

## PRESSEMITTEILUNG

# Interbrew's weist erneut weltweit solides Wachstum vor

Brüssel, 28. Oktober 2002

**Interbrew, *The World's Local Brewer®*, hat heute seine Ergebnisse für die ersten neun Monate des Jahres 2002 bekannt gegeben. Die Kennzahlen bestätigen ein kontinuierliches Geschäftswachstum. Verglichen mit dem Vorjahreszeitraum verbuchte die Unternehmensgruppe insgesamt – vor den bereits angekündigten Kosten für die Restrukturierung in Großbritannien – ein starkes Wachstum aus den laufenden Geschäften. Der Absatz stieg um +16,8 Prozent, EBITDA um +21,2 Prozent sowie EBIT um +16,5 Prozent.**

**Im dritten Quartal wuchs der organische EBITDA um +8,7 Prozent. Innerhalb der ersten neun Monate des Jahres 2002 lag das Wachstum des organischen EBITDA bei +5,7 Prozent, verglichen mit +5,8 Prozent im selben Zeitraum des Vorjahres.**

Nicht-testierte Kennzahlen für die ersten neun Monate aus dem laufenden Geschäft (\*)

	Neun Monate zum 30. September 2002	Neun Monate zum 30. September 2001	Δ %
Absatz <sup>(1)</sup>	65,5	56,1	+16,8%
Netto-Umsatz <sup>(2)</sup>	5.238	4.467	+17,3%
EBITDA <sup>(2)</sup>	1.119	923	+21,2%
EBIT <sup>(2)</sup>	650	558	+16,5%

(\*) angepasst für Carling®/Bass® UK, und vor den bereits angekündigten Restrukturierungskosten für Großbritannien in Höhe von 61 Millionen Euro

(1) Millionen Hektoliter, ohne FEMSA

(2) Millionen Euro, konsolidierte Zahlen gemäß IAS-Standard

Gesamtwachstum aus dem laufenden Geschäft (\*)

	Organisches Wachstum	Konsolidierungskreis	Währungseinfluss	Gesamt- Wachstum
Absatz	1,8%	15,0%	N/A	+16,8%
Netto- Umsatz	5,2%	13,4%	(1,3%)	+17,3%
EBITDA <sup>(1)</sup>	5,7%	17,0%	(1,5%)	+21,2%
EBIT <sup>(1)</sup>	5,8%	12,6%	(1,9%)	+16,5%

(\*) angepasst für Carling®/Bass® UK, und vor den bereits angekündigten Restrukturierungskosten für Großbritannien in Höhe von 61 Millionen Euro

(1) Inklusive der einmaligen Kosten in Höhe von 19 Millionen Euro der Aussperrung im kanadischen Braubetrieb

Basierend auf den Ergebnissen „wie berichtet“ sanken Absatz, EBITDA und EBIT um -2,5 Prozent, -8,5 Prozent bzw. -15,1 Prozent. Der Vergleich mit dem Vorjahr ist durch das Carling-Geschäft (verkauft am 1. Februar 2002) beeinflusst, das in die Ergebnisse für das Gesamtjahr 2001 aufgenommen wurde, sowie durch die Einbeziehung einer Rückstellung für die bereits angekündigten Restrukturierungskosten.

Nicht-testierte Geschäftsergebnisse der ersten neun Monate, wie berichtet

	<b>Neun Monate zum 30. September 2002</b>	<b>Neun Monate zum 30. September 2001</b>	$\Delta$ %
Absatz <sup>(1)</sup>	66,6	68,3	(2,5%)
Netto-Umsatz <sup>(2)</sup>	5.321	5.488	(3,0%)
EBITDA <sup>(2) (3)</sup>	1.062	1.161	(8,5%)
EBIT <sup>(2)(3)</sup>	581	684	(15,1%)

(1) Millionen Hektoliter, ohne FEMSA

(2) Millionen Euro, konsolidierte Zahlen gemäß IAS-Standard

(3) inklusive der bereits angekündigten Restrukturierungskosten in Höhe von 37,5 Millionen Pfund Sterling (61 Millionen Euro) im Zusammenhang mit der Ausgliederung der Bereiche Subdistribution und Logistik in Großbritannien; ohne die am 9. September 2002 angekündigten Restrukturierungskosten im Zusammenhang mit den Kapazitätsoptimierungen in West-Europa, die - abhängig von den Verhandlungen mit den jeweiligen Gewerkschaften – im Jahresabschluss berücksichtigt werden.

