

Zwischenbericht

des Konzerns
zum 30. Juni 2018



**Kulmbacher Brauerei
Aktien-Gesellschaft,
Kulmbach**

Konzernlagebericht zum Zwischenabschluss

Branchenentwicklung und Entwicklung der Geschäftsfelder

[Th]	1.1.-30.6.18	1.1.-30.6.17
Bier ¹⁾	1.155	1.096
AfG	474	466
Getränkeabsatz	1.629	1.562

1) ohne Lohnproduktion und -abfüllung

Der Bierausstoß der deutschen Brauereien ist in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2018 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um +0,6 Prozent gestiegen. Der Bierausstoß der bayerischen Brauereien stieg kumuliert per Juni um 4,5 Prozent. Dabei konnten alkoholfreie Biere und Biermischgetränke ihre Position im deutschen Biermarkt weiter stärken. Die Kulmbacher Gruppe entwickelte sich mit einer Bierabsatzmenge von +5,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr besser als der Markt. Der Handel als die absatz- und umsatzstärkste Vertriebspartie in der Kulmbacher Gruppe erreichte einen Absatzmengenwachstum beim Bier von +9,7 Prozent. Eine Entwicklung unter Vorjahr verzeichneten die Absatzkanäle Gastronomie und Export. Anhaltender Preiswettbewerb beim Dosenbier deutscher Brauereien in China ist der Grund für die rückläufige Entwicklung. Die Kulmbacher Gruppe beteiligt sich nicht an diesem Preiskampf.

Die Entwicklung auf dem deutschen Biermarkt ist unverändert im volumenstärksten Segment Handel von einem anhaltenden preisgetriebenen Wettbewerbsumfeld mit hoher Aktionsfrequenz insbesondere der nationalen Pils-Anbieter geprägt, die ihre Biere mit einem Aktionsanteil von über 70 Prozent verkaufen. Der Kastenpreis beträgt beim Massengeschäft der nationalen Pilsbieranbieter durchschnittlich um die zehn Euro. Im Bereich der Gastronomie nimmt die Anzahl der Gastronomiebetriebe insbesondere in den ländlichen Regionen stetig ab, hierzu tragen im Wesentlichen Personalmangel, Geschäftsaufgaben aus Altersgründen, veränderte Trinkgewohnheiten und der demografische Wandel bei. Der durchschnittliche Getränkeabsatz pro Gastronomie-Objekt verringerte sich weiter.

Bei der Markenentwicklung zeigten unsere Marken Mönchshof, Kulmbacher, Kapuziner, Keiler und Sternla gegenüber dem Vorjahr überdurchschnittliche Absatzmengenwachstum. Diese Zuwächse konnten die rückläufige Entwicklung der anderen Eigenmarken auffangen, sodass die gesamte Absatzentwicklung ein Plus von +6,0 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum verzeichnete. Bei den alkoholfreien Bieren und Biermischgetränken der Kulmbacher Gruppe wurden in der ersten Geschäftsjahreshälfte Absatzmengensteigerungen gegenüber dem Vorjahreszeitraum von +13,7 bzw. +23,2 Prozent erzielt.

Ein nachhaltig positiver Trend zeichnet sich bei den alkoholfreien Bieren, Biermischgetränken und Bierspezialitäten mit regionalem Bezug ab. Der Erfolgskurs der Bierspezialitäten „Kapuziner Weißbier Alkoholfrei“, „Mönchshof Naturtrüb's Alkoholfrei“ und „Mönchshof Natur Radler“ setzt sich weiter fort. Der Markt für Bierspezialitäten zeigt sich in den letzten Jahren bei steigender Nachfrage wertmäßig in einer sehr stabilen Verfassung und widersetzt sich dem Wettbewerbsdruck des nationalen Pilsmarktes. Handwerklich hergestellte Bierspezialitäten mit hochwertigen Rohstoffen und einem ausgeprägten Geschmack liegen im Trend.

