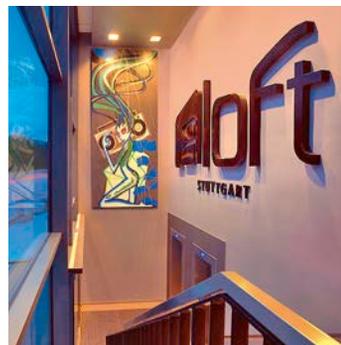




SCHÖRGHUBER
UNTERNEHMENSGRUPPE

UNTERNEHMENSBERICHT 2015





SCHÖRGHUBER
UNTERNEHMENSGRUPPE

Schörghuber Unternehmensgruppe

Solide aufgestellt mit einem breiten Produkt- und Dienstleistungsangebot

Seit mehr als 60 Jahren ist die Schörghuber Unternehmensgruppe national und international erfolgreich tätig. 1954 als reine Bauträgerfirma in München gegründet, konnte sich das familiengeführte Unternehmen rasch als erfolgreiche Bau- und Immobiliengesellschaft etablieren. Neben dem Unternehmensbereich Bauen & Immobilien engagiert sich die Unternehmensgruppe in den drei weiteren Bereichen Getränke, Hotel und Seafood, in denen sie rund 5.600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt.

Ein starker Verbund solider Gesellschaften zeichnet die Schörghuber Unternehmensgruppe aus. Die Bayerische Hausbau, in der die vielfältigen Immobilien- und Bauträgeraktivitäten zusammengefasst sind, zählt zu den großen integrierten Immobilienunternehmen in Deutschland. Mit einem Portfolio von rund 2,5 Milliarden Euro besetzt sie eine Spitzenposition im nationalen Immobilienmarkt. In der Brau Holding International, einem Joint Venture mit dem niederländischen Brauereikonzern Heineken, sind die Getränkebeteiligungen gebündelt. Mit der Paulaner Brauerei Gruppe, der Kulmbacher Gruppe und der Südwest Gruppe präsentiert sich die Gesellschaft als einer der führenden nationalen Brauereiverbunde mit breiter Markenvielfalt und traditionsreichen Bierspezialitäten. Die Arabella Hospitality bündelt unter ihrem Dach die Hotelaktivitäten und betreibt Hotels in Deutschland, der Schweiz und auf Mallorca. Geführt werden die Häuser unter den bekannten Hotelmarken St. Regis, The Luxury Collection, Westin, Sheraton, Four Points by Sheraton und Aloft sowie Arabella. Die in der Productos del Mar Ventisqueros zusammengefasste Lachszucht und -verarbeitung in Chile ergänzt als vierter Bereich Seafood die internationalen Geschäfte der Schörghuber Unternehmensgruppe.

Unternehmensinformation

Führungsgremien	Vorstand und Stiftungsrat	4
	Vorwort des Vorstandes	5
Unternehmensbereiche	Bauen & Immobilien	6–11
	Getränke	12–19
	Hotel	20–21
	Seafood	22–23
Themenseite	Josef Schörghuber-Stiftung für Münchner Kinder	24–25
Finanzinformation		
Konzern-Lagebericht	1 Grundlagen des Konzerns	26–27
	2 Wirtschaftsbericht	28–40
	3 Finanzielle Leistungsindikatoren – Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage	40–41
	4 Risikobericht	41
	5 Prognose, Chancen und Risiken	41–43
	6 Nachtragsbericht	43
	7 Finanzinstrumente und Risikomanagement	43–45
Konzern-Jahresabschluss	Gewinn- und Verlustrechnung	46
	Gesamtergebnisrechnung	47
	Bilanz	48–49



Vorstand

Dr. jur. Klaus N. Naeve	Vorsitzender des Vorstandes
Alexandra Schörghuber	Stellvertretende Vorsitzende des Vorstandes
Dr. Jürgen Büllsbach	Mitglied des Vorstandes
Christoph Michl	Mitglied des Vorstandes
Roland Tobias	Mitglied des Vorstandes

Stiftungsrat

Der Stiftungsrat der Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG ist das Kontrollgremium des Familienunternehmens und übernimmt einem Aufsichtsrat einer Aktiengesellschaft vergleichbare Funktionen und Tätigkeiten.

Alexandra Schörghuber	Vorsitzende des Stiftungsrates
Dr. Jobst Kayser-Eichberg	Stellvertretender Vorsitzender des Stiftungsrates Geschäftsführender Gesellschafter/Vorsitzender des Aufsichtsrates der Sedlmayr Grund und Immobilien KGaA
Rupert Hackl	Geschäftsführender Gesellschafter der Rupert Hackl Immoconsult GmbH
Nico Nusmeier	CEO der Aujan Coca-Cola Beverages Company (ACCBC), Dubai (Vereinigte Arabische Emirate)
Dr. Ingo Riedel	Vorsitzender der Geschäftsführung der Riedel Holding GmbH & Co. KG

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

2015 war nicht nur für die Schörghuber Unternehmensgruppe ein ereignisreiches Jahr. Die Welt, in der wir leben, ist in den vergangenen zwölf Monaten komplexer und unsicherer geworden: der milliardenschwere Solidarpakt zur Verhinderung eines Staatsbankrotts Griechenlands, die wiederholten Terroranschläge des so genannten Islamischen Staates, der anhaltende Bürgerkrieg in Syrien sowie der wesentlich damit verbundene Flüchtlingsstrom. All das hat unser gewohntes Miteinander verändert.

