



*annual report*

**Éves jelentés**

**2002**



# TARTALOMJEGYZÉK

## Contents



### BEVEZETÉS, ÖSSZEFOGLALÁS

04 INTRODUCTION, SUMMARY

### A SÖRFOGYASZTÁS STATISZTIKAI ADATAI

BEER CONSUMPTION STATISTICS

#### SÖRÉRTÉKESÍTÉS

06 Beer sales

#### SÖRÉRTÉKESÍTÉS CSOMAGOLÁSI TÍPUSONKÉNT

06 Beer sales by packaging types

#### SÖRÉRTÉKESÍTÉS TERMÉKOSZTÁLYOK SZERINT

07 Beer sales by product categories

#### ALKOHOLMENTES SÖRÉRTÉKESÍTÉS

08 Non-alcoholic beer sales

#### EXPORT ÉS IMPORT

09 Beer exports and imports

#### A SÖRIPAR ÁLTAL FELHASZNÁLT ANYAGOK

10 Raw material input in beer production

#### A TAGVÁLLALATOK KÖZTEHERVISELÉSE

10 Public contribution of AHB members

#### A SÖRGYÁRAK FOGLALKOZTATÁSI ADATAI

11 Employment in the brewing industry

### A SZÖVETSÉG TAGJAI

MEMBERS OF THE ASSOCIATION

#### AMSTEL SÖRGYÁR RT.

12 Amstel Brewery Inc.

#### BORSODI SÖRGYÁR RT.

13 Borsodi Brewery Co.

#### BRAU UNION HUNGÁRIA SÖRGYÁRAK RT.

14 Brau Union Hungária Breweries Co.

#### DREHER SÖRGYÁRAK RT.

15 Dreher Breweries Ltd.

#### PÉCSI SÖRFŐZDE RT.

16 Pécs Brewery Co.

#### CÍMEK, ELÉRHETŐSÉGEK

17 Addresses, availabilities

#### A SÖRGYÁRAK KIEMELT MÁRKÁI

18 The Breweries' prominent brands



## BEVEZETÉS

### Introduction

**A MAGYAR SÖRGYÁRTÓK SZÖVETSÉGE ELNÖKSÉGE NEVÉBEN KÖSZÖNTÖM A KEDVES OLVASÓT.**



Immáron több éves hagyomány, hogy szövetségünk összefoglaló anyagban értékeli az elmúlt esztendő, a hazai sörpiacot jellemző adatok alapján.

A Sörszövetség a gyártók közötti igen éles piaci verseny közben is a közös érdekeket képviseli.

Tevékenységünk során arra törekszünk, hogy az iparággal kapcsolatos információk gyűjtésével és közreadásával kapcsolatos feladatokat ellássuk, valamint közös egyeztetési fórumot hozunk létre a kormányzati szervekkel és más

érdekképviselletekkel. Támogatjuk a tisztességes piaci versenyt, miközben biztosítjuk a részletes szakmai egyeztetések kereteit.

TÖMÖR LÁSZLÓ  
elnök

**LET ME WELCOME THE READER ON BEHALF OF THE ASSOCIATION OF HUNGARIAN BREWERS (AHB)!**

A tradition already, the Association has been publishing its annual report to summarise the performance of the Hungarian beer market every year.

The Association of Hungarian Brewers was founded with the ultimate objective to represent and promote common interest of the brewers in Hungary amidst an otherwise fierce competition of its members.

It is our mission to collect and distribute information relevant to the Hungarian beer sector and market and to become a common platform for discussion with the authorities and lobby groups. The Association has been pursuing these objectives intact since its foundation and remains committed to advocating fair market competition while aiming at creating a forum for sharing and representing common interests of its members.

LÁSZLÓ TÖMÖR  
Chairman of the Association

## ÖSSZEFOGLALÁS

### Summary

**A MAGYAR SÖRPIACON - A SIKERES PRIVATIZÁCIÓ ÉS A SZAKMAI BEFETETŐK KÖVETKEZETES SZERKEZET-ÁTALAKÍTÓ ÉS MODERNIZÁCIÓS BERUHÁZÁSAINAK EREDMÉNYEKÉNT - AZ ELMÚLT ÉVTIZED VÉGÉRE KIALAKULTAK AZOK A JELLEMZŐK, AMELYEK A XXI. SZÁZAD ELSŐ ÉVEIBEN IS JELEN VANNAK:**

európai mércével mérve is korszerű gyártási kapacitások, racionális belső szerkezet, logisztika, országos disztribúciós hálózatok és hatékony marketing.

**OWING TO A SUCCESSFUL PRIVATISATION AND THE COMMITMENT OF STRATEGIC INVESTORS TO INVEST, RESTRUCTURE AND MODERNISE, THE INDUSTRY TRENDS CHARACTERISING THE FIRST YEARS OF THE 21ST CENTURY HAS ALREADY STARTED TO TAKE SHAPE AT THE END OF THE LAST DECADE**

- the most up-to-date production facilities meeting European standards, streamlined internal structures, well designed logistics and national distribution networks, effective marketing.