Im Geschäftsfeld der alkoholfreien Getränke erreichte die Kulmbacher Gruppe einen Absatzmengenwachstum von +1,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr. In diesem Geschäftsfeld bevorzugen die Kunden beim Getränkekauf vor allem bei Mineralwasser und Limonaden wegen des Preisvorteils oft die Billigmarken der Discounter. Aber auch qualitativ hochwertige Produkte wie die unserer Marke Bad Brambacher erfreuen sich einer zunehmenden Nachfrage, insbesondere unsere Mineralwässer und Garten-Limonaden in der Glas-Mehrwegflasche. Auch Erfrischungs- und Wellnessgetränke von Bad Brambacher in der 0,5-Liter-PET-Flasche liegen trotz der höheren Preisstellung im Markt im Trend. Alle Bad Brambacher Erfrischungsgetränke werden mit natürlichem, natriumarmen Mineralwasser hergestellt. Die Fokussierung auf natürlich hergestellte Produkte ohne künstliche Zusatzstoffe wird von den Kunden zunehmend honoriert. Unsere Produktlinie „Garten-Limonade“ steht für höchste Qualität und wächst im Mehrweg-Glasebinde überproportional

weiter. Insgesamt lag die Absatzmenge bei unserer Marke Bad Brambacher +2,0 Prozent über der Vorjahresmenge.

Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage

Die Kulmbacher Gruppe erzielte nach dem Abschluss der ersten Geschäftsjahreshälfte 2018 ein Unternehmensergebnis in Höhe von T€ 4.141, das aufgrund der hervorragenden Umsatzentwicklung deutlich über dem Vorjahreswert (T€ 1.976) lag. Das Ergebnis je Aktie übertraf mit 1,23 € /Aktie das Vorjahr (0,59 €/Aktie) erheblich. Das operative Ergebnis (EBIT) erhöhte sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum von T€ 2.880 auf T€ 5.872. Durch die erstmalige Anwendung des IFRS 15 zum 1. Januar 2018 wurden die direkt mit den Erlösen in Zusammenhang stehenden Aufwendungen für Kunden wie z. B. Werbekostenzuschüsse im laufenden Geschäftsjahr von den sonstigen betrieblichen Aufwendungen ergebnisneutral in die Umsatzerlöse umgliedert. Daher sind die Umsatzerlöse im Vorjahreszeitraum nicht direkt vergleichbar.

Die Vergleichbarkeit kann in nachfolgender Tabelle nachvollzogen werden:

[T€]	1.1.- 30.6.18	1.1.- 30.6.17 angepasst	1.1.- 30.6.17
Umsatzerlöse	110.467	105.052	107.777

Die nach IFRS 15 bereinigten Umsatzerlöse stiegen im Wesentlichen aufgrund der sehr guten Absatzmengenentwicklung von T€ 105.052 auf T€ 110.467. Weitere Effekte aus der Erstanwendung von IFRS 15 bzw. IFRS 9, wie im Kapitel I.A.2 auf Seite 51 des Geschäftsberichts 2017 ausgeführt, werden erst zum Geschäftsjahresende berücksichtigt. Die sonstigen betrieblichen Erträge (T€ 4.705) lagen geringfügig unter dem Vorjahreswert (T€ 4.679). Der Materialaufwand lag mit T€ 40.607 im Wesentlichen aufgrund der höheren Absatzmengen über dem Vorjahr (T€ 37.487). Der Personalaufwand (T€ 25.213) erhöhte sich durch die Tarifierhöhung im tariflichen Bereich ab März 2018 bzw. im außertariflichen Bereich ab Juni 2018 gegenüber dem Vorjahr (T€ 24.891). Des Weiteren erhöhte sich die Anzahl der angestellten Marktleiter in unseren Markgrafen-Getränkemärkten. Die Abschreibungen (T€ 9.710) stiegen gegenüber dem Vorjahr (T€ 8.768) im Wesentlichen aufgrund erhöhter In-

