

MAGYAR SÖRGYÁRTÓK SZÖVETSÉGE
1052 Budapest, Fehérhajó u. 8–10. III. emelet 1.
<http://www.sorszovetseg.hu>

Annual Report

ÉVES JELENTÉS



2003

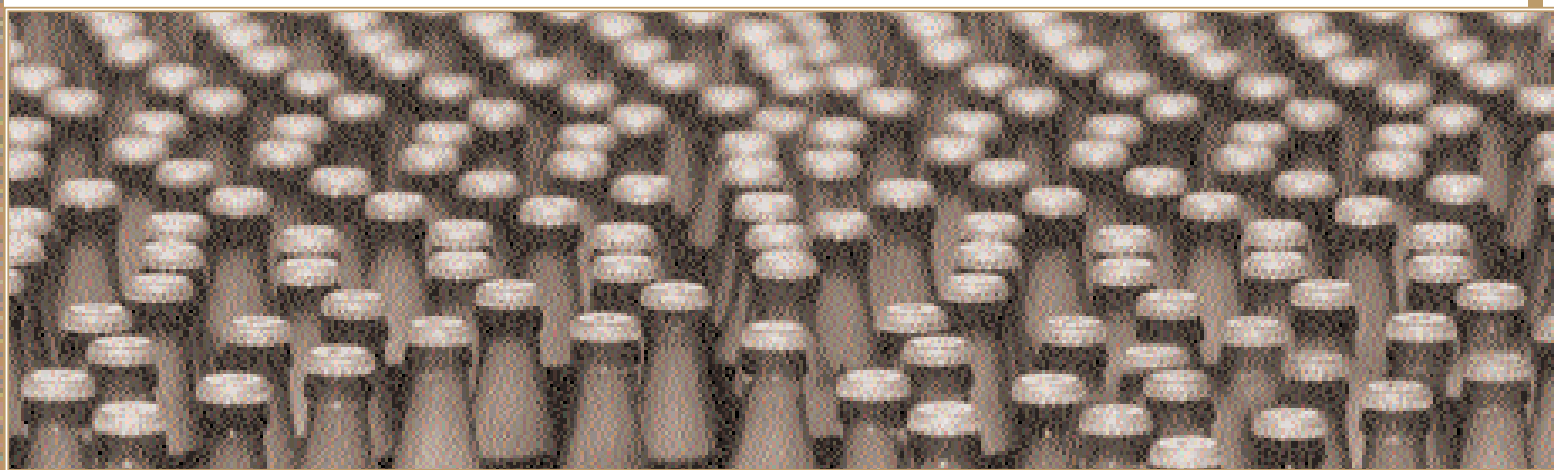




TARTALOMJEGYZÉK

Contents

BEVEZETÉS, ÖSSZEFOGLALÁS	04	INTRODUCTION, EXECUTIVE SUMMARY
A SÖRFOGYASZTÁS JELLEMZŐI		BEER CONSUMPTION CHARACTERISTICS
SÖRÉRTÉKESÍTÉS	06	<i>Beer sales</i>
SÖRÉRTÉKESÍTÉS CSOMAGOLÁSI TÍPUSONKÉNT	06	<i>Beer sales by forms of packaging</i>
SÖRÉRTÉKESÍTÉS TERMÉKOSZTÁLYOK SZERINT	07	<i>Beer sales by product categories</i>
ALKOHOLMENTES SÖRÖK	08	<i>Non-alcoholic beer</i>
EXPORT – IMPORT	09	<i>Beer exports and imports</i>
A SÖRGYÁRTÁSHOZ FELHASZNÁLT ANYAGOK	10	<i>Raw material input in beer production</i>
KÖZTEHERVISELÉS	11	<i>Public contribution of the AHB members</i>
FOGLALKOZTATÁS	11	<i>Employment</i>
A SZÖVETSÉG TAGJAI		MEMBERS OF THE ASSOCIATION
AMSTEL SÖRGYÁR RT.	12	<i>Amstel Brewery Inc.</i>
BORSODI SÖRGYÁR RT.	13	<i>Borsod Brewery Co.</i>
BRAU UNION HUNGÁRIA SÖRGYÁRAK RT.	14	<i>Brau Union Hungária Breweries Co.</i>
DREHER SÖRGYÁRAK RT.	15	<i>Dreher Breweries Ltd.</i>
PÉCSI SÖRFÖZDE RT.	16	<i>Pécs Brewery Co.</i>
CÍMEK, ELÉRHETŐSÉGEK	17	<i>Addresses, availabilities</i>
A SÖRGYÁRAK KIEMELT MÁRKÁI	18	<i>The Breweries' prominent brands</i>



BEVEZETÉS

Introduction

A Magyar Sörgyártók Szövetsége nevében köszöntöm az olvasót! Több mint 10 éves múltra visszatekintő szakmai szövetségünk évről évre értékeli az adott esztendő a hazai sörpiac főbb jellemzői alapján.

A Magyar Sörgyártók Szövetsége tagjai között a piacon igen éles verseny van. A Szövetség feladata, hogy miközben támogatja a tisztességes piaci versenyt – megtalálja és közvetítse, képviselje azokat a közös érdekeket, amelyek a szakmai szempontok alapján meghatározhatók.

Gyűjtjük, elemezzük és közzé adjuk azokat az iparral kapcsolatos információkat melyek mind a sörfogyasztók, mind pedig partnereink sörparrá vonatkozó tájékozottságát segítik. Eközben Szövetségünk a tagok egyeztetési fórumaként is működik.



László Attila
Elnök



Welcome to the reader on behalf of the Association of Hungarian Brewers (AHB)! Advocating the interests of its members for more than a decade, our professional organisation has issued its annual report in assessment of the main activities of the beer sector every year.

The members of the Association of Hungarian Brewers are in fierce competition on the Hungarian market. The Association was founded with the ultimate objective to represent and promote the common

interests of the brewers in Hungary on professional grounds while supporting fair market competition.

It is our mission to collect, analyse and disseminate information relevant to the Hungarian beer sector that may be of help to the consumers and our partners as well. At the same time, the Association is also a forum for sharing and representing common interests of its members.



Attila László
Chairman of the Association

ÖSSZEFOGLALÁS

Executive Summary

A hazai sörgyártás és forgalmazás jellemzői a XXI. század elején a többi – esetenként Magyarországnál fejlettebb – európai országhoz viszonyítva is nagyon hasonlóak. Sajátos, hogy Magyarországon a nagy nemzetközi konszernek tulajdonában lévő gyárak száma viszonylag alacsony, jelenleg gyakorlatilag 4 nagy hazai gyártó kínálja termékeit a fogyasztóknak.

Több gyártó évről évre megújuló csomagolásban viszi piacra termékeit miközben új termékekkel is találkozhatunk, és a már megszokott márkák minősége hagyományosan kiváló.

Beer production and sales in Hungary show a very similar pattern to the developments in other – even more developed – European countries at the early 21st Century. Quite uniquely however, the number of brewers under the control of large multinationals is rather low, there are currently only four local brewers producing beer for the Hungarian market.

Most brewers offer new forms of packaging for their products and there are new products on the market every year in a traditionally outstanding product portfolio.

A magyar sörpiac nagyságát a 70 liter körüli átlagfogyasztás jellemzi évek óta. Az évtizedekkel ezelőtti 100 litert is meghaladó egy főre jutó sörfogyasztás újbóli megközelítése – a tendenciát elemezve – nem tűnik reális célkitőzésnek, mert a piac már hosszabb ideje ennek körülbelül a kétharmada.

