

Meddelelse nr. 9/2007  
28. september 2007

## Årsregnskabsmeddelelse pr. 30. juni 2007

### Stærk toplinie-vækst, men betydelige investeringer i salg og distribution fører som tidligere meddelt til fald i indtjening

- Den positive udvikling for special-øl i Danmark kombineret med fokus på salg og marketingsaktiviteter gav en stigning i nettoomsætningen på 46% til i alt 14,5 mio.kr. (9,9 mio.kr. for regnskabsåret 2005/06). Fremgangen skyldes hovedsageligt salg til detailhandlen samt etableringen på On-Trade-markedet (caféer, restauranter mv.) i andet halvår af 2006/07. On-Trade segmentet udgjorde 30% af nettoomsætningen for regnskabsåret 2006/07 mod 10% i forrige regnskabsår.
- Omsætningen vedrørende den ordinære øldrift viste mere end en fordobling fra 5,8 mio.kr. til 12,3 mio.kr. for 2006/07.
- Nettoomsætningen fra Gourmet-Turn-Key projekter var mindre end sidste år med 1,8 mio.kr. Tilbagegangen skyldes aktivitetsforysning.
- Resultatet før skat faldt som forventet med 4,4 mio.kr. til -1,9 mio.kr. (2,6 mio.kr. for regnskabsåret 2005/06). Tilbagegangen skyldes hovedsageligt udgifter ved etablering af eget salgs- og distributionssystem, som har haft en væsentlig negativ påvirkning på resultatet for andet halvår som meddelt i forbindelse med offentliggørelse af kvartalsmeddelelse for 3. kvartal 2006/07.
- Der vil ikke blive foreslået udbetaling af dividende på generalforsamlingen.
- For 2007/08 forventes en nettoomsætning i niveauet 26-30 mio.kr. Årets nettoresultat forventes at blive et mindre negativt resultat i størrelsesordenen -1,0 mio.kr. påvirket af fortsatte investeringer i salgsorganisationen. Ultimo september 2007 er 12 mio.kr. af nettoomsætningen sikret gennem realiseret salg eller indgåede Turn-Key-kontrakter.

"Den volumenfremskud, vi har oplevet i 2006/07, er meget opmuntrende – specielt fordi der er tale om en bred fremskud inden for detailhandlen samt café- og restaurations sektoren" siger administrerende direktør Tom Sand-Kristensen. "Det er naturligt, at en fordobling af volumen inden for et år giver en række organisatoriske udfordringer. Med de investeringer, der er foretaget i salg og distribution, er der nu et solidt fundament til at styrke forretningen fremadrettet. "

øl · mad · mennesker



GOURMETBRYGGERIET

**HOVEDTAL & NØGLETAL***Beløb i DKK '000*

	2006/07	2005/06
<b>Indtjening (DKK '000)</b>		
Nettoomsætning	14.526	9.945
Resultat før skat	-1.860	2.584
Periodens resultat	-1.326	1.858
<b>Balance (DKK '000)</b>		
Balancesum	50.692	11.409
Egenkapital	45.239	4.708
<b>Pengestrøm (DKK '000)</b>		
Pengestrøm fra driften	-3.980	1.698
Pengestrøm fra investeringer	-17.422	-7.850
Fri pengestrøm	-22.652	6.158
<b>Børsrelaterede nøgletal</b>		
Resultat pr. aktie (DKK)	-0,34	1.607
Aktiekurs (DKK)	43	n.a.
Gennemsnitligt antal aktier (stk.)	3.862.000	1.156

Hoved og nøgletal er udarbejdet i overensstemmelse med Den Danske Finansanalytikerforenings "Anbefalinger & Nøgletal 2005"



øl · mad · mennesker

GOURMETBRYGGERIET

## Selskabets forretningsmæssige udvikling

Det danske ølmarked fortsatte den positive udvikling fra tidligere år, hvilket har været stærkt medvirkende til den positive fremgang i selskabets nettoomsætning fra 5,8 mio.kr. til 12,3 mio.kr. for specialølsforretningen. De seneste tal fra Bryggeriforeningen viser en stigning i markedsandelen for dansk special-øl med 44% i forhold til 2005. Det er stadig ledelsens opfattelse, at denne positive udvikling for dansk special-øl vil fortsætte og følge samme tendens som i USA.

