

ÉVES JELENTÉS  
ANNUAL REPORT



beer



*Jär*

*Pivo*

*Bière*

Birra

*Bier*

# Tartalomjegyzék

## Contents

	Bevezetés, összefoglalás <i>Introduction, executive summary</i>	4-5
A sörfogyasztás jellemzői <i>Beer consumption characteristics</i>	Sörértékesítés <i>Beer sales</i>	6
	Alkoholmentes sörök <i>Non-alcoholic beer</i>	7
	Export, import <i>Beer exports and imports</i>	8
	A sörgyártáshoz felhasznált anyagok <i>Raw material input in beer production</i>	8
	Közteherviselés, foglalkoztatás <i>Public contribution of the AHB members, employment</i>	9
A szövetség tagjai <i>Members of the Association</i>	Borsodi Sörgyár Rt. <i>Borsod Brewery Co.</i>	10
	Brau Union Hungária Sörgyárak Rt. <i>Brau Union Hungária Breweries Co.</i>	11
	Dreher Sörgyárak Rt. <i>Dreher Breweries Ltd.</i>	12
	Pécsi Sörfőzde Rt. <i>Pécs Brewery Co.</i>	14
	A sörgyárak kiemelt márkái <i>The Breweries' prominent brands</i>	15

## Bevezetés

## ■ Introduction

A Magyar Sörgyártók Szövetsége nevében köszöntöm a kedves olvasót.

Szövetségünk fontos feladatának tekinti, hogy évente egy alkalommal közreadja az elmúlt esztendő sörpiaci jellemzőinek összefoglalását tartalmazó kiadványát.

A Magyar Sörgyártók Szövetségének léte és működése példázta, hogy a tagjai közötti éles piaci verseny mellett megtalálhatók azok a közös érdekek, amelyeket egy-egy tag nem képes sikerre vinni, csak szövetségi szinten van esély az eredmény elérésére.



*Welcome to the reader on behalf of the Association of Hungarian Brewers (AHB)!*

*In fulfilment of one of its key objectives, our Association is proud to present its annual report summarising key developments of the Hungarian beer sector in the last year.*

*The existence and operation of the Association of Hungarian Brewers demonstrate the members' ability and intention to address issues of common interests amidst fierce market competition: issues that can be mastered in co-operation rather than by individual approach.*

Az elmúlt év – a Magyar Köztársaság EU taggá válása – jelentős változásokat hozott a Szövetség tagjainak piaci pozíciójában. Fontos szövetségi feladat volt – és maradt – a hazai sörgyártás piaci helyzetének lehetséges javítása, illetőleg a romló tendencia fékezése, visszafordítása. Ennek érdekében jelentős energiát fordítottunk a kormányzati szervekkel való együttműködésre, elsősorban a jövedéki szabályozás, valamint a termékdíj rendszer tartalmi kérdéseiben. Egyre gyakoribb a kormányzati szervek részéről, hogy a Szövetség véleményét kéri az EU szabályozási javaslatok tekintetében.

A Szövetség, mint a tagok közötti egyeztetési fórum foglalkozott az eléje tárt témakörökkel.

Biztosíthatom az olvasót, hogy a Magyar Sörgyártók Szövetsége és tagjai 2005-ben is mindent megtesznek a sörfogyasztók elégedettségének elérése érdekében.

dr. Kiss Elemér  
elnök

*Last year – and the accession of the Republic of Hungary to the European Union in particular – brought about fundamental changes in the market position of the Association's members. The Association's mission in the past and in the future will be to find ways of promoting the market potential of domestic brewing and brewers, and to slow down, or if possible, turn back negative market developments.*

*To this extent, significant efforts have been made to improve co-operation with the government especially in terms of negotiations on excise regulations and the joint elaboration of the recently adopted Product Charge Scheme. On the other hand, government organisations increasingly contact the Association for its views on proposed EU legislations as well.*

*Also acting as a forum of reconciliation of the differences between its members, the Association successfully resolved various issues brought to its attention.*

*The Association and its members will continue to make every effort in 2005 as well to maximise the satisfaction of beer consumers in Hungary.*

dr. Elemér Kiss  
Chairman of the Association

## Összefoglalás

Magyarországon a nagy nemzetközi konszernek tulajdonában lévő gyárak száma viszonylag alacsony. Jelenleg gyakorlatilag 4 nagy hazai gyártó kínálja termékeit a fogyasztóknak. Több gyártó évről évre megújuló csomagolásban viszi piacra termékeit, miközben új termékekkel is találkozhatunk. A Magyarországon gyártott sörök minősége összességében kiváló.

