

# Jacob Stauder GmbH & Co. KG

## Investment Summary



CON | PAIR



connecting PAIRs.  
Conpair verbindet.

## Disclaimer

Die in diesem Dokument enthaltenen Informationen sind ausschließlich für Personen bestimmt, die ihren Wohnsitz und Aufenthaltsort in Deutschland haben.

Sollte diese Investment Summary entgegen der vorstehenden Beschränkung von Personen eingesehen werden, die ihren Sitz außerhalb von Deutschland haben, wird vorsorglich darauf hingewiesen, dass die Verteilung dieses Dokuments in den USA, Kanada, Japan oder anderen Gerichtsbarkeiten durch Gesetz beschränkt sein kann und die jeweilige Personen, die Kenntnis von diesem Dokument erlangen, sich über etwaige Beschränkungen informieren und diese einhalten sollten. Jedes Versäumnis, diese Beschränkung zu beachten, kann eine Verletzung der US-amerikanischen, kanadischen oder japanischen Wertpapiergesetze oder der Gesetze einer anderen Gerichtsbarkeit darstellen.

Das vorliegende Dokument wurde von der JACOB STAUDER GMBH & Co. KG mit Unterstützung der CONPAIR CORPORATE FINANCE GMBH erstellt. Vorsorglich weist die CONPAIR CORPORATE FINANCE GMBH darauf hin, dass die in dieser Investment Summary enthaltenen Angaben und Informationen (einschließlich von Planungsdaten und Kennzahlen) durch sie weder überprüft noch plausibilisiert wurden. Soweit diese Unterlage Planungsdaten enthält, wird ferner darauf hingewiesen, dass es sich hierbei um zukunftsgerichtete Daten handelt, die verschiedenen Annahmen durch die JACOB STAUDER GMBH & Co. KG unterliegen, die mit Unsicherheiten behaftet sind und sich als fehlerhaft herausstellen können.

Diese Investment Summary stellt kein Wertpapierprospekt dar, sondern enthält nur eine erste Informationsgrundlage, die einen Überblick über die wirtschaftlichen und rechtlichen Verhältnisse der JACOB STAUDER GMBH & Co. KG verschaffen soll. Mithin ist dieses Dokument nicht dazu geeignet, um eine Entscheidung über den Kauf von Wertpapieren der JACOB STAUDER GMBH & Co. KG zu treffen. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit der vorliegenden Informationen wird daher von der JACOB STAUDER GMBH & Co. KG und der CONPAIR CORPORATE FINANCE GMBH keine Gewähr übernommen.

Diese Investment Summary stellt weder ein Angebot, eine Einladung zur Abgabe eines Angebots noch eine Empfehlung zum Kauf von Wertpapieren der JACOB STAUDER GMBH & Co. KG dar und kann eine Auswertung des Wertpapierprospekts nicht ersetzen. Das öffentliche Angebot der Wertpapiere der JACOB STAUDER GMBH & Co. KG in Deutschland erfolgt ausschließlich auf Grundlage des bei der luxemburgischen Finanzaufsichtsbehörde (COMMISSION DE SURVEILLANCE DU SECTEUR FINANCIER – CSSF) noch zu billigenden und an die BUNDESANSTALT FÜR FINANZDIENSTLEISTUNGSAUFSICHT (BaFin) und die ÖSTERREICHISCHE FINANZMARKTAUFSICHT (FMA) zu notifizierenden Wertpapierprospekts, der auf der Internetseite der JACOB STAUDER GMBH & Co. KG unter [www.stauder.de/anleihe](http://www.stauder.de/anleihe) veröffentlicht wird und bei der JACOB STAUDER GMBH & Co. KG, Stauderstraße 88, 45326 Essen, angefordert werden kann.

Die vorliegende Investment Summary darf grundsätzlich nur vollständig und nicht gewerbsmäßig verwendet werden. Eine gewerbsmäßige Verwertung oder die Verwendung von Auszügen dieser Investment Summary ist nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der JACOB STAUDER GMBH & Co. KG und der CONPAIR CORPORATE FINANCE GMBH zulässig.

# Jacob Stauder GmbH & Co. KG

## Fact-Sheet zur Aufnahme einer Inhaberschuldverschreibung

### Unternehmensinformationen

<b>Tätigkeit des Unternehmens:</b>	Entwicklung, Herstellung und Vertrieb von Stauder Pils (Premium Pils), anderer Biere und Fassbrause. Die Kernmarke "Stauder-Premium-Pils" wird überregional in der gehobenen Gastronomie und Hotellerie geführt.		
<b>Gründung:</b>	Ursprüngliches Gründungsjahr: 1867	<b>Mitarbeiter:</b>	87 (per 30. September 2012)
<b>Geschäftsführung:</b>	Dr. Thomas Stauder Axel Stauder		<b>Gesellschafter:</b> Stauder Verwaltungsgesellschaft mbH (Komplementärin); Axel Stauder, Dr. Claus Stauder, Dr. Thomas Stauder, Peter Stauder, Hans Jacob Stauder (Kommanditisten)
<b>Creditreform-Index:</b>	119	<b>1-Jahres-Ausfallwahrscheinlichkeit Creditreform:</b>	0,03%

### Investment Highlights

#### Authentische Marke mit hohem Bekanntheitsgrad

Stauder ist eine starke, regionale deutsche Biermarke mit hoher Markenbekanntheit und hohen Sympathiewerten<sup>1</sup> in Essen und Umgebung

#### Akzeptierte Premium-Preise

Ihre Position als Hersteller von Premium-Pils ermöglicht der Jacob Stauder GmbH & Co. KG sich im gehobenen Preissegment zu bewegen. Dadurch ergeben sich für den Handel solide Margen, die wiederum Vorteile bei der Listung der Stauder-Produkte mit sich bringen.

#### Hohe Gastronomie- und Pilskompetenz

Die Jacob Stauder GmbH & Co. KG erzielt rund 40% ihres Absatzes mit Kunden aus der Gastronomie. Ihre hohe Kompetenz bei der Produktion und dem Vertrieb von Pils-Bier vom Fass eröffnet ihr den Zugang zu Top-Kunden im Gastronomiebereich auch über die Region hinaus.

<sup>1</sup> Quelle: puls Marktforschung GmbH - Ergebnisse einer Marktforschungsstudie in Essen, Gelsenkirchen, Bottrop und Gladbeck, 2012

### Financial Highlights

HGB-Rechnungslegung (Werte in TEUR)	Geschäftsjahr 2010	Geschäftsjahr 2011
<b>Umsatz</b>	<b>20.874,3</b>	<b>20.694,5</b>
<b>Rohertrag<sup>2</sup></b>	<b>15.525,8</b>	<b>15.491,0</b>
<b>EBITDA<sup>3</sup></b>	<b>2.566,1</b>	<b>2.555,8</b>
<b>EBIT<sup>4</sup></b>	<b>1.892,9</b>	<b>1.803,9</b>
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>377</b>	<b>442</b>
<b>Jahresüberschuss</b>	<b>246,4</b>	<b>92,5</b>
<b>Operating Cash Flow</b>	<b>823,0</b>	<b>1.405,0</b>
<b>Eigenkapital</b>	<b>792,0</b>	<b>884,5</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>13.863,7</b>	<b>14.340,5</b>

<sup>2</sup> Gesamtleistung abzgl. Materialaufwand

<sup>3</sup> Periodenergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen auf das materielle und immaterielle Anlagevermögen, außerordentlichem Ergebnis, Erträge aus Beteiligungen, Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens, Erträge aus Finanzanlagen und Ausleihungen

<sup>4</sup> Periodenergebnis vor Zinsen, Steuern, außerordentlichem Ergebnis, Erträge aus Beteiligungen, Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens, Erträge aus Finanzanlagen und Ausleihungen

### Die Anleihe - Potenzielle Strukturierung

<b>Gesamtvolumen:</b>	bis zu 10 Mio. Euro	<b>Fälligkeit:</b>	23. November 2017 (5 Jahre)
<b>Zinsen:</b>	7,5% p.a. (jährliche Auszahlung)	<b>Mittelverwendung:</b>	Wachstums- und Refinanzierung, Ausbau der Markenkonzepte, techn. Investitionen



Jacob Stauder GmbH & Co. KG  
Stauderstr. 88  
45326 Essen



Conpair Corporate Finance GmbH  
Rüttenscheider Straße 97-113  
45130 Essen

<b>Titel</b>	<b>Seite</b>
Unternehmensprofil	5
Historie & Struktur	6
Mittelverwendung & Strategie	7
Geschäftstätigkeit & Dienstleistungen	8
Markt	9
Wettbewerb	10
Vertrieb und Marketing & Produktion	11
SWOT-Analyse	12
Financials	13
Gewinn- und Verlustrechnung (historisch)	13
Ertragslage (historisch)	13
Bilanz (historisch)	14
Kapitalflussrechnung (historisch)	15
Verbindlichkeitspiegel (historisch)	16
Gewinn- und Verlustrechnung (aktuelle Periode)	17
Bilanz (aktuelle Periode)	18
Kapitalflussrechnung (aktuelle Periode)	19
Verbindlichkeitspiegel (aktuelle Periode)	20
Kennzahlenanalyse	20
Erfolgswirtschaftliche Kennzahlen	20
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	21
Liquiditäts-Kennzahlen	21
Verschuldungs-Kennzahlen	21

## Unternehmensprofil

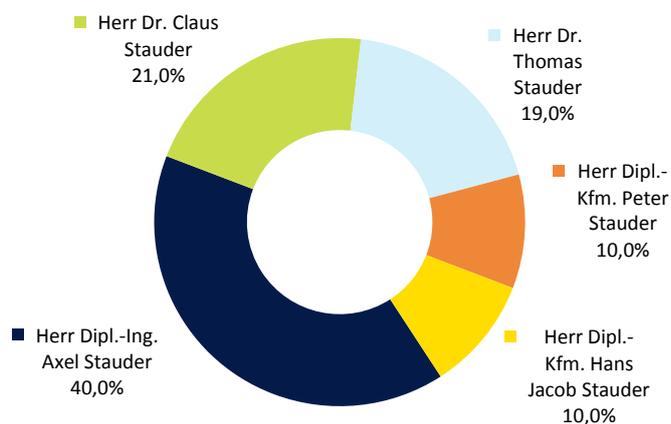
<b>Firma:</b>	Jacob Stauder GmbH & Co. KG		
<b>Anschrift:</b>	Stauderstr. 88, 45326 Essen		
<b>Telefon:</b>	+49 201 3616-0	<b>Telefax:</b>	+49 201 3616-133
<b>E-Mail:</b>	info@stauder.de	<b>Internet:</b>	www.stauder.de
<b>Gründung:</b>	Ursprüngliches Gründungsjahr: 1867	<b>HR-Nummer:</b>	HRA 2571
<b>Anzahl Mitarbeiter:</b>	87 (per 30. September 2012)	<b>Amtsgericht:</b>	Essen

### Unternehmensgegenstand / Branche:

Die Gesellschaft ist eine traditionsreiche, familiengeführte Brauereigruppe mit Sitz in Essen. Sie entwickelt, produziert und vermarktet verschiedene Biere sowie Biermix- und alkoholfreie Erfrischungsgetränke. Die Stauder-Gruppe, zu der die Marken „Stauder“, Stern“, „tut gut“ und „Borbecker“ zählen, blickt dabei auf eine fast 150-jährige Unternehmensgeschichte zurück.