A gyártók a fogyasztói igényeket messzemenően figyelembe véve alakítják a különféle „kiszerezésben”, csomagolásban piacra kerülő termékeik arányát. Ezért az elmúlt években folyamatosan nőtt az alumínium dobozokban forgalmazott sörök aránya. Vannak gyártók, amelyek azonos mennyiségű italt, vagy esetenként lényegesen többet töltenek dobozba, mint például hordóba.

Az elmúlt időszak sajnálatos jellemzője volt, hogy a fogyasztói piac csökkenésével egyidejűleg folyamatosan, esetenként egyik évről a másikra, drasztikusan nőtt a sörgyártás legnagyobb adójellegű terhét jelentő fogyasztási, majd jövedéki adó. Ennek mértékét a gyártók indokolatlanul magasnak tartják. Különösen fontos ezt hangsúlyozni azért is, mert már több mint egy éve napirenden van a környezetvédelmi termékdíj bevezetése, illetve emelése. Ennek az újabb adójellegű elvonásnak a működtetése különösen nagy körültekintést igényel, mert nem csak a fogyasztói szokások esetleges megváltoztatására alkalmas, hanem határozottan befolyásolja a sörgyártás költség-szerkezetét és a fogyasztás mennyiségét is.

The average beer consumption per capita has been in the range of 70 litres for many years. Regarding current consumption patterns, there are no realistic chances of attaining the over 100 litre per capita consumption so typical of the seventies and eighties; the market seems to have settled at two-thirds of this volume for long.



Brewers sell their products in a variety of packaging and take significant efforts to adjust the proportion of beer sold in kegs, cans or bottles to the needs of the consumers. In the last years, the share of beer sold in aluminium cans has shown steady increase. Some brewers sell about the same, others significantly higher volumes of beer in can than in keg.

As a rather adverse development in the last few years, the gradual saturation of the consumer market was coupled by a significant, even dramatic increase in the level of the most important tax in the sector: first the consumer tax and later the excise tax. The current level of excise tax is seen by the brewers as unreasonably high. This is important to emphasise in view the latest plans to implement and increase what is known as the environmental product fee. This new form of tax requires a great deal of attention: if implemented, it may not only be able to change consumer habits but will have a definite impact on the cost structures of beer production and thus consumption volumes.



A SÖRFOGYASZTÁS JELLEMZŐI

Beer Consumption Characteristics

SÖRÉRTÉKESÍTÉS

Beer Sales

1. számú táblázat / Table 1.

Saját termelésű értékesítés exporttal együtt / Total beer sales self-produced (including exports)

ÉV / YEAR	2002	2003
EZER HL / ,000 HL	7 398	7 326
SZÁZALÉK (%) / PERCENT (%)	100	99

Az 1. sz. táblázat az MSSZ tagjainak teljes, saját termelésű sörértékesítését mutatja az előző évihez viszonyítva, ezer hl-ben.

Látjuk, hogy a reményt keltő 2002-es 4%-os fogyasztás bővülés után 2003-ban sajnálatosan újból a piac csökkenéséről kell beszélnünk, még akkor is ha ez csak 1%-os, és ez az évek óta tartó trenddel összhangban van. 7,3 millió hl sör értékesítése alig több mint 73 literes 1 főre jutó fogyasztás 2003-ban.

Table 1. shows the total beer sales for in-house production of the member brewers of the Association in 2003, compared to the previous year, expressed in hectolitres.

After a promising year in 2002 with 4 percent consumption growth, the market in 2003 was characterised by a slight drawback of 1percent, a sad trend in line with the developments of the last few years. With 7.3 million hectolitres of beer sold, the average consumption per capita in 2003 in Hungary was 73 litres.

SÖRÉRTÉKESÍTÉS CSOMAGOLÁSI TÍPUSONKÉNT

Beer sales by forms of packaging

2. számú táblázat / Table 2.

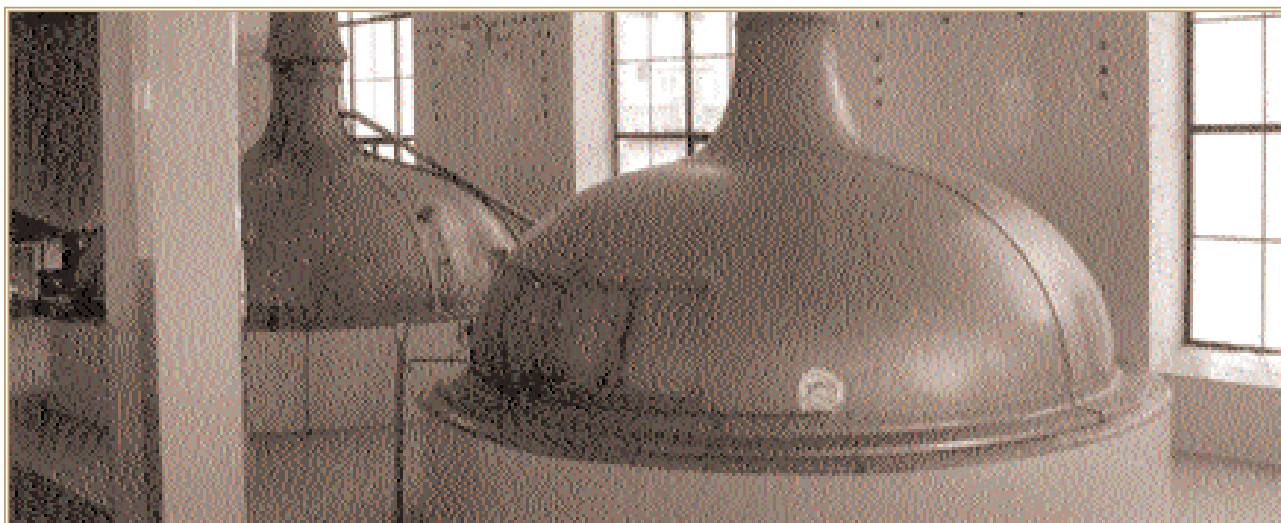
Sörértékesítés csomagolási típusok szerint / Domestic beer sales in Hungary by packaging types

CSOMAGOLÁSI FORMA / TYPES OF PACKAGING	2002		2003	
	EZER HL / ,000 HL	%	EZER HL / ,000 HL	%
VISSZAVÁLTHATÓ PALACK (0,5 ÉS 0,33L EGYÜTT) / RETURNABLE BOTTLE (BOTH SIZE)	4 743,4	64	4 602,1	62
ELDOBHATÓ PALACK (0,5 ÉS 0,33 ÉS 0,66L EGYÜTT) / ONE WAY BOTTLE	340,2	5	51,0	1
HORDÓ (MINDEN MÉRET) / KEG (ALL SIZE)	1 118,2	15	1 085,6	14
DOBOZ (MINDEN MÉRET) / CAN (ALL SIZE)	1 230,2	16	1 699,7	23
ÖSSZESEN / TOTAL	7 432,0	100	7 438,4	100

A 2. számú táblázat adatai jól mutatják azt a már több éves folyamatot, ami a visszaváltható (szakmai kifejezést használva: többutas) csomagolási eszközök – üveg és hordó – használatának további csökkenését eredményezi.