A magyar sörpiac nagyságát a 70 liter körüli átlagfogyasztás jellemezte éveken keresztül. Az évtizedekkel ezelőtti 100 litert is meghaladó egy főre jutó sörfogyasztás újbóli megközelítése – a tendenciát elemezve – nem tűnik reális célkitűzésnek.

A gyártók a fogyasztói igényeket figyelembe véve, – követve a nemzetközi tendenciát – növelték az alumínium dobozokban forgalmazott sörök arányát. Vannak gyártók, amelyek azonos mennyiségű italt vagy esetenként többet töltöttek dobozba, mint például hordóba.

A 2004-es év előtti időszak sajnálatos jellemzője volt, hogy a fogyasztói piac csökkenésével egyidejűleg folyamatosan, esetenként egyik évről a másikra, drasztikusan nőtt a sörgyártás legnagyobb adójellegű terhét jelentő fogyasztási, majd jövedéki adó. Ennek mértékét a gyártók indokolatlanul magasnak tartják. Öröndetes, hogy 2004-ben, 2005-re vonatkozóan, újabb emelésre nem került sor és reméljük, hogy 2005 sem hoz kedvezőtlen változást.

A sörgyártók piaci helyzetében 2004-ben alapvető változást hozott az Európai Unióhoz való csatlakozás, amelynek következményeként az Unió országaiból érkező sör import jellege – az ezzel járó teherrel együtt – megszűnt. Így közösségi behozatalban a korábbihoz képest nagyságrendekkel nagyobb mértékű olcsó, dobozos sör került be a magyar piacra, amely jelentősen rontotta a magyar gyártók piaci pozícióját.

További jelentős fejlemény volt a környezetvédelmi termék-díj törvény megalkotása, az újra felhasználható csomagolás ösztönzése, amelynek a piacra gyakorolt hatásait 2005 fejleményeinek tükrében lehet majd értékelni.

## Executive summary

*In Hungary, only a few local brewers owned by large international holdings are active. Currently, there are four beer producers with a local offering on the Hungarian market. In addition to introducing new products, brewers tend to add innovative forms of packaging for their traditional beer products year to year. Beer produced in Hungary is traditionally of excellent quality.*

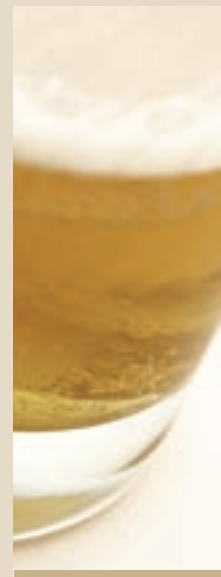
*The average beer consumption per capita has been in the range of 70 litres for many years. In view of these trends, approaching the over 100 litres per capita beer consumption characterising past decades no longer seems to be a realistic target.*

*In response to customer demand and following international tendencies, brewers in Hungary have successfully increased the share of beer sold in aluminium cans on the market. Some brewers sold the same if not higher volumes of beer in can than in keg, for instance.*

*As a rather adverse development in the years before 2004, the gradual saturation of the consumer market was coupled by a significant, if not dramatic increase in the level of the most important taxes in the sector: consumer tax and excise tax. With the current level of excise tax already unreasonably high, no changes in the rate were noted in 2004 and 2005 and there is hope that the year 2005 would not bring negative changes either.*

*Hungary's accession to the European Union in 2004 brought about fundamental changes in the situation of the brewers on the Hungarian market, when all import restrictions and levies on beer produced in other EU member states were lifted. This resulted in an excessive volume of cheap canned beer being dumped on the Hungarian market, which had a significant negative impact on the local brewers' positions.*

*Another major development was the promulgation of the new Act on Environmental Product Charges aimed at promoting the use of renewable forms of packaging. The impacts of this new regulation are yet to be seen in the light of market developments in 2005.*



## A sörfogyasztás jellemzői

## Beer consumption characteristics

### Sörértékesítés

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

Látjuk, hogy a 2003-as 1 %-os csökkenés után 2004-ben sajnálatosan újból csökkenéséről kell beszélnünk.

### Beer sales

Table 1. shows the total beer sales for in-house production of the member brewers of the Association in 2004, compared to the previous year, expressed in hectolitres.

As the table reveals, after a slight drawback of 1% in 2003, the decrease in sales continued in 2004 as well.