### Gesellschafterstruktur:

Anteilseigner	Anteil in %
Herr Dipl.-Ing. Axel Stauder	40,0%
Herr Dr. Claus Stauder	21,0%
Herr Dr. Thomas Stauder	19,0%
Herr Dipl.-Kfm. Peter Stauder	10,0%
Herr Dipl.-Kfm. Hans Jacob Stauder	10,0%



### Wesentliche Beteiligungen:

Gesellschaft	Anteil in %
Stern-Brauerei Carl Funke GmbH & Co. Betriebs KG	100%
Rhein-Ruhr Getränkepezialitäten GmbH	100%
Stern-Brau Consult GmbH	100%

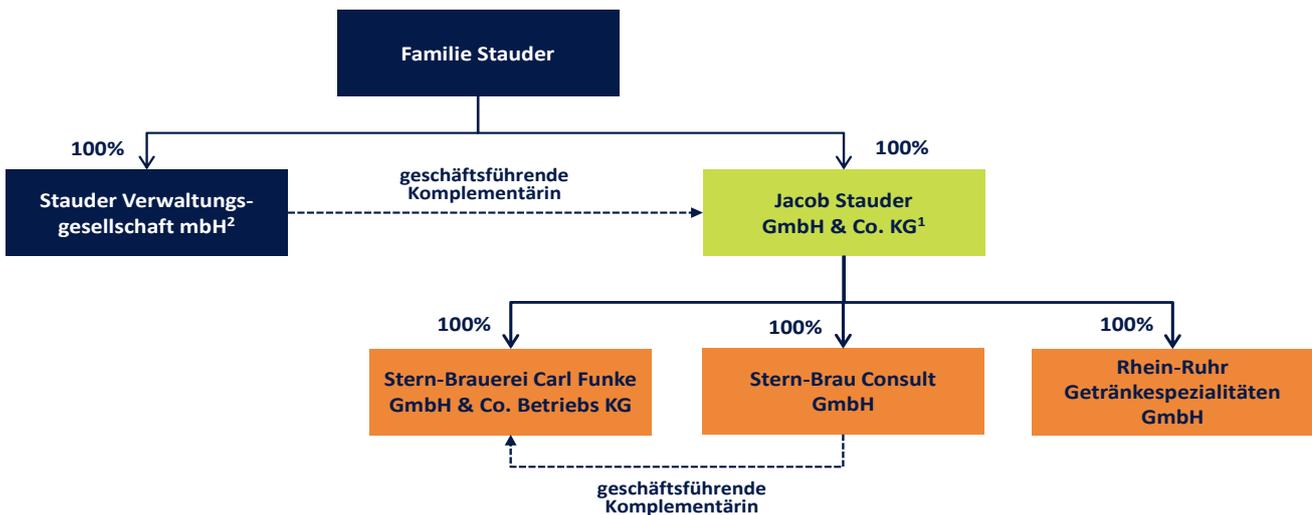
### Management:

Name	Funktion
Herr Dr. Thomas Stauder	Geschäftsführer (Vertrieb/Marketing/Personal/EDV)
Herr Dipl.-Ing. Axel Stauder	Geschäftsführer (Produktion/Logistik/Rechnungswesen/Finanzen)

## Historie

Jahr	Milestone
1867	Gründung in Essen durch Theodor Stauder
1888	Verlagerung der Brauerei nach Altenessen und Eintragung des Namens in das Firmenregister
bis in die 1960er	Positionierung als Hersteller und Vertreiber Mainstream-Bier in der Mittelpreislage
1970er	Strategische Positionierung als exklusive Gastronomiemarke „Stauder. Die kleine Persönlichkeit“
1990	Kauf der Marke Stern inkl. Bierlieferungsverträge im Jahr 1990; Sicherung und Ausbau des Gastronomie-Marktanteils in Essen und Umgebung
2005	Generationswechsel in der Geschäftsführung; anschließender Umbau und Optimierung der Organisation
ab 2010	Starke Ausweitung der Marketingaktivitäten im Heimatmarkt und Aufbau des Geschäftsfeldes „Kompetenzzentrum Malz“, Produktion für nicht konkurrierende Abnehmer
2012	Einführung der Stauder Fassbrause als erstes Produkt im Segment alkoholfreier Erfrischungsgetränke

## Struktur



### <sup>1</sup> Kommanditisten der Jacob Stauder GmbH & Co. KG:

Axel Stauder (40%), Dr. Claus Stauder (21%), Dr. Thomas Stauder (19%), Hans Jacob Stauder (10%), Peter Stauder (10%)

Anleihe-Emittentin

### <sup>2</sup> Gesellschafter der Stauder Verwaltungsgesellschaft mbH:

Axel Stauder (40%), Dr. Claus Stauder (21%), Dr. Thomas Stauder (19%), Hans Jacob Stauder (10%), Peter Stauder (10%)

Tochterunternehmen

## Mittelverwendung

<b>Gesamtvolumen:</b>	bis zu 10 Mio. Euro
<b>Mittelverwendung:</b>	Wachstums- und Refinanzierung, Ausbau der Markenkonzepte, technische Investitionen

Die Emittentin erhält im Zusammenhang mit dem Verkauf der Schuldverschreibungen einen voraussichtlichen Nettoemissionserlös von bis zu rund EUR 9,5 Mio. (der „Nettoemissionserlös“).

Der Nettoemissionserlös könnte folglich konkret wie folgt verwendet werden:

- Ablösung von bestehenden Kreditverbindlichkeiten, ca. EUR 5,0 Mio.
- Finanzierung der Intensivierung des Ausbaus bestehender Markenkonzepte, ca. EUR 2,5 Mio.
- Finanzierung der Abfindung von Pensionsansprüchen, ca. EUR 1,0 Mio.
- Finanzierung technischer Investitionen, ca. EUR 1,0 Mio.

Die tatsächliche zeitliche Reihenfolge, in der Mittel aus dem Nettoemissionserlös für die vorgenannten Maßnahmen verwendet werden, wie auch die konkrete Allokation, hängt von einer Vielzahl von Faktoren ab, so dass die tatsächliche Reihenfolge der Mittelverwendung von der beabsichtigten Reihenfolge abweichen kann.

Soweit und solange der Nettoemissionserlös noch nicht für andere, insbesondere die oben beschriebenen Zwecke benötigt wird, beabsichtigt die Emittentin, diesen in liquiden kurzfristigen Bankeinlagen, Geldmarktinstrumenten, Staatsanleihen mit kurzen Laufzeiten oder ähnlichen Instrumenten anzulegen, damit er bei Bedarf kurzfristig zur Verfügung steht.

## Strategie

Das wichtigste strategische Ziel der Stauder-Gruppe ist es, die vollen Potentiale ihrer Marken und Produkte sowie ihrer Tradition als Familienunternehmen aus Essen zu nutzen, um regionaler Marktführer im zentralen Ruhrgebiet im Bereich Flaschenbier mit einem Marktanteil von mindestens 20% zu werden und so nachhaltiges Umsatzwachstum in den kommenden Jahren zu generieren. Die Markenstärke soll weiterhin dazu genutzt werden, im Bereich der Gastronomie die Akquisition von Neukunden weiter zu fördern. Unter der Dachmarke Stauder soll die Geschäftstätigkeit weiter mit innovativen Produktneuentwicklungen auch im Bereich alkoholfreie Erfrischungsgetränke ausgebaut werden.

Zur Umsetzung dieser Ziele plant die Stauder-Gruppe insbesondere folgende Maßnahmen:

- Weitere Stärkung der Marke „Stauder“ und Ausbau der Marktposition als familiengeführter Premiumhersteller mit Schwerpunkt im Ruhrgebiet durch aktive Marktbearbeitung
- Strategischer Ausbau der Produktpalette um weitere wachstumsstarke Produkte, insbesondere im Teilgeschäftsbereich alkoholfreie Erfrischungsgetränke
- Gewinnung von Neukunden im Bereich der Gastronomie
- Ausbau des Geschäftsfeldes Brauleistungen
- Steigerung der Effizienz und Profitabilität

Um den eingeschlagenen Wachstumspfad erfolgreich fortzusetzen, beabsichtigt die Emittentin, zahlreiche Maßnahmen kurzfristig zu ergreifen. Im Vordergrund steht insbesondere die Intensivierung der Marktbearbeitung mit dem Ziel der regionalen Marktführerschaft. Darüber hinaus ist die Intensivierung der Marktbearbeitung darauf ausgelegt, im Gastronomiebereich die Akquisition von Neukunden weiter zu fördern, um die Effekte des Rückgangs der traditionellen Gastronomie zu überkompensieren. Die bereits eingeleiteten Maßnahmen werden voraussichtlich dazu führen, dass sich die Umsatzerlöse der Emittentin weiter erhöhen werden.

Die Emittentin beabsichtigt zudem, bestehende Kostenblöcke durch die Verschlinkung von Prozessen und weitere Optimierungen zu reduzieren. So beabsichtigt sie neben ständigen Prozessoptimierungen, die Personalkosten durch den Abschluss von Altersteilzeitverträgen weiter zu verringern. Diesbezüglich sind bereits mehrere Vereinbarungen getroffen worden.

Des Weiteren sollen die Möglichkeiten, die der Brauereistandort bietet, zukünftig besser genutzt werden. Dazu sollen Investitionen, bspw. in neue Kästen und Fässer zu produktionsoptimalen Chargengrößen führen, um Skaleneffekte nutzen zu können. Darüber hinaus ist die Einführung eines neuen, aussichtsreichen Produktes geplant, das zukünftig für weiteres voraussichtliches Wachstum der Umsatzerlöse der Jacob Stauder GmbH & Co. KG führen wird.

