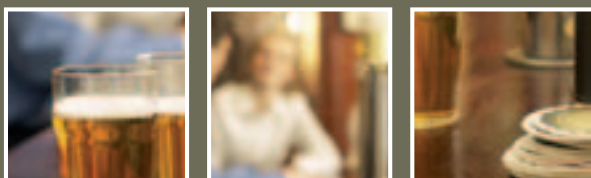




ÉVES JELENTÉS 2005

ANNUAL REPORT





Hisszük, hogy a sör – mértékletesen fogyasztva – része lehet egy egészséges és kiegyensúlyozott életmódnak.

Magyar Sörgyártók Szövetsége - Kereskedelmi Kommunikációs Kódex

We believe that consumed moderately,
beer can be part of a healthy and balanced lifestyle.

Code of Commercial Communication of the Association of Hungarian Brewers

Tartalomjegyzék

contents

Bevezetés, összefoglalás 4-6
Introduction, executive summary

Sörértékesítés 7
Beer sales

Alkoholmentes sörök 8
Non-alcoholic beer

Export, import 8
Beer exports and imports

A sörgyártáshoz felhasznált anyagok 8
Raw material input in beer production

Közteherviselés, foglalkoztatás 9
Public contribution of the AHB members, employment

Borsodi Sörgyár Zrt. 10
Borsod Brewery Co.

Brau Union Hungária Sörgyárak Nyrt. 12
Brau Union Hungária Breweries Plc.

Dreher Sörgyárak Zrt. 14
Dreher Breweries Ltd.

Pécsi Sörfőzde Zrt. 16
Pécs Brewery Co.

A sörgyárak kiemelt márkái 19
The Breweries' prominent brands

A sörfogyasztás jellemzői
Beer consumption characteristics

A szövetség tagjai
Members of the Association



Introduction

On behalf of the Association of Hungarian Brewers (AHB), I would like to greet all readers with an interest in beer production and sales.

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 Association of Hungarian Brewers is a non-governmental organisation whose members are in fierce competition to maintain and increase their respective market share, but have understood the need to combine their efforts in an association to represent and address their most important common interests.

Last year was the first full year since the Hungarian Republic has become full member of the European Union. The most important challenge for the Association's member companies was to adapt to the ensuing new market environment. As their annual sales figures would suggest, this adjustment was successful. The Association is also pleased to note the opening new ways of co-operation with the government: the brewers were invited to comment on a number of draft legislations during the year. In spite of its developing networking,

the Association's efforts in curtailing excise taxes were not rewarding, and its arguments against combining last year's 5% cut in VAT with an increase in excise tax on beer were finally not recognised.

The mission of the Association of Hungarian Brewers is not limited to efforts aiming at influencing local market conditions. Fully aware of its social responsibility, the Association has participated in a number of key social responsibility campaigns, including drink-or-drive and blood-donor initiatives.

The Association and its members will continue to make every effort in 2006 as well to maximise the satisfaction of beer consumers in Hungary.



Dr. Elemér Kiss
Chairman of the Association

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 2004-hez képest mintegy 4%-os növekedést értünk el.

	2004	2005
Összesen / Total	6 479	6 770

1. sz. táblázat / Table 1.

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

Beer sales

Table 1. shows the total beer sales for in-house production of the Association's member brewers in the year, compared to the previous year and expressed in hectolitres. As the table shows, a 4% growth in sales compared to 2004 was achieved.

Sörértékesítés csomagolási típusonként

A 2. számú táblázat adatai jól tükrözik a visszaváltható (szakmai kifejezést használva: többutas) csomagolási eszközök – üveg és hordó – használatának további visszaszorulását. A csökkenés minimális, amiben a termékdíjtörvény hatása mutatkozik meg, hiszen a korábbi években dinamikus volt az átrendeződés az egyutas megoldás javára.