Ligeledes har den løbende porteføljeudvikling bidraget positivt til omsætningen. I løbet af regnskabsåret 2006/07 introducerede GourmetBryggeriet ikke færre end 5 nye øl-varianter, og i juni 2007 blev porteføljen yderligere udvidet til også at omfatte læskedrikke samt mineralvand. Læskedrikserien blev dog introduceret sidst på regnskabsåret og bidrager derfor ikke væsentligt til omsætningen.

Den positive omsætningsfremgang er i høj grad også et resultat af strategien med indgåelse af "House Brand-aftaler". Specielt i perioden 1. januar – 30. juni 2007 er det lykkedes GourmetBryggeriet at lukke aftaler med en række caféer og restauranter, og denne positive udvikling har været ved for månederne juli og august 2007. Aftalerne indgås typisk for en tre-årig periode og sikrer således fremadrettet aktivitet, ligesom GBs mærke bliver synligt for forbrugerne som et alternativ til de kendte ølmærker. For perioden 1. juli 2006 – 30. juni 2007 udgjorde omsætningen fra On-trade kunder 30%. Det er forventningen, at den relative størrelse af On-Trade-markedet øges fremover, specielt set i lyset af den våde og solfattede sommer i 2007.

GourmetBryggeriet har også i 2006/07 foretaget licensbryg for andre bryggerier. I forhold til sidste regnskabsår er omsætningen herfra steget fra 0,1 mio.kr. til 0,5 mio.kr.

Aktiviteter i forbindelse med eksportmarkederne har for regnskabsåret 2006/07 været beskedne, idet fokus har været på hjemmemarkedet. GourmetBryggeriets produkter eksporteres i mindre omfang til både det svenske og det norske specialølsmarked gennem lokale importører.

Omsætningen fra Gourmet-Turn-Key divisionen udgjorde 2,2 mio.kr. mod 4,0 mio.kr. i regnskabsåret 2005/06. Turn-Key-divisionen udgør således 12% af omsætningen. I regnskabsåret 2006/07 blev der indgået to aftaler om opførelse af bryggerier, hvoraf det ene skal opføres på Island som oplyst i First North meddelelse nr. 8/2007. Det andet projekt er Bryghuset Vendia i Hjørring med officiel åbning den 6. oktober 2007 som oplyst i regnskabsmeddelelse nr. 4/2007. Omsætningen i relation til Vendia-projektet er indregnet på baggrund af færdiggørelsesgraden pr. 30. juni 2007. Projektet på Island vil først have driftseffekt i det kommende regnskabsår.



øl · mad · mennesker

GOURMETBRYGGERIET

## Fokus på salgsorganisationen

Som anført i henholdsvis First North meddelelse nummer 3/2007 og 6/2007, blev det besluttet at fremskynde etableringen af egen salgsorganisation. Ved udgangen af regnskabsåret 2006/07 udgjorde salgsorganisationen ti personer mod de kun to, der var forudsat i selskabets prospekt.

Aftalen med House of Beer A/S, der tidligere distribuerede en væsentlig andel af GBs volumen, er stadig operativ, men fra at udgøre omkring 80% for regnskabsåret 2005/06 aftager House of Beer A/S nu mindre end 8% af volumen for 2006/07.

Den strategiske beslutning herom blev truffet ud fra et ønske om at komme tættere på værdikæden og i endnu højere grad selv at kontrollere GB mærket.

Overgangen fra at være distribueret hovedsageligt via én samhandelspartner til at have indgået direkte samhandelsaftaler med hovedparten af de danske supermarkedskæder og Cash & Carry forretninger har været en ressourcekrævende opgave.

De sidste seks måneder af regnskabsåret er således negativt påvirket af investeringer med forskudte lønsomhedsmønstre. Det er ledelsens vurdering, at denne investering har været nødvendig og relevant for at stå solidt rustet til fremtidige udfordringer.

Salg - og distributionsomkostninger er således steget fra 0,9 mio. kr. til 5,5 mio. kr. og udgør 44 % af omsætningen for 2006/07 (reguleret for Gourmet-Turn-Key-divisionen).