A hazai gyártású sörök minősége már hagyományosan kiváló, és a gyártók a sörök külső megjelenésére is nagy figyelmet fordítanak. Több termék is új formában, megújult palackban jut el a fogyasztókhoz, a kínálat gazdag.

Magyarországon a sörfogyasztás évtizedekkel ezelőtt meghaladta a 100 litert egy főre vetítve.

A század végére azonban ez a szám 70 liter körüli szinten stabilizálódott. A változások évről évre csak 1-2%-ban mérhetők.

A különféle kiszerelésben, csomagolásban piacra kerülő termékek aránya a fogyasztói szerkezethez igazodik. Ennek megfelelően évről évre jelentősen nő a dobozban értékesített sörök aránya. Ez esetenként azt jelenti, hogy egyes gyártók néhány kedvelt sörmárkából közel annyit forgalmaznak dobozban, mint hordóban.

Az elmúlt évtized sajnálatos jellemzője volt, hogy a sörfogyasztás 30%-os csökkenése mellett a sör adója évről évre jelentősen emelkedett. Ez a tendencia a jövedéki törvény 1998-as hatályba lépését követően is folytatódott. Az Európai Unióban a sör jövedéki adójára vonatkozóan a szabályok azt írják elő, hogy az egyes tagországokban nem lehet alacsonyabb egy központilag megállapított minimum szintnél, ezért az adó országonként eltérő. Magyarországon a jövedéki adó mértéke határozottan meghaladja az Európai Unió minimum szintet, így annak emelése nem indokolt.

The traditionally top-class quality Hungarian beer is now served in attractive packaging, and the Hungarian beer market is characterised by a growing range of innovative products offered in a variety of bottles.

A few decades ago beer consumption in Hungary was over 100 litres per capita a year. The decreasing consumption trend slowed down by the end of the millennium and stabilised at around 70 litres per capita. Market fluctuation today is not any higher than 1-2 percent annually.

Beer in Hungary is bottled and distributed in a huge variety of packaging driven by consumer demand. The proportion of beer sold in cans however is increasing year by year, with some brewers selling almost as much of their most popular brands in cans as in kegs.

As a regrettable tendency of the last decade, the almost 30 percent drop in beer consumption was coupled by a steady increase in beer taxes year by year. This tendency continued also after the new Act on Excise Taxation came into force in 1998. Excise taxes in the European Union are not standardised and so are different in each member state, with only a compulsory minimum level stipulated centrally. The level of excise tax in Hungary today is well above the European Union minimum, so no increase in taxes could in any way be reasoned.



## A SÖRFOGYASZTÁS STATISZTIKAI ADATAI

### Beer Consumption Statistics

**A 2002. ESZTENDŐBEN AZ ÁTMENETI CSÖKKENÉS UTÁN ISMÉT NÖTT A HAZAI SÖRÉRTÉKESÍTÉS.**

**AFTER A SLIGHT DRAWBACK, DOMESTIC BEER SALES STATISTICS INDICATE A STEADY GROWTH IN THE YEAR 2002.**

#### SÖRÉRTÉKESÍTÉS

##### Beer Sales

1. számú táblázat / Table 1.

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

ÉV / YEAR	2001	2002
EZER HL. / ,000 HECTOLITRES	7 106	7 398
SZÁZALÉK (%) / PERCENT (%)	100	104,1

Az 1. számú táblázat a Sörszövetség 5 tagjának teljes saját termelésű sörértékesítését mutatja a 2001. évhez viszonyítva ezer hl-ben.

A több mint 4%-os bővülés csaknem 7,4 millió hektoliter sör értékesítését jelenti.

Table 1. shows the total beer sales for in-house production of the five member brewers of the Association in 2002, compared to the previous year, expressed in hectolitres and in percentage of total sales. The over 4 percent growth equals with almost 7.4 million hectolitres of beer sold.

#### SÖRÉRTÉKESÍTÉS CSOMAGOLÁSI TÍPUSONKÉNT

##### Beer sales by packaging types

2. számú táblázat / Table 2.

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

CSOMAGOLÁSI FORMA / TYPES OF PACKAGING	2001		2002	
	EHL / ,000 HL	%	EHL / ,000 HL	%
VISSZAVÁLTHATÓ PALACK 0,5 ÉS 0,33 L EGYÜTT / RETURNABLE BOTTLE BOTH SIZES	5 220	72,8	4 743,4	63,8
ELDOBHATÓ PALACK 0,5 ÉS 0,33 ÉS 0,66 L EGYÜTT / ONE WAY BOTTLE	20	0,3	340,2	4,6
HORDÓ MINDEN MÉRET / KEG ALL SIZES	1 136	15,8	1 118,2	15
DOBOZ MINDEN MÉRET / CAN ALL SIZES	793	11,1	1 230,2	16,6
TOTAL	7 169	100	7 432	100

A 2. számú táblázat adatai szerint a hazai sörpiacon évek óta érvényesülő tendenciák továbbra is jellemzőek. Ezek szerint a palackozott sörök részesedése a fogyasztásban csaknem 10%-kal csökkent.