Die Geschäftstätigkeit der Stauder-Gruppe kann grundsätzlich in die zwei Geschäftsbereiche ‚Biere/alkoholfreie Getränke‘ und ‚Brauleistungen‘ eingeteilt werden:

### **Biere/alkoholfreie Getränke**

Der Geschäftsbereich Biere/alkoholfreie Getränke macht den deutlichen überwiegenden Anteil der Geschäftstätigkeit der Stauder-Gruppe aus. Aus der Produktsicht existieren die Teilgeschäftsbereiche „Klassische Biere“, „Bier-Trend-Bereich“ und „Alkoholfreie Erfrischungsgetränke“. Neben der Produktsicht ist die Markensicht relevant zur Beschreibung des Geschäftsbereichs Biere/alkoholfreie Getränke. Die Getränke der Stauder-Gruppe werden unter den Marken „Stauder“, „Stern“, „tut gut“ und „Borbecker“ vertrieben.

Die Marke Stauder bildet den Kern der Aktivitäten der Stauder-Gruppe. Sie besitzt im Ruhrgebiet auf der Grundlage einer von der Emittentin in Auftrag gegebenen Studie der puls Marktforschung GmbH eine gestützte Bekanntheit von 98% und ist hochpreisig positioniert. „Stauder Pils“ ist bisher das klare „Flaggschiff“ im Stauder-Sortiment. Im Geschäftsjahr 2011 betrug sein Anteil am Absatz der Biere/alkoholfreien Getränke 80,6%. Die relativ jungen Trend-Produkte „Stauder-Radler“ (Biermixgetränk mit 50% Stauder Pils, 50% Zitronenlimonade) und „Stauder-Alkoholfrei“ (alkoholfreies Stauder Pils) verzeichnen seit ihrer Einführung kontinuierliche Zuwachsraten und erreichten im Geschäftsjahr 2011 zusammen einen Absatzanteil von 4,1%. „Stauder Spezial“ (Export/Helles) besitzt das Potential für einen erfolgreichen Relaunch, da diese relativ mild schmeckende Biersorte im Biermarkt derzeit eine Renaissance erlebt.

Mit dem Neuprodukt „Stauder Fassbrause Zitrone“ (30% Stauder Alkoholfrei und 70% Zitronenlimonade) hat die Stauder-Gruppe erstmals den Wachstumsmarkt Alkoholfreie Erfrischungsgetränke betreten. Mit der Fassbrause will die Emittentin Zielgruppen und Konsumsituationen erreichen, die mit Bieren nur schwer abzudecken sind und in denen bisher Getränke wie Apfelschorle, Bitter Lemon oder andere Limonaden getrunken wurden. Dazu gehört generell der Konsum tagsüber, z.B. beim Mittagessen, beim Sport, bei Tagungen oder im Büro. Seit ihrer Einführung Anfang 2012 hat die „Stauder Fassbrause Zitrone“ bereits einen Absatzanteil an den Bieren/alkoholfreien Getränken von 2,3% erreicht und die von der Geschäftsführung gesetzten Planziele für das Geschäftsjahr 2012 bereits im September erreicht. Hier wird deutliches weiteres Wachstumspotential gesehen, insbesondere auch durch die Einführung weiterer Sorten Fassbrause.

Unter der Essener Traditionsmarke Stern werden die klassischen Biere „Stern Pils“ und „Stern Export“ über einen Vertriebspartner aus Essen ausschließlich lokal vertrieben. Der Absatzanteil der Stern-Biere an den Bieren/alkoholfreien Getränken betrug 2011 6,0%.

Unter der Marke tut gut wird das „tut gut Malzbier“ vertrieben, ein alkoholfreies Produkt, das insbesondere auf Kinder, Jugendliche und Sportler ausgerichtet ist. Der Absatzanteil von „tut gut Malzbier“ an den Bieren/alkoholfreien Getränken betrug 2011 6,8%.

Unter der Marke Borbecker werden als klassische Biere lokale Spezialitäten (Dampfbier, Salonbier, Zwickel) vertrieben, die ihre Heimat im Brauereigasthof „Dampfbierbrauerei“ im Essener Stadtteil Borbeck haben. Zusätzlich werden jeweils für einen begrenzten Zeitraum Saisonspezialitäten angeboten. Hier liegt auch ein Experimentierfeld für innovative Rezepturen. Der Absatzanteil der Borbecker Biere an den Bieren/alkoholfreien Getränken betrug 2011 2,1%.

Die Stauder-Gruppe bietet ihre Produkte in einer Vielzahl von Verpackungen und Gebinden in den Bereichen Fass und Flasche an. Die Produkte Stauder Pils, Stauder Radler, tut gut und die Borbecker Biere werden als Fassbiere vertrieben. Die Hauptmarke Stauder Pils ist dabei in allen marktüblichen Größen vertreten, also im 5l-Party-Fass, im 10l-Fass, 15l-Fass, 30l-Fass und 50l-Fass. Die übrigen Marken der Stauder-Gruppe gibt es als Fassbier nur im 30l-Fässern und/oder 50l-Fässern. Als Flaschengrößen werden bei Stauder Pils, Stauder Radler, Stern Pils, Stern Export, tut gut Malzbier und Borbecker Dampfbier die 0,5l-NRW-Flasche verwendet. Die 0,33l-Longneck-Flasche gibt es bei Stauder Pils, Stauder Radler und Stauder Alkoholfrei sowie bei Stauder Fassbrause als 0,33l-Klarglas-Longneck. Die verwendeten Gebindeformen sind der 20x0,5l-Kasten, der 24x0,33l-Kasten, das 6x0,5l-Sixpack und das 6x0,33l-Sixpack. Beide Sixpackgrößen werden zusätzlich auch im Kasten vertrieben, also im 4x6x0,33l-Kasten und im 3x6x0,5l-Kasten.

Neben der Eigenproduktion vertreibt die Stauder-Gruppe auch Handelswaren an die Kunden im Bereich der direkt belieferten Gastronomie. Hierbei handelt es sich insbesondere um Diebels-Altbiere, Erdinger-Weizenbier, Apollinaris-Mineralwasser und Produkte der Coca-Cola-Gruppe.

### **Brauleistungen**

Im Geschäftsbereich Brauleistungen bietet die Stauder-Gruppe Dienstleistungen an, die im Zusammenhang mit ihrer Haupttätigkeit als Brauerei stehen. Eine dieser Brauleistungen ist das sog. Lohnbrauen, bei dem die Stauder-Gruppe für ihre Kunden, zumeist namhafte regionale Brauereien, den gesamten Prozess der Bierbrauung übernimmt und für ihre Kunden fertige Bierprodukte herstellt, die die Kunden unter ihrer eigenen Marke verkaufen. Hierbei stellt Stauder je nach Spezifikation des jeweiligen Vertragspartners entsprechende Brauerzeugnisse her. Des Weiteren bietet die Stauder-Gruppe als Leistung an, für ihre Kunden die Abfüllung bereits gebrauter Biere zu übernehmen (Lohnabfüllung).

Zudem bietet die Stauder-Gruppe aufgrund ihres zentralen Standorts im Ruhrgebiet und ihrer umfangreichen Lagerkapazitäten anderen Unternehmen an, für diese Getränke zu lagern und für den Getränkefachgroßhandel bereit zu stellen (Rampenfunktion). In dieser Funktion nimmt Stauder eine sog. Rampennutzung und Logistik für etwaige Vertragspartner wahr und schafft somit durch den günstigen Standort in Essen, ihre entsprechenden Lagerkapazitäten und die entsprechende Verkehrsanbindung im Ruhrgebiet einen Mehrwert für Kooperationsvereinbarungen mit anderen Brauereien. Die Stauder-Gruppe erreicht auf diesem Wege zudem eine Ausschöpfung der auf dem eigenen Gelände bestehenden Brau- und Logistikinfrastruktur in Essen.

Zum Teilgeschäftsbereich Brauleistungen zählt die Stauder-Gruppe zudem die Entwicklung und den Vertrieb von Zwischenprodukten im Brauprozess für andere Unternehmen.

Im Geschäftsbereich Brauleistungen erzielte die Stauder-Gruppe im Geschäftsjahr zum 31. Dezember 2011 einen Umsatz in Höhe von rund EUR 1.164.118 (entsprechend rund 5,6 % des Gesamtumsatzes).

## Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Der weltweite wirtschaftliche Aufschwung nach der Finanz- und Wirtschaftskrise der Jahre 2008 und 2009 ist im Jahr 2012 ins Stocken geraten. Die gestiegene Unsicherheit aufgrund der Problematik der Staatsverschuldung in den Industrieländern und die damit verbundenen Sorgen um die Weltkonjunktur haben zwischenzeitlich zu starken Bewegungen an den Finanzmärkten geführt, die inzwischen jedoch verebbt sind. Trotz der Belastungsfaktoren prognostiziert die OECD (Stand: 06.09.2012) nach einem Anstieg der globalen Wirtschaftsleistung von 3,2% in 2010 und 1,8% in 2011 noch ein Wachstum von 1,6% für 2012. Im Jahr 2013 soll die Wachstumsrate auf 2,2% steigen.

Die wirtschaftliche Entwicklung innerhalb der EUROPÄISCHEN UNION wird durch politische Maßnahmen zur Eindämmung der Staatsverschuldung langfristig unterstützt. Kurzfristig führen diese in den betroffenen Ländern jedoch in vielen Fällen zu einem deutlichen konjunkturellen Einbruch, der sich in den Prognosen der Volkswirte widerspiegelt. Diese erwarten im Durchschnitt für die EUROPÄISCHE UNION nach einer Verbesserung der Wirtschaftsleistung von 1,4% im Jahr 2011 einen Rückgang des BIP um 0,2%. Für das Jahr 2012 wird mit einer konjunkturellen Erholung in Form eines Wachstums von 0,8% gerechnet (BLOOMBERG, Stand: 06.09.2012).

Die deutsche Volkswirtschaft hat sich zuletzt von der gesamteuropäischen Wirtschaftsentwicklung abgekoppelt und präsentiert sich in guter Verfassung. Neben weiterhin steigenden Exporten trägt auch die stabile Binnennachfrage zum Wachstum bei. Dies führt gemäß OECD-Berechnungen (06.09.2011) zu einem prognostizierten BIP-Wachstum von 1,2% im Jahr 2011 und von 2,0% in 2012.

