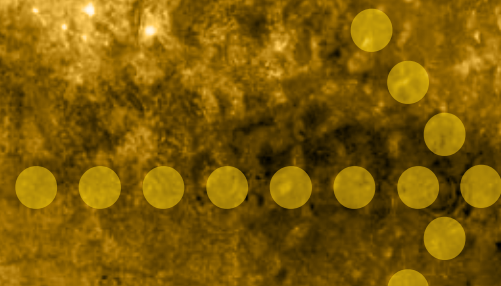




Éves jelentés

Annual report



Tartalom

Contents



- ② Összefoglaló
Executive summary
- ④ A Magyar Sörgyártók Szövetségének
társadalmi programjai
Social activities of the
Association of Hungarian Brewers
- ⑦ A söripar jellemzői
Beer industry characteristics
- ⑩ Borsodi Sörgyár Zrt.
Borsod Brewery
- ⑫ Brau Union Hungária Sörgyártak Nyrt.
Brau Union Hungária PLC
- ⑭ Dreher Sörgyárak Zrt.
Dreher Breweries Ltd.
- ⑯ Pécsi Sörfőzde Zrt.
Pécs Brewery Co.
- ⑱ Címek, elérhetőségek
Addresses, availabilities
- ⑲ A sörgyárak kiemelt márkái
The breweries' prominent brands

Összefoglaló



A Magyar Sörgyártók Szövetsége nevében tisztelettel köszöntöm a sör-
ipar iránt érdeklődő kedves Olvasót!

Az MSSZ olyan társadalmi szervezet,
amelynek négy tagja éles versenyt
folytat a hazai sörpiacon, ugyanakkor
közös érdekeik képviselésére és társa-
dalmi felelősségvállalásuk kifejezésé-
re együttműködnek az MSSZ-ben.

A 2006. év újra bizonyította, hogy a söripar sikeresen alkalmaz-
kodik a nehéz külső feltételekhez. Bár az európai piacnyitással
egybeesett a német sörpiacról beáramló olcsó, dobozos sörök
inváziója, 2006-ra konszolidálódott a magyar sörpiac, sikerült
az előző évhez képest 5,6%-kal növelni az eladásokat. A magyar
sörgyárak a termékkínálat folyamatos megújításával, tudatos
márkaépítéssel, eladási módszereik folyamatos fejlesztésével
érik el sikereiket.

A magyar sörök minősége nemcsak kifogástalan, hanem világ-
színvonalú is, amit számos nemzetközi versenyen elért elismerés
is igazol.

A söripar az elmúlt évben is javította együttműködését az állam
képviselőivel annak érdekében, hogy megértesse a söripar túl-
adóztatásából származó veszélyeket.

A Sörszövetség kiemelkedő feladatának tekinti a söripar társa-
dalmi felelősségvállalásának bemutatását. Proaktív szerepvállá-
sunkat bizonyítja, hogy kereskedelmi, önszabályozó kódexünk

– amely a mértékletes, kulturált alkoholfogyasztást céljának te-
kintő, önkéntes önkorlátozó szabályokat tartalmaz – megelőzőtt
átfogó EU-állásfoglalásokat.

Az év során nagy sikerrel ismételtük meg „JÓFEJ” kampányunkat
annak érdekében, hogy a fiatalok ne vezessenek ittas állapotban,
és több tízezer helyre kikerült a 18 év alattiak kiszolgálását
tiltó, figyelemfelkeltő plakátunk. A „Sörözni jó” fotópályázat
több száz fotója közül a győztes kép díszíti éves jelentésünket.

2007-ben az intenzív kormányzati együttműködés mellett
a Sörszövetség nemcsak folytatja és kibővíti bevált és sikeres
kampányait a kulturált alkoholfogyasztásért, hanem júniusban,
a söripar védőszentje, Szent Arnold napján első alkalommal
rendezi meg a sörkultúra ünnepét az 5000 éves hagyomány be-
mutatásáért és terjesztéséért.

A magyar sörgyártók nevében biztosíthatom Önöket, hogy
2007-ben is aktívan együttműködünk fogyasztóinkkal annak
érdekében, hogy a sör társadalmi elismertségét tovább növeljük.

Sívó Imre
A Magyar Sörgyártók
Szövetsége elnöke

Executive summary

The Association of Hungarian Brewers herewith welcomes all readers interested in the beer industry.

The AHB is a non-governmental organisation, the four members of which are in strong competition with one another in the Hungarian beer market, nevertheless, they decided to collaborate in the AHB in order to represent their common interests and give expression to their social commitment.

The year 2006 demonstrated again that the beer industry was able to successfully adapt to the difficult external conditions. The opening of the European market was accompanied by the influx of cheap, canned beer from the German market. The Hungarian beer market was consolidated by 2006, and sales could be boosted by 5.6% from the previous year. The Hungarian breweries have achieved their successes through continual renewing of their product portfolios, conscious brand building and constant sales development.

The beer sector improved its co-operation with government representatives last year in order to draw attention to the risks arising from overburdening the beer sector with taxes.

Not only have the Hungarian beers perfect quality, but they are also world-standard, as demonstrated by the awards won at several international competitions.

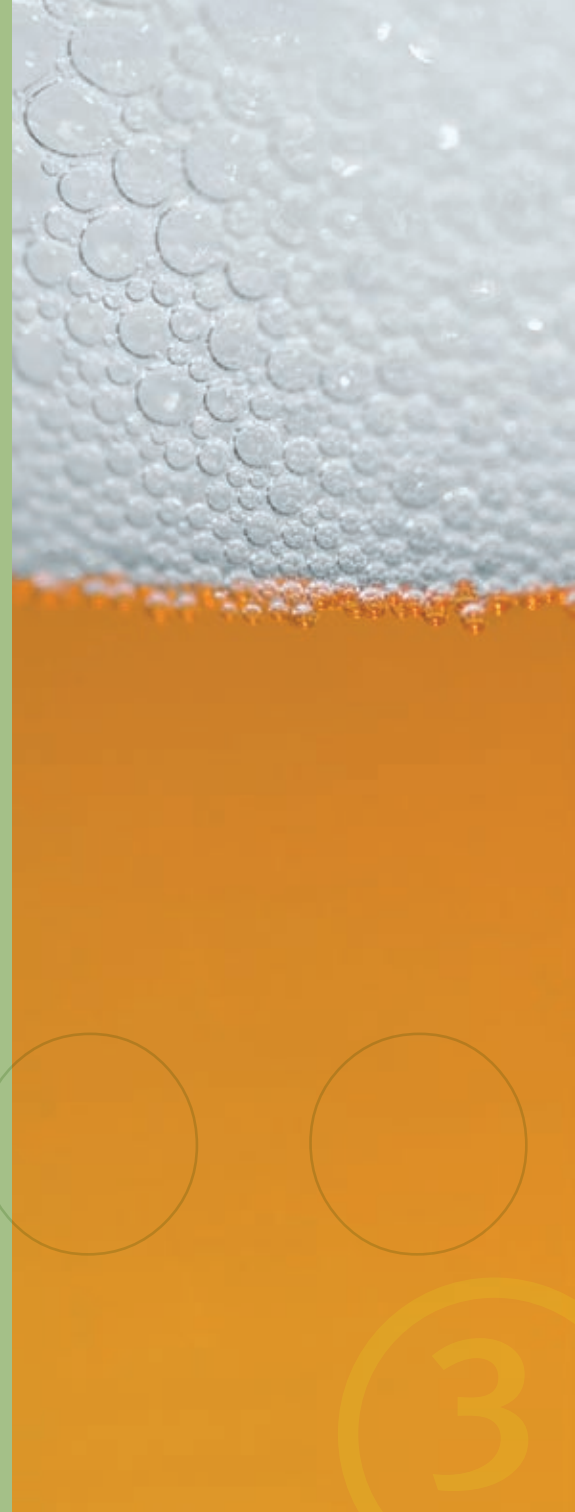
The Association is committed to show up the beer industry's social responsibility. As an indication of our proactive role, the commercial, self-regulating codes containing voluntary self-restricting rules aimed at promoting moderate, civilised alcohol

consumption got ahead of the relevant comprehensive EU proposals.