A hordóban forgalmazott sör nem egészen 1%-kal volt kevesebb, mint előző évben.

Table 2. describes a continuation of the consumption patterns observed in the last couple of years. Like in the previous years, the share of bottled beer continued to decrease by close to 10 percent.

The sale of keg beer dropped back by a little less than 1 percent as opposed to the previous year.

Az eldobható palackban és dobozban kiszerelt sör aránya viszont tovább nőtt 4,3, illetve 5,5%-kal.

Még mindig a palackozott sör fogja a legnagyobb arányban, de a dobozos sör aránya folyamatosan növekszik.



The share of one way bottle and canned beer however continued to increase by 4.3 and 5.5 percent, respectively. Although bottle is still the most popular form of beer sold, the share of canned beer is continuously increasing.

#### SÖRÉRTÉKESÍTÉS TERMÉKOSZTÁLYOK SZERINT

##### Beer sales by product categories

3. számú táblázat / Table 3.

Sörértékesítés termékcsoportok szerint (ehl és %) / Domestic beer sales in Hungary by segments (,000 hectolitres and %)

ÉV / YEAR	STANDARD		PREMIUM		SPECIALITIES		TOTAL	
	,000 HL	%	,000 HL	%	,000 HL	%	,000 HL	%
2001	5 259	73,4	1 731	24,1	179	2,5	7 169	100
2002	5 457	73,4	1 798	24,2	177	2,4	7 432	100

A 3. számú táblázat adatai szintén azt mutatják, hogy a magyar sörpiac mennyiségére vonatkozó és a termékcsoportokra jellemző adatai nem változnak jelentősen, stabilnak mondható fogyasztási szokásokra utalnak.

Érdekes, hogy a standard sörök fogyasztása tized %-ra megegyezik az előző évvel (73,4%). A prémium kategóriás sörök aránya is csaknem teljesen azonos (24,1%, illetve 24,2%) és ugyanez jellemző a sörkülönlegességek fogyasztási arányára is (2,5%, illetve 2,4%).

Table 3. indicates no significant changes in data regarding volume and product groups showing stable consumption patterns in the Hungarian beer market



Note that standard beer has exactly the same share of the total as in the previous year (73.4 percent), while a similar pattern can be observed for premium beer (24.1 and 24.2 percents) and specialties (2.5 and 2.4 percents).

## ALKOHOLMENTES SÖRÉRTÉKESÍTÉS Non-alcoholic beer sales

4. számú táblázat / Table 4.

Alkoholmentes sörértékesítés 1998-2002 között / Non-alcoholic beer sales (1998-2002)

KISZERELÉS / PACKAGING	1998	1999	2000	2001	2002
PALACK / BOTTLE	130 962	141 852	156 499	153 308	175 177
DOBOZ / CAN	8 485	13 269	12 437	11 894	13 648
ÖSSZESEN / TOTAL	139 447	155 121	168 936	165 202	188 825

Minden magyar sörgyár évek óta kínál a fogyasztóknak alkoholmentes termékeket is. Az alkoholmentes sörpiacot folyamatos bővülés jellemzi, ami azt jelenti, hogy több mint 35%-os értékesítési növekedésről beszélhetünk. Ez a tendencia egyedül 2001-ben tört meg.

A csomagolási formák szerinti csoportosítás az alkoholmentes sörök piacán is a palackozott italok iránti kereslet túlsúlyát mutatja. Ez az arány 90% fölötti, ami a termék jellemzően gasztronómiai értékesítésére utal.

Az alkoholmentes söröket a magyar sörgyárak nem forgalmazzák hordós kiszerelésben, így az arányok értékelésénél ezt is figyelembe kell venni. Ugyanakkor ezen a piacon is egyértelműen megfigyelhető az a tendencia, amely szerint a dobozba kiszerelt alkoholmentes sörök

mennyisége több mint 60%-kal nőtt az elmúlt 5 évben.

2002-ben a hazai gyártók 188,8 ezer hl alkoholmentes sört értékesítettek.



Every breweries in Hungary offer non-alcoholic products to its consumers. The non-alcoholic beer market segment has been constantly growing at an overall pace of more than 35 percent in sales - this trend was broken only in 2001.

A segmentation of the non-alcoholic market according to packaging reveals a vast dominance of bottled products, contributing to over 90 percent of all non-alcoholic beer products sold, indicating a major role of catering distribution.

Non-alcoholic beer is not sold in kegs in Hungary. At the same time, the quantity of "drink and drive" beer sold in cans increased by over 60 percent in the last 5 years.

Hungarian breweries sold a total of 188.8 thousand hectolitres of non-alcoholic beer in 2002.

## EXPORT ÉS IMPORT Beer exports and imports

5. számú táblázat / Table 5.