## Kapacitetsudvidelse

Beslutningen om etablering af eget salgs- og distributions-set-up betød en revurdering af den kapacitetsudvidelse, der blev omtalt i selskabets prospekt. Efter kapacitetsudvidelsen i december 2006 til 1.350.000 liter blev yderligere produktionskapacitet sikret ved indgåelse af lønproduktions-aftale med Bryggeriet Fuglsang A/S i Haderslev, jf. First North meddelelse nr. 7/2007.

Opførelse af nyt bryggeri vurderes løbende, men det er ledelsens vurdering, at tidspunktet ikke er rettidigt set i forhold til den overskudskapacitet, der i øjeblikket eksisterer på det danske marked, og i forhold til usikkerheden omkring den rette dimensionering af bryggeriet.

## Markedsføringsaktiviteter

Den intense konkurrence på specialølsmarkedet blandt de eksisterende spillere kombineret med den stadige tilgang af nye specialølsbryggerier øger kravet om synlighed hos forbrugeren. GourmetBryggeriet har gennem 2006/07 investeret i aktiviteter, der øger GB-mærkets



øl · mad · mennesker

GOURMETBRYGGERIET

synlighed. Væsentligst kan nævnes indgåelse af sponsoraftale med Boldklubben FREM samt officiel øl-leverandør ved afholdelsen af Danish Music Awards 2007.

Herudover er der som nævnt investeret i "On-trade-sektoren" hovedsageligt gennem "House Brand-aftaler".

I forhold til 2005/06 er markedsføringsaktiviteterne øget med 0,1 mio. kr.

### **Indtjening**

Resultat før skat på -1,9 mio. kr. blev lavere end anført i prospektet. Forventningerne til et lavere driftsresultat som følge af investeringer med forskudt lønsomhedsmønster blev oplyst i henholdsvis First North meddelelse nr. 3/2007 og nr. 6/2007.

Det er hovedsageligt etableringen af eget salgs- og distributions-set-up som har påvirket driften negativt. Ud over en stigning i personale-udgifter har der været en nedgang i antallet af distributionspunkter på grund af overgangen fra House of Beer til eget distributionsnet. Distributionspunkterne er langsomt blevet reetableret hovedsageligt fortrinsvis via direkte samhandelsaftaler med supermarkederne. Endvidere har der været en række udgifter forbundet med udvikling og introduktion af en bredere specialølssportefølje samt læskedrikke i løbet af regnskabsåret.

Endelig er priserne på råvarer og hjælpematerialer steget mere end forventet, hvilket har givet et yderligere pres på marginerne samtidig med mix-ændringer i retning af dyrere forpakninger. På trods heraf er det lykkedes at fastholde en tilfredsstillende bruttomarginal.

Resultat før skat udgjorde -1,9 mio.kr. mod 2,6 mio.kr. for regnskabsåret 2005/06.

Resultat efter skat blev -1,3 mio.kr. mod 1,9 mio.kr. for regnskabsåret 2005/06.

### **Egenkapital**

Egenkapitalen udgjorde pr. 30. juni 2007 45,2 mio.kr. mod 4,7 mio.kr. pr. den 1. juli 2006. Ud over periodens resultat er egenkapitalen påvirket af kapitaludvidelsen i forbindelse med noteringen af selskabets aktier på First North.

### **Pengestrøm**

Selskabets cash flow fra driften var negativt med -4,0 mio. kr. mod 1,7 mio. kr. for regnskabsåret 2006/07. Det negative cash flow skyldes primært øgede salgsomkostninger og forskydningen i arbejdskapital.



øl · mad · mennesker

GOURMETBRYGGERIET

Selskabets frie cash flow var negativt med 22,7 mio. kr. grundet en negativ udvikling i arbejdskapitalen samt periodens investeringer. Den negative udvikling i arbejdskapitalen på 2,7 mio.kr. er som forventet. Det er især stigningen i selskabets lagre nødvendiggjort af den stigende efterspørgsel efter selskabets produkter samt den bredere produkt portefølje. Ligeledes påvirker omsætningsfremgangen cash flowet negativt på grund af en nominal stigning i debitormassen.