We repeated our 'Nice Guy' campaign with great success this year in order to prevent young people from driving drunk, and our warning posters on the prohibition of serving those below the age of 18 were posted in tens of thousands of places. The winning photograph selected from the hundreds of photos submitted for the "Drinking beer is fun" competition has been used to decorate our annual report.

In 2007, beside continuing our intensive government collaboration, the Association will not only carry on with and expand its proven and successful campaigns promoting civilised alcohol consumption, but will also launch its programme for presenting and promoting the 5000 years of beer culture in June, on the beer industry's patron saint's (Saint Arnold's) day.

On behalf of the Hungarian brewers I can promise you that we will continue our active partnership with our consumers in 2007 in order to further increase the recognition of beer in society.



A Magyar Sörgyártók Szövetségének társadalmi programjai

A MAGYAR SÖRGYÁRTÓK SZÖVETSÉGÉT TAGJAI AZÉRT HÍVTÁK ÉLETRE, HOGY OLYAN FONTOS ÉRTÉKEKET ÉS CÉLOKAT KÉPVISELJEN, MELYEK TÚLMUTATNAK AZ EGYES PIACI SZEREPLŐK TEVÉKENYSÉGEIN. AZ IPARÁG SZÁMÁRA KIEMELT JELENTŐSÉGŰ KÉRDÉSEK – MINT PÉLDÁUL A JOGI SZABÁLYOZÁS VAGY A SÖR NÉPSZERŰSÍTÉSE – MELLETT A MAGYAR SÖRGYÁRTÓK SZÖVETSÉGÉNEK LEGFONTOSABB FELADATA, HOGY PROAKTÍVAN ELEGET TEGYEN EGY FELELŐS ÉRDEKSZÖVETSÉGGEL SZEMBEN TÁMASZTOTT TÁRSADALMI ELVÁRÁSOKNAK. 2006-BAN A SZÖVETSÉG OLYAN PROGRAMOKAT INDÍTOTT ÚTJÁRA, MELYEK AZ EURÓPAI UNIÓ SZÁMÁRA IS ÁLLANDÓAN NAPIRENDEN LÉVŐ KIHÍVÁSOKRA IGYEKEZNEK VÁLASZT ADNI. A JOGSZABÁLYBAN MEGHATÁROZOTT ÉLETKOR ALATTI ALKOHOLFogyasztás és az ittas vezetés ELLENI FELLÉPÉSSSEL, VALAMINT A GYÁRTÓK ÖNSZABÁLYOZÁSÁNAK KÓDEXBE FOGLALÁSÁVAL A MAGYAR SÖRGYÁRTÓK SZÖVETSÉGE – ÖSSZHANGBAN AZ EURÓPAI UNIÓ IRÁNYELVEIVEL – AKTÍV SZEREPET KÍVÁN VÁLLALNI A KAPCSOLÓDÓ TÁRSADALMI KÉRDÉSEK MEGOLDÁSÁBAN.

NÉGYEZER JÓFEJ

Bár az európai szabályozáshoz viszonyítva a magyar törvények igen szigorúak – hiszen a gépjárművezető megengedett véralkoholszintje hazánkban nulla – mégis évről évre több száz balesetet okoz az ittas vezetés. A Magyar Sörgyártók Szövetsége 2005-ben indította el és 2006-ban nagy sikerrel ismételte meg a legérzékenyebb korosztályt, a 18 év feletti fiatalokat célzó, ittas vezetés elleni programját, a JÓFEJ (JÓzan FElelős Járművezető) kampányt. A nyári hónapokban a Sörszövetség hoszteszei járták a főváros, valamint Siófok és Pécs legforgalmasabb szórakozóhelyeit, ahol felhívták a fiatalok figyelmét az ittas vezetés veszélyeire, egyben megjutalmazták azokat, akik autóval érkeztek bulizni, és nem fogyasztottak alkoholt. Az akció keretében végzett felmérés szerint szinte valamennyi megkérdezett fiatal egyetért a hasonló akciókkal.

KOMMUNIKÁCIÓS KÓDEX

A Magyar Sörgyártók Szövetségének tagjai a kulturált, felelősségteljes sörfogyasztást támogatják. Az egyes tagvállalatok külön is a magyar jogszabályoknál szigorúbb belső, vállalati, etikai és kereskedelmi önszabályozás szerint működnek, a Szövetség azonban 2006-ban úgy döntött, hogy – tekintettel az iparágban elfoglalt jelentős szerepére – kódexben fogalmazza meg a valamennyi tagvállalatra egységesen vonatkozó kereskedelmi kommunikációs elvárásokat. A kódex célja olyan kommunikációs iránymutatás, amely semmiképpen sem ösztönöz az alkohol túlzott mértékű fogyasztására, ehelyett a mértékletes, felelősséggel történő alkoholfogyasztást mutatja be követendő magatartásként.

FIATALKORÚAK KISZOLGÁLÁSA ELLENI FELLÉPÉS

Társadalmi szerepvállalási programjának keretében a Magyar Sörgyártók Szövetsége 2006-ban elkészítette a fiatalkorúak és ittas egyének kiszolgáltatását tiltó feliratot. A tagvállalatokkal szerződésben álló eladási helyek vállalták, hogy vendéglátó-ipari egységeikben jól láthatóan kihelyezik a táblát.

ÖNKÉNTES VÉRADÁS

Folytatva a 2005-ben megkezdett akciót, a Magyar Sörgyártók Szövetsége 2006 decemberében is megrendezte véradóakcióját az Országos Vérellátó Szolgálattal és a Magyar Vöröskereszttel közösen. A karácsonyi ünnepek előtt a szövetség felhívására négy nagyvárosban – Budapesten, Miskolcon, Sopronban és Pécsen – összesen mintegy 331 önkéntes véradó segített a szükséges vérkészletek biztosításában.

„SÖRÖZNI JÓ” FOTÓPÁLYÁZAT

A társadalmilag jelentős programok mellett minden évben nagy érdeklődés kíséri a „Sörözni jó” fotópályázatot, amely a sör szerelmeseinek kreativitását teszteli. Az alig egy hónap alatt lezajlott pályázatra 2006-ban több mint 250 alkotás érkezett, melyet tízszer annyian, mintegy 2500-an értékelték.

A 2006-ban sikerrel lebonyolított programokat a következő évben még szélesebb körben és még több partnerrel kívánja folytatni a Sörszövetség.