Sőrexport és import / Beer exports and imports (,000 hectolitres)

IMPORT / IMPORTS	2001	2002
MSSZ SÖRGYÁRAK / BY AHB BREWERIES	79	98
FÜGGETLEN KERESKEDŐK / EXCEPT AHB BREWERIES	65,4	123,3
ÖSSZES IMPORT / TOTAL IMPORTS	144,4	221,3

A sörimport kismértékű élénkülést mutat 2002-ben, de ez nem a feltételek megváltozásával, hanem a gyártók választék-, illetve kínálatbővítő törekvéseivel magyarázható. A 24%-os növekedés mennyiségét tekintve nem számottevő, mindössze 19 ezer hl.

Emellett a független kereskedők importja csaknem kétszerese a hazai sörgyárakénak.

Ugyanakkor az is megfigyelhető, hogy az összes importon belül a független kereskedők tevékenysége 2002-re több mint 10%-os bővülést mutat, amellyel, hogy a behozott sör mennyisége is csaknem duplájára nőtt.

Az export mennyisége is megkétszereződött, de még így is csak 23 ezer hl-t vittek külföldre a magyar sörgyárak, és több mint 32 ezer hl-t - a tavalyinál 66%-kal többet - a független kereskedők.

A sőrexport 2002. évi 87,8%-os növekedése tehát nagymértékben a független kereskedők tevékenységének köszönhető.



EXPORT / EXPORTS	2001	2002
MSSZ SÖRGYÁRAK / BY AHB BREWERIES	10	23
FÜGGETLEN KERESKEDŐK / EXCEPT AHB BREWERIES <sup>1</sup>	19,6	32,6
ÖSSZES EXPORT / TOTAL EXPORT	29,6	55,6

<sup>1</sup> Forrás: Kopint Datorg statisztika / <sup>1</sup> Source: Kopint Datorg statistics

Beer imports demonstrated a slight growth in 2002, mainly related to the brewers' product and brand diversification efforts rather than changes in the economic and trade environment. The 24 percent growth is not significant in volume, representing only 19 thousand hectolitres. Non-AHB members imported almost twice as much as AHB brewers in Hungary.

At the same time, the share of non-member traders from the total export increased by 10 percent in 2002 while the total volume of beer exports has almost doubled.

The volume of beer exports was almost twice as high in 2002 as in the previous year, the export sales of AHB members totalled only 23 thousand hectolitres as opposed to 32 thousand hectolitres of non-AHB members. The 87.8 percent annual growth in total beer

exports is therefore mainly attributable to the activities of the non-AHB members.



## A SÖRIPAR ÁLTAL FELHASZNÁLT ANYAGOK Raw material input in beer production

6. számú táblázat / Table 6.

A söripar által használt legfontosabb hazai termékcsoportok / Major groups of domestic products used in the brewing industry

	2001	2002
BESZERZÉSEK / PURCHASING	ÉRTÉK MILLIÓ Ft / VALUE MILLION HUF	ÉRTÉK MILLIÓ Ft / VALUE MILLION HUF
MEZŐGAZDASÁGI TERMÉKEK / AGRICULTURAL PRODUCTS	8 436	8 363
CSOMAGOLÓANYAGOK / PACKAGING MATERIALS	4 644	4 898
VEGYIPARI TERMÉKEK / CHEMICALS	1 101	8 63
ENERGIAHORDOZÓK+VILLAMOSENERGIA / FUELS AND ELECTRICITY	2 955	3 137
EGYEBEK 1 MILLIÓ Ft FAJTÁNKÉNTI ÉRTÉK FÖLÖTT / OTHERS	9 12	2 133
<b>TOTAL</b>	<b>18 048</b>	<b>19 394</b>

A magyar sörgyárak hazai nyersanyag- és energiavásárlásai az előző évhez hasonló mértékben gerjesztettek keresletet a mezőgazdasági és vegyipari termékek, csomagolóanyagok és energiahordozók piacán.

Az energiahordozók és a villamos energia 6%-ot meghaladó növekedését azonban, inkább azok áremelkedése, mint mennyiségi növekedése magyarázza.

The Hungarian brewing industry generated about the same level of demand for agricultural raw materials, packaging materials, chemicals, fuel and energy as in the last couple of years.

The over 6 percent rise in the value of fuel and electricity is attributable to the increase in price rather than growth in volume.

## A TAGVÁLLALATOK KÖZTEHERVISELÉSE Public contribution of AHB members

7. számú táblázat / Table 7.

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

	2001	2002
JÖVEDÉKI ADÓ / EXCISE DUTY	26 299	28 168
ÁFA NETTÓ (CSAK A VISSZA NEM TÉRÍTHETŐ) / NET VAT (NON-RECLAIMABLE TAXES ONLY)	15 156	17 059
EGYÉB ADÓK (ORSZÁGOS) / OTHER CORPORATE TAXES (NATIONAL)	210	1 635
EGYÉB ADÓK (HELYI) / OTHER CORPORATE TAXES (LOCAL)	1 074	1 280
<b>ÖSSZES ADÓBEFIZETÉS / TOTAL TAXES PAID</b>	<b>42 739</b>	<b>48 142</b>
AZ IPAR ÁLTAL FIZETETT TB JÁRULÉK + EGYÉB BÉRFÜGGŐ JÁRULÉKOK SOCIAL SECURITY AND OTHER WAGE-RELATED TAXES PAID BY THE INDUSTRY	2 832	2 961
IMPORTVÁM / IMPORT DUTIES	1 866	1 603
<b>ÖSSZES ADÓ + EGYÉB ELVONÁSOK / TOTAL TAX AND OTHER DEDUCTIONS</b>	<b>47 437</b>	<b>52 706</b>

A sörgyárak költségvetési befizetései évről évre nőnek. 2002-ben az összes befizetés már 52,7 milliárd Ft-ot tett ki és ennek több mint a fele (28,2 milliárd Ft) jövedéki adó volt. A sörgyárak általános forgalmi adó befizetése is csaknem 2 milliárd Ft-tal emelkedett.