	2004	2005
Csomagolási forma / Types of packaging	ezer hl / ,000 hl	ezer hl / ,000 hl
Visszaváltható palack (0,5 és 0,33 l együtt) / Returnable bottle (both size)	3 432	3 415
Eldobható palack (0,5 és 0,33 és 0,66 l együtt) / One way bottle	86	141
Hordó (minden méret) / Keg (all size)	965	919
Doboz (minden méret) / Can (all size)	2 342	2 375
Összesen / Total	6 825	6 850

2. sz. táblázat / Table 2.

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

Beer sales by packaging

Table 2. clearly demonstrates the continuing trend of decreasing use of returnable forms of packaging, notably bottles and kegs. Contrary to the dynamic shift to non-returnable forms of packaging recorded in the previous years, the decline could be minimised this year owing to the benevolent effects of the Act on Product Charges.

Sörértékesítés termékosztályok szerint

A táblázat adatai világosan mutatják, hogy a standard sörök uralkodó pozícióját semmi nem veszélyezteti. A prémium sörök fogyasztásában enyhe növekedés következett be.

	2004	2005
	ezer hl / ,000 hl	ezer hl / ,000 hl
Standard	5 215	5 236
Premium	1 396	1 423
Specialities	214	193
Összesen / Total	6 825	6 852

3. sz. táblázat / Table 3.

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

Beer sales by product categories

As the Table shows, nothing could threaten the dominant share of standard beer. A slight growth in the consumption of premium category beer could be however recorded.

Alkoholmentes sörök

Folytatódott az alkoholmentes sörök fogyasztásának 2004-ben is tapasztalt csökkenése, annak ellenére, hogy a magyar sörgyárak kínálata megfelelő.

Kiszerezés	2004	2005
Palack / Bottle	145	135
Doboz / Can	34	36
Összesen / Total	179	171

4. sz. táblázat / Table 4.

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

Export-import

Az importadatok nem alkalmasak az összehasonlításra és az elemzésre az uniós csatlakozással bekövetkezett változás miatt. A magyar sörgyártók exportja 2005-ben nem volt nagymértékű, bár jelentős növekedés történt.

Import	2004	2005
MSSZ Sörgyárak / By AHB Breweries	350	272
Független kereskedők / except AHB Breweries	615	
Összes import / Total imports	965	272

5. sz. táblázat / Table 5.

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

Sörgyártáshoz felhasznált anyagok

Amint látható, a csomagolóanyagoknál következett be jelentős növekedés, ami egy terméknél történt üvegcsereének, valamint a dobozba való töltés növekedésének az eredménye.

Non-alcoholic beer

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 2004 continued.

Beer exports and imports

With the changes brought about by Hungary's accession to the European Union, import data are not suitable for further analysis or comparison. The Hungarian brewers' exports in the year 2005 were not significant, despite the noteworthy increase in volume from year to year.

Export	2004	2005
MSSZ Sörgyárak / By AHB Breweries	15	171
Független kereskedők / except AHB Breweries	45	
Összes export / Total exports	60	171

Raw material input in beer production

An analysis of the figures reveals a major increase in the cost of packaging materials, owing to bottle replacement for a particular product and the growing use of cans.

Beszerzések	2004	2005
Mezőgazdasági termékek / Agricultural products	4 158	4 115
Csomagolóanyagok / Packaging materials	5 181	6 950
Vegyipari termékek / Chemicals	807	619
Energiahordozók és villamosenergia / Fuels and electricity	2 770	3 020
Egyebek / Others	2 237	1 626
Összesen / Total	15 153	16 330

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)



Közteherviselés

Szembetűnő, hogy a közteher 2004-hez viszonyítva kerekén 8%-kal növekedett, 4%-os értékesítésnövekedés mellett. Az adatokból egyértelmű, hogy a söripar adóterhei tovább nőttek.

Public contribution of ahb members

The total public contribution of the Association's members increased by 8% from 2004 at only 4% growth in sales. As these figures would suggest, the overall tax burden of the beer sector has continued to grow.