Social activities of the Association of Hungarian Brewers

THE ASSOCIATION OF HUNGARIAN BREWERS WAS ESTABLISHED TO REPRESENT KEY VALUES AND GOALS THAT EXTEND BEYOND THE ACTIVITIES OF THE INDIVIDUAL MARKET PLAYERS. IN ADDITION TO ISSUES OF KEY IMPORTANCE TO THE INDUSTRY – SUCH AS LEGAL REGULATION OR BEER PROMOTION – THE ASSOCIATION OF HUNGARIAN BREWERS CONSIDERS IT CRUCIAL TO PROACTIVELY RESPOND TO THE SOCIAL DEMANDS REGARDING ANY RESPONSIBLE INTEREST REPRESENTATION BODY. IN 2006 THE ASSOCIATION LAUNCHED PROGRAMS RESPONDING TO THE CHALLENGES THAT ARE TOPICAL FOR THE EUROPEAN UNION ALSO. BY FIGHTING AGAINST ALCOHOL CONSUMPTION UNDER THE LEGAL AGE AND DRUNK DRIVING AND BY ISSUING A CODE OF CONDUCT FOR BEER PRODUCERS, THE ASSOCIATION OF HUNGARIAN BREWERS MANAGED TO STAY ONE STEP AHEAD OF THE GUIDELINES ISSUED BY THE EUROPEAN UNION IN OCTOBER, WHICH SAY THAT INDUSTRY PLAYERS MUST ACTIVELY PARTICIPATE IN FINDING SOLUTIONS FOR THESE PROBLEMS.

FOUR THOUSAND NICE GUYS

Although compared to EU regulation, the Hungarian laws are very rigorous – since the permitted blood alcohol level for drivers is zero in Hungary – yet driving while drinking causes hundreds of accidents year after year. The Association of Hungarian Brewers launched its program against drunken driving addressing the most extensively affected generation, young people above 18 years of age in 2005 and continued this campaign successfully in 2006. The program is referred to as the JÓFEJ (NICE GUY) campaign (using the acronym for Sober and Responsible Driver in the Hungarian language). In the summer months, hostesses of the Association swarmed the capital of Hungary and the most frequented bars of Siófok and Pécs to draw young people's attention to the risks of driving drunk, and to reward those who arrived by car and refrained from drinking alcohol. According to the poll conducted as part of this campaign almost every young person interviewed agreed with the aims of such programs.

COMMUNICATION CODE

The members of the Association of Hungarian Brewers support civilised and responsible beer consumption. The individual member companies have followed their own internal company codes of ethics and business conduct, which are stricter than the Hungarian regulations, but in 2006 the Association decided to issue a code for commercial communication uniformly regulating the communication of all members – taking into account the key role of the beer sector within the entire food and beverage industry. The purpose of this code is to provide guidelines for ways of communication that will not promote excessive alcohol consumption, instead it will define moderate and responsible drinking as the example to follow.

MEASURES AGAINST THE SERVING OF PEOPLE UNDER AGE

As part of its good citizenship program, the Association of Hungarian Brewers designed a sign for the prohibition of serving those under age and drunken people in 2006. The selling points having a contractual relationship with the member companies agreed to place this sign visibly in their catering units.

VOLUNTARY BLOOD GIVING

Continuing the campaign started in 2005, the Association of Hungarian Brewers – in collaboration with the National Blood Service and the Hungarian Red Cross – organised a voluntary blood giving program in December 2006. Before the Christmas holidays, responding to the invitation of the Association, altogether 331 volunteers gave blood and thus contributed to maintaining adequate blood inventories in four large towns of Hungary, Budapest, Miskolc, Sopron and Pécs.

“DRINKING BEER IS FUN” – PHOTO COMPETITION

Apart from the major social programmes the “Drinking beer is fun” photo competition – an event to test the creativity of beer lovers – is organised every year with great success. More than 250 works were received for the competition which was shorter than a month in 2006, and ten times as many, some 2500 people evaluated the works of art.

The Association wants to carry on with these programs conducted with great success in 2006 reaching a wider audience and involving even more partners in the following year.



A söripar jellemzői

Beer industry characteristics

→ Sörértékesítés

Látható, hogy a 2005-ös évhez képest 5,6%-os növekedést értünk el. Ez a növekedés egyúttal azt is jelenti, hogy a Sörszövetség tagjai növelték piaci részesedésüket a hazai sörpiacon. (1. sz. táblázat)

→ Sörértékesítés csomagolási típusonként

A 2. számú táblázat adatai a visszaváltható (szakmai kifejezést használva: többutas) csomagolási eszközök – üveg és hordó – használatának enyhe visszaszorulását tükrözik. A csökkenés minimális, ami mögött átrendeződés áll: a visszaváltható (újratölthető) üveges sörök eladása nőtt, a vendéglátóipari hordós eladás pedig csökkent. (2. sz. táblázat)

→ Sörértékesítés termék kategóriák szerint

A táblázat adatai mutatják a hagyományos sörkategória uralkodó szerepét, ugyanakkor öröndetes a specialitások és a prémium sörök arányának/eladásának növekedése. (3. sz. táblázat)

→ Beer sales

A 5.6% growth is shown compared with 2005. This increase also means that members of the Association managed to increase their market shares in the Hungarian beer market. (Table 1.)

→ Beer sales by packaging

A minimal reduction can be seen, illustrating a restructuring, as the sales of beers in returnable (refillable) bottles increased, while barrel sales for the catering industry declined. (Table 2.)

→ Beer sales by product categories

The figures demonstrate the dominant role of the standard beer category, while the increase in the sales/ratio of specialities and premium beers is a positive development. (Table 3.)

1

1. sz. táblázat / Table 1.

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

Év /Year	2005	2006
Ezer hl / ,000 hl	6 770	7 152
százalék (%) / percent (%)	100	105,6

2

2. sz. táblázat / Table 2.

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

Csomagolási forma / Types of packaging	2005		2006	
	ezer hl / ,000 hl	%	ezer hl / ,000 hl	%
Visszaváltható palack (0,5 és 0,33 l együtt) / Returnable bottle (both size)	3 415	49,9	3 501	49,2
Eldobható palack (0,5 és 0,33 és 0,66 l együtt) / One way bottle	141	2	144	2
Hordó (minden méret) / Keg (all size)	919	13,4	873	12,3
Doboz (minden méret) / Can (all size)	2 375	34,7	2 598	36,5
Összesen / Total	6 850	100	7 116	100

3

3. sz. táblázat / Table 3.

Sörértékesítés termék kategóriák szerint hl és % / Domestic beer sales in Hungary by segments hectoliters and %

	2005		2006	
	ezer hl / ,000 hl	%	ezer hl / ,000 hl	%
Hagyományos / Standard	5 236	76,4	4 812	67,6
Prémium / Premium	1 423	20,8	1 451	20,4
Specialitások / Specialities	193	2,8	853	12
Összesen / Total	6 852	100	7 116	100

4

4. sz. táblázat / Table 4.

Alkoholmentes sörértékesítés, ezer hl / Non-Alcoholic beer sales ,000 hl

Kiszerelés	2005	2006
Palck / Bottle	135	113
Doboz / Can	36	41
ÖSSZESEN / TOTAL	171	154

5

5. sz. táblázat / Table 5.

Sörlexport és import / Beer exports and imports in Hungary

IMPORT	2005	2006
ezer hl / ,000 hl	272	135
Százalék (%) / Percent (%)	100	49,6

EXPORT	2005	2006
ezer hl / ,000 hl	171	112
Százalék (%) / Percent (%)	100	65,5

6

6. sz. táblázat / Table 6.

A söripar által használt legfontosabb hazai terméksoportok (millió Ft.) / Major groups of domestic products used in the brewing industry (million HUF)

Beszerzések / Purchasing	2005	2006
Mezőgazdasági termékek / Agricultural products	4 115	6 346
Csomagolóanyagok / Packaging materials	6 950	8 329
Vegyipari termékek / Chemicals	619	519
Energiahordozók + villamosenergia / Fuels and electricity	3 020	3 673
Egyebek / Others	1 626	2 576
ÖSSZESEN / TOTAL	16 330	21 443

→ Alkoholmentes sörök

Folytatódott az alkoholmentes sörök fogyasztásának 2005-ben is tapasztalt csökkenése annak ellenére, hogy a magyar sörgyárak kínálata megfelelő.