	2003	2004
Ezer hl / ,000 hl	7 326	6 479
%	100	89

1. sz. táblázat / Table 1.

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

### Sörértékesítés csomagolási típusonként

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

A hordóban forgalmazott sör arányainak kis mértékű változása megengedi azt a következtetést, hogy a csapolt sört fogyasztók tábora Magyarországon viszonylag stabil. A legtöbben az üveges söröket kedvelik.

### Beer sales by packaging

The figures in Table 2. clearly demonstrate the developments of the last few years resulting in constantly decreasing use of returnable forms of packaging, notably glass bottles and kegs.

In view of the insignificant changes in the share of beer sold in kegs, one may conclude that consumers of draught beer form a relatively stable group in Hungary. Globally, the vast majority of consumers still prefer bottled beer.

Csomagolási forma / Types of packaging	2003		2004	
	ezer hl / ,000 hl	%	ezer hl / ,000 hl	%
Visszaváltható palack (0,5 és 0,33 l együtt) / Returnable bottle (both size)	4 602	62	3 432	50
Eldobható palack (0,5 és 0,33 és 0,66 l együtt) / One way bottle	51	1	86	1
Hordó (minden méret) / Keg (all size)	1 085	14	965	14
Doboz (minden méret) / Can (all size)	1 700	23	2 342	35
<b>Összesen / Total</b>	<b>7 438</b>	<b>100</b>	<b>6 825</b>	<b>100</b>

2. sz. táblázat / Table 2.

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

### Sörértékesítés termékosztályok szerint

A táblázat adatai világosan mutatják, hogy az úgynevezett prémium kategóriás sör jelentős piaci helyet foglal el.

### Beer sales by product categories

As the table clearly shows, premium category beer represents a considerable market share.

	2003		2004	
	ezer hl / ,000 hl	%	ezer hl / ,000 hl	%
Standard	5 562	75	5 215	77
Premium	1 648	22	1 396	20
Specialities	228	3	214	3
<b>Összesen / Total</b>	<b>7 438</b>	<b>100</b>	<b>6 825</b>	<b>100</b>

#### 3. sz. táblázat / Table 3.

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

### Alkoholmentes sörök

2004-ben megtört az alkoholmentes sörök fogyasztásának öt éves növekedési sorozata, annak ellenére, hogy a magyar sörgyárak kínálata megfelelő.

### Non-alcoholic beer

In 2004, the five-year constant growth in the consumption of non-alcoholic beer was broken in spite the wide range of non-alcoholic products offered by the brewers of Hungary.

Kíszerelés	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Palack / Bottle	142	156	153	175	197	145
Doboz / Can	13	12	12	13	30	34
<b>Összesen / Total</b>	<b>155</b>	<b>168</b>	<b>165</b>	<b>188</b>	<b>227</b>	<b>179</b>

#### 4. sz. táblázat / Table 4.

Alkoholmentes sörértékesítés (ezer hl) / Non-alcoholic beer sales



# Birra

### Export-import

A korábbi években a Magyarországra érkező sörimport főként a sörkínálat bővítését szolgálta és nagyrészt a Sörszövetség tagjai anyavállalataik termékeiként hozták be az országba. De már 2002-ben is nagyobb mennyiségű sört importáltak független kereskedők (25%).

A 2004. évi rendkívül dinamikus importnövekedés természetesen tartalmazza a 2004. május 1-je utáni közösségi behozatalt is. A következő időszak legnagyobb kihívását ez a táblázat rögzíti.

A magyar sörgyártók exportja 2004-ben nem volt számottevő, bár némi növekedés megvalósult.

Import	2003	2004
MSSZ Sörgyárak / By AHB Breweries	114	350
Független kereskedők / except AHB Breweries	363	615
<b>Összes import / Total imports<sup>1</sup></b>	<b>477</b>	<b>965</b>

5. sz. táblázat / Table 5.

Sörexport és import, ezer hl / Beer exports and imports in Hungary, 000 hl

### Sörgyártáshoz felhasznált anyagok

A 6. sz. táblázat összesített kiadása látszólag ellentmond a forgalmi adatoknak, hiszen a fogyasztás csökkenésből a felhasznált anyagok össz ellenértékének csökkenése következne.

Amint látható, a csomagolóanyagoknál következett be jelentős növekedés, amely egy terméknél történt üveg-cserének, a dobozba való töltés növekedésének, valamint a PET palack használatának az eredménye.