A hordóban forgalmazott sör arányainak változatlan mértéke talán megengedi azt a következtetést, hogy a csapolt sört fogyasztók tábora Magyarországon viszonylag stabil, de a legtöbben még mindig az üveges söröket kedvelik.

The information in Table 2. clearly demonstrates the developments in the last few years resulting in the gradually decreasing use of returnable forms of packaging, notably bottles and kegs. In view of the steady share of beer sold in kegs one may conclude that the consumers of draught beer form a relatively stable group while most people still prefer bottled beer.



SÖRÉRTÉKESÍTÉS TERMÉKOSZTÁLYOK SZERINT

Beer sales by product categories

3. számú táblázat / Table 3.

Sörértékesítés termékcsoportok szerint (ezer hl és %) / Domestic beer sales in Hungary by segments (,000 hectoliters and %)

ÉV / YEAR	STANDARD		PREMIUM		SPECIALITIES		ÖSSZESEN / TOTAL	
	EZER HL / ,000 HL	%	EZER HL / ,000 HL	%	EZER HL / ,000 HL	%	EZER HL / ,000 HL	%
2002	5 457	73,4	1 798	24,2	177	2,4	7 432	100
2003	5 562	75	1 648	22	228	3	7 438	100

A táblázat adatai ismét fogyasztási szokás változásra hívják fel a figyelmet. A sör különlegességek – egyébként viszonylag alacsony aránya kissé nőtt 2003-ban, az úgynevezett prémium kategóriás sörökből viszont 2%-kal kevesebbet fogyasztottunk.

This table again describes minor changes in consumption patterns. While the relatively low share of specialty beers slightly grew in 2003, the consumption of premium category beer decreased 2 percent during the year.



ALKOHOLMENTES SÖRÖK *Non-alcoholic beer*

4. számú táblázat / Table 4.

Alkoholmentes sörértékesítés 1998–2003 között, ezer hl / Non-Alcoholic beer sales ,000 hl (1998–2003)

KISZERELÉS / PACKAGING	1998	1999	2000	2001	2002	2003
PALACK / BOTTLE	131	142	156	153	175	197
DOBOZ / CAN	8	13	12	12	13	30
ÖSSZESEN / TOTAL	139	155	168	165	188	227

2003-ban az alkoholmentes sörök értékesítése tovább nőtt. A 227,1 ezer hl értékesítés 20%-os növekedést mutat az előző évhez viszonyítva. Az alkoholmentes sörök kínálata a magyar sörgyárak portfóliójában természetessé vált.

The sale of non-alcoholic products continued to grow in 2003. The brewers reported 227.1 thousand hectolitres sold in total, a 20 percent growth compared to the previous year, with non-alcoholic beer becoming a standard offering in the beer portfolio of all the brewers in Hungary.



EXPORT – IMPORT

Beer exports and imports

5. számú táblázat / Table 5.

Sörexport és import / Beer exports and imports in Hungary

IMPORT (EZER HL / ,000 HL)	2002	2003
MSSZ SÖRGYÁRAK / BY AHB BREWERIES	98,0	114,0
FÜGGETLEN KERESKEDŐK / EXCEPT AHB BREWERIES ¹	123,3	363,1
ÖSSZES IMPORT / TOTAL IMPORTS	221,3	477,1

A korábbi években a Magyarországra érkező sörimport főként a sörkínálat bővítését szolgálta, és nagyrészt a Sörszövetség tagjai anyavállalataik termékeiként hozták be az országba. De már 2002-ben is nagyobb mennyiségű sört importáltak független kereskedők (25%). AZ MSSZ tagjainak importja is több mint 16%-kal nőtt, ami a korábbi fejezetben elemzett fogyasztási szokásokra vonat-



kozóan alátámasztja, hogy a kínálat bővítéseként a piacon jelen lévő különleges minőségű söröket igényli a magyar piac. A magyar sörgyártók exportja 2003-ban nem számottevő. Az előző évi – egyébként akkor is alacsony szintnek csupán – kevesebb, mint 10%-a. A független kereskedők exportjának növekedése (46%) is csak a különbség egy részét fedezte.

A magyarországi sörpiac változásáról azonban az érdeklődők számára a legfontosabb információ az, hogy a sörbehozatal milyen irányú változásokat mutat 2003-ban.

Az összes behozatal 216%-kal nőtt, ami főként az év második felében érkezett az országba. Ezt még inkább árnyalja az a tény, hogy az összes behozatal több mint 76%-át független importálók hozták be. Ez azt jelenti, hogy a hazai sörpiacon az import ilyen arányú megjelenése már nem magyarázható választékbővítéssel, hanem új piaci szereplők megjelenéséről kell beszélnünk.

¹Forrás: Kopint Datorg statisztika / ¹Source: Kopint Datorg statistics

EXPORT (EZER HL / ,000 HL)	2002	2003
MSSZ SÖRGYÁRAK / BY AHB BREWERIES	23,0	2,2
FÜGGETLEN KERESKEDŐK / EXCEPT AHB BREWERIES ¹	32,6	47,7
ÖSSZES EXPORT / TOTAL EXPORT	55,6	49,9

In the previous years, beer imports in Hungary was mainly related to the brewers' product and brand diversification efforts who tried to promote the products of their parent companies. But already in 2002, an increasing volume of beer (25 percent) was imported by nonmember independent traders. At the same time, the members of the Association also increased their respective imports by 16 percent in recognition of the growing demand on the Hungarian market for special quality beer and the need for further product diversification. The Hungarian brewers had no significant exports in the year 2003, less than 10 percent of the already rather low previous year figure. The increase in exports by independent traders (46 percent) only contributed to half of the difference.

The most important information best characterising the changes on the Hungarian beer market however lies in the segmentation of beer imports in 2003: total beer imports increased by 216 percent, mostly in the second half of the year! Furthermore, more than 76 percent of all imports were attributable to the work of independent importers. This means that the growing dominance of imported beer on the Hungarian beer market can no longer be explained by diversification: new market players have emerged.



A SÖRGYÁRTÁSHOZ FELHASZNÁLT ANYAGOK *Raw material input in beer production*

6. számú táblázat / Table 6.

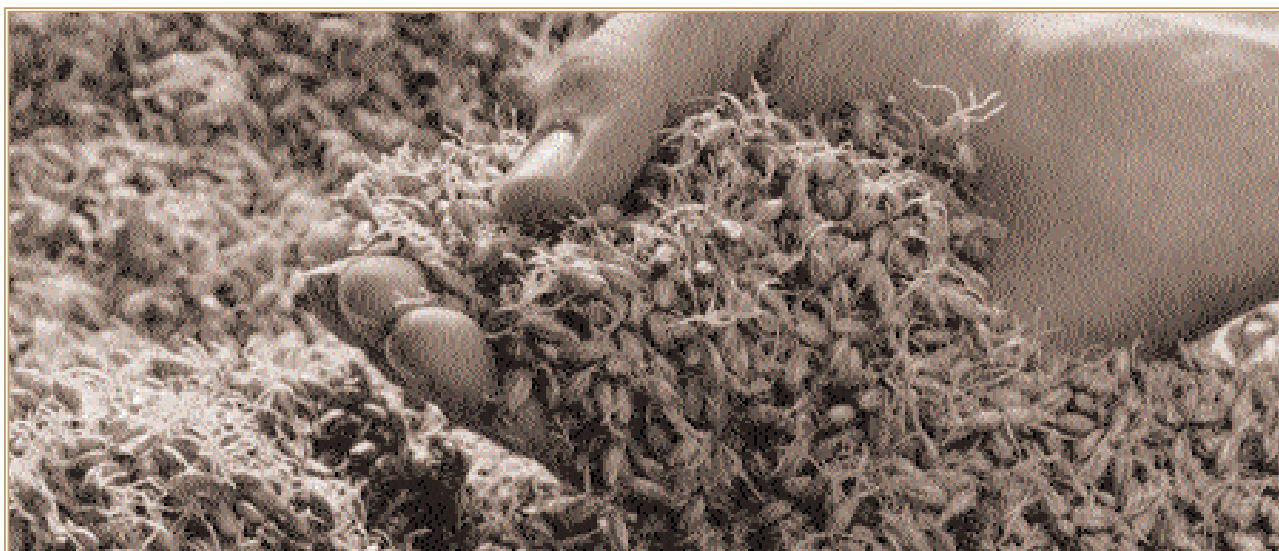
A söripár által használt legfontosbb hazai termékcsoportok (millió Ft) / Major groups of domestic products used in the brewing industry (million HUF)