	2004	2005
Jövedéki adó / Excise duty	28 050	28 302
ÁFA nettó (csak a vissza nem téríthető) / net VAT (non reclaimable taxes only)	16 479	20 155
Egyéb adók, országos / Other corporate taxes, national	1 451	992
Egyéb adók, helyi / Other corporate taxes, local	1 165	1 508
Összes adóbefizetés / Total taxes paid	47 145	50 957
Az ipar által fizetett TB járulék + egyéb bérfügőgő járulékok / Social security + other wage-related taxes paid by the industry	3 632	3 274
Importvám / Import duties	56	31
Összes adó + egyéb levonások / Total tax + other deductions	50 833	54 262

7. sz. táblázat / Table 7.

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

Foglalkoztatás

A kemény piaci feltételekhez való alkalmazkodást jelzi, hogy a termelés és értékesítés növelését közel 1,5%-os mértékű létszámcsökkentés mellett sikerült elérni.

Employment

The growth in production and sales could only be achieved at a 1.5% percent overall staff cut, demonstrating an unrelenting effort to adapt to austere market conditions.

	2004	2005
Alkalmazottak éves átlagos létszáma	2 460	2 121
A létszám éves átlagjövedelme (ezer Ft) / Average yearly income of employees (,000 HUF)	2 460	2 720

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 Zrt., a Brau Union Hungária Sörgyárak Nyrt., a Dreher Sörgyárak Zrt., a Pécsi Sörfőzde Zrt. – 2005. évi eredményeivel ismerkedhetnek meg.

This report also contains the presentation of the annual results of all the members of the Association of Hungarian Brewers, namely Borsod Brewery Co., Brau Union Hungária Breweries Plc., Dreher Breweries Ltd. and Pécs Brewery Co. in the year 2005.

Borsod Brewery Co.

One of the largest breweries in Hungary today, Borsod Brewery started beer and malt production in 1973 at the outskirts of Bőcs, near the city of Miskolc in Northern Hungary.

Having gradually expanded its regional dominance, Borsod Brewery 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 challenges, and to shape the trends on the local beer market by constant innovation in products and packaging.

Borsod Brewery is owned by InBev, the world's largest brewing corporation established by the merger of Belgian Interbrew and South-American Ambev in 2004. The corporation employs more than 70,000 people in 30 countries of the world in North and South America, Europe, Asia and Oceania.

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 expands to a number of other important import brands like Staropramen, Löwenbrau and LöwenWeisse, in addition to a few specialty brands for the delicate consumer.

But Borsod Brewery's most popular product remains to be the Borsodi beer, which has the highest share of beer sales in Hungary.

With 2.2 billion hl of beer sold on the domestic market in 2005, Borsod Brewery remains to be the leading Hungarian brewer.

The company's sales in 2005 totalled 38.8 billion HUF, a value close to its performance in the previous years. The key to its success is strategic vision, consistent brand building, a constant devotion to satisfying consumer needs and commitment to outstanding quality.

45% of Borsod Brewery's sales last year was off-trade, 55% was on-trade. As a result of the new Act on Product Charges, the brewer recorded an almost 20% drop in the use of one-way packaging. The company's aim is to increase its sale in keg as well as returnable bottles, and has thus adopted a special strategy for the promotion of draught beer culture and modern drawing techniques.

With a 241% growth in Beck's sales volume from one year to the other, Borsod Brewery could significantly increase its dominance in the premium category. Beck's sales dynamics continued in 2006 as well. This trend is a notable one as Beck's successfully performs in very fierce competition on the market. Its success is partly attributable to the company's mature commercial and marketing strategy coupled with successful promotion, and partly to the fact that the reputation of German beers in Hungary is still very high.



Brau Union Hungária Sörgyárak Nyrt.

A Brau Union Hungária Sörgyárak NyRt. a nemzetközi Heineken csoport tagjaként végzi tevékenységét Magyarországon.

A csoport kialakulásának alapja, a híres holland Heineken sör története 1863-ra nyúlik vissza, amikor Gerard Adriaan Heineken, a sörgyár alapítója megvette Hollandia legnagyobb sörfőzdéjét, az úgynevezett De Hooibergert (magyarul Szénakazal). Heineken úr szándéka az volt, hogy a világ legjobb minőségű sörét főzze. Ennek érdekében 1886-ban dr. Elion (aki Párizsban Louis Pasteurnél tanult) segítségével kifejlesztette az A-yeast nevű élesztőt.