## Der Biermarkt

Seit jeher sind deutsche Biere weltweit bekannt und geschätzt. Dies wird auch nicht durch eine in den letzten Jahren rückläufige Absatzmenge getrübt. Der Bierabsatz ist in Deutschland in den letzten 10 Jahren um ca. 10 Mio. hl auf 98,2 Mio. gesunken (STATISTISCHES BUNDESAMT, 30.01.2012). Dies entspricht einem Rückgang von fast 10%, wohingegen die weltweite Bierproduktion unbeirrt wächst – von 2010 auf 2011 um +3,3%. Im ersten Halbjahr 2012 ist der bundesweite steuerpflichtige Bierabsatz um ca. 2,3% gesunken, in Nordrhein-Westfalen sogar um 2,8%. Entgegen diesem Trend wuchs der Absatz der Emittentin im Pils-Segment (+0,2%) und noch deutlicher mit der Marke ‚STAUDER‘ (+2,4%) (STATISTISCHES BUNDESAMT, Unternehmensangaben).

Deutschland zählt weltweit zu den Top 5 Bierproduzenten zusammen mit China, den USA, Russland und Brasilien (IFO SCHNELLDIENST 16/2012). Dabei ist Pils mit einem Marktanteil von 55,1% im Jahr 2010 die mit Abstand stärkste Biersorte.

Nicht nur in der Bierproduktion zählt Deutschland zu den führenden Nationen, sondern auch im Pro-Kopf-Bierverbrauch. In Europa liegen die Deutschen mit 107,2 Litern pro Kopf auf Platz zwei hinter den Tschechen mit 160 Litern pro Kopf. In den Weinländern Frankreich und Italien liegt das Pro-Kopf-Volumen bei gerade einmal 30 Litern und bewegt sich damit am unteren Ende der Skala. Der Inlandsverbrauch liegt seit 2010 mit ca. 89,9 Mio. hl auf einem stabilen Niveau (IFO SCHNELLDIENST 16/2012).

In Deutschland unterliegt das Brauereiwesen – bezogen auf Unternehmen bzw. Konzerne – einer starken regionalen Diversifizierung. Dies zeigt sich sehr deutlich in den Absatzmengen der jeweiligen Bundesländer. So wurden in den ersten sieben Monaten des Jahres 2012 rd. 47% der in Deutschland abgesetzten Menge (57,3 Mio. hl) in den beiden Bundesländern Bayern (13,1 Mio. hl) und Nordrhein-Westfalen (14,1 Mio. hl) abgesetzt (STATISTISCHES BUNDESAMT, 28.08.2012). Verdeutlicht wird dies auch durch die Anzahl der in den jeweiligen Bundesländern ansässigen Brauereien. Von den zum 31.12.2011 insgesamt 1.341 betriebenen Braustätten befinden sich 632 in Bayern und 132 in Nordrhein-Westfalen (STATISTISCHES BUNDESAMT, 16.02.2012). Die Anzahl der Bierbraustätten steigt seit 2003 stetig an. Allerdings entstehen – als Reaktion auf die Marktkonzentration – immer mehr Klein- und Gasthausbrauereien mit regionalem Bezug.

Die Bier-Absatzzahlen im ersten Halbjahr 2012 liegen mit 2,4% hinter denen des Vorjahres (STATISTISCHES BUNDESAMT, 31.07.2012). Ein Hauptgrund für diese negative Entwicklung und die Dämpfung der positiven Erwartungen der Branche am Anfang des Jahres war die im Vergleich zum Vorjahr kühlere Wetterlage im April. Allerdings lassen sich aufgrund der besseren Wetterlage im August Aufholpotenziale ableiten. So lag per 31.07.2012 das Absatzminus nur noch bei -1,4% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (STATISTISCHES BUNDESAMT, 31.07.2012). Dieser Wert wird sich durch den warmen August noch weiter verbessern. Nach Auskunft des IFO-INSTITUTES sind die Geschäftserwartungen für die zweite Jahreshälfte leicht positiv. Die Produktion hat wieder leicht angezogen.

Der Bierabsatz in Deutschland verteilt sich homogen auf viele verschiedene Brauerei-Gruppen bzw. Brauereien. 55,3% des im Jahr 2011 in Deutschland abgesetzten Bieres verteilen sich auf zehn unterschiedliche Brauereien, wobei die Radeberger Gruppe KG mit einem Anteil von knapp 12% deutlich führend vor den Verfolgern Anheuser-Busch InBev, Bitburger Holding und Oettinger Brauerei GmbH (je ca. 7%) liegt (EXPERTE DR. KAI KELCH (LEBENSMITTELZEITUNG), März 2012).

Um dem sinkenden Absatztrend von Bier entgegen zu wirken, suchen die Brauereien nach Alternativen zum klassischen Bier. Hier sind Biermischungen und – seit 2010 – Fassbrausen weiter auf dem Vormarsch. So konnte der Absatz von Biermischgetränken in den ersten sieben Monaten des Jahres 2012 um 13,3% auf 2,8 Mio. hl gesteigert werden. Im Vorjahreszeitraum waren es noch 2,5 Mio. hl. (STATISTISCHES BUNDESAMT, 28.08.2012). Von diesem Nachfragetrend profitieren auch die alkoholfreien Biere, deren Marktanteil von 3,3 % in 2009 auf 3,7% in 2010 gewachsen ist. Darüber hinaus experimentieren die Brauereien mit radikalen neuen Rezepturen. Hiermit wird versucht, den herkömmlichen Bieren eine neue, bislang noch nicht da gewesene Geschmacksnote zu verleihen. Diese Art von Bier wird auch als Manufaktur-Bier (engl.: Craft Beer) bezeichnet und wird unter Experten als möglicher neuer Trend gehandelt.

## Der Markt für Biermischgetränke

Auf deutscher Ebene wiesen Biermischgetränke im Jahr 2010 einen Marktanteil von 6,5 % am Gesamtmarkt für Biere und Biermischgetränke auf (Quelle: AC Nielson EU Chart Library (Deutschland), 2. Mai 2011). Der Absatzmarkt für Biermischgetränke ist tendenziell positiv. Zwar ging der Gesamtabsatz von Biermischungen um 3,4 % von 3,96 Mio. Litern in 2010 auf 3,83 Mio. Litern in 2011 zurück (Quelle: Statistisches Bundesamt, Biersteuerstatistik 2011). Allerdings stieg der Absatz nach hl im Vergleichszeitraum Juli 2011 bis Juli 2012 um 17,2 % von 425.235 hl auf 498.381 hl (Quelle: Statistisches Bundesamt, Finanzen und Steuern – Absatz von Bier, Juli 2012). Mit Blick auf den Hauptabsatzmarkt der Stauder-Gruppe in Nordrhein-Westfalen betrug der dortige prozentuale Zuwachs des Absatzes von Biermischungen 8,1 %, wobei der Gesamtabsatz von 134.135 hl im Juli 2011 auf 145.006 hl im Juli 2012 anstieg (Quelle: Quelle: Statistisches Bundesamt, Finanzen und Steuern – Absatz von Bier, Juli 2012).

## Wesentliche Wettbewerber

Die nachfolgenden qualitativen und quantitativen Aussagen basieren auf den öffentlich zugänglichen Jahresabschlüssen der jeweiligen Unternehmen, veröffentlicht im elektronischen BUNDESANZEIGER (2012) oder von den entsprechenden Unternehmens-Webseiten.

### **BITBURGER HOLDING GMBH (BITBURGER und KÖNIG)**

Unter dem Dach der BITBURGER HOLDING GMBH sind die operativen und wirtschaftlichen Aktivitäten der BITBURGER-GRUPPE gebündelt. Das im Jahre 1817 gegründete Familienunternehmen unterteilt sich in die Geschäftsfelder ‚Brauereien‘, ‚Mineralbrunnen‘ und ‚Getränkefachgroßhandel‘. Das größte Geschäftsfeld innerhalb der Gruppe stellt das Geschäftsfeld ‚Brauereien‘ dar, welches bekannte Marken wie BITBURGER, KÖNIG, KÖSTRITZER, WERNESGRÜNER und LICHER vereint. Das Geschäftsfeld ‚Mineralbrunnen‘ bedient den deutschen Mineralwassermarkt mit der Marke ‚GEROLSTEINER‘. Der Geschäftsbereich ‚Getränkefachgroßhandel‘ übernimmt wichtige Vermarktungs- und Logistikfunktionen. Die Umsatzerlöse der Gruppe beliefen sich im Geschäftsjahr 2010 auf 1.093,9 Mio. Euro nach 1.030,1 Mio. Euro im Vorjahr. Dabei entfallen auf die Brauereien Umsatzerlöse in Höhe von 664,7 Mio. Euro, auf den Gerolsteiner Brunnen 185,2 Mio. Euro und 210,9 Mio. Euro auf die Getränkefachgroßhändler. Die restlichen 33,1 Mio. Euro entfallen auf sonstige Mehrheitsbeteiligungen. In 2010 konnte die BITBURGER HOLDING GMBH mit ihren 3.575 Mitarbeitern einen Jahresüberschuss in Höhe von 50,6 Mio. Euro (Vorjahr: 55,3 Mio. Euro) erwirtschaften.

### **KROMBACHER BRAUEREI BERNHARD SCHADEBERG GMBH & Co. KG (KROMBACHER)**

Seit ihrer Gründung im Jahr 1803 ist die KROMBACHER Brauerei im Besitz der Familie Schadeberg und beschäftigte im Geschäftsjahr 2010 866 Mitarbeiter. Neben der Marke ‚KROMBACHER‘, unter deren Name Pils, Weizen, Radler und alkoholfreies Bier vertrieben wird, wird das Bier-Segment von der Biermix-Marke ‚CAB‘, dem Premium-Pils ‚ROLINCK‘, der Marke ‚RHENANIA ALT‘ sowie der regionalen Marke ‚EICHENER‘ komplettiert. Das Segment der alkoholfreien Getränke besteht aus den Marken ‚SCHWEPES‘, ‚ORANGINA‘, ‚DR. PEPPER‘ sowie ‚ROSE‘. Im Geschäftsjahr 2010 wurden insgesamt 5,3 Mio. hl Bier inkl. Biermischgetränke abgesetzt. Auf die alkoholfreien Marken entfielen 0,8 Mio. hl. Der daraus resultierende Umsatz verteilt sich mit 557,1 Mio. Euro auf den Geschäftsbereich Brauerei (Vorjahr: 554,5 Mio. Euro) und mit 76,7 Mio. Euro auf SCHWEPES DEUTSCHLAND (Vorjahr: 73,6 Mio. Euro).

### **C. & A. VELTINS GMBH & Co. KG (VELTINS)**

Die Entstehung der BRAUEREI C. & A. VELTINS geht zurück auf das Jahr 1824. Seitdem hat sich die kleine Landbrauerei zu einer modernen Privatbrauerei entwickelt und produziert und vertreibt Premium-Pils in den Variationen Alkoholfrei, Radler und V+. Im Jahr 2010 erreichte die VELTINS-Brauerei einen Ausstoß von 2,58 Mio. hl und erwirtschaftete damit Umsatzerlöse in Höhe von 268 Mio. Euro. Im Geschäftsjahr 2010 beschäftigte die BRAUEREI C. & A. VELTINS ca. 560 Mitarbeiter.