vestitionen in technische Anlagen und Mehrweggebinden sowie aufgrund von außerplanmäßigen Abschreibungen in Höhe von T€ 191 (Vorjahr: T€ 0). Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen lagen bei T€ 34.728 nach T€ 38.343 im Vorjahr. Nach Umgliederung gemäß IFRS 15 werden die Werbekostenzuschüsse und Listungsgebühren, wie bereits bei den Umsatzerlösen beschrieben, in 2018 nicht mehr unter sonstigen betrieblichen Aufwendungen gezeigt, sondern umsatzmindernd als Erlösschmälerungen ausgewiesen. Eine Vergleichbarkeit mit dem Vorjahreswert ist daher nicht gegeben und wird über die nachstehende Tabelle hergestellt:

[T€]	1.1.- 30.6.18	1.1.- 30.6.17 angepasst	1.1.- 30.6.17
Sonstige betriebliche Aufwendungen	34.728	36.003	38.728

Alle Aufwandskategorien (Reparatur- und Instandhaltungsaufwendungen, Betriebs- und Verwaltungsaufwendungen, Vertriebs- und Marketingaufwendungen) lagen im ersten Halbjahr unter dem Vorjahreswert.

Die Bilanzsumme ist zum 30. Juni 2018 gegenüber dem 31. Dezember 2017 von T€ 169.209 auf T€ 170.043 gestiegen. Das Eigenkapital hat sich gegenüber dem 31. Dezember 2017 trotz der Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2017 mit 1,00 € je Stückaktie aufgrund der guten Ergebnisentwicklung von T€ 73.562 auf T€ 74.343 erhöht. Die kurz- und langfristigen Verbindlichkeiten blieben trotz des gestiegenen Geschäftsvolumens und der höheren Investitionstätigkeit im laufenden Geschäftsjahr gegenüber dem 31. Dezember 2017 in Summe nahezu unverändert. Die Eigenkapitalquote verbesserte sich von 43,5 Prozent per 31. Dezember 2017 auf 43,7 Prozent per 30. Juni 2018.

[T€]	1.1.-30.6.18	1.1.-30.6.17
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	1.882	-3.278
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-7.582	-5.868
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	-4.263	-5.707
Saldo der Cashflows	-9.963	-14.853

Der Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit lag aufgrund des gegenüber dem Vorjahr deutlich höheren

EBITDA bei T€ +1.882 nach T€ -3.278 im Vorjahreszeitraum. Der Cashflow aus der Investitionstätigkeit betrug aufgrund des gegenüber dem Vorjahr höheren Investitionsvolumens bei technischen Anlagen und Mehrweggebinden T€ -7.582 nach T€ -5.868 im Vorjahreszeitraum. Der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit verbesserte sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum von T€ -5.707 auf T€ -4.263 aufgrund der guten Liquiditätssituation.

Investitionen

Die Investitionen der Kulmbacher Gruppe erreichten zum 30. Juni 2018 T€ 9.710 nach T€ 7.542 im Vorjahreszeitraum. Von den Investitionen entfielen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen T€ 9.213 (VJ: T€ 6.720). Die größten Investitionsprojekte betrafen die Abschlussarbeiten an der neuen Bügelverschlussabfülllinie und die Erweiterung der Drucktankanlage am Standort Kulmbach, die Erneuerung der Flaschenabfüllanlage am Standort Würzburg sowie die Anschaffung von Mehrweggebinden für unsere Wachstumsmarken. Sonstige Ausleihungen wurden in Höhe von T€ 497 (VJ: T€ 822) ausgereicht. Die Einzahlungen aus Abgängen von Sachanlagen, immateriellen Vermögenswerten und Finanzanlagen betrugen T€ 2.128 nach T€ 1.674 im Vorjahr.

Mitarbeiter

	1.1.-30.6.18	1.1.-30.6.17
Gewerbliche Arbeitnehmer	461	423
Angestellte	400	410
Auszubildende	59	60
Beschäftigte ¹⁾	920	893

1) Beschäftigte im Jahresdurchschnitt inkl. Teilzeitkräfte

Ausblick, Risiken und Chancen

Die Chancen- und Risikosituation der Kulmbacher Gruppe hat sich seit Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2018 nicht wesentlich verändert. Die dort getroffenen Aussagen zu den unternehmerischen Chancen und Risiken gelten im Wesentlichen unverändert.