A mai napig is ez az élesztő a garancia a sör speciális, egyedülálló ízére, mely a Heinekent a világ „legnemzetközibb” sörévé teszi, hiszen 175 országban árúsítják.

A Brau Union Hungária Sörgyárak NyRt., mint a csoport magyar tagja, szintén évszázados múltat tekint vissza, 2005-ben ünnepelte fennállásának 110 éves évfordulóját. Két sörgyárat üzemeltet: Sopronban és Martfűn állítják elő azokat a kiváló minőségű söröket, melyek értékesítésével a cég 2005-ben a hazai sörpiac mintegy 30%-át birtokolta. A soproni gyár évszázados hagyományával, 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 meg Első Soproni Sörfőzde és Malátagyár Rt. néven, meghonosítva a cseh sörfőzés hagyományait. 1992 óta Soproni Sörgyár Részvénytársaságként működik, melyben akkor a többségi tulajdonos az osztrák BBAG lett. A következő évben átfogó fejlesztési program indult, melynek köszönhetően világszínvonalú lett a gyár technológiája, melyet azóta is folyamatosan fejlesztenek.

A Brau Union Hungária Sörgyárak NyRt. 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 megszüntető – megalapította a sörgyárat. A Szolnok közeli sörgyár 1985-ben kezdte meg a termelést. Az időközben részvénytársasággá alakult gyár részvénytöbbségét 1991-ben a privatizáció során a szintén 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-jén pedig a Soproni Sörgyár Rt. a konszernhez tartozás jegyében nevét Brau Union Hungária Sörgyárak Részvénytársaságra változtatta. 2003 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, integrálva a multinacionális vállalat jól kipróbált, hatékony folyamatait, eljárásait.

Az utóbbi években mindkét gyár jelentős modernizáción esett át. Sok milliárd forintot fordítottak a gyártás és a csomagolás korszerűsítésére, a minőség fejlesztésére. A folyamatos beruházásoknak és fejlesztéseknek köszönhetően 2005-ben 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 bevezették a Japánban kidolgozott TPM-rendszert, mely a minőség és a hatékonyság javítását segíti.

A Brau Union legismertebb márkái a szuperprémium kategóriában a Heineken és a Gösser, a prémium kategóriában a Kaiser, az Amstel, a Steffl és a Zlatý Bažant, a világos söröknél a Soproni, a Soproni Kinizsi, a Talléros és a Sárkány, az alkoholmentes sörök csapatában pedig 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 is operating in Hungary as an affiliate of the international Heineken Group. The history of the Group and the famous Dutch Heineken beer dates back to 1863, when its founder Gerard Adriaan Heineken purchased the largest brewery in the Netherlands, known as De Hooiberg (the "Haystack"). 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. This yeast still guarantees the special unique flavour of the beer today and has contributed to making Heineken the "most international" beer of the world, marketed in 175 countries.

The Hungarian member of the Group, Brau Union Hungária Breweries also has more than hundred years of history, having celebrated its 110th anniversary in 2005. The company has two brewery plants in Hungary: Sopron and Martfű produce top-quality beer with sales dominating about 30 percent of the Hungarian beer market in 2005. The operation in Sopron is renown to have been the first in Hungary to combine state-of-the-art equipment and technology with hundred years of tradition.

The brewery in Sopron was established by brewers from Brno and local traders in the region under the name of First Sopron Brewery and Malt Factory, with a mission to diffuse the traditions of Czech brewing in Hungary. Since 1992, the company has been operating under the name of Sopron Brewery Joint Stock Company, with its majority stakes acquired by BBAG Austria. The years following its privatisation were characterised by a global technical rollout programme to raise the brewery's technical standards to world class, but the development still continues.