Periodens investeringsaktivitet udgjorde 15,8 mio.kr. Heraf udgjorde hovedparten erhvervelsen af den ejendom og grund, hvorfra GourmetBryggeriet drives i Roskilde. Andre væsentlige investeringer udgøres af fadølsudstyr i forbindelse med indgåelse af "House Brand-aftaler", udvidelse af produktionskapaciteten, erhvervelse af 50% af varemærket "Ølfabrikken" samt investeringer i andet salgsmateriel.

I perioden blev 1,6 mio.kr. anvendt til finansiering af "Turn-Key-projekter".

Finansieringsaktiviteten udgjorde 38,0 mio.kr., hvilket skyldes provenuet fra noteringen af selskabets aktier på First North. Emissionsomkostninger i forbindelse hermed udgjorde 2,1 mio.kr.

### Øvrige forhold

Pr. 1. maj 2007 erhvervede GourmetBryggeriet A/S 50 % af selskabet "Bryggeriet Ølfabrikken ApS" som umiddelbart efter erhvervede 100 % af varemærket "Ølfabrikken" samt øvrige immaterielle rettigheder. Bryggeriet Ølfabrikken er indregnet som en associeret virksomhed med 26 tkr. for perioden 1. maj – 30. juni 2007 under "finansielle poster".

### Resultatforventninger til 2007/08

Selskabet forventer en nettoomsætning i niveauet 26-30 mio. kr. (inklusive Turn-Key-divisionen), der primært er drevet af et stadigt voksende specialølsmarked kombineret med en vækst i markedsandel for dette segment. Stigningen i antallet af distributionspunkter forventes ligeledes at bidrage til omsætningsfremgangen. Ved udgangen af september måned 2007 er 12 mio. kr. af nettoomsætningen sikret gennem realiseret salg og indgåede Turn-Key-kontrakter.

Årets nettoresultat forventes at blive et mindre negativt resultat i størrelsesordenen -1,0 mio.kr. påvirket af fortsatte investeringer i salgsorganisationen.

### Generalforsamling

Selskabets generalforsamling afholdes den 23. oktober 2007 i Roskilde Hallerne, Møllehusvej 15, 4000 Roskilde.



øl · mad · mennesker

GOURMETBRYGGERIET

## Årsrapport

Årsrapporten forventes at være tilgængelig senest den 10. oktober 2007 på selskabets hjemmeside.

## Finanskalender 2007/08

27. oktober 2007	Generalforsamling
29. februar 2008	Halvårsmeddelelse

## Særligt om beholdning af GB aktier

GB har ingen beholdning af egne aktier.

Bestyrelse og direktion ejer direkte eller indirekte aktier som anført nedenfor, hvilket er uforandret siden introduktionen på First North.

Tom Sand-Kristensen, administrerende direktør 804 stk. aktier.

Lars Dietrichsen, direktør og bestyrelsesmedlem 1.154.546 stk. aktier.

Michael Knoth, projektchef og bestyrelsesmedlem 418.182 stk. aktier.

Henrik Jansen, bestyrelsesmedlem 563.546 stk. aktier.

Jens Løgstrup, bestyrelsesformand 18.182 stk. aktier. Endvidere ejer Jens Løgstrup 1/3 af Dansk Selskabsudvikling A/S, der ejer 312.000 stk. aktier.

Certified Adviser og dennes medarbejdere ejer ikke aktier i selskabet.

## Yderligere information

*Administrerende direktør Tom Sand-Kristensen, telefon 20271888, e-mail tsk@gourmetbryggeriet.dk, GourmetBryggeriet A/S, Bytoften 10-12, 4000 Roskilde.*

*GourmetBryggeriet (GB) er grundlagt af Lars Dietrichsen, kok og restauratør, og Michael Knoth, brygmester fra Skandinavisk Bryggerhøjskole. GB har ambition om at få det gode øl tilbage på frokost- og middagsbordet. Godt øl brygget til god mad nydt af mennesker har fra starten været målet med bryggeriet. Derfor er GBs motto "Øl, mad, mennesker". For mere information se [www.gourmetbryggeriet.dk](http://www.gourmetbryggeriet.dk).*

*Certified Adviser er Grant Thornton, Statsautoriseret Revisionsaktieselskab, Stockholmsgade 45, 2100 København Ø, telefon 35271383.*



øl · mad · mennesker

GOURMETBRYGGERIET