### **HAUS CRAMER HOLDING KG (WARSTEINER)**

Durch Verträge über Lizenzproduktionen und Vertriebspartnerschaften ist die HAUS CRAMER GRUPPE in mehr als 60 Ländern vertreten. Das Flaggschiff der Gruppe stellt die Marke ‚WARSTEINER‘ dar, die unter den Biervariationen Premium Verum, Alkoholfrei, Radler alkoholfrei und Radler Zitrone anbietet. Darüber hinaus werden Biermischgetränke in den Sorten Lemon, Orange und Cola angeboten. Die WARSTEINER BRAUEREI wurde 1753 gegründet und beschäftigte im Durchschnitt während des Geschäftsjahres 2010 2.696 Mitarbeiter (Vorjahr: 2.721). Zu dem Familienunternehmen gehören heute rund 120 Einzelfirmen, zu denen neben der WARSTEINER BRAUEREI auch die HERFORDER BRAUEREI, die PRIVATBRAUEREI FRANKENHEIM, eine Beteiligung an der KÖNIG LUDWIG SCHLOBBRAUEREI KALTENBERG und die PADERBORNER BRAUEREI gehören. Darüber hinaus unterhält das Unternehmen eigene Getränkefachgroßhandlungen sowie Beteiligungen an Fachgroßhandlungen. Die eigene WELCOME HOTELGRUPPE unterhält 3- und 4-Sterne-Häuser und Tagungshotels an 15 Standorten in Deutschland. Die Umsatzerlöse des Geschäftsjahres 2010 belaufen sich auf 561,5 Mio. Euro (Vorjahr: 561,5 Mio. Euro).

### **ANHEUSER-BUSCH INBEV GERMANY HOLDING GMBH (BECK‘S)**

Die INBEV GERMANY HOLDING GMBH (IGHG), deren Verwaltungssitz sich in Bremen befindet, ist mit einem jährlichen Absatzvolumen von rund 9 Mio. hl die zweitgrößte Brauereigruppe in Deutschland. Sie produziert an fünf Standorten verschiedene Biere, die sie unter den nationalen Premiummarken ‚BECK‘S‘ und ‚HASSERÖDER‘ sowie der Weißbiermarke ‚FRANZISKANER‘ vertreibt. Im Altbiersegment ist sie mit der Marke ‚DIEBELS‘ vertreten. Darüber hinaus verfügt sie über die Regionalmarken ‚HAAKE-BECK‘, ‚LÖWENBRÄU‘, ‚GILDE‘ und ‚SPATEN‘. Im Geschäftsjahr 2010 lag der Absatz des IGHG-Konzerns bei 16,8 Mio. hl und damit etwa auf Vorjahresniveau (17,0 Mio. hl). Davon verteilen sich etwa 62% der Produktion auf den inländischen Markt und 38% der Produktion auf die internationalen Märkte. Der Konzernumsatz abzüglich Biersteuer lag bei 1.069 Mio. Euro (Vorjahr: 1.068 Mio. Euro), wobei etwa 633 Mio. Euro auf das Segment ‚Deutschland/Österreich/Schweiz‘ entfielen (690 Mio. Euro im Vorjahr). Der Konzernjahresüberschuss verringerte sich von 99,3 Mio. Euro in 2009 auf 86,5 Mio. Euro in 2010. Im Geschäftsjahr 2010 belief sich der Personalbestand des IGHG-Konzerns auf durchschnittlich 2.430 Mitarbeiter (Vorjahr: 2.530).

### **PRIVATBRAUEREI MORITZ FIEGE GMBH & Co. KG (FIEGE)**

Die PRIVATBRAUEREI MORITZ FIEGE GMBH & Co. KG ist eine inhabergeführte Regionalbrauerei im Ruhrgebiet, die sich seit ihrer Gründung im Jahre 1878 in Familienbesitz befindet. Ihre regionale Ausrichtung ist mit der der JACOB STAUDER GMBH & Co. KG vergleichbar, jedoch ist das Vertriebsgebiet sehr auf Bochum fokussiert. Die Produkte der PRIVATBRAUEREI MORITZ FIEGE GMBH & Co. KG werden in den Bereichen Gastronomie, Handel und Veranstaltungen abgesetzt. Dort werden verschiedene Biervariationen, darunter das klassische Bier Pilsener Brauart, Gründer (Export), der Leichte Moritz (Bier mit geringem Alkoholgehalt), Frei (alkoholfrei) und Radler angeboten. Daneben werden die Sorten Weizen, Alt und Schwarzbier produziert. Im Biermischbereich wird das Produkt Schwarzbier-Cola verkauft. Die PRIVATBRAUEREI MORITZ FIEGE GMBH & Co. KG beschäftigte im Geschäftsjahr 2010 84 Mitarbeiter (Vorjahr: 90), setzte etwa 14,6 Mio. Euro (Vorjahr: 15,2 Mio. Euro) um und generierte damit einen Jahresüberschuss von 272 TEUR (Vorjahr: 149,2 TEUR).

### Vertrieb und Kunden

Der Vertrieb der Getränke der Stauder-Gruppe an die Endkunden erfolgt zu 60 % über den Handel. Der Handel, als Lebensmitteleinzelhandelsunternehmen, Getränkeabholmarkt, Tankstelle oder Kiosk, wird vom Getränkefachgroßhändler beliefert, der die Produkte der Stauder-Gruppe am Produktionsstandort abholt. Zu ca. 40 % erfolgt der Vertrieb der Produkte der Stauder-Gruppe über die Gastronomie. Beim Vertrieb der Produkte über die Gastronomie beliefert die Stauder-Gruppe zu ca. 64 % die einzelnen Gastronomiebetriebe direkt und zu ca. 36 % indirekt über den Getränkefachgroßhandel.

Der Gastronomie-Bereich stellt den margenstärkeren Vertriebsweg dar, beinhaltet aber auch höhere Infrastrukturkosten. Verglichen mit dem Gesamtmarkt der Brauereibranche ist der Absatzanteil an die Gastronomie mit rund 40 % bei der Stauder-Gruppe überproportional hoch, während der durchschnittliche Absatzanteil der Brauereibranche an die Gastronomie bei rund 20 %.

Vertriebsschwerpunkte der Stauder-Gruppe sind beim Handel (Flaschenbier) das zentrale Ruhrgebiet, im Bereich der Gastronomie das gesamte Bundesland Nordrhein-Westfalen sowie selektiv Top-Gastronomiebetriebe in ganz Deutschland.

### Marketing

Die Stauder-Gruppe unterhält eine angemessen große Marketingabteilung und investiert regelmäßig zur Förderung ihres Absatzes in gezielte Marketingmaßnahmen. Die Marketingabteilung ist dabei für die Planung und Organisation von verschiedenen Marketingaktivitäten verantwortlich. Dem Bereich Marketing widmen aber auch die beiden Geschäftsführer der Stauder-Gruppe, insbesondere der für den Bereich Marketing verantwortliche Geschäftsführer Herr Dr. Thomas Stauder, eine besondere Aufmerksamkeit.

Eine große Rolle im Bereich Marketing spielt zurzeit eine Werbekampagne (sog. Sofa-Kampagne), die ein moderneres, jüngeres Markenimage geschaffen hat, das die Elemente „Region“ („Ehrlich wie das Ruhrgebiet“), und „Qualität“ aufnimmt und durch die aktive Einbindung der beiden Geschäftsführer die Familientradition mit einem jungen, augenzwinkernden und sympathischen Element verbindet. Diese Kampagne wurde aktiv durch Plakataktionen, Radiowerbung und andere Anzeigen umgesetzt. Die Kampagne zeigt die beiden Geschäftsführer der Stauder-Gruppe, Herrn Axel Stauder und Herrn Dr. Thomas Stauder in verschiedenen Situationen auf, vor oder sogar über einem grünen Sofa.

Eine weitere wichtige Rolle im Bereich Marketing spielt die Förderung und Finanzierung von Sportvereinen in Essen und in den Nachbarstädten. Die Stauder-Gruppe fördert zurzeit über 70 verschiedene Sport- und Fußballvereine und plant, diese Aktivitäten weiter als wichtigen Bestandteil zur Kundenbindung und Kundengewinnung auszubauen.

Des Weiteren zeigen die Geschäftsführer und andere Vertreter der Stauder-Gruppe bewusst eine sehr hohe Präsenz bei regionalen Veranstaltungen und unterstreichen auch mit der Veröffentlichung von Pressemitteilungen, die enge Zugehörigkeit der Stauder-Gruppe zum Raum Essen und dem zentralen Ruhrgebiet.

Die Geschäftsführung ist verantwortlich für die Marketingstrategie, die Markenentwicklungen, die Planung und Umsetzung von Marketingmaßnahmen sowie Neuproduktentwicklungen (der unterschiedlichen Marken) und wird dabei durch ein Team bestehend aus Mitgliedern der Marketingabteilung und ggf. Mitarbeitern aus anderen Abteilungen des Unternehmens unterstützt. Bei größeren Projekten bzw. Werbemaßnahmen werden auch externe Werbeagenturen eingeschaltet. Zudem wird die Stauder-Gruppe fortlaufend durch eine PR-Agentur unterstützt.

Darüber hinaus pflegt die Stauder-Gruppe bewusst Kontakt zu bestehenden oder potentiellen Kunden über neue Medien und soziale Netzwerke, wie beispielsweise Facebook, wo sich unter „Privatbrauerei Jacob Stauder“ auch bereits eine frequenzstarke sog. Community von Anhängern mit Verbindung zur Stauder-Gruppe gebildet hat. Auch die Geschäftsführer der Stauder-Gruppe nehmen aktiv an Diskussionen teil und posten regelmäßig Beiträge.

## Produktion

Die Hauptrohstoffe für Bier sind Malz und Hopfen. Durch den Abschluss von zumeist mehrjährigen Lieferkontrakten unterliegt die Stauder-Gruppe in der Regel keinen kurz- bis mittelfristigen Beschaffungsrisiken.

**Malz** wird aus Gerste hergestellt und von aktuell vier Lieferanten bezogen. Malz wird über Jahresverträge eingekauft, lange Vorvertragszeiten sind eher selten. Die Ernte findet jeweils im Spätsommer (August / September) statt. Der Malz-Bedarf der Stauder-Gruppe für die Kalenderjahre 2012 und 2013 ist bereits komplett gedeckt, 2014 teilweise.

