiegen. In Deutschland wurde im Schnitt 1 zusätzliche Person beschäftigt.

### INVESTITIONEN

Investitionen in Sachanlagen betragen im Berichtszeitraum rund EUR 0,2 Mio. und sind Teil der für das Wirtschaftsjahr 2012/2013 erstellten Investitionsplanung und betrafen bisher vor allem diverse Ersatzinvestitionen. Umfangreiche Investitionen als Teil der Investitionsplanung zur Erweiterung des Produktangebots stehen bevor.

### FINANZLAGE

Gegenüber dem Bilanzstichtag 31.3.2012 sind keine Ereignisse eingetreten oder Transaktionen durchgeführt worden, die zu einer nennenswerten Veränderung der Finanzmittel in der Unternehmensgruppe führen.

Wien, im August 2012

Ing. Herbert Jagersberger

KR Eduard Kranebitter

Mag. Wolfgang Spiller

## 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