Die Risiken sind vor dem Hintergrund des bestehenden effizienten Risikomanagementsystems für unsere Unternehmensgruppe beherrschbar, transparent und gefährden aus heutiger Sicht nicht den Fortbestand der Unternehmensgruppe. Es sind auch keine Ereignisse von besonderer Bedeutung

im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2018 eingetreten.

Der Wettbewerbsdruck auf dem deutschen Biermarkt wird aufgrund vorhandener Überkapazitäten und der geänderten Trinkgewohnheiten insbesondere bei den Pils-Bier-Anbietern weiter anhalten und dadurch den Brauereien wenig Spielraum zur Verbesserung ihrer Ertragslage aufgrund sich abzeichnender Kostensteigerungen lassen. Mit unseren ostdeutschen Biermarken Sternquell und Braustolz stehen wir unverändert in einem harten Wettbewerb mit den Pils-Bier-Brauereien in einem weiter rückläufigen Biermarkt in Ostdeutschland. Als Anbieter von Bierspezialitäten im Bügelverschlussgebilde können wir uns insbesondere mit unserer Wachstumsmarke Mönchshof diesem Preis- und Wettbewerbsdruck weitgehend entziehen. Aufgrund unserer Produktstrategie bestehen gute Entwicklungsperspektiven, um Absatz- und Umsatzzuwächse bei alkoholfreiem Bier, Biermischgetränken und regionalen Bierspezialitäten zu erzielen, die dem Preisdruck der nationalen Massenanbieter entgegenwirken. Die Kulmbacher Gruppe befindet sich aufgrund ihres breiten Spezialitätensortiments und einer den Kundenwünschen entsprechenden Gebindepolitik mit kleineren Verkaufseinheiten in einer unverändert guten Ausgangsposition. Wir sind bestrebt weitere nachhaltige Zuwächse bei unseren qualitativ hochwertigen Bierspezialitäten, alkoholfreien Bieren sowie innovativen Biermischgetränken zu erreichen, die zwischenzeitlich in der Kulmbacher Gruppe einen Absatzmengenanteil von 16 Prozent einnehmen (Vorjahr: 14 Prozent) und auch zu dem verbesserten operativen Ergebnis beitragen. Eine wesentliche Herausforderung für 2018 besteht in der Ausweitung der Distribution unserer Wachstumsmarken. Dabei stehen insbesondere unsere Produkte Mönchshof Natur Radler, Mönchshof Kellerbier, Mönchshof Naturtrüb's Alkoholfrei, Kapuziner Hefeweizen und Kapuziner Hefeweizen Alkoholfrei im Fokus.

Ziel ist es, im laufenden Geschäftsjahr mit unseren Bierspezialitäten und Wachstumsmarken weitere Absatzpotenziale zu erschließen und die Umsatz- und EBIT-Entwicklung nachhaltig weiter zu verbessern. Die Erwartungen für die finanziellen Ziele 2018 Umsatz, EBIT und Cashflow sind bei einem plangemäßen Geschäftsverlauf in der zweiten Geschäftsjahreshälfte realisierbar.

Kulmbach, im August 2018
Der Vorstand

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

vom 1. Januar bis 30. Juni 2018

[T€]	1.1.-30.6.18	1.1.-30.6.17
Umsatzerlöse	110.467	107.777
Sonstige betriebliche Erträge	4.705	4.679
Bestandsveränderung	958	-87
Materialaufwand	-40.607	-37.487
Personalaufwand	-25.213	-24.891
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-9.710	-8.768
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-34.728	-38.343
Operatives Ergebnis	5.872	2.880
Ergebnis aus at Equity bewerteten Anteilen	46	0
Zinserträge	54	71
Zinsaufwendungen	-140	-191
Sonstiges Finanzergebnis	0	23
Ergebnis vor Steuern	5.832	2.783
Ertragsteuern	-1.691	-807
Ergebnis der Periode	4.141	1.976
Anzahl der Aktien in St.	3.360.000	3.360.000
Unverwässertes Ergebnis je Aktie in €	1,23	0,59