The public contribution of brewers in Hungary has been steadily rising year by year totalling 52.7 billion HUF in 2002. More than half of it (28.2 billion HUF) was excise duty, while Value Added Tax payments also grew by 2 billion HUF in total.

## A SÖRGYÁRAK FOGLALKOZTATÁSI ADATAI Employment in the brewing industry

8. számú táblázat / Table 8.

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

	2001	2002
ALKALMAZOTTAK ÉVES ÁTLAGOS LÉTSZÁMA / AVERAGE ANNUAL NUMBER OF EMPLOYEES	3 098	2 932
A LÉTSZÁM ÉVES ÁTLAGJÖVEDELME eFt (SÚLYOZOTT) / AVERAGE YEARLY INCOME OF EMPLOYEES ,000 HUF (WEIGHTED )	2 042	2 387,5

A söriparban erősen jellemző élmunka termelékenység javulása magyarázza, hogy az alkalmazottak száma évről évre csökken, 2002-ben nem érte el a 3000 főt. A bruttó átlagjövedelmek viszont 16,8%-kal nőttek.



The gradual decrease in work-force in the last couple of years is mainly attributable to the development of labour productivity in the industry. In 2002, the total number of people employed by the brewers was less than 3,000, but their average gross income increased by 16.8 percent.

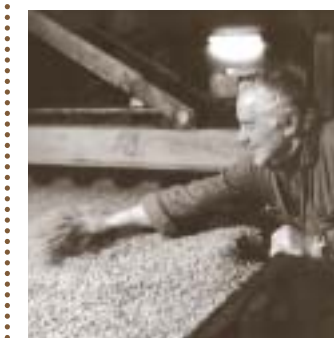
A Magyar Sörgyártók Szövetsége továbbra is mindent megtesz annak érdekében, hogy a sör vonzó szomjoltó ital legyen, amelyhez a társadalom legszélesebb rétegei elérhető áron jutnak hozzá.

A magyar sörgyárak széles termékválasztéka minden tekintetben megfelel annak a törekvésnek, hogy a bőséges italkínálaton belül a sör-fogyasztók legkényesebb igényeit is kielégítse. A magyar sörök kiváló minősége egész Európában közismert, amit a sörgyártók különböző megmérettetéseken elért eredményei is igazolnak.

It is the ultimate objective of the Association of Hungarian Brewers to make beer an attractive, socially accepted and affordable thirst

quencher to the widest possible sphere of domestic consumers.

The products offered by local brewers in Hungary can fully meet this challenge in every respect and can satisfy the most sophisticated needs of all consumers with a wide



variety of beers on the market. The top-quality beer produced in Hungary is well-known and reputed all over Europe, as demonstrated by the various awards received at different international events.

## 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. 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 keserű típusú söröket tartalmazott: Fregatt, Kapsreiter Pils, Kapsreiter Aranybarna, Talléros, Matróz és Aranytallér.

A Heineken 1991-ben többségi tulajdonot szerzett a Komáromi Sörgyárban,

így abban az évben megkezdődhetett az Amstel márká 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.

Bár a sörgyár a magyar piacon az egyik legkisebb, az Amstel a prémium szegmensbe tartozó termékekre koncentrál, ahol az Amstel sör az egyik legerősebb. A szuper prémium szegmensben a világon vezető pozícióban lévő Heineken sör Magyarországon is bizonyítja, hogy a kiváló minőség gyorsan márkahű fogyasztókra talál.

A cég legfőbb törekvése, hogy kereskedelmi partnerei, és a minőségi söröket kedvelő fogyasztók igényeit maximálisan kielégítse. Ezért folyamatosan fejleszti a termékválasztékot, megtesz mindent a kereskedelmi szervezet hatékonyságának növeléséért, javítja logisztikai és vevőszolgálati rendszerét, valamint a csomagolásfejlesztés tekintetében is az élen jár.

<http://www.amstel.hu/>

<http://www.heineken.hu/>

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. 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. was the first brewery in Central Europe to get licence for the Heineken brand.

Though being a small brewery in the Hungarian market, Amstel concentrates on premium segment products where Amstel beer has one of the strongest positions. In the super-premium segment with the world-famous leading beer, Heineken the company proves that the best quality attracts brand-loyalty in Hungary as well.