Beszerezések	2003	2004
Mezőgazdasági termékek / Agricultural products	5 200	4 158
Csomagolóanyagok / Packaging materials	3 976	5 181
Vegyipari termékek / Chemicals	853	807
Energiahordozók és villamosenergia / Fuels and electricity	2 921	2 770
Egyebek / Others	1 797	2 237
<b>Összesen / Total</b>	<b>14 747</b>	<b>15 153</b>

6. sz. táblázat / Table 6.

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

### Beer exports and imports

In the previous years, beer imports in Hungary mainly related to the brewers' product and brand diversification efforts featuring the products of the local brewers' parent companies. Already in 2002, an increasing volume of beer (25%) was imported by independent traders that were not members of the Association.

Needless to say, the dynamic growth of imports in the year 2004 also includes intracommunity trade volumes after 1st May 2004. These numbers pose the biggest challenge to Hungarian brewers in the years to come.

The Hungarian brewers' exports in the year 2004 were not significant in spite the slight increase in volume.

<sup>1</sup>Forrás: KSH statisztika / <sup>1</sup>Source: KSH statistics

Export	2003	2004
MSSZ Sörgyárak / By AHB Breweries	2	15
Független kereskedők / except AHB Breweries	47	45
<b>Összes export / Total exports<sup>1</sup></b>	<b>49</b>	<b>60</b>

### Raw material input in beer production

The total spending volume in Table 6. seemingly contradicts total sales figures, as falling consumption would logically entail a decrease in the value of material input.

Further analysis of the figures however reveal a major increase in the cost of packaging materials, due to bottle replacement for a particular product, increase in canning activity and the growing use of PET bottles.



### Közteherviselés

A fogyasztás csökkenés költségvetésre gyakorolt hatását mutatja ez a táblázat. Össességében közel 12 milliárd forinttal kevesebb befizetést teljesített a söripar 2003-hoz képest. A különbség ennél is nagyobb lett volna, ha a jövedéki adó különlegesen nagymértékű emelésére nem került volna sor a 2004 január 1-i hatállyal. Így a csökkenés döntő részben az ÁFA befizetésnél keletkezett.

### Public contribution of the AHB members

This table demonstrates the impact of dropping consumption on the national budget. The total contribution of the beer sector in 2004 was 12 billion HUF less than in 2003. The difference would have been much higher if not for the particularly high increase in excise tax effective 1<sup>st</sup> January 2004. Slackening VAT payments were the main contributors to the decrease in public contribution.

	2003	2004
Jövedéki adó / Excise duty	28 165	28 050
ÁFA nettó (csak a vissza nem téríthető) / net VAT (non reclaimable taxes only)	25 727	16 479
Egyéb adók, országos / Other corporate taxes, national	2 580	1 451
Egyéb adók, helyi / Other corporate taxes, local	1 287	1 165
<b>Összes adóbefizetés / Total taxes paid</b>	<b>57 759</b>	<b>47 145</b>
Az ipar által fizetett TB járulék + egyéb bérfüggetlen járulékok / Social security + other wage-related taxes paid by the industry	2 957	3 632
Importvám / Import duties	1 560	56
<b>Összes adó + egyéb levonások / Total tax + other deductions</b>	<b>62 276</b>	<b>50 833</b>

#### 7. sz. táblázat / Table 7.

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

### Foglalkoztatás

A 2004-es esztendőben a söriparban foglalkoztatottak átlagos létszáma tovább csökkent. A bruttó átlagjövedelem minimális növekedést mutat.

### Employment

In 2004, the average headcount in the brewing sector continued to drop, along with a minimal growth in average income.

	2003	2004
Alkalmazottak éves átlagos létszáma	2 800	2 460
A létszám éves átlagjövedelme (ezer Ft) / Average yearly income of employees (,000 HUF)	2 455	2 460

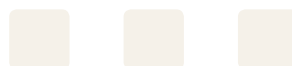
#### 8. sz. táblázat / Table 8.

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

A jelentés további részében a Magyar Sörgyártók Szövetsége tagjai a Borsodi Sörgyár Rt., a Brau Union Hungária Sörgyárak Rt., a Dreher Sörgyárak Rt., a Pécsi Sörfőzde Rt. 2004. évi eredményeivel ismerkedhetnek meg.



This report also contains the presentation of the annual results of every member of the Association of Hungarian Brewers, namely Borsodi Sörgyár Rt., Brau Union Hungária Sörgyárak Rt., Dreher Sörgyárak Rt. and Pécsi Sörfőzde Rt. in the year 2004.