(4. sz. táblázat)

→ Export-import

Folytatódott a piacon az export csökkenése.

A MSSZ tagjainak külkereskedelme tovább csökken, és nem jelentős arányú. (5. sz. táblázat)

→ Sörgyártáshoz felhasznált anyagok

A söripar anyagfelhasználása a volumen növekedésénél gyorsabban nő, ami részben az aktív innovációs munkának, de nagyrészt áremelkedésnek köszönhető (pl. az energiafelhasználás költségének növekedése az energiacsökkentő programok mellett). (6. sz. táblázat)

→ Alcohol-free beers

Despite the wide range of non-alcoholic products offered by the brewers of Hungary, the declining trend of non-alcoholic beer consumption first noted in 2005 continued. (Table 4.)

→ Export-import

Export sales continued to decline in the market. The foreign trade volumes of AHB members decreased further and is insignificant. (Table 5.)

→ Material used for brewing

The value of material consumption of the beer industry increased at a higher rate than sales volume, partly because of active innovation work, and partly because of price increases. For instance the costs of energy consumption increased despite the implemented energy-saving programmes. (Table 6.)

→ Közteherviselés

Szembevetendő az aránytalanság, hogy a söripar 5,6%-os volumennövekedése a költségvetésnek 18%-os bevételnövekedést jelentett. Különösen fájdalmas, hogy a növekedés többsége a jövedéki adó-kifizetésekből származik, ami jól demonstrálja a túladóztatás szintjét. (7. sz. táblázat)

→ Foglalkoztatás

A kemény piaci feltételekhez való alkalmazkodást jelzi, hogy a termelés és értékesítés növelését közel 2%-os mértékű létszámcsökkentés mellett sikerült elérni. (8. sz. táblázat)

→ Public dues

As an apparent disproportion, the 5.6% volume increase of the beer sector represented an 18% revenue growth for the state budget. It is particularly painful that most of this growth is due to excise tax payments, which demonstrates clearly the excessive tax burdens. (Table 7.)

→ Employment

The growth in production and sales could only be achieved at a 2% percent overall staff cut, demonstrating an unrelenting effort to adapt to austere market conditions. (Table 8.)



7

7. sz. táblázat / Table 7.
Költségvetési kapcsolatok és egyéb elvonások (millió Ft) /
Contributions to the state budget and other deductions (million HUF)

	2005	2006
Jövedéki adó / Excise duty	28 302	35 831
ÁFA nettó (csak a vissza nem téríthető) / net VAT (non reclaimable taxes only)	20 155	22 154
Egyéb adók országos / Other corporate taxes, national	992	1 231
Egyéb adók helyi / Other corporate taxes, local	1 508	1 243
Összes adóbefizetés / Total taxes paid	50 957	60 459
Az ipar által fizetett TB járulék + egyéb bérfüggetlen járulékok / Social security + other wage-related taxes paid by the industry	3 274	3 361
Importvám / Import duties	31	5
Összes adó + egyéb levonások / Total tax + other deductions	54 262	63 825

8

8. sz. táblázat / Table 8.
A söripari alkalmazottak létszáma és átlagbére /
Number of employees and average wages in the brewing industry

	2005	2006
Alkalmazottak éves átlagos létszáma / Average annual number of employees	2 121	2 083
A létszám éves átlagjövedelme (e Ft) / Average yearly income of employees (,000 HUF)	2 720	2 964



Borsodi Sörgyár Zrt.

www.borsodisorgyar.hu

A Borsodi Sörgyár Zrt. Magyarország egyik legnagyobb sörgyára, amely a Miskolc melletti Böcs község külterületén 1973-ban kezdte meg a sör- és malátagyártást.

A Borsodi Sörgyár Zrt. kezdeti regionális dominanciáján túllépve mára iparának innovátorává, húzóerejévé vált. A vállalat eredményeit jórészt annak köszönheti, hogy gyorsan és rugalmasan tud reagálni a fogyasztói, piaci igényekre, illetve termék- és csomagolásinnovációjával folyamatosan képes trendet diktálni a hazai sörpiacon.

A Borsodi Sörgyár Zrt. tulajdonosa az InBev, a világ legnagyobb söripari vállalata, amely a belga Interbrew és a dél-amerikai Ambev egyesülésével jött létre 2004-ben. A vállalat világszerte közel 86 000 embert alkalmaz, és 130 országban folytatja tevékenységét: Észak- és Dél-Amerikában, Európában, valamint Ázsia-Óceániában.

Az InBev vezető globális márkái, a hazai sörpiac prémium szegmensének dinamikusan fejlődő termékei a Stella Artois és a Beck's. A sörgyár termékeinek választékában megtalálható több jelentős importmárka – Staropramen, Löwenbräu, Löwen-Weisse –, illetve specialitás, amelyek különleges ízelményt biztosítanak.

Emellett a Borsodi Sörgyár Zrt. legnépszerűbb terméke a Borsodi Sör, amely a legnagyobb volumenben értékesített sör Magyarországon.

A Borsodi Sörgyár Zrt. 2006-ban 2,3 millió hektoliter sör adott el a belföldi piacon, amellyel továbbra is a hazai sörpiac vezetője. A vállalat értékesítésből származó árbevétele 44,3 milliárd Ft volt 2006-ban. A vállalat sikerének kulcsa a stratégiai gondolkodás, a konzekvens márkaépítés, a fogyasztók igényeinek szem előtt tartása és elkötelezettség a kimagaslóan jó minőségű és kulturált sörfogyasztás népszerűsítése mellett.

Borsod Brewery

As one of the largest breweries in Hungary today, Borsodi Sörgyár Zrt. started beer and malt production in 1973 at the outskirts of Böcs, near the city of Miskolc in Northern Hungary.

Having gradually expanded its regional dominance, Borsodi has grown into a true innovator and driving engine of the beer sector. Its achievements are mostly attributable to its ability to react swiftly and flexibly to changing consumer and market needs, and to shape the trends on the local beer market by constant innovation in products and packaging.

Borsodi Sörgyár is owned by InBev, the world's largest brewing corporation established by the merger of Belgian Interbrew and South-American Ambev in 2004. The company employs close to 86,000 employees globally and has operations in 130 countries: in North and South America, Europe and the Asia-Pacific.

InBev's leading global brands – Stella Artois and Beck's – are also dynamically growing premium products of the beer market in Hungary. The brewery's offering also includes a number of other outstanding import brands like Staropramen, Löwenbräu and LöwenWeisse, in addition to a few specialty brands for the gourmand consumer.

But Borsodi Sörgyár's most popular product is still the Borsodi beer, which has the highest share of beer sales volumes in Hungary.

With 2.3 million hl of beer sold on the domestic market in 2006, Borsodi Sörgyár continues to be the leading Hungarian brewer of the market. The company's sales revenues were HUF 44.3 billion in 2006. The key to its success is strategic vision, consistent brand building, a constant devotion to satisfying consumer needs and commitment to outstanding quality and to the promotion of civilised beer consumption.



Brau Union Hungária Sörgyárak Nyrt.