The uppermost important ambition of the company is to satisfy the need of its trade partners and the quality beer consumers at the highest possible level. Therefore the company is continuously developing its product portfolio, makes all the efforts for improving the efficiency of the trade organization, improves the logistic and customer service system and in addition is a leader in innovative packaging methods.

<http://www.amstel.hu/>

<http://www.heineken.hu/>

## BORSODI SÖRGYÁR RT.

*Borsodi Brewery Co.*

A Borsodi Sörgyár Rt. - Magyarország egyik piacvezető sörgyára - a Miskolc melletti Böcs község külterületén 1973-ban kezdte meg a sör- és malátagyártást. A Borsodi Sörgyár Rt. fennállásának közel harminc éve alatt, kezdeti regionális dominanciáján túllépve, mára a magyar sörpar vezető innovátorává, húzóerejévé 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. A belga Interbrew jelenleg a világ harmadik legnagyobb sörgyártója, amely a világ 21 országában van jelen. Portfóliójában több, mint 200 márká található meg, 57 sörgyárban 35.000 munkavállaló közreműködésével 2002-ben 102 millió hektoliter sört állított elő.

A Borsodi Sörgyár Rt. az elmúlt években folyamatosan erősítette helyzetét a magyar sörpiacon. A sörgyár széles választékban kínálja termékeit a sörkedvelők

részére. A vállalat legismertebb terméke a Borsodi Sör, amely a világos kategória legkedveltebb márkája. A Borsodi sörcsalád tagja még a Borsodi Barna, illetve az alkoholmentes Borsodi Póló. A Borsodi Sör, mint a vállalat vezető terméke, - az összetérítésben a legnagyobb részesedéssel bír, de a teljes piacon is a legnagyobb volumenben eladott



sör. A Borsodi Sör 2002-ben egyedi, 1 literes palackban is a piacra került. A Borsodi, mint a legismertebb és legkedveltebb sörmárka, pozíciója megőrzése és megerősítése érdekében erőteljes marketing-kommunikációs munkát folytat. Kiemelt szerepet vállal különböző tömeg-, és versenysport események, könnyűzenei programok létrehozásában és támogatásában.

A hazai sörpiac prémium szegmensének egyik dinamikusan fejlődő márkája a Stella Artois, amely az elmúlt években jelentős növekedést ért el. A nemzetközi prémium márkák között népszerűsége folyamatosan nő, melyet egyedi, jól elkülönülő ízhatásának köszönhet. 2002. márciusában - termékpallettája bővítéséeként - a Borsodi Sörgyár Rt. bevezette a Stella Artois NA alkoholmentes sört, amellyel az egyre növekvő prémium alkoholmentes szegment jelentős szereplője kíván lenni. A sörgyár választékában megtalálható még a német licenz alapján gyártott karakteres Holsten sör, a "könyű" ízvilágú amerikai Rolling Rock, a tradicionális Kinizi sör, valamint az ínycsiklandó sörök kedvencei, az importált Staropramen, Leffe, és Hoegaarden.

A közel 750 főt foglalkoztató Borsodi Sörgyár számára a 2002. év is rendkívül eredményesen zárult, piaci részesedése 30,4 %-ra emelkedett. A sörgyár teljes értékesítése 2,3 millió Hl volt, amely közel 5%-os növekedést mutat 2001-hez képest. A vállalat sikerének kulcsa a hosszútávú, stratégiai gondolkodás, a konzekvens márkáépítés, a stabilan jó minőség, a termelékenység európai színvonalra, valamint a kiemelkedő költséghatékonyság mellett a vállalat innovációs tevékenysége.

<http://www.borsodi.hu/>

The Borsodi Brewery Co., one of the market leading breweries in Hungary, began to produce beer and malt in the outskirts of Böcs, a village near to Miskolc, in 1973. During its existence of three decades, the Borsodi Brewery Co. has exceeded the original level of regional domination and now it is the leading power and innovator of the Hungarian brewing industry. In 1991, in the privatisation, the factory was bought by Belgian "Interbrew" and this event brought important changes to the brewery. Privatisation has accelerated the rate of progress concerning quality, technology and product development in the factory. The Belgian company "Interbrew" is actually the third among the most important breweries of the world, represented in 21 countries. Its portfolio contains more than 200 brands. In 57 breweries, with the assistance of 35 thousand employees, "Interbrew" has produced 102 million hectolitres of beer in 2002. In the past years the Borsodi Brewery Co. has permanently reinforced its position in the Hungarian beer market. The best known product of the factory is "Borsodi Sör", the most popular beer in the "light" category: Besides "Borsodi Sör", further members of the "Borsodi" family are "Borsodi Barna", a brown beer, and "Borsodi Póló" that is alcohol-free. The leading product, "Borsodi Sör", has the major share in the total of sales, and it is the best sold beer in the market as well. In 2002 a unique, one-litre bottle of "Borsodi Sör" was introduced to the market. In order to maintain and improve the market position of the best-known and most popular brand, "Borsodi", the factory pursues intense marketing communication activities. The brewery regularly participates in the organizing and sponsoring of various sport events (both mass events and professional competitions) and music.