## Borsodi Sörgyár Rt.

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

A Borsodi Sörgyár Rt. 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 csomagolás- innovációival folyamatosan képes trendet diktálni a hazai sörpiacon.

A Borsodi Sörgyár Rt. tulajdonosa, a belga Interbrew és a dél-amerikai Ambev egyesülésével létrejött Inbev, amely a világ legnagyobb söripari vállalata. Az Inbev közel 70.000 embert alkalmaz, és 30 országban folytatja tevékenységét, a két Amerikában, Európában, 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 import márká – Staropramen, Löwenbrau, Löwenweisse –, illetve specialitások, amelyek különleges ízlést biztosítanak.

E mellett a Borsodi Sörgyár Rt. legnépszerűbb terméke a Borsodi Sör, amely a legnagyobb volumenben értékesített sör Magyarországon.

A jelenleg 750 főt foglalkoztató Borsodi Sörgyár 2004. évi belföldi söréértékesítése 2,26 millió hektoliter volt, mely 1,3 %-al kevesebb, mint 2003-ban. Az értékesítés nettó árbevétele 4,6%-al csökkent az előző évhez képest, így 39,7 milliárd forint volt. A korábbi évek kimagasló eredményeivel szemben, az adózás előtti eredmény 45%-os drasztikus csökkenést mutat – az olcsó import söröknek köszönhetően – így 4 milliárd forintra csökkent ez évben.

A vállalat sikerének kulcsa a stratégiai gondolkodás, a konzekvens márkáépítés, a fogyasztók igényeinek szem előtt tartása és elkötelezettség a kimagaslóan jó minőség és a kulturált sörfogyasztás népszerűsítése iránt.

## Borsod Brewery Co.

*Borsodi Sörgyár Rt. is one of Hungary's largest breweries, which started producing beer and malt in 1973, in the suburbs of Bócs, a settlement located in the vicinity of Miskolc.*

*Borsodi Sörgyár Rt., having stepped over its regional dominance, has by now become a leading innovator of the sector. The company's results are due to its quick-to-respond attitude and its flexibility, with which it reacts to consumer and market demands, as well as its product and packaging innovations, which enable it to act as a trend setter in the Hungarian beer market.*

*Borsodi Sörgyár Rt.'s owner InBev, the world's largest brewing company, was formed through the fusion of Belgian brewer Interbrew and Ambev of South America. InBev employs 70 thousand people in 30 countries in the Americas, Europe and Asia Pacific.*

*InBev's leading global brands Stella Artois and Beck's are dynamically developing products of Hungary's premium beer segment. Several imported brands and specialties, including Staropramen, Löwenbrau and Löwenweisse enrich the company's portfolio, appealing to those who prefer extraordinary tastes.*

*In addition, the most popular product of Borsodi Sörgyár Rt. is Borsodi Sör, which is Hungary's best-selling beer.*

*Employing 750 people at present, Borsodi Sörgyár Rt. sold 2.26 million hectolitres of beer last year, which is 1.3% less than in 2003. The company's net sales returns decreased by 4.6% compared to the previous year, measuring at HUF 39.7 billion. In contrast with the flying colours of earlier years, the company's before-tax profit underwent a drastic fall of 45%, decreasing to HUF 4 billion in 2004, for which the recent flood of cheap, imported beers account.*

*The key to the company's success is the strategic kind of thinking, the consistent way of building brands, its efforts to always keep in mind consumer demands, as well as its commitment to outstanding quality and the popularization of a responsible way of beer drinking.*

## Brau Union Hungária Sörgyárak Rt.

A Brau Union Hungária Sörgyárak Rt., a nemzetközi Heineken csoport tagjaként végzi tevékenységét Magyarországon. A híres holland Heineken sör története 1863. december 16-án kezdődött: Gerard Adriaan Heineken, a sörgyár alapítója ezen az emlékezetes 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 Brau Union Magyarországon két sörgyárában, Sopronban és Martfűn állítják elő azokat a kiváló minőségű söröket, melyek értékesítésével a cég 2004-ben a sörpiac mintegy 28%-át birtokolta. A soproni gyár évszázados hagyományaival, 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 soproni 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 az osztrák 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 sörpiacon 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 nevét Brau Union Hungária Sörgyárak Részvénytársaságra változtatta. 2003. év végén az osztrák BBAG csoportot megvásárolta a Heineken N.V., és ezzel a magyar leányvállalat a világ egyik meghatározó és sikeres nemzetközi óriásának része lett.