## Organisches Wachstum in Kernregionen

### West-Europa

In West-Europa hat das kühle Sommerwetter den gesamten Biermarkt beeinflusst. Dennoch lag das organische Absatzwachstum von Interbrew in den ersten neun Monaten bei +3 Prozent, verglichen mit +0,3 Prozent im selben Zeitraum des Vorjahres. Interbrew konnte seine Marktanteile in allen Kernmärkten erhöhen. Die solide Absatzentwicklung und die an der Inflation orientierte Preisgestaltung haben zusammen mit der Kostenkontrolle zu einem deutlichen Wachstum von EBITDA und EBIT geführt. Die Marke Stella Artois® verbuchte in Großbritannien erneut ein zweistelliges Wachstum, während Beck's® in Deutschland mit seiner Premium-Preisgestaltung wiederum besser als der Markt abschnitt.

### Amerika

Generell ist der Biermarkt in Nord-Amerika nach wie vor stabil. Auf dem gesamten Kontinent konnte Interbrew ein starkes Absatzwachstum erzielen. In den Vereinigten Staaten schnitt Interbrew erneut besser ab als das durchschnittliche Import-Segment. Positiv entwickelten sich insbesondere Marken wie Tecate® und Stella Artois®. Ein erfreuliches Absatzsteigerung sowie eine strenge Kostenkontrolle haben zum Wachstum von EBITDA und EBIT beigetragen. Rolling Rock® und Beck's® haben sich im dritten Quartal mit Lieferungssteigerungen von 5,4 Prozent bzw. 4,4 Prozent gut entwickelt.

## **Entwicklungsmärkte**

In *Mittel-Europa* hat sich das Interbrew-Markenportfolio in Kroatien, Ungarn und der Tschechischen Republik positiv entwickelt. Diese Ergebnisse wurden durch die enttäuschende Entwicklung in Bulgarien kompensiert. Hier geriet die Preisgestaltung aufgrund des starken Wettbewerbs im Niedrigpreis-Segment unter Druck.

In *Ost-Europa* litten Rubel und Griwna unter der Euro-Entwicklung.

Insbesondere in Russland verlangsamte sich das Marktwachstum im September deutlich. Die Entwicklung des Geschäftes von Sun Interbrew verlief enttäuschend. Vor dem Hintergrund seines späten Einstiegs in die schnell wachsenden PET- und Dosen-Segmente konzentriert sich das Unternehmen jetzt auf den Aufbau einer Distribution für diese Gebinde. Es wird erwartet, dass es einige Zeit dauern wird, bevor Sun Interbrew einen angemessenen Marktanteil erreichen wird.

In der Ukraine behauptete Interbrew mit einem Absatzwachstum von +5,3 Prozent seine Marktführerschaft.

### *Asien:*

In Süd-Korea verlangsamte sich das kumulierte Jahreswachstum der Bier-Branche auf +3,5 Prozent. Die Branchen-Absätze lagen im dritten Quartal unter denen des Vorjahreszeitraums. Interbrew gelang es, das eigene Geschäft zu stabilisieren und das EBITDA in den ersten neun Monaten des Jahres 2002 zu steigern.

In China schreitet der Konsolidierungsprozess des Biermarktes weiter voran. Hier konzentriert sich die Interbrew Filiale auf die Stadt Nanjing. Die Sanierung des Unternehmens schreitet sehr gut fort. In den ersten neun Monaten erzielte Interbrew eine Absatzsteigerung von 66 Prozent.