**Hopfen** ist eine mehrjährige Pflanze mit hohen Investitionen des Landwirts zu Beginn. Üblich sind daher beim Hopfen mehrjährige Lieferverträge. Der Hopfen-Bedarf der Stauder-Gruppe ist für die Kalenderjahre 2012 bis 2014 zu 100 %; für die Ernte der Folgejahre prozentual abnehmend gedeckt.

Die Stauder-Gruppe produziert sowohl ihre zum eigenen Vertrieb bestimmten Brauerzeugnisse als auch die im Wege des sog. Lohnbrauens nach Spezifikation für andere Brauereien hergestellten Brauerzeugnisse.

# SWOT-Analyse

## Stärken

Hohe Markenbekanntheit, Präferenz und Sympathie der Kernmarke „Stauder“ im zentralen Ruhrgebiet führt zu hohem regionalen Marktanteil mit weiterem Wachstumspotential

Hohe Qualität der Produkte und etablierte Premium-Preise

Hohe Gastronomikompetenz

Logistischer Standortvorteil durch zentrale Lage mitten im Ruhrgebiet

## Schwächen

Bauliche Gegebenheiten

Kapitalausstattung für die Realisierung aller Wachstumsoptionen

Pensionslasten, dadurch hohe Rückstellungen und jährliche Auszahlungen

Hohe Bekanntheit regional beschränkt

## Chancen

Weitere Stärkung der Marke „Stauder“ und Ausbau der Marktposition als familiengeführter Premium-Hersteller mit Schwerpunkt im Ruhrgebiet durch aktive Marktbearbeitung

Strategischer Ausbau der Produktpalette, insbesondere im Teilgeschäftsbereich alkoholfreie Erfrischungsgetränke

Gewinnung von Neukunden im Bereich der Gastronomie

Ausbau des Geschäftsfeldes Brauleistungen

## Risiken

Sinkender Bierkonsum

Negative Entwicklungen in der Gastronomie

Anstieg der Rohstoff-, Energie- und Personalkosten

Konzentrationstendenzen unter Großhändlern

Steigender Wettbewerbsdruck

### Stärken:

Die Ergebnisse einer im Sommer 2012 durchgeführten Marktforschungsstudie der puls Marktforschung GmbH in Essen und Umgebung belegen, dass die Marke der JACOB STAUDER GMBH & Co. KG von den Konsumenten als authentisch wahrgenommen wird und darüber hinaus über eine hohe Bekanntheit und hohe Sympathiewerte verfügt. Die ungestützte Bekanntheit von STAUDER liegt bei 46%, die gestützte Bekanntheit bei 98%. Durch ihren hohen Anspruch an die Produktion und die Vermarktung ist es der Emittentin gelungen, eine Position im Premium-Preissegment einzunehmen. Ihre Kunden schätzen die hohe Qualität und sind bereit, einen gehobenen Preis für die STAUDER-Produkte zu bezahlen, wodurch auch der Handel an attraktiven Margen partizipieren kann. Außerdem verfügt die Emittentin über eine hohe Gastronomikompetenz, was ihr bundesweit den Zutritt zur Top-Gastronomie ermöglicht. Die zentrale Lage Essens im zentralen Ruhrgebiet und in Nordrhein-Westfalen ermöglicht es der Stauder-Gruppe, über ihr angestammtes Vertriebsgebiet im zentralen Ruhrgebiet hinaus das gesamte Ruhrgebiet, Nordrhein-Westfalen und angrenzende Bundesländer logistisch abzudecken.

### Schwächen:

Sowohl die Geländegröße als auch die Gebäude sind für die derzeitige Absatzmenge der JACOB STAUDER GMBH & Co. KG überdimensioniert. Außerdem verfügt die Emittentin über eingeschränkte Finanzmittel, die in der Vergangenheit keine großen Investitionen in die Marke und den Markt zuließen. Um künftige Wachstumsmöglichkeiten besser nutzen zu können, soll durch den Anleihe-Emissionserlös die Finanzierung auf eine langfristige Basis umgestellt werden. Daneben besteht eine hohe Anzahl an Pensionsansprüchen, die in Rückstellungen in Höhe von 3,8 Mio. Euro bewertet sind und einen jährlichen Aufwand in Höhe von 406 TEUR (Konzernbasis) verursachen. Mit einem Teil des Emissionsvolumens soll den Beziehern dieser Kleinstpensionen ein Abfindungsangebot gemacht werden, wodurch sich die Bilanz- und Aufwandsstruktur der Emittentin deutlich verbessern würde. Ferner verfügt die Emittentin über eine hohe Bekanntheit in ihrem relevanten Markt, die allerdings derzeit nur auf das zentrale Ruhrgebiet beschränkt ist. Mit Hilfe des Emissionserlöses will die Emittentin durch die aktive Marktbearbeitung die Marktposition ausbauen und somit auch über das zentrale Ruhrgebiet hinaus ihren Bekanntheitsgrad erhöhen.

### Chancen:

Durch die Emission der Anleihe eröffnen sich der Emittentin zahlreiche neue Möglichkeiten die Profilierung der Marke „Stauder“ im Ruhrgebiet durch geeignete Marketingmaßnahmen fortzusetzen und zu intensivieren und damit der Marke im Ruhrgebiet und darüber hinaus zu einer hohen Bekanntheit und Präferenz zu verhelfen. Außerdem kann die Jacob Stauder GmbH & Co. KG im hohen Maße von der Einführung neuer Produkte, bzw. Produktvariationen, insbesondere im Teilgeschäftsbereich der alkoholfreien Erfrischungsgetränke, profitieren. Die erfolgreiche Einführung und Entwicklung der Stauder Fassbrause belegt das große Wachstumspotenzial. Daneben bietet aber auch die Einführung von Verpackungsvariationen oder Produkt-Relaunches bestehender Randprodukte Aussicht auf mehr Wachstum. Ferner erzielt die Emittentin rund 40 % ihres Absatzes mit Kunden aus der Gastronomie und verfügt demzufolge über eine erhebliche Kompetenz in diesem Segment. Hier sieht die Emittentin erhebliches Potential, durch die gezielte Gewinnung neuer Kunden im Bereich der Gastronomie mit Hilfe zielorientierter Außendienstmitarbeiter und mit persönlicher Unterstützung durch die Inhaberfamilie sowie auf Basis optimierter Vertriebssysteme, ihre Marktstellung in diesem Segment zu behaupten. Weitere Chancen werden in dem Ausbau des Geschäftsfeldes Brauleistungen gesehen. Dieses Geschäftsfeld ermöglicht der Emittentin ihre Kapazitäten weiter auszunutzen sowie ihren logistischen Vorteil, durch den zentralen Standort im Ruhrgebiet, profitabel zu nutzen.

### Risiken:

Im Lebensmittelmarkt ist ein sinkender Trend im Bierkonsum festzustellen. In Verbindung mit einer sich verändernden Bevölkerungsstruktur sowie einer strikteren Alkoholpolitik ist davon auszugehen, dass sich dieser Trend kurz- bis mittelfristig nicht umkehren wird. Hinzu kommen das geänderte Konsum- und Freizeitverhalten und der sich immer mehr durchsetzende Trend zu gesundheitsbewusster Ernährung. Außerdem erschweren die allgemeinen Entwicklungen in der Gastronomie, wie bspw. die Verschärfung des Rauchverbots oder der Rückgang der traditionellen Gastronomie die Situation der Brauereien. Darüber hinaus besteht das Risiko, weitere Kostensteigerungen von Rohstoffen, Energie und Personal nicht über Preiserhöhungen an den Markt weitergeben zu können. Durch die weitere Konzentration von Großhändlern und der sich daraus ergebenden Nachfragemacht besteht die Gefahr, dass der Wettbewerbsdruck weiter zunimmt.

## Gewinn- und Verlustrechnung (historisch)

HGB-Rechnungslegung (in TEUR)	2010	2011
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>20.874,3</b>	<b>20.694,5</b>
+/- Bestandsveränderungen	-127,3	89,1
+ Andere aktivierte Eigenleistungen	0,0	75,0
<b>= Gesamtleistung</b>	<b>20.747,0</b>	<b>20.858,6</b>
+ Sonstige betriebliche Erträge	2.329,9	2.022,4
- Materialaufwand	-5.221,3	-5.367,6
- Personalaufwand	-6.329,9	-6.225,5
- Sonstige betriebliche Aufwendungen	-8.959,7	-8.732,2
<b>= EBITDA</b>	<b>2.566,1</b>	<b>2.555,8</b>
<i>EBITDA-Marge</i>	<i>12,4%</i>	<i>12,3%</i>
- Abschreibungen	-673,2	-751,9
<b>= EBIT</b>	<b>1.892,9</b>	<b>1.803,9</b>
<i>EBIT-Marge</i>	<i>9,1%</i>	<i>8,6%</i>
+ Erträge aus Beteiligungen	495,7	327,0
+ Erträge aus Wertpapiere / Ausleihungen	67,9	52,1
+ Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	30,2	33,1
- Abschreibungen Finanzanlagen	0,0	-2,5
- Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-542,7	-525,5
<b>= Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>1.943,9</b>	<b>1.688,1</b>
<i>Ergebnismarge</i>	<i>9,4%</i>	<i>8,1%</i>
- Außerordentliche Aufwendungen	-17,1	-11,2
<b>= EBT</b>	<b>1.926,8</b>	<b>1.676,9</b>
<i>EBT-Marge</i>	<i>9,3%</i>	<i>8,0%</i>
- Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-88,2	-48,5
- Sonstige Steuern	-1.592,2	-1.535,9
<b>= Jahresüberschuss</b>	<b>246,4</b>	<b>92,5</b>
<i>Umsatzmarge</i>	<i>1,2%</i>	<i>0,4%</i>

## Ertragslage (historisch)

in TEUR	2010	2011
Betriebsleistung	19.214,0	19.379,0
Materialaufwand	-5.167,0	-5.309,0
Betrieblicher Aufwand	-15.726,0	-15.577,0
Sonstige betriebliche Erträge	2.056,0	1.949,0
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>377,0</b>	<b>442,0</b>