## Brau Union Hungária Breweries Co.

*Brau Union Hungária Breweries Co. (Brau Union Hungária Sörgyárak Rt.), a key player in the Hungarian beer market, operates as a member of the multinational Heineken Group. 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.*

*With its quality beers produced in two brewing plants in Sopron and Martfű, BUH's domestic market share reached around 28 % in 2004. 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 Hungária Breweries Co. (Brau Union Hungária Sörgyárak Részvénytársaság). In the end of 2003 the BBAG Group and the international Heineken merged, since then the Hungarian subsidiary is a member of one of the key-player and successful brewing group of the world.*

Az utóbbi években jelentős modernizáción esett át mindkét gyár. Sok milliárd forintot fordítottak a gyártás és a csomagolás korszerűsítésére, a minőség fejlesztésére. A folyamatos beruházásoknak és fejlesztéseknek köszönhetően 2004-ben a soproni gyár éves termelési kapacitása elérte az 1,5 millió hektolitert, a martfűi gyáré pedig a 720 ezer hektolitert.

2002 óta a Brau Union Hungária Sörgyárak Rt. az MSZEN ISO 9001:2001 szabvány szerinti minőségirányítási rendszert és az MSZEN ISO 14001 környezetirányítási rendszert működteti, melyeket integráltak a már meglévő HACCP rendszerekkel.

A Brau Union legismertebb márkái a szuperprémium kategóriában a Heineken, Gösser, Zipfer, a prémium kategóriában a Kaiser, Amstel és a Steffl, Zlaty Bazant, a világos söröknél a Soproni Ászok, Soproni Kinizsi és a Talléros, az alkoholmentes sörök csapatában pedig a Schlossgold és a Buckler. A cég forgalmaz még olyan különlegességeket is, mint az Amstel Bock, Gösser Ice, a Kaiser Dark, a Wieselburger vagy az Edelweiss búzasör.

*Both plants have undergone considerable developments during the recent years. 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 2004 the production capacity of the Sopron plant had reached 1.5 million hl/year whereas that of the Martfű brewery had increased to 720 thousand hl/year.*

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

[www.brau.hu](http://www.brau.hu)

## Dreher Sörgyárak Rt.

A Dreher Sörgyárak Rt. 2004-ben több mint 2 millió hektoliter sört értékesített. A piac élmezőnyébe tartozó sörgyártó kiemelkedő teljesítményt ért el Dreher márkájával, mely piacvezető a prémium sörök kategóriájában.

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



A Dreher sörcsalád – Classic, Lager, Bak és Alkoholmentes változatban – rendkívül népszerű magyar márka a prémium sörök között. A Dreher Classic Magyarország legkedveltebb prémium söre. Az Arany Ászok, a legdinamikusabban növekvő

## Dreher Breweries Ltd.

*Dreher Breweries has sold over 2 million hectolitres beer in 2004. The brewery, which is among the market leaders in Hungary, had an outstanding performance in the premium beer category.*

*The brewery, that celebrated its 150th anniversary last year, is keeping its traditions while having the most advanced technology. More than 25 billion HUF investment in the past 10 years made it possible to preserve the values of the past and to operate with state-of-the-art equipment. Due to the continuous investments the brewery has become one of the most efficient breweries worldwide. The success of the company is based on meeting the needs of its consumers with the outstanding quality of its products and delighting its customers with the wide range of its portfolio of well-known brands.*

*The Dreher brand-family with its Classic, Lager, Bak and the Alcohol-free Dreher is a very popular Hungarian brand in the premium segment. Dreher Classic is the most popular premium brand in Hungary. Arany Ászok that continued to grow faster than*

márka a közepkategóriás sörök piacán, már alkoholmentes változatban is megtalálható. Márkánk nagyszerű teljesítményét az elmúlt években nyert érmek jellemzik legjobban – 1998 és 2004 között a Dreher Classic, Dreher Bak és az Arany Ászok 9 arany és 3 ezüst érmet nyert a nemzetközi minőségértékelő intézet által szervezett Monde Selection sörversenyen. Mind a Dreher Classic, mind az Arany Ászok márka elnyerte már a Nemzetközi Kiváló Minőség Trófea különdíjat is, melyet az egymást követő három évben arany érmet nyert márkák kaphatnak, az állandó magas minőség elismeréseként. A 2004 májusában megrendezett Nemzetközi Söripari Nagydíjon (Brewing Industry International Award), melyet gyakran a Sörgyárak Oscarjának is neveznek, a Dreher Bak szerepelt kitűnően: ezüst érmet nyert az erős barna sörök kategóriájában.