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

vom 1. Januar bis 30. Juni 2018

[T€]	1.1.-30.6.18	1.1.-30.6.17
Ergebnis der Periode	4.141	1.976
Neubewertung Pensionsrückstellungen	0	0
Ertragsteuereffekt	0	0
Posten, die nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden können	0	0
Gesamtergebnis der Periode	4.141	1.976

Konzern-Bilanz

zum 30. Juni 2018

[T€]	30.6.18	31.12.17	30.6.17
AKTIVA			
Langfristige Aktiva			
Immaterielle Vermögenswerte	6.187	7.244	7.779
Sachanlagen	98.895	98.796	93.296
At Equity bewertete Anteile	556	556	568
Finanzanlagen	4.288	4.782	4.747
Aktive latente Steuern	835	835	2.072
	110.761	112.213	108.462
Kurzfristige Aktiva			
Vorräte	16.209	13.751	14.708
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	26.608	15.951	28.295
Kurzfristige Finanzanlagen	1.563	1.563	1.766
Steuererstattungsansprüche	5	5	80
Übrige Forderungen und Vermögenswerte	6.651	7.517	7.475
Liquide Mittel	8.246	18.209	2.676
	59.282	56.996	55.000
SUMME AKTIVA	170.043	169.209	163.462
PASSIVA			
Eigenkapital			
Gezeichnetes Kapital	8.600	8.600	8.600
Kapitalrücklagen	31.019	31.019	31.019
Gewinnrücklagen	34.724	33.943	27.818
	74.343	73.562	67.437
Langfristige Verbindlichkeiten			
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	3.723	4.179	4.359
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	513	541	606
Pensionsrückstellungen	13.422	13.625	14.992
Übrige langfristige Rückstellungen	1.280	1.287	1.333
Passive latente Steuern	8.753	7.827	8.472
	27.691	27.459	29.762
Kurzfristige Verbindlichkeiten			
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	1.559	2.006	2.417
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	14.019	21.213	15.267
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	13.437	11.631	13.436
Kurzfristige Rückstellungen	38.319	32.374	34.826
Steuerverbindlichkeiten	675	964	317
	68.009	68.188	66.263
SUMME PASSIVA	170.043	169.209	163.462

Auf einen Blick

Finanzkennzahlen im Konzern		1.1.-30.6.18	1.1.-30.6.17	Veränderung in %
Ergebnis				
Getränkeabsatz ¹⁾	Thl	1.629	1.562	4,3
Umsatzerlöse	T€	110.467	107.777	2,5
EBITDA ²⁾	T€	15.582	11.648	33,8
Abschreibungen ³⁾	T€	-9.710	-8.768	10,7
EBIT ⁴⁾	T€	5.872	2.880	103,9
Ergebnis der Periode	T€	4.141	1.976	109,6
Ergebnis je Aktie	€	1,23	0,59	109,6
Bilanz				
Bilanzsumme	T€	170.043	163.462	4,0
Eigenkapital	T€	74.343	67.437	10,2
Eigenkapitalquote	%	43,7	41,3	6,0
Investitionen ³⁾	T€	9.213	6.720	37,1
Aktie				
Aktien	Anzahl	3.360.000	3.360.000	0,0
Schlusskurs	€	62,00	59,00	5,1
Marktkapitalisierung	Mio. €	208	198	5,1

1) ohne Lohnproduktion und -abfüllung

2) Ergebnis der Periode vor Zinsergebnis, sonstigem Finanzergebnis, Ertragsteuern und Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen

3) Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen

4) Ergebnis der Periode vor Zinsergebnis, sonstigem Finanzergebnis und Ertragsteuern