The other brewery of Brau Union in Martfű is among the youngest brewers in Hungary. The idea of establishing a brewery dates back to 1981, when the plant was jointly formed by 28 farmers' cooperatives and state farms in Eastern Hungary to resolve the shortages in beer. The brewery finally went into production in 1985 near the city of Szolnok. Later, the brewery was transformed into a joint stock corporation, and in 1991 the majority of its stocks was acquired by Brau AG Union Göss-Reininghaus Österreichische Brau AG from Austria. In 1997, the operation in Martfű was merged with the Sopron Brewery retaining the name of the latter. On 1 January 1998, the name of the company was changed from Sopron Brewery to Brau Union Hungária Breweries to mark its affiliation to the concern. At the end of 2003, Heineken N.V. purchased the Austrian BBAG Group, and the Hungarian operation thus became a member one of the world's most dominant and successful conglomerates, with the ability to integrate the multinational corporation's well established and efficient procedures in its local operations.

Both operations in Hungary have undergone major modernisations lately. Billions of Forints have been invested in upgrading production and packaging infrastructure and on quality control. As a result of these investment and modernisation efforts, the annual production capacity in 2005 topped 1.5 million and 720 thousand at the Sopron plant and the brewery in Martfű, respectively.

In an effort to produce beer of the highest quality, Brau Union Hungária Breweries 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 further improved quality and production efficiency.

Brau Union's best known brands are Heineken and Gösser in the Super Premium category; Kaiser, Amstel, Steffl and Zlatý Bažant in the Premium category; Soproni, Soproni Kinizsi, Talléros and Sárkány in the light beer category; and Schlossgold and Buckler as alcohol-free products. The company is also marketing specialty beers like Amstel Bock, Gösser Ice, Kaiser Dark and Edelweiss wheat-beer.



BRAU UNION
Hungária
A Heineken Csoport Tagja

Dreher Sörgyárak Zrt.

A Dreher Sörgyárak Zrt. több mint másfél évszázados sörgyártói tapasztalata, technológiai fejlesztései és széles körű fogyasztói igényeket kielégítő, kitűnő márkái révén a magyar sörpiac meghatározó szereplője.

Az elmúlt évben a magyar fogyasztók 424 millió alkalommal választottak a Dreher Sörgyárak Zrt. széles körű márkakínálatából. A cég piacvezető prémium márkája, a Dreher Classic, Bak és Alkoholmentes variánsai a fogyasztók számára valódi értéket képviselnek. A selymes ízű Arany Ászok az ország egyik legnépszerűbb világos söre, az értékesítési mennyiség alapján pedig Budapesten első helyen áll, így fogyasztók ezreinek örömét aranyozza be nap mint nap. A Kőbányai Sör immár közel 60 éve nyújt azonnali felfrissülést a márka fogyasztói számára. Sikerét könnyed, lágyan kesernyés, üdítő íze és rendkívül vonzó ára garantálja.

A részvénytársaság forgalmazza a világszerte népszerű Pilsner Urquell, a világ első arany sörét, az eredeti pilzenit. A Dreher Zrt. termékkínálatának különleges darabja az egyedi filtertechnológiának köszönhetően könnyed, frissítő ízű Miller Genuine Draft. 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 múltú visszatekintő Hofbräu márkát is. A sörgyár által alkalmazott speciális technológiának köszönhetően az alkoholmentes termékek a fogyasztók számára valódi ízélményt biztosítanak.



A Dreher Sörgyár söreinek kiváló minőségét nemzetközi és hazai szakemberek is rendszeresen megerősítik különböző versenyeken. A cég saját márkái, a Dreher Classic, Dreher Bak és az Arany Ászok évről évre fényes éremmel térnek haza a Monde Selection nemzetközi minőségértékelő versenyről. Az állandó kitűnő minőségért már mindhárom termék kiérdemelte a Nemzetközi Kiváló Minőség Trófea különdíjat, melyet kizárólag a három egymást követő évben első helyezést elérő termékek számára ítél oda a szigorú szakmai zsűri. A Dreher Bak és az Arany Ászok söröket a világ legjobbjai között tartják számon a sörszakma „Oscar”-gáláján a Nemzetközi Sörpari Nagydíjon (Brewing Industry International Awards) elért előkelő helyezésük alapján.