A részvénytársaság forgalmazza a világ első arany sörét, a cseh Pilsner Urquell, mely az igényes sörök fogyasztói körében egyre népszerűbb, dinamikusan fejlődő superprémium márka.

Importként kerül forgalomba a SABMiller anyavállalat nemzetközileg is közkedvelt söre, a Miller Genuine Draft. Licenc alapján készül a Tuborg, a Hofbräu München Premium Lager, és a Radegast. A tradicionális sörök közé tartozik a Kőbányai Sör, a Kanizsai Sör és a Rocky Cellar.

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 élelmiszer biztonságot szolgáló HACCP rendszert. A részvénytársaság 2004-ben adta ki az 1999-2003. közötti időszakot átfogó Környezetvédelmi Jelentését, mellyel elnyerte a Deloitte Magyarország Kft. által alapított Közép-európai Környezeti Jelentés Díját, az ún. „Zöld Béka” díjat. A vállalatnál folyó környezettudatos működési tevékenységnek nem ez az első elismerése: a Környezettudatos Vállalatirányítási Egyesület 2003-ban a Dreher Rt.-t Megtakarítás Díjjal jutalmazta, elismerve a takarékos hőenergia felhasználás terén elért eredményeit. A cég sikerének biztosítója a vevőközpontú, valódi értéket és minőséget jelentő szolgáltatás. A partnereivel kialakított, mindkét fél számára jövedelmező együttműködés révén továbbra is arra törekszik, hogy a legsikeresebb sörgyártó legyen Magyarországon.

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

*its competitors in the mainstream segment is now also available in an alcohol-free version. The great quality of our brands are best characterised by the medals they won in the past years – between 1998 and 2004 Dreher Classic, Dreher Bak and Arany Ászok have been granted 9 gold and 3 silver medals at Monde Selection, which is a significant international quality assessment event held every year. Both brands Arany Ászok and Dreher Classic have already won the Grand Trophy for International Quality for winning the first price in 3 subsequent years. At the Brewing Industry International Award of May 2004, which is often called as the Oscar Award of Breweries, Dreher Bak had a very good result: it received silver medal in the category of strong dark beers.*



*Dreher Breweries is the Hungarian distributor of the world's first golden beer, Pilsner Urquell, which is a dynamically progressing super premium brand, getting more*

*popular every year. Miller Genuine Draft is imported as a popular international brand of SABMiller Plc., Tuborg and Hofbräu München Premium Lager and Radegast are brewed under licence. The traditional beer brands are: Kőbányai Sör, Kanizsai Sör and Rocky Cellar.*

*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 has issued its Environmental Report for the period of 1999-2003 in 2004, which won the Award for Central European Environmental Report, the so-called "Green Frog" Award established by Deloitte Hungary. This is not the first acknowledgement of the environment protecting activities of Dreher Breweries. The Association for Environmental Management granted Savings Award to Dreher Ltd. in 2003, acknowledging its results achieved in the field of saving heat energy.*

*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 producer 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 third largest brewery in the world. Its annual sales exceed 130 million hl. The company operates with 122 Breweries in 40 countries and employs 45 000 employees.*

## Pécsi Sörfőzde Rt.

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, amely 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 sörpiac egyik jelentős szereplője, amely több mint 200 dolgozót foglalkoztat, így az ország délnyugati régiójának legjelentősebb vállalkozásai közé tartozik. A privatizáció óta több mint 3,2 milliárd forintot fordított fejlesztésekre. Termékeinek jellegzetes karakterét meghatározza a sörfőzővíz, amely a Mecsek-hegység forrásaiból, kútjaiból táplálkozik, valamint elsősorban 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 világos és Szalon Barna sört 2004-ben is a Monde Selection versenyen aranyéremmel tüntették ki. A szezonális sörkülönlegességek közül kiemelkedően kedvelt 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 alkoholmentes sör és a Schneider Weisse német búzasörkülönlegesség.