A Brau Union Hungária Sörgyárak Nyrt. 111 éves sörfőzési tapasztalata, nemzetközileg elismert márkái révén a magyar piac meghatározó szereplője, amely a nemzetközi Heineken csoport magyar leányvállalataként tevékenykedik Magyarországon. A holland anyacég és a magyar leányvállalat szinte egy időben kezdte meg működését: a híres holland Heineken sör – mely a vállalat alapítójáról, Gerard Adriaan Heinekenről kapta nevét – 1863-ban indult világhódító útjára, míg a magyar leánycég 1895-ben. Heineken úr szándéka az volt, hogy a világ legjobb minőségű sörét főzze. Ennek érdekében 1886-ban dr. Elion (aki Párizsban Louis Pasteurtól tanult) segítségével kifejlesztette az A-yeast nevű élesztőt. Mind a mai napig ez az élesztő a garancia a Heineken sör speciális, egyedülálló ízére, mely a Heinekent a világ „legnemzetközibb” sörévé teszi, hiszen 175 országban árusítják. A Heineken sörre a magyar cég is büszke mint termékpalettája meghatározó elemére.

A Brau Union Hungária Sörgyárak Nyrt., illetve jogelődjei immár 111 éve készítenek sört a magyar fogyasztók számára. Két sörgyárunk Sopronban és Martfűn található, ami logisztikailag optimális az egész ország ellátásához. Kiváló söréi értékesítésével a cég 2006-ban a sörpiac mintegy 30%-át birtokolta. A soproni gyár évszázados hagyományaival, a martfűi a Magyarországon először alkalmazott korszerű technikával és technológiával vívott ki magának elismerést.

A soproni gyárat városi nagykereskedők és a brünni sörfőzde-tulajdonosok alapították a cseh sörfőzés hagyományaira alapozva. A Brau Union Hungária Sörgyárak Nyrt. martfűi gyára a fiatal sörgyárak közé tartozik, alapítására 1981-ben került sor a sörpiacon akkoriban uralkodó régiós hiány orvoslására. A Szolnok közeli sörgyár 1985-ben kezdte meg a termelést. A privatizáció folytán a martfűi és soproni gyárnak is azonos tulajdonosa lett, aki Soproni Sörgyár Rt. néven egyesítette a két gyárat 1997-ben. 1998. január 1-jén pedig a Soproni Sörgyár Rt. az akkori tulajdonos, a Brau Union konszernhez való tartozás jegyében nevét Brau Union Hungária Sörgyárak Részvénytársaságra változtatta. 2003 végén az osztrák tulajdonost,

a Brau Union Csoportot megvásárolta a Heineken N.V., és ezzel a magyar leányvállalat a világ egyik meghatározó és sikeres nemzetközi óriásának része lett, integrálva a multinacionális vállalat jól kipróbált, hatékony folyamatait, eljárásait. A ma még Brau Union néven működő cég 2007 júniusától Heineken Hungária néven folytatja tevékenységét, ezzel még erősebben kifejezve a nemzetköziséget, a szakértelmet és a minőséget, utalva az azonos nevű márkára.

Az utóbbi években jelentős modernizáción esett át mindkét gyár. Sok milliárd forintot fordítottak a gyártás és a csomagolás korszerűsítésére, a minőség fejlesztésére, hiszen a termékinnovációk meghatározóak a fogyasztók kegyeinek elnyerésében. A folyamatos beruházásoknak és fejlesztéseknek köszönhetően 2006-ban a soproni gyár éves termelési kapacitása elérte az 1,5 millió hektolitert, a martfűi gyáré pedig a 720 ezer hektolitert.

A Brau Union Hungária Sörgyárak Nyrt. a mai modern szabványok betartásával is törekszik a legjobb minőség előállítására, alkalmazva az MSZEN ISO 9001:2001 szabvány szerinti minőségirányítási rendszert és az MSZEN ISO 14001 környezetirányítási rendszert, integrálva a HACCP-rendszerekkel. 2005-ben mindkét gyárunkban, Martfűn és Sopronban is bevezetésre került a Japánban kidolgozott TPM-rendszer, mely a minőség és hatékonyság javítását segíti. A környezetvédelem terén is folyamatos a legkorszerűbb technikák alkalmazása, alapozva a korábbi hagyományokra – Martfűn a magyar sörgyárak közül elsőként üzemelt saját szennyvízkezelő telep –, a ma legkorszerűbb BIOPAQ anaerob szennyvízkezelési eljárás pedig a soproni sörgyár büszkesége.

A Brau Union legismertebb márkái a szuperprémium kategóriában a Heineken és a Gösser, a prémium kategóriában a Kaiser, az Amstel, a Steffi és a Zlatý Bažant, a világos söröknél a Soproni, Soproni 1895, Soproni Kinizsi, a Talléros és a Sárkány, az alkoholmentes sörök csapatában pedig a Soproni Szűz, a Schlossgold és a Buckler. A cég forgalmaz még olyan különlegességeket is, mint az Amstel Bock, a Gösser Ice, a Kaiser Dark vagy az Edelweiss búzasör.

Brau Union Hungária Breweries PLC

Brau Union Hungária Breweries PLC, Member of the Heineken Group, is a key player of the Hungarian market with its internationally recognised brands, relying on 111 years of experience in brewing. The Dutch parent and its Hungarian operation were started almost simultaneously; as the famous Dutch Heineken beer named after the founder, Gerard Adriaan Heineken started on the path to world fame in 1863, while the Hungarian subsidiary opened in 1895. With a mission to brew the best quality beer in the world, Mr. Heineken and his colleague, Dr. Elion (a former student of Louis Pasteur in Paris) developed the famous A-yeast in 1886. This yeast still guarantees the special unique flavour of Heineken beer today and has contributed to making it the “most international” beer of the world, marketed in 175 countries. The Hungarian company is also proud of this beer as an essential element of its product portfolio.

Brau Union Hungária Sörgyárak and its predecessors have produced beer for 111 years to the joy of Hungarian consumers. The company runs two breweries, in Sopron and in Martfű, which are optimal locations for supplying the whole country. The excellent beers, representing a nearly 30% share of the Hungarian beer market in 2006, are made in these two plants. The plant in Sopron is reputed for its hundred year-old tradition, and the one in Martfű is known as the first in Hungary to combine state-of-the-art equipment and technology with hundred years of tradition.

The Sopron brewery was founded by the merchants of the town and the owners of the brewery in Brno, relying on the Czech brewing tradition.

The Martfű brewing plant of Brau Union Hungária is a young brewery as it was founded in 1981 to respond to the regional scarcity of beer in the market at that time. The brewery finally went into production in 1985 near the city of Szolnok. As a result of privatisation, the Martfű and the Sopron breweries were controlled by the same owner who merged them under the name of Soproni Sörgyár Rt. in 1997. Then on 1st January 1998 Soproni Sörgyár changed its name to Brau Union Hungária Sörgyárak Company Limited by Shares as a sign of belonging to the Brau Union concern. At the end of 2003,

Heineken N.V. purchased the Austrian parent, the Brau Union Group, and the Hungarian operation thus became a member of one of the world's leading and most successful conglomerates, with the ability to integrate the multinational corporation's proven and efficient procedures in its local operations. The company still called Brau Union today will continue business as Heineken Hungária from June 2007, expressing more strongly its international nature, its skills and quality with reference to the Heineken brand.

Both operations in Hungary have undergone major upgrades lately. Billions of HUF were invested in modernising production and packaging and improving quality, since the product innovations are key to winning the consumers' hearts. As a result of these continued investments and developments, the annual production capacity in 2006 topped 1.5 million and 720 thousand hl at the Sopron plant and the brewery in Martfű, respectively.