A cég söreinek állandó ízminőségét az iparágban egyedülálló műszeres felszereltséggel rendelkező analitikai laboratóriumi vizsgálatok, valamint a jól képzett érzékszervi bíráló szakemberek garantálják. A vállalat számára fontos a folyamatos fejlődés, ezt célozzák energiateljesítmény-csökkentő fejlesztései és a szelektív hulladékgazdálkodás megvalósítása is. A cég környezetvédelemért tett erőfeszítéseit szakmai fórumok is példaértékűnek minősítik.

A hazai sörpari alapítójához méltó módon a Dreher Sörgyár tevékenységét és üzletvitelét az átláthatóság, a tiszta piaci verseny és a társadalmi felelősségvállalás alapelvei jellemzik. A cég működését a SABMiller leányvállalataként az anyacég legszigorúbb szakmai és etikai irányelveit követve, a magyar és európai uniós jogszabályokkal a legmesszebbmenőkig összhangban valósítja meg. 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. Dél-Afrikából indulva a SABMiller a világ egyik legnagyobb sörgyártó vállalatává nőtte ki magát, amely jelenleg sörgyárai, valamint szállítói szerződések révén 5 kontinensen, a világ több mint 60 országában van jelen.

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 leading players in the Hungarian beer market.

Last year, Hungarian consumers chose products 424 million times from the wide range offered by Dreher Breweries. The variants of the market-leading premium brand of the company, Dreher Classic, Dreher Bak, and the Dreher Alcohol Free product represent real value for the consumer. Smooth-tasting Arany Ászok is one of the most popular pale beers in the country, occupying the top position in respect of sales volume in Budapest, and goldens the pleasure of thousands of consumers each and every day. "Kőbányai Beer" has been providing immediate refreshment for the consumers of the brand for almost 60 years now. Its success is guaranteed by its light, slightly bitter, refreshing aroma and its attractive price.

The company also distributes the first "golden" beer, the original Pilsner Urquell which is popular all over the world. A special brand in the portfolio of Dreher Breweries is Miller Genuine Draft that has a light and refreshing taste thanks in some part to a special filter technology. The youngest member of the brand portfolio is the Czech brand Kozel, the success of which has enjoyed continuous success among enthusiasts of Czech beers ever since it was launched in Hungary. 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. Thanks to the type of technology used in the brewery, our alcohol-free products also offer a real taste experience to the consumer.

The excellent quality of Dreher beers is regularly confirmed by international and domestic experts at various competitions. Our own brands – Dreher Classic, Dreher Bak, and Arany Ászok – return with shining medals most years from the international competition Monde Selection.

For their consistently outstanding quality, all three have been awarded the special prize called the "Grand Trophy for International Quality" which is only granted to products that receive the first prize from the strict professional jury panel 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 business, the Brewing Industry International Awards.

The consistent taste of our brands is monitored by our analytical laboratory which is equipped to the highest standards in the industry, and by sensory evaluation carried out by well trained experts. SABMiller in fact appointed the Dreher analytical laboratory to measure for all its breweries in the European region. 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. The environmental efforts of the company are deemed exemplary by professional forums as well.

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. The company – as a subsidiary of SABMiller – follows the strictest professional and ethical guidelines and complies with all Hungarian and EU regulations in its operation. The company once owned by the Dreher family was acquired by South African Breweries (SAB) in 1993 which merged with the American Miller Brewing Company in 2002 through the acquisition of its shares to create the SABMiller group. From its South African origins, SABMiller has become one of the world's largest brewing companies with brewing interests or distribution agreements in over 60 countries across five continents.





Pécsi Sörfőzde Zrt.

A Pécsi Sörfőzde Zrt. 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 Zrt. neve magában hordozza a cég filozófiáját, amely szerint a vállalkozás nem ipari módon gyártja, hanem alapos gondossággal főzi az itt készülő szomjoltó italokat. Jelenleg az egyetlen magyar tulajdonú sörgyár.