## Bilanz (historisch)

HGB-Rechnungslegung (in TEUR)	2010	2011
<b>Aktiva</b>		
<b>A. ANLAGEVERMÖGEN</b>	<b>10.462,3</b>	<b>10.879,0</b>
<b>I. IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE</b>	<b>4,3</b>	<b>93,8</b>
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	4,3	93,8
<b>II. SACHANLAGEN</b>	<b>3.489,0</b>	<b>4.003,3</b>
Grundstücke und Bauten	941,0	931,4
Technische Anlagen und Maschinen	339,2	964,0
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	2.208,8	2.107,9
<b>III. FINANZANLAGEN</b>	<b>6.969,0</b>	<b>6.782,0</b>
Anteile an verbundenen Unternehmen	5.276,7	5.276,7
Beteiligungen	15,2	11,1
Wertpapiere des Anlagevermögens	1,0	1,0
Sonstige Ausleihungen	1.676,2	1.493,1
<b>B. UMLAUFVERMÖGEN</b>	<b>3.306,1</b>	<b>3.349,7</b>
<b>I. VORRÄTE</b>	<b>1.422,1</b>	<b>1.546,9</b>
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	958,4	994,1
Unfertige Erzeugnisse	315,5	341,5
Fertige Erzeugnisse	148,1	211,3
<b>II. FORDERUNGEN UND SONSTIGE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE</b>	<b>1.853,2</b>	<b>1.774,0</b>
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.195,5	1.108,2
Forderungen gegen Beteiligungsunternehmen	22,6	14,3
Sonstige Vermögensgegenständen	635,0	651,5
<b>III. WERTPAPIERE</b>	<b>13,7</b>	<b>11,2</b>
Sonstige Wertpapiere	13,7	11,2
<b>IV. KASSENBESTAND, GUTHABEN BEI KREDITINSTITUTEN</b>	<b>17,2</b>	<b>17,5</b>
<b>C. AKTIVISCHER RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN</b>	<b>95,3</b>	<b>111,8</b>
<b>Bilanzsumme Aktiva</b>	<b>13.863,7</b>	<b>14.340,5</b>
<b>Passiva</b>		
<b>A. EIGENKAPITAL</b>	<b>792,0</b>	<b>884,5</b>
<b>I. KAPITALANTEILE DER KOMMANDITISTEN</b>	<b>4.601,6</b>	<b>4.601,6</b>
<b>II. KAPITALRÜCKLAGE</b>	<b>1.482,2</b>	<b>1.482,2</b>
<b>III. GESELLSCHAFTERDARLEHEN MIT EIGENKAPITALCHARAKTER</b>	<b>800,0</b>	<b>800,0</b>
<b>IV. VERLUSTVORTRAG</b>	<b>-6.338,2</b>	<b>-6.091,9</b>
<b>V. JAHRESÜBERSCHUSS</b>	<b>246,4</b>	<b>92,5</b>
<b>B. RÜCKSTELLUNGEN</b>	<b>5.552,6</b>	<b>5.079,1</b>
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	2.917,4	2.766,3
Steuerrückstellungen	163,0	0,0
Sonstige Rückstellungen	2.472,3	2.312,9
<b>C. VERBINDLICHKEITEN</b>	<b>6.955,3</b>	<b>7.717,4</b>
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	3.410,7	3.566,6
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	884,5	1.384,8
Verbindlichkeiten ggü. verbundenen Unternehmen	82,7	90,9
Verbindlichkeiten ggü. Gesellschaftern	156,5	160,7
Verbindlichkeiten ggü. Beteiligungsunternehmen	51,1	51,1
Sonstige Verbindlichkeiten	2.369,8	2.463,2
<b>D. PASSIVER RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN</b>	<b>563,7</b>	<b>659,4</b>
<b>Bilanzsumme Passiva</b>	<b>13.863,7</b>	<b>14.340,5</b>

## Kapitalflussrechnung (historisch)

Werte in TEUR	2010	2011
<b>Jahresüberschuss (nach Steuer)</b>	<b>246,0</b>	<b>93,0</b>
+/- Abschreibungen / Zuschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	876,0	991,0
- Abnahme der langfristigen Rückstellungen	-100,0	-151,0
- Gewinn aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	-70,0	-31,0
+/- Abnahme / Zunahme der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva	311,0	-44,0
+/- Zunahme / Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	-440,0	547,0
<b>Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>823,0</b>	<b>1.405,0</b>
+ Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens / immaterielle Anlagevermögens	131,0	87,0
- Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen sowie in das Sachanlagevermögen	-517,0	-1.412,0
+/- Veränderungen der Finanzanlagen des UV und übrige Posten	143,0	-52,0
<b>Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>-243,0</b>	<b>-1.377,0</b>
+ Einzahlungen aus der Aufnahme von Finanzkrediten	100,0	718,0
- Auszahlungen aus der Tilgung von Finanzkrediten	-684,0	-745,0
+ Umwandlung von Gesellschafterdarlehen in Eigenkapital	0,0	0,0
<b>Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-584,0</b>	<b>-27,0</b>
<b>Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds</b>	<b>-4,0</b>	<b>1,0</b>
<b>Finanzmittelfonds am Anfang der Periode</b>	<b>21,0</b>	<b>17,0</b>
<b>Finanzmittelfonds am Ende der Periode</b>	<b>17,0</b>	<b>18,0</b>

## Verbindlichkeitspiegel (historisch)

HGB-Rechnungslegung (in TEUR)	31.12.2011	Restlaufzeit < 1 Jahr	Restlaufzeit 1-5 Jahre	Restlaufzeit > 5 Jahre	31.12.2010	Veränderung (2011 ggü. 2010)
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	3.567	1.517	1.969	80	3.411	4,6%
Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung	1.385	1.385	0	0	885	56,6%
Verbindlichkeiten ggü. Gesellschaftern	161	161	0	0	157	2,7%
Verbindlichkeiten ggü. verbundenen Unternehmen	91	91	0	0	83	10,0%
Verbindlichkeiten ggü. Beteiligungsunternehmen	51	51	0	0	51	0,0%
Sonstige Verbindlichkeiten	2.463	1.967	478	19	2.370	3,9%
<b>Gesamtverbindlichkeiten</b>	<b>7.717</b>	<b>5.171</b>	<b>2.447</b>	<b>99</b>	<b>6.955</b>	<b>11,0%</b>

## Gewinn- und Verlustrechnung (aktuelle Periode)

HGB-Rechnungslegung (in TEUR)	30.09.2011 (ungeprüft)	30.09.2012 (ungeprüft)
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>15.663,0</b>	<b>15.819,2</b>
+/- Bestandsveränderungen	98,0	82,7
<b>= Gesamtleistung</b>	<b>15.761,0</b>	<b>15.901,9</b>
+ Sonstige betriebliche Erträge	1.311,3	1.333,2
- Materialaufwand	-3.958,5	-4.371,3
- Personalaufwand	-4.508,7	-4.769,0
- Sonstige betriebliche Aufwendungen	-6.735,8	-6.117,1
<b>= EBITDA</b>	<b>1.869,3</b>	<b>1.977,8</b>
<i>EBITDA-Marge</i>	<i>11,9%</i>	<i>12,4%</i>
- Abschreibungen	-536,1	-619,1
<b>= EBIT</b>	<b>1.333,2</b>	<b>1.358,6</b>
<i>EBIT-Marge</i>	<i>8,5%</i>	<i>8,5%</i>
+ Erträge aus Beteiligungen	216,0	147,7
+ Erträge aus Wertpapiere / Ausleihungen	39,5	32,2
+ Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	6,5	13,7
- Abschreibungen Finanzanlagen	0,0	0,0
- Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-253,6	-239,0
<b>= Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>1.341,7</b>	<b>1.313,2</b>
<i>Ergebnismarge</i>	<i>8,5%</i>	<i>8,3%</i>
- Außerordentliches Aufwendungen	-1,6	-4,4
<b>= EBT</b>	<b>1.340,1</b>	<b>1.308,8</b>
<i>EBT-Marge</i>	<i>8,5%</i>	<i>8,2%</i>
- Steuern vom Einkommen und Ertrag	-33,1	-37,1
- Sonstige Steuern	-1.164,9	-1.124,1
<b>= Periodenergebnis</b>	<b>142,0</b>	<b>147,7</b>
<i>Umsatzmarge</i>	<i>0,9%</i>	<i>0,9%</i>

## Bilanz (aktuelle Periode)

HGB-Rechnungslegung (in TEUR)	30.09.2011 (ungeprüft)	30.09.2012 (ungeprüft)
<b>Aktiva</b>		
<b>A. ANLAGEVERMÖGEN</b>	<b>10.821,3</b>	<b>10.302,7</b>
<b>I. IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE</b>	<b>4,3</b>	<b>115,0</b>
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	4,3	115,0
<b>II. SACHANLAGEN</b>	<b>3.990,8</b>	<b>3.655,6</b>
Grundstücke und Bauten	960,2	931,4
Technische Anlagen und Maschinen	1.038,2	979,6
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	1.992,4	1.740,1
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	0,0	4,5
<b>III. FINANZANLAGEN</b>	<b>6.826,1</b>	<b>6.532,1</b>
Beteiligungen	5.287,4	5.287,8
Wertpapiere des Anlagevermögens	1,0	1,0
Sonstige Ausleihungen	1.537,8	1.243,3
<b>B. UMLAUFVERMÖGEN</b>	<b>3.442,8</b>	<b>3.369,8</b>
<b>I. VORRÄTE</b>	<b>1.727,2</b>	<b>1.664,9</b>
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	1.165,5	1.029,4
Unfertige Erzeugnisse und Leistungen	345,5	401,5
Fertige Erzeugnisse	216,1	234,0
<b>II. FORDERUNGEN UND SONSTIGE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE</b>	<b>1.697,9</b>	<b>1.691,7</b>
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.308,7	1.187,7
Sonstige Vermögensgegenständen	389,2	504,0
<b>III. WERTPAPIERE</b>	<b>13,7</b>	<b>11,2</b>
Sonstige Wertpapiere	13,7	11,2
<b>IV. KASSENBESTAND UND BANKGUTHABEN</b>	<b>4,1</b>	<b>1,9</b>
<b>C. AKTIVISCHER RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN</b>	<b>113,8</b>	<b>79,8</b>
<b>Bilanzsumme Aktiva</b>	<b>14.377,9</b>	<b>13.752,2</b>
<b>Passiva</b>		
<b>A. EIGENKAPITAL</b>	<b>934,1</b>	<b>1.032,2</b>
<b>I. KAPITALANTEILE DER KOMMANDITISTEN</b>	<b>4.601,6</b>	<b>4.601,6</b>
<b>II. KAPITALRÜCKLAGE</b>	<b>1.482,2</b>	<b>1.482,2</b>
<b>III. GESELLSCHAFTERDARLEHEN MIT EIGENKAPITALCHARAKTER</b>	<b>800,0</b>	<b>800,0</b>
<b>IV. VERLUSTVORTAG</b>	<b>-6.091,9</b>	<b>-5.999,3</b>
<b>V. JAHRESÜBERSCHUSS</b>	<b>142,0</b>	<b>147,7</b>
<b>B. RÜCKSTELLUNGEN</b>	<b>5.399,5</b>	<b>5.365,4</b>
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	2.800,4	2.611,3
Steuerrückstellungen	44,8	36,0
Sonstige Rückstellungen	2.554,3	2.718,1
<b>C. VERBINDLICHKEITEN</b>	<b>7.614,0</b>	<b>6.831,7</b>
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	3.876,3	3.055,8
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.594,2	1.384,8
Verbindlichkeiten ggü. verbundenen Unternehmen	116,3	109,2
Verbindlichkeiten ggü. Gesellschaftern	200,0	154,3
Verbindlichkeiten ggü. Beteiligungsunternehmen	51,1	51,1
Sonstige Verbindlichkeiten	1.776,2	2.076,6
<b>D. PASSIVER RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN</b>	<b>430,3</b>	<b>522,9</b>
<b>Bilanzsumme Passiva</b>	<b>14.377,9</b>	<b>13.752,2</b>