Auch in einem politisch turbulenten Jahr 2015 konnte die Schörghuber Unternehmensgruppe ihren Kurs halten und auf allen Geschäftsfeldern konsequent ihre unternehmerische Strategie weiterverfolgen. Besonders erfolgreich ist dies im Unternehmensbereich Bauen & Immobilien gelungen: Die Projektentwicklung auf dem ehemaligen Betriebsgelände der Paulaner Brauerei auf dem Münchner Nockherberg ist planmäßig fortgeschritten und am Standort Hamburg konnte der städtebauliche Wettbewerb für die Neubebauung des Esso-Häuser-Areals erfolgreich abgeschlossen werden.

Der Neubau der Paulaner Brauerei in Langwied war für den Getränkebereich ein historischer Meilenstein. Die erhöhte Ausstoßkapazität, die moderne, nachhaltige Technologie und die zeitgemäße Logistik gewährleisteten das weitere, vor allem internationale Wachstum einer der erfolgreichsten deutschen Bier- und Exportmarken.

Im Hotelbereich runden zwei neue Häuser der Marke Aloft in München und Stuttgart unser Portfolio ab. Die stylische Hotelmarke im günstigen Mittelklassebereich wurde von unseren Gästen sehr gut angenommen und ist gerade bei jüngeren Reisenden beliebt.

Ernüchternd hingegen verlief das Geschäftsjahr im Bereich Seafood, der unter den gesunkenen Preisen aufgrund eines Überangebots von Lachs auf dem Weltmarkt stark gelitten hat. Dessen ungeachtet setzen wir weiterhin auf hohe Qualität und optimierte Produktionsprozesse und konnten mit der erfolgten Zertifizierung zweier Anlagen in Chile einen weiteren Schritt zur nachhaltigen Fischzucht bewältigen.

Die Josef Schörghuber-Stiftung für Münchner Kinder schließlich schaut auf ein höchst erfolgreiches Jubiläumsjahr zurück: 20 Jahre nach ihrer Gründung konnte sie mit einer Spendensumme von knapp einer Million Euro Kinder aus sozial benachteiligten Münchner Familien bei Ferien- und Freizeitaufenthalten unterstützen.

Wir wünschen Ihnen eine informative Lektüre.

Dr. Klaus N. Naeve

Alexandra Schörghuber

Die Bayerische Hausbau ist eines der großen integrierten Immobilienunternehmen in Deutschland. Mit einem Portfolio im Wert von rund 2,5 Milliarden Euro nimmt sie nicht zuletzt in ihrem Stammmarkt München eine Spitzenposition ein. Rund 200 Mitarbeiter tragen zu diesem Erfolg bei. Die Bayerische Hausbau bündelt die Immobilien- und Bauaktivitäten der Schörghuber Unternehmensgruppe. Das Leistungsspektrum umfasst die Geschäftsfelder Immobilien und Development. Dazu gehören professionelles Asset- und Portfoliomanagement und Property Management für den eigenen Bestand sowie klassische Bauträgeraktivitäten.



Meilensteine in München und Hamburg

Mit der Fertigstellung von zwei viel beachteten Immobilien in Münchner Toplagen – dem Donisl in der Weinstraße 1 und dem Aloft Hotel in der Bayerstraße 35, unmittelbar am Münchner Hauptbahnhof – baut die Bayerische Hausbau ihren Bestand in München weiter aus. Der historisch gewachsene Schwerpunkt des Portfolios in München, und dort in 1-a-Lagen, wurde auch im Jahr 2015 weiter gestärkt. 85 Prozent des Werts ihres Immobilienbestands hält die Bayerische Hausbau aktuell im Münchner Stadtgebiet und hiervon rund 54 Prozent in der Innenstadt. An ihrem zweiten Standort Hamburg erreichte die Bayerische Hausbau mit dem erfolgreichen Abschluss des städtebaulichen Wettbewerbs einen Meilenstein in Bezug auf die Neubebauung des Spielbudenplatzes.