BESZERZÉSEK / PURCHASING	2002	2003
MEZŐGAZDASÁGI TERMÉKEK / AGRICULTURAL PRODUCTS	8 363	5 200
CSOMAGOLÓANYAGOK / PACKAGING MATERIALS	4 898	3 976
VEGYIPARI TERMÉKEK / CHEMICALS	863	853
ENERGIAHORDOZÓK + VILLAGENERGIA / FUELS AND ELECTRICITY	3 137	2 921
EGYEBEK / OTHERS	2 133	1 797
ÖSSZESEN / TOTAL	19 394	14 747

A Magyar Sörgyárak 2003-ban negyedével kisebb keresletet gerjesztettek a különféle beszállítók piacán! Ez azt jelenti, hogy folyó áron számolva több mint 4,6 milliárd Ft-tal kevesebbet költöttek alapanyagokra, csomagolóanyagokra és energiára mint egy évvel korábban. Ezek a számok természetesen összefüggésbe hozhatók a tárgyévvel jellemző fogyasztáscsökkenéssel, de nem szabad figyelmen kívül hagyni azt sem, hogy ha a termelés közgazdasági feltételei – az indokolhatónál nagyobb mértékben – romlanak, akkor az az árakban megjelenve emelkedést okoz, ami a fogyasztás csökkenéséhez vezet és ennek pedig természetes velejárója, hogy csökken a különféle beszállítóknak adott megrendelés állomány is, ami a drasztikus import növekedés hatása. Vagyis az iparágat indokolatlanul sújtó elvonások csökkentik a söripár gazdaságban betöltött kereslet gerjesztő potenciálját.

The level of demand generated by the brewers in Hungary on different local markets was one-quarter less than in the previous year! This means that on current prices, about 4.6 billion HUF less was spent on raw materials, packaging materials, fuel and energy than in 2002. While these numbers are of course related to the slackening consumption in the year, the deterioration in commercial and economic terms of production would inevitably have an effect on consumer prices as well, thus leading to lower consumption and less spending on the supply side as well. This is all related to the dramatic increase in imported beer.

The unjustified and unreasonable tax burdens that the sector is facing will therefore inevitably cut back on the economic potential of the brewers on the supply market.



KÖZTEHERVISELÉS

Public contribution of the AHB members

7. számú táblázat / Table 7.

Költségvetési kapcsolatok és egyéb elvonások (millió Ft) / Contributions to the state budget and other deductions (million HUF)

	2002	2003
JÖVEDÉKI ADÓ / EXCISE DUTY	28 168	28 165
ÁFA NETTÓ (CSAK A VISSZA NEM TÉRÍTHETŐ) / NET VAT (NON RECIAMABLE TAXES ONLY)	17 059	25 727
EGYÉB ADÓK, ORSZÁGOS / OTHER CORPORETE TAXES, NATIONAL	1 635	2 580
EGYÉB ADÓK, HELYI / OTHER CORPORETE TAXES, LOCAL	1 280	1 287
ÖSSZES ADÓBEFIZETÉS / TOTAL TAXES PAID	48 142	57 759
ÁZ IPAR ÁLTAL FIZETETT TB JÁRULÉK + EGYÉB BÉRFÜGGŐ JÁRULÉKOK / SOCIAL SECURITY + OTHER WAGE-RELATED TAXES PAID BY THE INDUSTRY	2 961	2 957
IMPORTVÁM / IMPORT DUTIES	1 603	1 560
ÖSSZES ADÓ + EGYÉB LEVONÁSOK / TOTAL TAX + OTHER DEDUCTIONS	52 706	62 276

A Magyar Sörgyártók Szövetsége tagjai 2003-ban 62,3 milliárd Ft-ot fizettek be a központi és az önkormányzati költségvetésbe. Ez a hatalmas összeg annak ellenére 18,2%-kal nagyobb (folyó áron) az előző évinél, hogy 2003-ban a jövedéki adó mértéke 2002-höz viszonyítva nem nőtt. Jelentős növekedést mutat a gyárak 2003. évi ÁFA befizetése (51%)

The member companies of the Association of Hungarian Brewers paid a total of 62.3 billion HUF to the central and local municipal budgets in 2003. This huge amount is already 18.2 percent higher (at current prices) than in the previous year in spite an unchanged level of excise tax throughout the years 2002 and 2003. The Value Added Tax (VAT) contributions of the brewers also show a significant increase in the year 2003 (51 percent).

FOGLALKOZTATÁS

Employment

8. számú táblázat / Table 8.

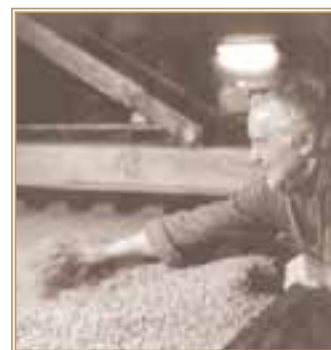
A söripari alkalmazottak létszáma és átlagbére / Number of employees and average wages in the brewing industry

	2002	2003
ÁLKALMAZOTTAK ÉVES ÁTLAGOS LÉTSZÁMA / AVERAGE ANNUAL NUMBER OF EMPLOYEES	2 932	2 800
A LÉTSZÁM ÉVES ÁTLAGJÖVEDELME (EZER Ft) / AVERAGE YEARLY INCOME OF EMPLOYEES (,000 HUF)	2 388	2 455



A 2003-as esztendőben a söriparban foglalkoztatottak átlagos létszáma tovább csökkent 2800 főre. A bruttó átlagjövedelmek csaknem 3%-al növekedtek.

In 2003, the number of people employed in the brewing sector continued to decrease and dropped back to 2,800. The average gross wage in the sector increased by almost 3 percent.



This report also contains a presentation of the annual

A jelentés további részében a Magyar Sörgyártók Szövetségének tagjai az Amstel Sörgyár Rt., a Borsodi Sörgyár Rt., a Brau Union Hungária Sörgyárak Rt., a Dreher Sörgyárak Rt., a Pécsi Sörfőzde Rt. 2003. évi eredményeivel ismerkedhetnek meg.

results for year 2003 of each member of the Association of Hungarian Brewers, namely Amstel Brewery Inc., Borsod Brewery Co., Brau Union Hungária Breweries Co., Dreher Breweries Ltd., and Pécs Brewery Co.