One of the dynamically developing brands of the premium segment of Hungarian beer market is "Stella Artois", a brand that has significantly expanded its position during the last years. Its popularity is growing among the international premium brands, principally due to its individual and well-distinguishable taste. In March 2002, in order to enlarge the range of brands, Borsodi Brewery Co. has launched "Stella Artois NA", an alcohol-free beer. The brewery has aimed at becoming a dominant participant in the permanently expanding market of premium alcohol-free products. Among the product of the brewery there are "Holsten", the "light" American "Rolling Rock", the traditional "Kinizi" beer and the favourites of connoisseur beer drinkers, the imported "Staropramen", "Leffe", and "Hoegaarden" beers.

Borsodi Brewery Co., which employs 750 employees, closed an outstandingly successful business year in 2002. The market share of the brewery has grown to 30.4 percent. The total quantity sold by the factory was 2.3 million hectolitres, which means a 5 percent increase in comparison to 2001. Consequently, the sales of the brewery have increased more intensely than the entire Hungarian beer market.

The secret of the success of the brewery may be identified by long-term strategic thinking, consequent brand building, permanently good product quality, and European level of productivity. Outstanding cost efficiency and innovating activities within the factory also contribute to these achievements.

<http://www.borsodi.hu/>

## BRAU UNION HUNGÁRIA SÖRGYÁRAK RT.

*Brau Union Hungaria Breweries Co.*

A Brau Union Hungária Sörgyárak Rt.

A Brau Union Hungária Sörgyárak Rt. a nemzetközi BBAG csoport tagjaként végzi tevékenységét Magyarországon. Két sörgyárban, Sopronban és Martfűn állítják elő azokat a kiváló minőségű söröket, melyek értékesítésével a cég 2002-ben a söriac mintegy 26,1%-át birtokolta. A soproni gyár évszázados hagyományával, a martfűi 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 martfűi, 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 martfűi és soproni gyár egyesült a nyugat-magyarországi sörgyár nevét megőrizve. 1998. január 1-én pedig a Soproni Sörgyár Rt. a konszernhez tartozás jegyében a 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. 2002-ben indult egy többlépcsős logisztikai, racionalizálási program. A folyamatos beruházásoknak és fejlesztéseknek köszönhetően 2002-ben a soproni gyár éves termelési kapacitása elérte az 1,3 millió hektolitert, a martfűi gyáré pedig a 700 ezer hektolitert.

2002-ben a Brau Union Hungária Sörgyárak Rt. áttért az MSZEN ISO 9001:2001 szabvány szerinti minőségirányítási rendszerre, melyet az átalakítás során a vállalat integrált a már meglévő környezetközpontú irányítási és HCCP rendszerekkel.

A Brau Union legismertebb márkái a szuperprémium kategóriában a Zipfer, Fosters, a prémium kategóriában a Gösser, a Kaiser és a Steffl, a világos söröknél a Soproni Ászok, az Arany Hordó és a Sárkány, 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.

<http://www.brau.hu/>

Brau Union Hungaria Breweries Co.

Brau Union Hungaria Breweries Co. (Brau Union Hungaria 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 Martfű, BUH's domestic market share reached around 26.1 % in 2002. While the Sopron brewery has earned its fame with its centuries' old tradition, Martfű 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 Martfű belongs to the newer breweries. The idea of its establishment to resolve the shortage in beer dates back to 1981. As a result, the Martfű 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 Martfű 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 Martfű 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 Hungaria Breweries Co. (Brau Union Hungaria 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 2002 the production capacity of the Sopron plant had reached 1.3 million hl/year whereas that of the Martfű brewery had increased to 700 thousand hl/year.

In 2002 Brau Union Hungaria Breweries, integrating the already introduced environment-focused management and HCCP system, successfully audited its new ISO 9001:2001 compliant quality management system.

The company's most well-known brands are Zipfer and Fosters from the super premium category, Gösser, Kaiser and Steffl from the premium segment; Soproni Ászok, Arany Hordó 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.

<http://www.brau.hu/>

## DREHER SÖRGYÁRAK RT.

*Dreher Breweries Ltd.*

A Dreher Sörgyárak Rt. a piaci bővülés mértékét meghaladó növekedést ért el 2002-ben, így 2.3 millió hektoliteres értékesítésével tovább erősítette pozícióját. A piacvezető sörgyártó emellett rendkívül sikeres pénzügyi évet zárt és az év legjelentősebb, közel kétmilliárd forintos beruházásaként új doboztöltő üzemcsarnokot és raktáregységet avatott.

A közel 150 éves sörgyártó kiemelt figyelmet szentel hagyományai megőrzésének: világszínvonalú berendezései az eredeti szépségében helyreállított, műemlék jellegű épületekben működnek, tevékenységét pedig szervezett formában, igazi látványosságként tárja a látogatók elé. A folyamatos fejlesztéseknek köszönhetően a gyár nemzetközi mércével is a leghatékonyabb sörpari szereplők közé lépett. Sikerének alapja az igen széles termékínálatban minden fogyasztói igényt kielégítő kiváló minőségű, ismert, és elismert márkáiban rejlik.