In an effort to produce beer of the highest quality, Brau Union Hungária Sörgyárak complies with the latest standards and applies a Quality Control System compliant with localised Hungarian Standard (MSZEN) ISO 9001:2001, and runs an MSZEN ISO 14001-compliant HACCP-integrated Environment Management System. In 2005, a new Total Productive Maintenance (TPM) system from Japan was also introduced to improve quality and production efficiency further in both Sopron and Martfű.

In the field of environmental protection state-of-the-art technologies are used continually, relying on earlier traditions. Martfű was the first brewery in Hungary to operate its own water plant and Sopron can pride itself on using the most modern BIOPAQ anaerobic water treatment method in Hungary.

Brau Union's best known brands in the superpremium category are Heineken and Gösser, in the premium category Kaiser, Amstel and Steffi, Zlaty Bazant, in the lager beer category Soproni, Soproni 1895, Soproni Kinizsi, Talléros and Sárkány, in the alcohol free category the Soproni Szüz, Schlossgold and Buckler. The company is also marketing specialty beers like Amstel Bock, Gösser Ice, Kaiser Dark and Edelweiss wheat-beer.





Dreher Sörgyárak Zrt.

A Dreher Sörgyárak Zrt. a több mint másfél évszázados sörgyártói tapasztalata, technológiai fejlesztései és a széles körű fogyasztói igényeket kielégítő, kitűnő márkái révén a magyar sörpiac kiemelkedő szereplője. A hazai söripar alapítójához méltó módon a Dreher üzletvitelét és valamennyi tevékenységét a minőség iránti elkötelezettség, a tiszta piaci versenyszellem, a környezettel való harmonikus egység és a társadalmi felelősségvállalás alapelvei jellemzik.

A Dreher Zrt. a magyar fogyasztók igényeinek kielégítésére kiváló hazai és nemzetközi márkákat kínál minden szegmensben. A cég piacvezető prémium márkája, a karakteres ízű **Dreher Classic**, a **Dreher Bak** barna sörkülönlegesség és a valódi sör ízélményét nyújtó **Dreher Alkoholmentes** variánsai a fogyasztók számára igazi értéket képviselnek. A selymes ízű **Arany Ászok** az ország 2. legnagyobb mennyiségben értékesített világos söre, így fogyasztók ezreinek örömét aranyozza be nap mint nap.

A **Kőbányai Sör** minőséget képvisel a gazdaságos árú sörök kategóriájában, s közel 60 éve csillapítja a nagy szomjúságot. A részvénytársaság forgalmazza a világszerte népszerű **Pilsner Urquell**-t, a világ első arany sörét, az eredeti pilzenit és az egyedi filtertechnológiának köszönhetően könnyed, frissítő ízű **Miller Genuine Draft**-ot. Licenc alapján készül a márkaportfólió legifjabb tagja, a cseh **Kozel**, amelynek sikere magyarországi piaci bevezetése óta töretlen a cseh sörök rajongói körében. Aki megkóstolja, garantáltan megszereti e cseh remeket. A Dreher Zrt. gyártja – szintén licenc alapján, a szigorú Bajor Tisztasági Törvénynek megfelelően – a több száz éves múltra visszatekintő **Hofbräu** márkát is. A sörgyár által alkalmazott egyedi technológiának köszönhetően az alkoholmentes termékek a fogyasztók számára valódi sörízélményt biztosítanak.

Termékeinek egyedülálló aromáját a Dreher sörgyár mesterséges adalékanyag hozzáadása nélkül, kizárólag válogatott alapanyagok és védett forrásmajori kutakból származó, kristálytiszta víz felhasználásával, valamint az évtizedek alatt tökéletesített gyártási technológia alkalmazásával éri el.

A Dreher sörgyár termékeinek kiemelkedő minőségét külföldi és hazai szakemberek is rendszeresen megerősítik különböző versenyeken. A Dreher Classic, a Dreher Bak és az Arany Ászok állandó kiváló minőségével kiérdemelte a Nemzetközi Kiváló Minőség Trófea különdíjat, melyet kizárólag a három egymást követő évben első helyezést elérő termékek kaphatnak a **Monde Selection** nemzetközi minőségértékelő versenyen. A Dreher Bak és az Arany Ászok söröket a világ legjobbjai között tartják számon a sörszakma „Oscar-gáláján”, a **Nemzetközi Söripari Nagydíjon** (Brewing Industry International Award) elért előkelő helyezések alapján. A vállalat számára fontos a fenntartható fejlődés, ezt célozzák folyamatos energiafelhasználás-csökkentő fejlesztései és a szelektív hulladékgazdálkodás megvalósítása is. Erőfeszítéseinek elismerései a Megtakarítási Díj és a Közép-európai Környezeti Jelentés Díj, az ún. Zöld Béka díj. A Dreher Sörgyárak Zrt. társadalmi szerepvállalásában fontos szerepet kap a tehetséges, jövőjüket átgondoltan és kitartóan építő fiatalok segítése. Ennek szellemében indította el a cég 2006 októberében „**A jövő fiatal vállalkozója**” programot, mellyel a vállalkozásbarát szemléletmód kialakulását kívánja ösztönözni.

A vállalat kereskedelmi partnerei számára ügyfélközpontú, az iparágon belül egyedülálló technikai színvonalú, teljes körű szolgáltatást biztosít minden értékesítési csatornában. A cég magas színvonalú telesales- és ügyfélszolgálattal, hatékony disztribúcióval, szakszervízhálózattal, egyedi hűtő- és csapolóberendezésekkel, valamint kiváló értékesítési szakembergárdával segíti kereskedelmi partnerei munkáját.

A Dreher Sörgyárak Zrt. tulajdonosa a SABMiller, a világ második sörgyártó vállalata, amely sörgyárai, valamint szállítói szerződesei révén 5 kontinensen, a világ több mint 60 országában van jelen. A londoni és a johannesburgi értékpapírtőzsdén jegyzett SABMiller plc. nemzetközi márkaportfóliója olyan nagy múltú, kiváló márkákat kínál, mint a Pilsner Urquell, a Peroni Nastro Azzurro, a Miller Genuine Draft és a Castle Lager.

Dreher Breweries Ltd.

Thanks to more than one and a half centuries of brewing experience, technological improvements, and excellent brands that satisfy a variety of consumer demand, Dreher Breweries is one of the dominant players in the Hungarian beer market. The activities and administration of Dreher Breweries are characterised by the key principles of transparency, fair competition in the market, and social responsibility, making it worthy of the name of the founder of the Hungarian brewing industry.

Dreher Breweries offer excellent local and international brands to satisfy Hungarian consumers' needs in all segments. The variants of the market-leading premium brand of the company, the characteristic **Dreher Classic**, **Dreher Bak**, and **Dreher Alcohol Free** with a genuine beer taste represent real value for the consumer. The smooth-tasting **Arany Ászok** is the second biggest brand in the country, and goldens the pleasure of thousands of consumers each and every day. '**Kőbányai Sör**' represents quality in the economy segment, and it has been quenching great thirsts for almost 60 years now.

The company also distributes the first 'golden' beer, the original **Pilsner Urquell** which is popular all over the world and **Miller Genuine Draft** that has a light and refreshing taste partly due to the special cold-filtering technology. The youngest member of the brand portfolio is the Czech brand **Kozel**, which has enjoyed continuous success among enthusiasts of Czech beer ever since it was introduced to Hungary. If one tries it, one is guaranteed to like this great Czech beer. **Hofbräu**, a brand with hundreds of years of history, is also licence-brewed by Dreher Breweries locally, in compliance with the strict Bavarian Purity Law. Owing to the type of technology used in the brewery, our alcohol-free products also offer a real taste experience to the consumer.