## **Wichtige Ereignisse seit 1. Juli 2002**

- 9. August: Interbrew löst alle noch bestehenden rechtlichen Streitfragen zwischen Labatt und Brascan positiv.
- 4. September: Interbrew erhält von Diageo die Vertriebsrechte für Bass® Ale in den Vereinigten Staaten. Die Marke hat in den USA einen Anteil von über 25 Prozent am Segment der Super-Premium Importbiere.
- 9. September: Als Teil der generellen Restrukturierungs-Strategie setzt Interbrew Kostensparmaßnahmen in seinen westeuropäischen Brauereien um. Das Unternehmen trifft die Entscheidung, seine Braustätte im niederländischen Breda zu schließen sowie den Braubetrieb in Manchester (Großbritannien) zu verkleinern.
- 18. September: Die OFT in Großbritannien genehmigt die zuvor angekündigte Auslagerung der Bereiche Subdistribution und Logistik zu Tradetam Limited.
- 19. September: Interbrew legt den Streik in seiner Brauerei in Montenegro bei.
- 11. Oktober: Interbrew erzielt eine Vereinbarung mit Rexam PLC über den Verkauf der Nienburger Glas GmbH für eine Summe von 108 Millionen Euro.
- 21. Oktober: In Neuseeland erneuert Interbrew seine Lizenzvereinbarung für Stella Artois® mit den Lion Breweries.

**Ausblick**

Interbrew liegt im Plan, die gesetzten Ziele zu erreichen. Nach eigenen Einschätzungen werden sich die Kapitalinvestitionen im Jahr 2002 auf rund 500 Millionen Euro belaufen. Wie bereits anlässlich der Veröffentlichung der Halbjahresergebnisse angekündigt, strebt das Unternehmen für das laufende Geschäft weiterhin Gewinne je Aktie (vor Goodwill und Restrukturierung) in Höhe von 1,50 Euro für das Kalenderjahr 2002 an. Ohne Carling, das am 1. Februar 2002 verkauft wurde, beliefen sich die Gewinne je Aktie vor Goodwill in 2001 auf 1,26 Euro. Demzufolge beinhalten die anvisierten Aktiengewinne von 1,50 Euro aus dem laufenden Geschäft eine Steigerung von +19 Prozent.

**Interbrew – *The World's Local Brewer®***

Interbrew ist der führende Konsolidierer in der Weltbierindustrie. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Belgien beschäftigt weltweit über 37.000 Mitarbeiter. Die Strategie von Interbrew, *The World's Local Brewer®*, ist es, starke Plattformen in den wesentlichen Biermärkten weltweit aufzubauen. In den Märkten, wo Interbrew präsent ist, bringt das Unternehmen den Traditionen der lokalen Bierindustrie höchsten Respekt entgegen und unterstützt das Management dabei, die Geschäfte zu entwickeln. Die Strategie des „*The World's Local Brewer®*“ ruht auf vier Säulen: Stärkung der lokalen Marken (die in vielen Fällen Marktführer sind), danach Einführung internationaler Premium- und Spezialitätenmarken wie Stella Artois®, Beck's®, Hoegaarden®, Leffe® und Bass® Ale. Schließlich implementiert Interbrew vorbildliche Lösungen und entwickelt die lokalen Einheiten von innen heraus und durch ausgewählte Akquisitionen. Insgesamt werden mehr als 200 Interbrew-Marken in mehr als 120 Ländern vertrieben. Mehr Informationen auch unter [www.interbrew.com](http://www.interbrew.com)

**Contact information**

Corneel Maes  
Vice President Corporate Communication  
Tel: +32-16-31-57-69  
Mobile: +32-475-92-27-69  
Fax: +32-16-31-59-69  
E-mail: [corneel.maes@interbrew.com](mailto:corneel.maes@interbrew.com)

Patrick Verelst  
Vice President Investor Relations  
Tel: +32-16-31-55-41  
Fax: +32-16-31-57-13  
E-mail: [patrick.verelst@interbrew.com](mailto:patrick.verelst@interbrew.com)