AMSTEL SÖRGYÁR RT.

Amstel Brewery Inc.

A híres holland Heineken sör története 1863. december 16-án kezdődött: Gerard Adriaan Heineken, a sörgyár alapítója ezen az emlékeztető napon megvette Hollandia legnagyobb sörgyárát, az úgynevezett De Hooiberg-et. Mr. Heineken szándéka az volt, hogy a világ legjobb minőségű sörét főzze. Ennek érdekében 1886-ban Dr. Elion segítségével kifejlesztette az „A-yeast” élesztőt.



The history of the famous Dutch beer Heineken started on the 16th of December 1863: this memorable day Gerard Adriaan Heineken, the founder of the brewery bought the biggest brewery of Holland, namely De Hooiberg.

Mr. Heineken intended to brew the best quality beer of the world; therefore he developed the "A-yeast" with Dr. Elion in 1886.

Ez az élesztő a garancia a mai napig is a sör speciális ízére. A Heineken a „legnemzetközibb” sör a világon: 175 országban árusítják.

A komáromi sörgyár története 1983-ban kezdődött. Ekkor alapította meg 16 gazdasági társaság a „Komárom Megyei Sörgyár Rt.”-t, melynek tervezett kapacitása 250 000 hektoliter volt évente.

1988-ban a termékportfólió csak keserő típusú söröket tartalmazott: Fregatt, Kapsreiter Pils, Kapsreiter Aranybarna, Talléros, Matróz és Aranytallér. A Heineken 1991-ben többségi tulajdont szerzett a Komáromi Sörgyárban, így abban az évben megkezdődhetett az Amstel márka főzése. 1993-ban bemutatták a piacon az Amstel Bock sört.

A 100%-os Heineken tulajdonú sörgyár az ISO minőségbiztosítást elsőként szerezte meg a magyarországi sörgyárak közül. Később bevezetésre került az alkoholmentes Buckler, a Zlaty Bazant, majd az Amstel Sörgyár Rt. Közép-Európában elsőként megkapta a szabadalmat a Heineken sör főzéséhez is.

A cég a magyar sörpiac prémium szegmenseire koncentrálna erőfeszítéseit az Amstel és a Heineken márkák vezetésével.

2003. májusában a Heineken N.V. bejelentette, hogy megszerezte az osztrák söripari csoport, a BBAG feletti többségi részesedést, majd áthelyezte közép-európai működését a Brau Union Csoportba.

Ebben a folyamatban az Amstel Sörgyár Rt. márka portfólióját és kereskedelmi szervezetét a Brau Union Hungária Sörgyárak Rt. integrálta magába. Ennek eredményeképpen 2004. januárjától kezdődően egy közös márka-család szolgálja mindkét társaság fogyasztóit és egy értékesítési csapat áll az integrált cégek partnereinek rendelkezésére.

This yeast is the guarantee for the special taste of beer. Heineken is the "most international" beer of the world: it is sold in 175 countries.

The history of the brewery, first called "Komárom Megyei Sörgyár Rt.", started in 1983. The brewery was planned with a capacity of 250 000 hectolitres per year.

In 1988 the product portfolio included only pilsner type beers: Fregatt, Kapsreiter Pils, Kapsreiter Aranybarna, Talléros, Matróz and Aranytallér. When Heineken acquired majority share in Komárom Brewery in 1991, the Amstel brand started to be brewed. Amstel Bock beer was introduced in 1993.

The 100% Heineken owned brewery was one of the first among the Hungarian breweries that received the ISO quality certificate. In the meanwhile the non-alcoholic Buckler and the Slovakian Zlaty Bazant beer were introduced. Amstel Brewery Ltd. got the licence to brew Heineken beer first in Central Europe.

The company concentrated its efforts in the premium segments of the Hungarian beer market with the lead of Amstel and Heineken brands.

In May 2003 Heineken N.V. announced the acquisition of the controlling stake of BBAG, the Austrian brewing group, and later transferred its Central European operations into Brau Union Group.

In this process the brand portfolio and the commercial organisation of Amstel Brewery Inc. were integrated in Brau Union Hungária Sörgyárak Rt. As a result of this, since January 2004 there is one common family of brands to serve the consumers of both companies and there is one sales force to serve the customers of the integrated companies.

BORSODI SÖRGYÁR RT.

Borsod Brewery Co.

A Borsodi Sörgyár Rt. - Magyarország egyik piacvezető sörgyára - a Miskolc melletti Bőcs község külterületén 1973-ban kezdte meg a sör- és malátagyártást. Fennállásának ideje alatt kezdeti regionális dominanciáján túllépve, mára iparának innovátorává vált.

1991-ben a privatizáció során a belga Interbrew vásárolta meg, amely jelentős változásokat hozott a sörgyár életében. A privatizáció újabb lendületet adott a sörgyárban folyó minőség-, technológia-, és termékfejlesztésnek.



In the year 1973 Borsod Brewery Co. - a key actor of the domestic beer market - started the production of beer and malt in the suburban area of Bőcs, a village in the neighbourhood of Miskolc. During its existence the brewery has exceeded the initial limits of regional dominance, and currently it represents innovation within the entire branch.

In 1991, during the privatisation, the brewery was purchased by the Belgian Interbrew company. Such acquisition brought forth significant changes in the life of the brewery, as the privatisation gave new momentum to the procedures aiming at the

improvement of quality, technologies and products.

A Borsodi Sörgyár Rt. az elmúlt években tovább erősítette helyzetét a magyar sörpiacon, széles választékban kínálja termékeit a sörkedvelők részére.

A vállalat legismertebb terméke a Borsodi Sör, amely ma Magyarországon a világos kategória legkedveltebb márkája. A Borsodi sörcsalád tagja a Borsodi Sör mellett a Borsodi Barna és az alkoholmentes Borsodi Pólo, valamint a 2003-ban bevezetett Borsodi Bivaly. A Borsodi Bivaly hazai fejlesztő, 6,5%-os alkoholtartalmú világos sör, amely eddig nem létező szegmenst teremtett a hazai világos sörök piacán.

2003 tavaszán egy teljesen új magyar prémium márkát vezetett be a Borsodi Sörgyár, ez a Borostyán sörkülönlegesség. Számos országban tapasztalható, hogy a hagyományos világos sörök mellett az emberek egyre szívesebben választanak a Borostyánhoz hasonló, ún. könnyen fogyasztható sörkülönlegességeket. Ezért döntött úgy a Borsodi Sörgyár, hogy ezt a népszerű sörkategóriát a magyar fogyasztókkal is megismerteti.

A sörgyár termékeinek választékában megtalálható még a hazai sörpiac prémium szegmensének egyik közkedvelt márkája a Stella Artois is. Ezen kívül a Borsodi Sörgyár termékválasztékában megtalálhatóak még az ingyenc sörivók kedvencei, az importált Staropramen, Leffe, Hoegaarden, Kriek és az itthon készülő Beck's is.

A közel 800 főt foglalkoztató Borsodi Sörgyár számára a 2003. év is eredményesen zárult, a vállalat sörértékesítése közel 2,3 millió hl volt, amely 2%-os növekedést mutat 2002-höz képest. Az értékesítés nettó árbevétele meghaladja a 41,5 milliárd Ft-ot, és ez azt jelenti, hogy 9%-ot meghaladó mértékben nőtt az előző évhez képest. A vállalat adózás előtti eredménye több, mint 15%-kal emelkedett.