A Pécsi Sörfőzde Zrt. 750 000 hl kapacitásával ma a magyar sörpiac egyik jelentős szereplője, amely több mint 200 dolgozót foglalkoztat, így az ország délnyugati régiójának legjelentősebb vállalkozásai közé tartozik. A privatizáció óta közel 5 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. Az új piaci kihívásoknak megfelelően a cég sikeresen átalakította kereskedelmi struktúráját.

Termékeinek jellegzetes karakterét meghatározza a sörfőzővíz, amely a Mecsek hegység forrásaiból, kútjaiból táplálkozik, valamint elsősorban a hazai földön termett árpából gondosan készített maláta és a Bajorország világhírű termőterületéről származó, hallertai 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. A Monde Selection versenyeken többször aranyéremmel kitüntetett Szalon Világos és Szalon Barna mellett a fogyasztók asztalára került a márka portfóliójának bővítéseként a Szalon Félbarna, a Szalon Búza és a Szalon alkoholmentes sör is.

A szezonális termékek közül kiemelkedően kedvelt a Szalon Három Királyok ünnepi sörkülönlegesség. A Radler egy egyedi ízvilágú, citromos, sörtartalmú üdítőital, amely már bodzaizben is fogyasztható. A világszerte kedvelt Gold Fassl prémium sör licenc alapján 1993 óta főzik Pécsett, 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 búzasör-különlegesség.

A Pécsi Sörfőzde Zrt. kiemelten fontosnak tartja a minőségi magyar sörkultúra letéteményeseként, egyben őrzőjeként az „itthon” főzött sörválaszték valódi kuriózumokkal történő szélesítését és színesítését, összhangba hozva azt a folyamatosan és gyorsan változó fogyasztói igényekkel.

Pécs Brewery Co.

The legal predecessor of Pécs Brewery was established by Lipót Hirschfeld in 1848 at the foot of the Mecsek Mountain, and soon grew into one of the largest breweries of the region. Carrying on under the name of Pannónia Brewery 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 the company's image, product quality and look, and the company's name was also changed. The name Pécs Brewery conveys the brewery's philosophy of mastering the brewing of thirst quenchers rather than simply "producing beer in factory". Today, it is the only brewer in Hungary of sole Hungarian ownership.

With an annual production capacity of 750,000 hl, Pécs Brewery is an important player on the Hungarian beer market employing over 200 people as one of the dominant businesses in the South-West Region of Hungary. Since its privatisation, the company has invested about 5 billion HUF in technical development.

In 2005, Pécs Brewery increased its sales volume by 30% and significantly improved its profitability compared to 2004. In an effort to meet the challenges of the opened market, the company effectively transformed its sales structures.

Its beers' typical character is owing to the special brewing water taken from the wells and springs of the Mecsek Mountain, 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 as one the five most popular, most dominant and most widely sold brands in Hungary. In addition to the well-known and several times awarded (Mode Selection Gold) brands Szalon Világos (pale) and Szalon Barna (dark), beer-lovers in Hungary can now enjoy Szalon Félbarna (semi-dark), Szalon Búza (wheat) and an alcohol-free beer of the same brand family.

A very popular beer specialty for the Christmas period is Szalon Három Királyok (Szalon Three Kings). Radler offers a unique flavour: a soothing soft drink of beer and lemonade, lately also available in the elder flavour. World-renown 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.

Pécs Brewery's imported beer brands: Ottakinger Hells, Null Komma Josef (alcohol-free) and Schneider Weisse, a German wheat-beer speciality.

Seeing itself as a custodian and guardian of Hungarian quality beer culture, Pécs Brewery has a mission to introduce true rarities on the market to continuously expand and diversify the range of beer products brewed in Hungary, in satisfaction of constantly and rapidly changing consumer needs.



A sörgyárak kiemelt márkái

The breweries' prominent brands





www.sorszovetseg.hu