## Pécs Brewery Co.

*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 one of the significant players in the Hungarian beer market. The company employs more than 200 workers, thereby making the company one of the most significant in the south-western region of the country. Since the privatisation more than 3,2 billion HUF have been spent on development. 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, and above all 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.*

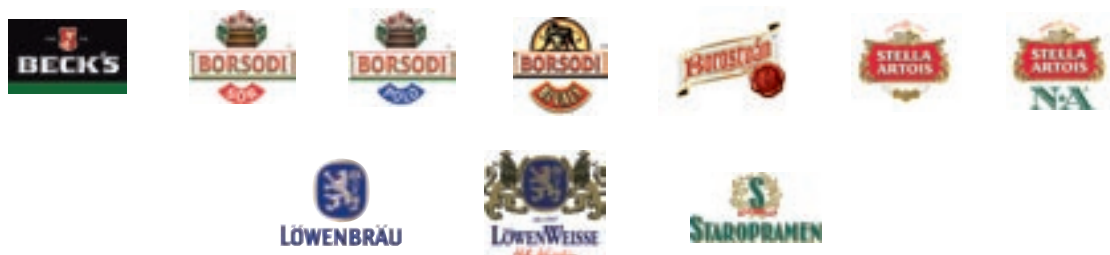
*Szalon beer, which has been continuously in the market since 1907, is a traditional Hungarian beer brand, which is amongst the top five beer brands in terms of popularity, significance and quantity sold. Szalon Barna is a product with a unique taste, which along with its elder brother – Szalon világos – won the gold medal in the Monde Selection competition in 2004 too. Beer specialities: The Három Királyok and the Tavaszi beer are by far the most popular beer specialities. 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.*

A sörgyárak kiemelt márkái

the Breweries' prominent brands

### Borsodi Sörgyár Rt.

*Borsod Brewery Co.*



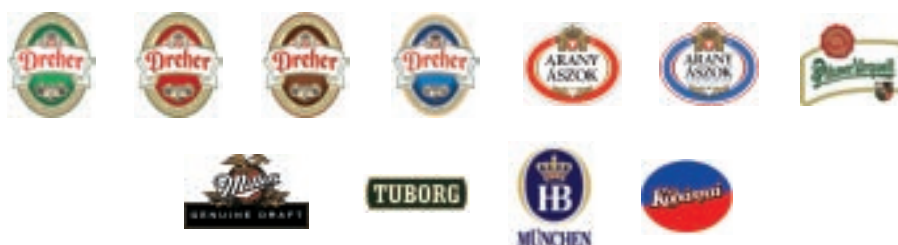
### Brau Union Hungária Sörgyárak Rt.

*Brau Union Hungária Breweries Co.*



### Dreher Sörgyárak Rt.

*Dreher Breweries Ltd.*



### Pécsi Sörfözde Rt.

*Pécs Brewery Co.*



## Címek, elérhetőségek

## Addresses, availabilities

### Magyar Sörgyártók Szövetsége

Dr. Kiss Elemér, elnök  
H-1052 Budapest, Fehérhajó u. 8-10.  
III. emelet 1.  
Telefon: (06-1) 486-0536  
Fax: (06-1) 266-3661

### Association of Hungarian Brewers

Dr. Elemér Kiss, Chairman of the Association  
H-1052 Budapest, Fehérhajó u. 8-10. III. / 1.  
Phone: (+36-1) 486-0536  
Fax: (+36-1) 266-3661

A Magyar Sörgyártók Szövetsége tagvállalatainak címlistája:

### *Corporate Members of the Association of Hungarian Brewers:*

#### Borsodi Sörgyár Rt.

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

#### Borsod Brewery Co.

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

#### Brau Union Hungária Sörgyárak Rt.

Alle Ypma, vezérigazgató  
H-9401 Sopron, Pf. 74.  
Telefon: (06-99) 516-100  
Fax: (06-99) 516-111

#### Brau Union Hungária Breweries Co.

Alle Ypma, Chief Executive Officer  
H-9401 Sopron, Pf. 74.  
Phone: (+36-99) 516-100  
Fax: (+36-99) 516-111

#### Dreher Sörgyárak Rt.

Hector Gorosabel, elnök-vezérigazgató  
H-1487 Budapest 10, Pf. 43.  
Telefon: (06-1) 432-9700  
Fax: (06-1) 432-9799

#### Dreher Breweries Ltd.

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

#### Pécsi Sörfőzde Rt.

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

#### Pécs Brewery Co.

András Csengő, Managing Director  
Weiss Kurt, Managing Director  
H-7602 Pécs, Pf. 125.  
Phone: (+36-72) 505-500  
Fax: (+36-72) 505-501



2004





Magyar Sörgyártók Szövetsége  
1052 Budapest, Fehérhajú u. 8–10. III. emelet 1.  
[www.sorszovetseg.hu](http://www.sorszovetseg.hu)