A vállalat sikerének kulcsa a hosszútávú stratégiai gondolkodás, a konzervens márkaépítés, a stabilan jó minőség, a termelékenység európai színvonala, valamint a kiemelkedő költséghatékonyság mellett a vállalat innovációs tevékenysége.

In the past few years, Borsod Brewery Co. has further strengthened its position in the Hungarian beer market by offering a wide choice of brands to beer drinkers. The principal brand of the brewery is "Borsodi Sör" the biggest selling beer brand in Hungary. In addition to "Borsodi Sör", other members of the Borsodi family are "Borsodi Barna" (a brown beer), "Borsodi Pólo" (an alcohol free beer), and the new brand "Borsodi Bivaly" ("The Buffalo of Borsod") introduced to the market in 2003. "Borsodi Bivaly" is a lager with an alcohol content of 6.5% ABV (the result of domestic research and development), that created a new segment in the Hungarian market of ales.

During the spring of 2003, Borsodi Sörgyár introduced an absolute novelty, a new Hungarian premium brand called "Borostyán" ("Amber"). In many countries it has been established that besides the traditional lagers, people are quite pleased with the so-called easily consumable specialty brands like "Borostyán". Therefore Borsod Brewery Co. opted for the introduction of this popular brand to the Hungarian consumers as well.

In the wide range of products offered by the brewery we find another popular premium brand of the Hungarian market - Stella Artois. In addition to Stella Artois, Borsod Brewery Co. also offers the favourites of sophisticated beer consumers, the imported brands of Staropramen, Leffe, Hoegaarden, Kriek and Beck's, the latter brewed in Hungary

The business year of 2003 was successful for Borsod Brewery Co., a brewery employing almost 800 people - the total quantity of beer sold was approximately 2.3 million hectolitres, representing a 2 percent growth in comparison to the sales in 2002. The net sales income exceeds the amount of 41.5 Thousand Million Hungarian Forints, and such value represents an increase of more than 9 percent in comparison to the previous year. The pre-tax profit of the company has increased by more than 15 percent.

The key factors of the company success are the long-term strategic planning, the consequent brand construction, the permanently excellent quality, the European level of productiveness, the outstanding cost efficiency and the innovating practices of the company.

BRAU UNION HUNGÁRIA SÖRGYÁRAK RT.

Brau Union Hungária Breweries Co.

A Brau Union Hungária Sörgyárak Rt. a nemzetközi BBAG csoport tagjaként végzi tevékenységét Magyarországon. Két sörgyárában, Sopronban és Martfőn állítják elő azokat a kiváló minőségű söröket, melyek értékesítésével a cég 2003-ban a söriac mintegy 30%-át birtokolta. A soproni gyár évszázados hagyományával, a martfői a Magyarországon először alkalmazott korszerű technikával és technológiával vívott ki magának elismerést. Magyarország egyik történelmi borvidékének központjában a



több mint száz éve sikeresen működő gyárat városi nagykereskedők és a brünni sörfőzde tulajdonosok alapították meg Első Soproni Sörfőzde és Malátagyár Rt. néven. 1992 január elsején a Soproni Sörgyár részvénytársasággá alakult át, melyben az új többségi tulajdonos a BBAG lett. A következő évben átfogó fejlesztési program indult, melynek köszönhetően a gyár technológiája világszínvonalú lett.

A Brau Union Hungária Sörgyárak Rt. másik gyára a martfői, a fiatal sörgyárak közé tartozik. A gyár létrehozásának gondolata 1981-ben fogalmazódott meg, melynek eredményeképpen 28 kelet-magyarországi termelőszövetkezet és állami gazdaság – a söriacra uralkodó hiányt megoldandó – megalapította a sörgyárat. A Szolnok közeli sörgyár 1985-ben kezdte meg a termelést. Az időközben részvénytársasággá alakult gyár részvénytöbbségét 1991-ben a privatizáció során az osztrák Brau Union Göss-Reininghaus Österreichische Brau AG. szerezte meg. 1997-ben az egy kézben lévő martfői és soproni gyár egyesült a nyugat-magyarországi sörgyár nevét megőrizve. 1998. január 1-én pedig a Soproni Sörgyár Rt. a konszernhez tartozás jegyében nevét Brau Union Hungária Sörgyárak Részvénytársaságra változtatta.

Azóta jelentős modernizáción esett át mindkét gyár. Sok milliárd forintot fordítottak a gyártás és a csomagolás korszerűsítésére, a minőség fejlesztésére. A folyamatos beruházásoknak és fejlesztéseknek köszönhetően 2003-ban a soproni gyár éves termelési kapacitása elérte az 1,5 millió hektolitert, a martfői gyáré pedig a 720 ezer hektolitert. 2002 óta a Brau Union Hungária Sörgyárak Rt. az MSZEN ISO 9001:2001 szabvány szerinti minőségirányítási rendszert és az MSZEN ISO 14001 környezetirányítási rendszert működteti, melyeket integráltak a már meglévő HCCP rendszerekkel.

A Brau Union legismertebb márkái a szuperprémium kategóriában a Gösser, Zipfer, a prémium kategóriában a Kaiser és a Steffi, a világos söröknél a Soproni Ászok, Soproni Kinizsi, az alkoholmentes sörök csapatában pedig a Schlossgold. A cég forgalmaz még olyan különlegességeket is, mint a Gösser Ice, a Kaiser Dark, a Cut, a Wieselburger vagy az Edelweiss búzasör.

Brau Union Hungária Breweries Co. (Brau Union Hungária Sörgyárak Rt.), a key player in the Hungarian beer market, operates as a member of the multinational BBAG-Group (Brau-Beteiligungs Aktiengesellschaft). With its quality beers produced in two brewing plants in Sopron and Martfő, BUH's domestic market share reached around 30 % in 2003. While the Sopron brewery has earned its fame with its centuries' old tradition, Martfő has gained recognition through being the first to introduce up to

date brewing equipment and technology in Hungary. The Sopron brewery, in the heart of a historic wine growing region of the country, was founded by local wholesale merchants and the owners of the Brünn Brewery in 1895 under the name of First Sopron Brewery and Malt Factory. On the 1st of January, 1992 the brewery was transformed into a company limited by shares with BBAG as its new majority owner. The next year marked the launch of a comprehensive modernization program, and as a result the company has developed a leading production technology.

BUH's other plant in Martfő belongs to the newer breweries. The idea of its establishment to resolve the shortage in beer dates back to 1981. As a result, the Martfő plant was jointly formed by 28 farmers' cooperatives and state farms in Eastern Hungary, and the brewery was opened in 1985 near the city of Szolnok. The Martfő plant was later transformed into a company limited by shares, with the Brau Union Göss-Reininghaus Österreichische Brau AG group acquiring majority control during the privatization in 1991. In 1997 the Sopron and Martfő breweries, controlled by the same group, were unified retaining the name of the first company. As of January 1, 1998, to emphasize its connection to the multinational concern, Sopron Brewery Co. changed its name to Brau Union Hungária Breweries Co. (Brau Union Hungária Sörgyárak Részvénytársaság).