## Kapitalflussrechnung (aktuell Periode)

Werte in TEUR	30.09.2011 (ungeprüft)	30.09.2012 (ungeprüft)
<b>Jahresüberschuss (nach Steuer)</b>	<b>142,0</b>	<b>148,0</b>
+/- Abschreibungen / Zuschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	766,0	848,0
- Abnahme der langfristigen Rückstellungen	-117,0	-155,0
- Gewinn aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	0,0	0,0
+/- Abnahme / Zunahme der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva	-169,0	-4,0
+/- Zunahme / Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	505,0	24,0
<b>Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>1.127,0</b>	<b>861,0</b>
+ Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens / immaterielle Anlagevermögens	2,0	41,0
- Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen sowie in das Sachanlagevermögen	-1.037,0	-292,0
+/- Veränderungen der Finanzanlagen des UV und übrige Posten	-89,0	-21,0
<b>Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>-1.124,0</b>	<b>-272,0</b>
+ Einzahlungen aus der Aufnahme von Finanzkrediten	465,0	0,0
- Auszahlungen aus der Tilgung von Finanzkrediten	-481,0	-605,0
<b>Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-16,0</b>	<b>-605,0</b>
<b>Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds</b>	<b>-13,0</b>	<b>-16,0</b>
<b>Finanzmittelfonds am Anfang der Periode</b>	<b>17,0</b>	<b>18,0</b>
<b>Finanzmittelfonds am Ende der Periode</b>	<b>4,0</b>	<b>2,0</b>

## Verbindlichkeitspiegel (aktuelle Periode)

HGB-Rechnungslegung (in TEUR)	30.09.2012	Restlaufzeit < 1 Jahr	Restlaufzeit 1-5 Jahre	Restlaufzeit > 5 Jahre	30.09.2011	Veränderung (2012 ggü.2011)
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	3.056	1.545	1.511	0	3.876	-21,2%
Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung	1.385	1.385	0	0	1.594	-13,1%
Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	154	154	0	0	200	-22,9%
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	109	109	0	0	116	-6,1%
Verbindlichkeiten gegenüber Beteiligungsunternehmen	51	51	0	0	51	0,0%
Sonstige Verbindlichkeiten	2.077	1.705	366	6	1.776	16,9%
<b>Gesamtverbindlichkeiten</b>	<b>6.832</b>	<b>4.949</b>	<b>1.877</b>	<b>6</b>	<b>7.614</b>	<b>-10,3%</b>

## Erfolgswirtschaftliche Kennzahlen

	2010	2011
<b>Rohertragsquote</b> (Gesamtleistung ./. Materialaufwand) / Gesamtleistung	75%	74%

<b>Materialintensität</b> Materialaufwand / Gesamtleistung	25%	26%
---	-----	-----

<b>Personalintensität</b> Personalaufwand / Gesamtleistung	31%	30%
---	-----	-----

	2010	2011
<b>EBITDA-Marge</b> EBITDA / Gesamtleistung	12%	12%

<b>EBIT-Marge</b> EBIT / Gesamtleistung	9%	9%
--	----	----

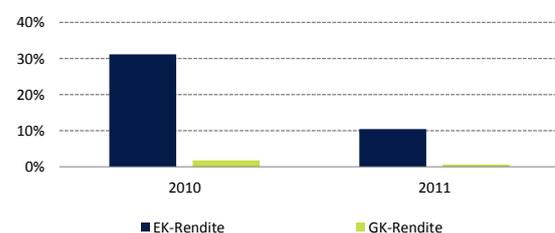
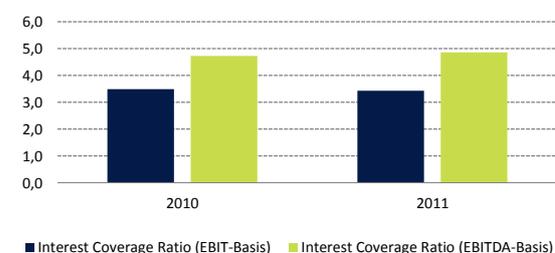
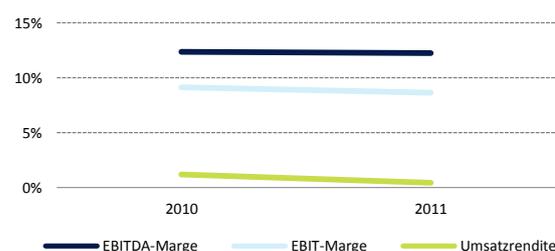
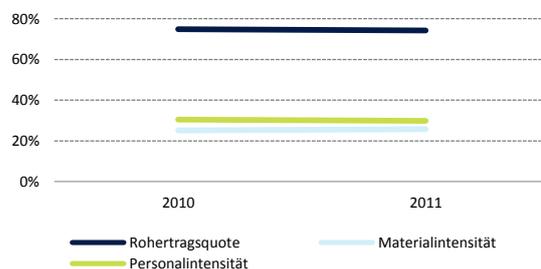
<b>Umsatzrendite</b> Jahresergebnis / Gesamtleistung	1%	0%
---	----	----

	2010	2011
<b>Interest Coverage Ratio</b> EBIT / Zinsaufwendungen	3,5	3,4

<b>Interest Coverage Ratio</b> EBITDA / Zinsaufwendungen	4,7	4,9
---	-----	-----

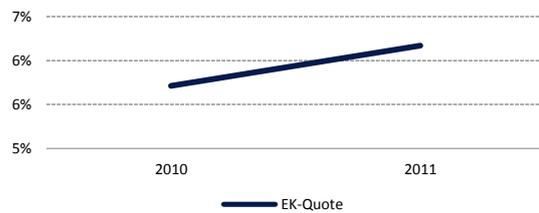
	2010	2011
<b>EK-Rendite</b> Jahresergebnis / Eigenkapital	31%	10%

<b>GK-Rendite</b> Jahresergebnis / Gesamtkapital	2%	1%
---	----	----

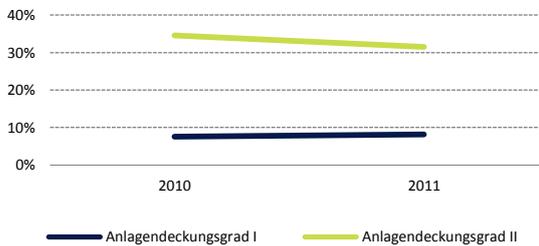


## Finanzwirtschaftliche Kennzahlen

	2010	2011
<b>EK-Quote</b> Eigenkapital / Gesamtkapital	6%	6%



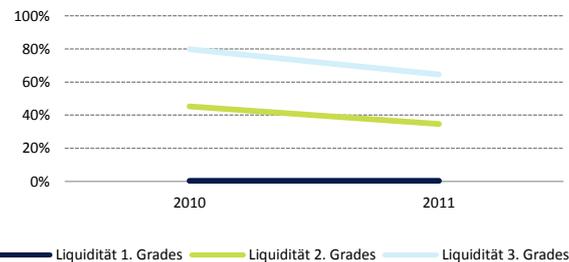
	2010	2011
<b>Anlagendeckungsgrad I</b> Eigenkapital / lfr. Vermögenswerte	8%	8%



	2010	2011
<b>Anlagendeckungsgrad II</b> (Eigenkapital + lfr. Fremdkapital) / lfr. Vermögenswerte	35%	32%

## Liquiditäts-Kennzahlen

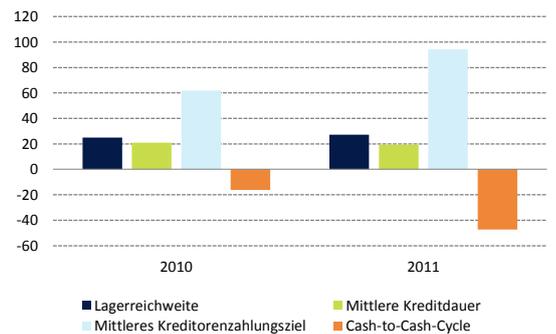
	2010	2011
<b>Liquidität 1. Grades</b> Zahlungsmittel / kurzfr. FK	0%	0%



	2010	2011
<b>Liquidität 2. Grades</b> (Zahlungsmittel + kurzfr. Forderungen) / kurzfr. FK	45%	35%

	2010	2011
<b>Liquidität 3. Grades</b> (Zahlungsmittel + kurzfr. Forderungen + Vorräte) / kurzfr. FK	80%	65%

	2010	2011
<b>Lagerreichweite</b> (Vorräte ./ erh. Anzahlungen) / Umsatz * Tage Beobachtungszeitraum	24,9	27,3



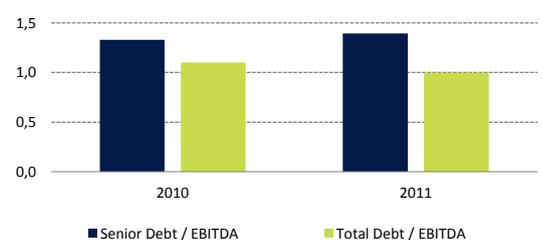
	2010	2011
<b>Mittlere Kreditdauer</b> Forderungen aus LuL / Umsatz * Tage Beobachtungszeitraum	20,9	19,5

	2010	2011
<b>Mittleres Kreditorenzahlungsziel</b> Verbindlichkeiten aus LuL / Materialaufwand * Tage Beobachtungszeitraum	61,8	94,2

	2010	2011
<b>Cash-to-Cash-Cycle</b> Lagerreichweite + mittlere Kreditdauer - mittleres Kreditorenzahlungsziel	-16,1	-47,3

## Verschuldungs-Kennzahlen

	2010	2011
<b>Senior Debt / EBITDA</b> Bankverbindlichkeiten / EBITDA	1,3	1,4



	2010	2011
<b>Total Debt / EBITDA</b> Langfristiges Fremdkapital / EBITDA	1,1	1,0