A Dreher sörcsalád - Classic, Lager, Bak és Alkoholmentes változatban - az egyetlen magyar márká a prémium sörök között. A Dreher Classic Magyarország legkedveltebb prémium söre. Az Arany Ászok, a legdinamikusabban növekvő márká a középkategóriás sörök piacán, már alkoholmentes változatban is megtalálható. A brüsszeli minősítő szervezet, a Monde Selection immár negyedszer aranyéremmel tüntette ki minőségét. A részvénytársaság forgalmazza a világ első arany sörét, a cseh Pilsner Urquell. Importként kerül forgalomba a Miller Genuine Draft, valamint az ír Guinness és Kilkenny. Licenc alapján készíti 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 környezetközpontú irányítási rendszerrel. A cég a sörgyártók között elsőként vezette be az élelmiszerbiztonságot szolgáló HACCP rendszert.

A cég sikerének biztosítéka a vevőközponitú, valódi értéket és minőséget jelentő szolgáltatás. A partnereikkel kialakított, mindkét fél számára jövedelmező együttműködés révén továbbra is arra törekszik, hogy a legiskeresebb 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 120 millió hektolitert, 40 országban 122 sörgyárral rendelkezik, 45 ezer alkalmazottat foglalkoztat, és éves forgalma meghaladja a 9 milliárd dollárt.

<http://www.dreherrt.hu/>

<http://www.sabmiller.com/>

Dreher Breweries' with its 2.3 million hl sales exceeded the market growth in 2002. With this achievement the company has strengthened its position in the market. Beyond that the market leader brewery produced an outstanding financial performance and opened a new bottling-hall and a warehouse. This was the biggest, almost 2 billion HUF investment of the year.

The nearly 150 year-old brewery is devoted to maintain its tradition: its state-of-the art equipment operates in historic buildings refurbished according to the original architecture that can be visited as a real spectacle.

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. It continues to receive international recognition: the Brussels-based Monde Selection has awarded Arany Ászok a gold medal four times. Dreher is the Hungarian distributor of the world's first golden beer, Pilsner Urquell. Miller Genuine Draft, the Irish Guinness and Kilkenny are distributed as imported brands while 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 yearly sales exceed 120 million hl while the yearly turnover is more than 9 Million US\$. The company operates with 122 Breweries in 40 countries and employs 45000 employees.

<http://www.dreherrt.hu/>

<http://www.sabmiller.com/>





## 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.

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 mely szerint a vállalkozás nem gyártja hanem főzi az itt készült szomjoltó italokat. Jelenleg az

egyetlen magyar tulajdonú sörgyár.

A Pécsi Sörfőzde Rt. ma 750.000 hl kapacitásával a magyar söriac jelentős szereplője, amely több mint 290 dolgozót foglalkoztat, így az ország délnyugati régiójának legjelentősebb vállalkozásai közé tartozik. A privatizáció óta több mint 3 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 maláta és a világ legfinomabb cseh-német aromás komlója.

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.

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 Pécsen, míg a Gold Fassl Pils 1999-től bécsi licenc alapján főzött pilseni típusú prémium márka.

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

<http://www.szalon.com/>

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.

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.

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 290 workers, thereby making the company one of the most significant in the south-western region of the country. Since the privatisation more than 3 billion HUF have been spent on development

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.

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.

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

<http://www.szalon.com/>

## CÍMEK, ELÉRHETŐSÉGEK

### *Addresses, availabilities*

#### **MAGYAR SÖRGYÁRTÓK SZÖVETSÉGE**

Tömör László

elnök

H-1106 Budapest, Maglódi út 17.

Iroda: 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

üzgyvezető igazgató

H-2922 Komárom, Pf. 13.

Tel: (06-34) 541-600

Fax: (06-34) 541-610

H-2040 Budaörs, Szabadság út 117.

Tel: (06-23) 507-333

Fax: (06-23) 507-330

#### **BORSODI SÖRGYÁR RT.**

Dr. Bognár Gyula

elnök-vezérigazgató

H-3574 Bócs, Pf. 6.

Tel: (06-46) 329-139

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 SÖRFŐZDE RT.**

Stefan Wenckheim

üzgyvezető igazgató

H-7602 Pécs, Pf. 125.

Tel: (06-72) 505-500

Fax: (06-72) 505-501

#### **Association of Hungarian Brewers**

Mr. László Tömör

Chairman of the Association

H-1106 Budapest, Maglódi út 17.

Office: 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

H-2040 Budaörs, Szabadság út 117.

Phone: (36-23) 507-333

Fax: (36-23) 507-330

#### **Borsodi Brewery Co.**

Dr. Gyula Bognár

Chairman of the Board, Chief Executive Officer

H-3574 Bócs, Pf. 6.

Phone: (36-46) 329-139

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.**  
*Borsodi Brewery Co.*



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



**DREHER SÖRGYÁRAK RT.**  
*Dreher Breweries Ltd.*



**PÉCSI SÖRFÖZDE RT.**  
*Pécs Brewery Co.*





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