Since then both plants have undergone considerable development. Thousands of millions of forints were spent on the modernization of production and packaging and on quality improvement. In 2002 a multi-phased project for logistics rationalization was started. Due to the implemented investments, by 2003 the production capacity of the Sopron plant had reached 1.5 million hl/year whereas that of the Martfő brewery had increased to 720 thousand hl/year.

In 2002 Brau Union Hungária Breweries, integrating the already introduced environment-focused management and HCCP system, successfully audited its new ISO 9001:2001 compliant quality management and ISO 14001 environmental control system. The company's most well-known brands are Gösser and Zipfer from the premium category, Kaiser and Steffi from the premium segment; Soproni Ászok, Soproni Kinizsi and Sárkány as light beers; and the alcohol-free Schlossgold. The brewery also distributes such specialties as Gösser Ice, Kaiser Dark, Cut, Wieselburger and Edelweiss.

DREHER SÖRGYÁRAK RT.

Dreher Breweries Ltd.

A Dreher Sörgyárak Rt. a piaci bővülés mértékét jelentősen meghaladó növekedést ért el 2003-ban, így 2.4 millió hektoliteres értékesítésével tovább erősítette pozícióját. A piac élmezőnyébe tartozó sörgyártó kiemelkedő teljesítményt ért el a prémium kategórián belüli értékesítésben, ahol a magyar sörpiaci csökkenő tendencia ellenére egyedülálló módon 3,4%-os növekedést ért el.

Az idén 150 éves sörgyártó hagyományai megőrzése mellett a legkorszerűbb gyártástechnológiával rendelkezik. Az elmúlt 10 év mintegy 25 milliárd forint értékű beruházásai lehetővé tették, hogy a műemlék jellegű épületekben modern, világszínvonalú gépek működjenek. A folyamatos fejlesztéseknek köszönhetően a gyár nemzetközi mércével is a leghatékonyabb söripari szereplők közé lépett. Sikerének alapja az igen széles termékkínálatban minden fogyasztói igényt kielégítő kiváló minőségű, ismert, és elismert márkáiban rejlik.

A Dreher sörcsalád – Classic, Lager, Bak és Alkoholmentes változatban – az egyetlen magyar márka a prémium sörök között. A Dreher Classic Magyarország legkedveltebb prémium söre. Az Arany Ászok, a legdinamikusabban növekvő márka a középkelet-ázsiai sörök piacán, már alkoholmentes változatban is megtalálható. Márkánk nagyszerű teljesítményét az elmúlt években nyert érmek jellemzik legjobban – 1998 és 2003 között a Dreher és az Arany Ászok 7 arany és 2 ezüst érmet nyert rangos európai sörversenyeken. A 2004 májusában megrendezett Nemzetközi Söripari Nagydíjon (Brewing Industry International Award), melyet gyakran a Sörgyárak Oscar-jának is neveznek, a Dreher Bak szerepelt kitűnően: ezüst érmet nyert az erős barna sörök kategóriájában.

A részvénytársaság forgalmazza a világ első arany sörét, a cseh Pilsner Urquell, valamint importként kerül forgalomba a SABMiller anyavállalat nemzetközileg is közkedvelt söre, a Miller Genuine Draft. Licenc alapján készül a Tuborg és a Hofbräu München. A tradicionális sörök közé tartozik a Kőbányai Sör, a Kanizsai Világos és a Kanizsai Korona.

Márkái minőségét garantálja az ISO 9001-es minőségirányítási rendszer, amely integráltan működik az ISO 14001 környezetkezelési irányítási rendszerrel. A cég a sörgyártók között elsőként vezette be az élelmiszer biztonságot szolgáló HACCP rendszert.

A cég sikerének biztosítéka a vevőközpontú, valódi értéket és minőséget jelentő szolgáltatás. A partnerekkel kialakított, mindkét fél számára jövedelmező együttműködés révén továbbra is arra törekszik, hogy a legsikeresebb sörgyártó legyen Magyarországon.

Az egykori Dreher tulajdont 1993-ban szerezte meg a South African Breweries (SAB) csoport, amely 2002-ben az amerikai Miller Brewing Company részvényeinek megvásárlásával SABMiller néven egyesült. Az SABMiller plc. a világ második legnagyobb sörgyártó vállalkozása lett: éves sörértékesítése meghaladja a 130 millió hektolitert, 40 országban 122 sörgyárral rendelkezik, 45 ezer alkalmazottat foglalkoztat.



Dreher Breweries with its 2.4 million hl sales exceeded the market growth in 2003. With this excellent achievement the company has strengthened its position in the market. Beyond that the brewery which is among the market leaders in Hungary had an outstanding performance in the premium beer category: in this declining segment it achieved a 3.4% growth.

The 150 year-old brewery is keeping its traditions while having the most advanced technology. More than 25 billion HUF investment in the past 10 years made it possible to preserve the values of the past and to operate with state-of-the-art equipment. Due to the continuous investments the brewery has become one of the most efficient breweries worldwide.

The success of the company is based on meeting the needs of its consumers with the outstanding quality of its products and delighting its customers

with the wide range of its portfolio of well-known brands.

The Dreher brand-family with its Classic, Lager, Bak and the Alcohol-free Dreher is the only Hungarian brand in the premium segment. Dreher Classic is the most popular premium brand in Hungary. Arany Ászok that continued to grow faster than its competitors in the mainstream segment is now also available in an alcohol-free version. The great quality of our brands are best characterised by the medals they won in the past years – Dreher and Arany Ászok won 7 gold and 2 silver medals in prestigious European beer competitions. At the Brewing Industry International Award of May 2004, which is often called as the Oscar Award of Breweries, Dreher Bak had a very good result: it received silver medal in the category of strong dark beers.

Dreher is the Hungarian distributor of the world's first golden beer, Pilsner Urquell. Miller Genuine Draft is imported as a popular international brand of SABMiller plc. Tuborg and Hofbräu München are brewed under licence. The traditional beer brands are: Kőbányai Sör, Kanizsai Világos and Kanizsai Korona.

The quality of Dreher's brands is underpinned by ISO 9001 and by the integrated Environment Management System ISO 14001. It was the first among beer producers to introduce HACCP, the special food safety system. The Company's future success rests on its customer service, its real values and the quality of its products.

With the long-term mutually profitable cooperation with its partners Dreher endeavours to be the most successful beer business in Hungary.

The South African Breweries (SAB) group acquired the former Dreher property in 1993. With the acquisition of the Miller Brewing Company in 2002, SABMiller Plc. became the second largest brewery in the world. Its annual sales exceed 130 million hl. The company operates with 122 Breweries in 40 countries and employs 45 000 employees.

PÉCSI SÖRFŐZDE RT.

Pécs Brewery Co.

A Pécsi Sörfőzde jogelődjét 1848-ban Hirschfeld Lipót alapította meg a Mecsek-hegység lábainál. A sörfőzde dinamikus fejlődésének köszönhetően hamarosan a régió egyik legnagyobbja lett. 1917-ben megalakult a Pannónia Sörgyár Rt., mely sikeresen túlélte az 1920-as, 30-as évek gazdasági válságát és a háborúk nehéz éveit. A rendületlen fejlődést az 1948-as államosítás sem tudta megakasztani. 1992-ben az állami vállalat részvénytársasággá alakult.