The unique aroma of Dreher products is achieved by the high quality raw materials and brewing technology perfected through decades, without using any artificial ingredients, combining selected materials and crystal-clear spring water from the protected wells of Forrásmajor.

The excellent quality of Dreher beers is regularly confirmed by international and domestic experts at various competitions. For the consistently outstanding quality of Dreher Classic, Dreher Bak, and Arany Ászok, they have been awarded the special prize called the International High Quality Trophy which is only given to products that receive the first prize from the strict professional jury panel of the international competition **Monde Selection** in three consecutive years. Dreher Bak and Arany Ászok are considered to be among the best beers of the world as they have been achieving spectacular results at the 'Oscars' gala of the beer industry, the **Brewing Industry International Awards**.

For our company, sustainable development is of key importance, which is why we make improvements to reduce energy usage on an ongoing basis and operate a selective waste management system. Their environmental efforts were acknowledged by awarding the 'Prize for Saving' and the 'Prize for Central European Environmental Reports', the so-called 'Green-Frog Prize'. In the area of corporate social responsibility, Dreher Breweries focus on supporting talented young people who are building a future for themselves intelligently and consistently. This is why the company launched the '**Young Entrepreneur of the Future**' program in October 2006, aimed at promoting the enterprising spirit.

The company offers a client-focussed, full-scale service to its sales partners at a uniquely high standard in the industry in all trade channels. Dreher Breweries have a high-quality telesales and client service, efficient distribution, a network of specialist repair service, special fridges and draft equipment, and an excellent sales force to support the work of its partners in the trade.

SABMiller, the parent company of Dreher Breweries Ltd. is the world's second largest brewing company with brewing interests or distribution agreements in over 60 countries across five continents. SABMiller plc is listed in the London stock exchange and the Johannesburg stock exchange, and its international brand portfolio includes excellent brands with a great past, such as Pilsner Urquell, Peroni Nastro Azzurro, Miller Genuine Draft, and Castle Lager.





Pécsi Sörfőzde Zrt.

A Pécsi Sörfőzde jogelődjét 1848-ban Hirschfeld Lipót alapította meg a Mecsek hegység lábánál. 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. 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 Zrt. neve magában hordozza a cég filozófiáját, amely szerint a vállalkozás nem gyártja, hanem főzi az itt készülő szomjoltó italokat. Jelenleg az egyetlen magyar tulajdonú sörgyár.

Az elmúlt években olyan jelentős fejlesztésekbe fogott a Pécsi Sörfőzde Zrt., mint az új dobozoló gépsor, amely közel egymilliárdos beruházás volt, amelyet a piaci igények hívtak életre, hiszen a piac mintegy 50%-át a dobozos sörök adják. A beruházás sikeres volt, a gép azóta is folyamatosan termel. Az alkalmazott világszínvonalú palackmosó gépeknek és más technológiai újításoknak köszönhetően egyre kevesebb energiát és vizet használ a cég. Egy liter Szalon sör előállításához a korábbi 10-zel szemben jelenleg mintegy 6,3 liter vízre van szükség.

Termékeinek jellegzetes karakterét meghatározza a sörfőzővíz, amely a Mecsek hegység forrásaiból, kútjaiból táplálkozik, valamint a hazai földön termett árpából gondosan készített malátá és a kiváló, hallertaui aromás komló. 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 nemcsak a Monde Selection versenyen tüntették ki aranyéremmel, hanem a 47. Söripari Műszaki Napokon is aranymínősítést kapott a szakbíráktól. A Szalon Család kiegészül még a Szalon Búzasörrel, a világos és barna sörök kellemes tulajdonságait egyesítő Szalon Félbarná-

val, valamint a Szalon alkoholmentes sörrel.

A Pécsi Sörfőzde Zrt. számos sörkülönlegességet is főz. Ezek közül kiemelkedő a Három Királyok ünnepi sör, melyet a Karácsonyi ünnepek alatt lehet megkóstolni, valamint a Radler, amely egy egyedi ízvilágú, citromos, illetve bodzaízű, sörtartalmú üdítőital. Újdonság a különlegességek közt a Radler Power, amely izotóniás energiatartalékkal alkoholmentes sörrel, így ideális frissítő sportolás után. A világszerte kedvelt Gold Fassl prémium sört licenc alapján 1993 óta főzik Pécsen, míg a Gold Fassl Pils 1999-től bécsi licenc alapján főzött, pilseni típusú prémium márka. Importtermékek az Ottakringer Helles, a Null Komma Josef alkoholmentes sör és a Schneider Weisse német búzasör-különlegesség. A Pécsi Sörfőzde Zrt. 2006-tól forgalmazza Bajorország legkedveltebb sörét, a Paulaner Original Münchnert, valamint ennek szüretlen búzasör testvérét, a Paulaner Hefe-Weissbier naturtrüböt, ezzel is szélesítve termékkínálatát a fogyasztói igények jobb kielégítése érdekében.

A Pécsi Sörfőzde Zrt. 750 000 hl kapacitásával ma a magyar sörpiacon egyik jelentős szereplője, amely több mint 240 dolgozót foglalkoztat, így az ország délnyugati régiójának legjelentősebb vállalkozásai közé tartozik. A privatizáció óta közel 7 milliárd forintot fordított fejlesztésekre. A Pécsi Sörfőzde Zrt. a 2005-ös évben értékesítési volumenét 30%-al növelte az előző évhez képest, és ezzel párhuzamosan pénzügyi eredményeit is jelentősen javította. A növekedés ütemét 2006-ban is tartotta, így ebben az évben is hasonló javulást ért el. Az új piaci kihívásoknak megfelelően a cég sikeresen átalakította szervezeti struktúráját.

Pécs Brewery Company Limited by Shares

The legal predecessor of Pécsi Sörfőzde was established by Lipót Hirschfeld in 1848 at the foot of the Mecsek Mountain, and soon, by dynamic development, the unit grew into one of the largest breweries of the region. Continuing business under the name of Pannónia Sörgyár Rt. from 1917, the brewery successfully survived the economic crises of the 1920s and 30s as well as the harsh years of the pre- and post-war era. Not even its nationalisation in 1948 could halt its steady growth. The state-owned entity was retransformed into a joint stock corporation in 1992. In 1993, the brewery was privatised and acquired by the Vienna-based Ottakringer Group. Its restructuring in 1994-1995 brought about quality changes in respect of the company's image, product quality and presentation, and the company's name was also changed. The name Pécsi Sörfőzde Zrt. (a private limited company) conveys the brewery's philosophy of mastering the brewing of thirst-quenchers rather than simply "producing beer in a factory". Today, it is the only brewer of sole Hungarian ownership in Hungary. Since its privatisation, the company has invested about HUF 7 billion in technical development.

Pécsi Sörfőzde made significant investment in recent year, for instance spending HUF one billion in a new canning line necessitated by market demand, as close to 50% of the market is made up of canned beers. The investment was successful, and the machine has been in production continually ever since. Thanks to the state-of-the-art bottle washers and other technological innovations, the brewery has used gradually less power and water. Approximately 6.3 litres of water are needed to produce one litre of Szalon beer, compared to 10 litres earlier. The typical character of the company's beers is owing to the special brewing water taken from the wells and springs of the Mecsek Mountain, the malt produced with care from locally grown barley and the world-famous Bavarian Hallertau aromatic hop. Brewed and marketed since 1907, Szalon is a traditional Hungarian beer brand, one the five most popular, most dominant and most widely sold brands in Hungary.