The legal predecessor of the Pécs Brewery was established by Mr. Lipót Hirschfeld at the foot of the Mecsek mountains in 1848. Thanks to the dynamic development it has become one of the largest breweries in the region. In 1917 the Pannonia Brewery Ltd was established, and it successfully survived the economic crisis of the 1920's and 30's and the hard years of the war. Even in 1948 when the government took control of the company its development continued unwaveringly. In 1992 the government owned company became a public company.

1993-ban a privatizáció során a bécsi Ottakringer-csoport kezébe került a gyár. 1994–95-ben a minőségi változások nemcsak a cég arculatát, a termékek minőségét és megjelenését érintették, hanem a cég nevét is. A Pécsi Sörfőzde Rt. neve magában hordozza a cég filozófiáját, amely szerint a vállalkozás nem gyártja, hanem főzi az itt készült szomjoltó italokat. Jelenleg az egyetlen magyar tulajdonú sörgyár.

The company went into the hands of the Vienna based Ottakringer group during the privatisation process in 1993. In 1994-1995 the quality changes had an effect not only on the company's image, its products quality and presentation, but also on the company's name. The Hungarian name of the Pécs Brewery contains the company's philosophy, according to which the company does not manufacture but brews the thirst-quenching drinks that are produced here. Currently it is the only Hungarian owned beer factory.

A Pécsi Sörfőzde Rt. ma 750.000 hl kapacitásával a magyar sörpiac jelentős szereplője, amely több mint 270 dolgozót foglalkoztat, így az ország délnyugati régiójának legjelentősebb vállalkozásai közé tartozik. A privatizáció óta több mint 3,2 milliárd forintot fordított fejlesztésekre. Termékeinek jellegzetes karakterét meghatározza a sörfőzővíz, amely a Mecsek-hegység forrásaiból, kútjaiból táplálkozik, valamint a hazai földön termelt árpából gondosan készített malátá és a világ legfinomabb cseh-német aromás komlója.

Today the Pécs Brewery Co., with its capacity of 750 000 hl, is a significant player in the Hungarian beer market. The company employs more than 270 workers, thereby making the company one of the most significant in the south-western region of the country. Since the privatisation more than 3,2 billion HUF have been spent on development

Az 1907 óta folyamatosan piacon lévő Szalon sör olyan hagyományos magyar sörmárka, amely az ország öt legnépszerűbb, legfontosabb és legnagyobb volumenben értékesített márkája között szerepel. Az egyedi ízvilágú Szalon Barna sört idősebb testvérével a Monde Selection versenyen aranyéremmel tüntették ki.

The unique character of the products is determined by the following: the water for brewing beer, which has its source in the springs of the Mecsek Mountains, as well as the carefully produced malt made from barley grown on home soil, and finally the world's best hop with Czech-German aroma.

A sörkülönlegességek közül kiemelkedő a Három Királyok és a Tavaszi sör. A Radler egy egyedi ízvilágú, citromos sörtartalmú üdítőital. A világszerte kedvelt Gold Fassl prémium sört licenc alapján 1993 óta főzik Pécssett, míg a Gold Fassl Pils 1999-től bécsi licenc alapján főzött pilseni típusú prémium márka.

Szalon beer, which has been continuously in the market since 1907, is a traditional Hungarian beer brand, which is amongst the top five beer brands in terms of popularity, significance and quantity sold. Szalon Barna is a product with a unique taste which along with its elder brother won the gold medal in the Monde Selection competition. Beer specialities: The Három Királyok and the Tavaszi beer. Radler with its unique taste is a beer soft drink which contains lemon. Gold Fassl is a worldwide acknowledged stilled type premium beer brewed under licence in Pécs since 1993. Gold Fassl Pils is a pilsner type premium brand brewed in Pécs since 1999 under Vienna licence.

Import termékek: az Ottakringer Helles, a Null Komma Josef alkoholmentes sör és a Schneider Weisse német búzasör-különlegesség.

Imported products are the Ottakringer Helles, the Null Komma Josef alcohol free beer and the Schneider Weisse.

CÍMEK, ELÉRHETŐSÉGEK

*Addresses, availabilities***MAGYAR SÖRGYÁRTÓK SZÖVETSÉGE**

László Attila
elnök
H-1052 Budapest, Fehérhajú u. 8-10. III. emelet 1.
Tel.: (06-1) 486-0536
Fax: (06-1) 266-3661

A Magyar Sörgyártók Szövetsége tagvállalatainak címlistája:

AMSTEL SÖRGYÁR RT.

Nico Pinotsis
ügyvezető igazgató
H-2922 Komárom, Pf. 13.
Tel.: (06-34) 541-600
Fax: (06-34) 541-610

BORSODI SÖRGYÁR RT.

Dr. Bognár Gyula
elnök-vezérigazgató
H-3574 Böcs, Pf. 6.
Tel.: (06-46) 318-255
Fax: (06-46) 318-481

BRAU UNION HUNGÁRIA SÖRGYÁRAK RT.

Edmund Ranftl
elnök-vezérigazgató
H-9401 Sopron, Pf. 74.
Tel.: (06-99) 516-100
Fax: (06-99) 516-111

DREHER SÖRGYÁRAK RT.

Mike Short
elnök-vezérigazgató
H-1487 Budapest 10, Pf. 43.
Tel.: (06-1) 432-9700
Fax: (06-1) 432-9799

PÉCSI SÖRFÜZDE RT.

Stefan Wenckheim
ügyvezető igazgató
H-7602 Pécs, Pf. 125.
Tel.: (06-72) 505-500
Fax: (06-72) 505-501

Association of Hungarian Brewers

Mr. Attila László
Chairman of the Association
H-1052 Budapest, Fehérhajú u. 8-10. III./1.
Phone: (+ 36-1) 486-0536
Fax: (+ 36-1) 266-3661

Corporate members of the Association of Hungarian Brewers:

Amstel Brewery Inc.

Mr. Nico Pinotsis
Managing Director
H-2922 Komárom, Pf. 13.
Phone: (+ 36-34) 541-600
Fax: (+ 36-34) 541-610

Borsod Brewery Co.

Dr. Gyula Bognár
Chairman of the Board, Chief Executive Officer
H-3574 Böcs, Pf. 6.
Phone: (+ 36-46) 318-255
Fax: (+ 36-46) 318-481

Brau Union Hungária Breweries Co.

Mr. Edmund Ranftl
Chairman of the Board, Chief Executive Officer
H-9401 Sopron, Pf. 74.
Phone: (+ 36-99) 516-100
Fax: (+ 36-99) 516-111

Dreher Breweries Ltd.

Mr. Mike Short
Chairman of the Board, Chief Executive Officer
H-1487 Budapest 10, Pf. 43.
Phone: (+ 36-1) 432-9700
Fax: (+ 36-1) 432-9799

Pécs Brewery Co.

Mr. Stefan Wenckheim
Managing Director
H-7602 Pécs, Pf. 125.
Phone: (+ 36-72) 505-500
Fax: (+ 36-72) 505-501

A SÖRGYÁRAK KIEMELT MÁRKÁI

The Breweries' prominent brands

AMSTEL SÖRGYÁR RT.
Amstel Brewery Inc.



BORSODI SÖRGYÁR RT.
Borsod Brewery Co.



BRAU UNION HUNGÁRIA SÖRGYÁRAK RT.
Brau Union Hungária Breweries Co.



DREHER SÖRGYÁRAK RT.
Dreher Breweries Ltd.



PÉCSI SÖRFÜZDE RT.
Pécs Brewery Co.