Szalon Barna, a beer with a unique taste has not only been awarded a gold medal at the Monde Selection competition, but also won a gold qualification from the jury during the 47th Beer Industry Technical Fair. Members of the Szalon Family include the Szalon Búzasör (wheat-beer), the Szalon Félbarna, a semi-dark product integrating the best characteristics of pale and dark beers, and the Szalon alcohol-free beer.

Pécsi Sörfőzde brews a number of beer specialities. Of these the Három Királyok (The Magi) Festival beer brought out for the Christmas Holidays and Radler, a beer-containing refreshment drink with lemon or elder flavour offering a unique taste experience are outstanding products. A novelty among the specialities is Radler Power, an isotonic energy drink with alcohol-free beer offering ideal refreshment after sports. World-renowned premium Gold Fassl has been in production at Pécs since 1993, while Gold Fassl Pils, a Pilsner-type premium, has been in brewing under licence since 1999.

Ottakringer Hells, Null Komma Josef (alcohol-free) and Schneider Weisse, a German wheat-beer speciality are import products. Pécsi Sörfőzde has marketed the most popular beer of Bavaria, the Paulaner Original Münchner and its unfiltered wheat sister, Paulaner Hefe-Weissbier naturtrüb since 2006, expanding its product offering in order to meet the widest scale of consumer needs.

With an annual production capacity of 750,000 hl, Pécsi Sörfőzde is an important player of the Hungarian beer market employing over 240 people as one of the prominent businesses in the South-West Region of Hungary. Since its privatisation, the company has invested about HUF 7 billion in technical development. In 2005, Pécsi Sörfőzde increased its sales volume by 30% and significantly improved its profitability compared to 2004. This growth trend was continued in 2006, and similar improvement was achieved in this year, too. In an effort to meet the latest challenges of the market, the company effectively altered its organisational structure.

Címek, elérhetőségek

Addresses, availabilities

Borsodi Sörgyár Zrt.

Derek Hopkins
vezérigazgató
3574 Bócs, Pf. 6.
Telefon: (06-46) 318-255
Fax: (06-46) 318-481

Borsod Brewery Co.

Derek Hopkins
General Manager
H-3574 Bócs, Pf. 6.
Phone: (+36-46) 318-255
Fax: (+36-46) 318-481

Brau Union Hungária Sörgyárak Nyrt.

Michiel Egeler
vezérigazgató
9400 Sopron, Vándor S. u. 1.
Telefon: (06-99) 516-100
Fax: (06-99) 516-111

Brau Union Hungária Breweries Plc.

Michiel Egeler
General Manager
H-9400 Sopron, Vándor S. u. 1.
Phone: (+36-99) 516-100
Fax: (+36-99) 516-111

Dreher Sörgyárak Zrt.

Hector Gorosabel
elnök-vezérigazgató
1106 Budapest, Jászberényi út 7–11.
Telefon: (06-1) 432-9700
Fax: (06-1) 432-9704

Dreher Breweries Ltd.

Hector Gorosabel
Managing Director
H-1106 Budapest, Jászberényi út 7–11.
Phone: (+36-1) 432-9700
Fax: (+36-1) 432-9704

Magyar Sörgyártók
Szövetsége
Sivó Imre
elnök
1052 Budapest, Fehérhajú
utca 8–10. III. em. 1.
Telefon: (06-1) 486-0536
Fax: (06-1) 266-3661

Association of
Hungarian Brewers
Imre Sivó
Chairman of the Association
H-1052 Budapest, Fehérhajú
utca 8–10. III./1.
Phone: (+36-1) 486-0536
Fax: (+36-1) 266-3661

Pécsi Sörfőzde Zrt.

Csengő András
ügyvezető igazgató
7602 Pécs, Pf. 125.
Telefon: (06-72) 505-500
Fax: (06-72) 505-501

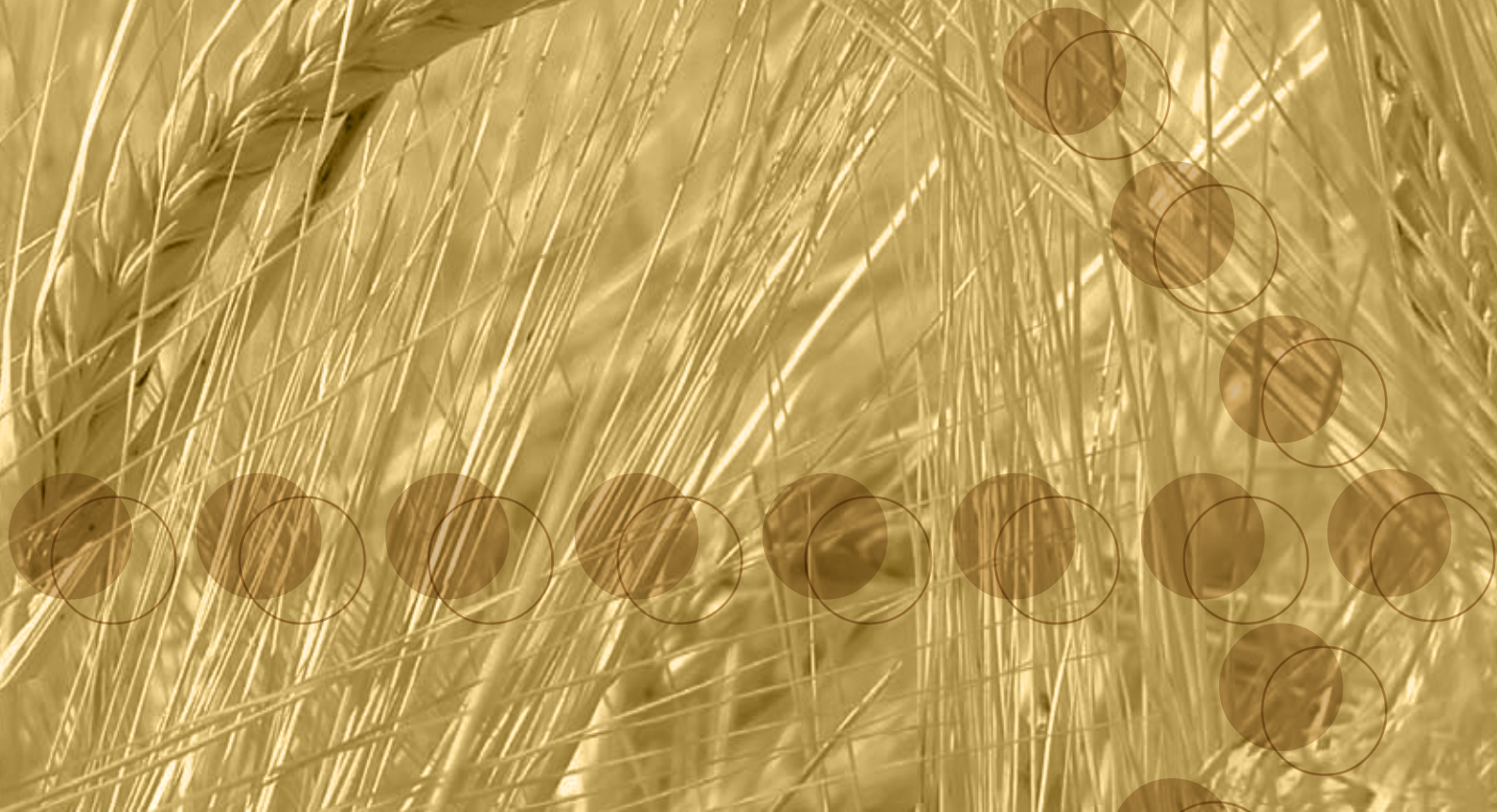
Pécs Brewery Co.

András Csengő
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





www.sorszovetseg.hu