Startschuss für 1.400 Wohnungen in der Münchner Au

Die Planungen für die Bebauung am Nockherberg schreiten voran: Im Juli 2015 billigte der Stadtrat den Bebauungsplan für die drei Teilareale an der Welfen-, der Reger- und der Falkenstraße. Nach der Auslegung der Planungsunterlagen erfolgte zum Jahresende der Satzungsbeschluss. Damit ist die rechtliche Grundlage für den Bau von rund 1.400 Wohnungen in der Münchner Au gelegt. Bis zu 3.500 Menschen werden auf dem 9 ha großen Gebiet ein neues Zuhause finden. Mit der Schaffung von zusätzlichem Wohnraum auf rund 149.000 m² Geschossfläche ist die Bebauung des Nockherberg-Areals eine der bedeutendsten aktuellen Quartiersentwicklungen in München. Möglich wurde sie durch die Entscheidung der Paulaner Brauerei, ihre Produktion nach Langwied zu verlagern.

Wegen seiner Größe und seiner zentralen Lage stand das Projekt von Beginn an besonders im Fokus der Öffentlichkeit. Um die Anliegen der Bevölkerung angemessen zu berücksichtigen, haben die Bayerische Hausbau und die Landeshauptstadt München einen neuen Weg der Bürgerbeteiligung beschritten. In verschiedenen Workshop- und Informationsveranstaltungen konnten die Bürger frühzeitig ihre Kenntnisse über das Quartier ebenso wie ihre Wünsche und Vorstellungen in die Planungen einbringen. Dieser Pfad wurde im September 2015 mit einer neuerlichen Bürgerveranstaltung weiterverfolgt. Vertreter der Bayerischen Hausbau und der Landeshauptstadt München stellten

Neuer Wohnraum am Nockherberg



1 | Grünes Wohnquartier: die Planungen für das 9 ha große Nockherberg-Areal in der Münchner Au

2 | Intensiver Dialog: Zahlreiche Informationsveranstaltungen gewährleisteten die Einbindung der Bürger in den Planungsprozess

gemeinsam den aktuellen Planungsstand vor und diskutierten die einzelnen Aspekte mit den Bürgern. Die konkrete Gestalt der Gebäude wird aktuell auf der Grundlage der Ergebnisse des zweistufigen städtebaulichen und landschaftsplanerischen Wettbewerbs entwickelt.

Wie die Gebäude in der Welfen-, der Reger- und der Falkenstraße im Detail aussehen werden, stand Ende 2015 noch nicht fest, sicher ist jedoch: Es wird abwechslungsreich. So werden etwa Höhe und Breite der Häuser in der



1 | Großes Bürgerinteresse: die Vorstellung der Quartiersentwicklung

Regerstraße variieren, um Akzente zu setzen und die Ablesbarkeit von Einzelhäusern zu ermöglichen. Auch in der Gestaltung der Fassaden wird sich die Vielfalt widerspiegeln. Der Entwurf für die Welfenstraße zeichnet sich besonders durch über die gesamte Hausbreite gewölbte, vorspringende Regelgeschosse aus. Abgesetzte Erker im Obergeschoss sorgen zudem für eine lebhaftere Dachlandschaft. Auch in der Farbwahl wird der Neubau ein passendes Gegengewicht zur kräftigen Farbgebung des gegenüberliegenden Weilerblocks bilden. Städtebauliches Prinzip für das Gebäude in der Falkenstraße ist der städtische Block, der seine Maßstäblichkeit aus der Unteren Au bezieht. Er öffnet sich im südöstlichen Eck zum Auer Mühlbach hin und ermöglicht somit für sämtliche zum Innenhof orientierte Wohnungen einen Sichtbezug zur Grünfläche am Bach.

Die Quartiersentwicklung auf dem Nockherberg-Areal bedeutet einen wichtigen Beitrag zur Schaffung von dringend benötigtem Wohnraum in der bayerischen Landeshauptstadt.

30 Prozent der Wohnfläche sind für geförderten Wohnungsbau vorgesehen. Darüber hinaus ist auch die Bereitstellung von Werksmietwohnungen geplant. Mit ergänzenden Handels-, Gastronomie- und Dienstleistungsflächen sowie vier Kindertageseinrichtungen wird eine Infrastruktur errichtet, die auch für die direkte Umgebung einen Mehrwert bietet. Zusätzlich plant die Bayerische Hausbau auf den bisher ausschließlich industriell genutzten und vollständig versiegelten Arealen weitläufige Grünflächen mit Spielanlagen für Kinder. Ein Fuß- und Radwegenetz wird bestehende Wege sinnvoll fortsetzen und zudem neue Wegebeziehungen ermöglichen.

Im Herbst 2016 werden die Abbrucharbeiten beginnen. Die ersten Bewohner können voraussichtlich ab 2019 in die Gebäude in der Welfen- und der Falkenstraße ziehen. Ein Teil der Gebäude in der Regerstraße soll 2020 bezugsfertig sein. Insgesamt sollen die Arbeiten bis 2023 abgeschlossen werden.

Attraktiver Blickfang direkt am Hauptbahnhof

Unmittelbar am Münchner Hauptbahnhof, in der Bayerstraße 35, hat die Bayerische Hausbau ein neues Hotelgebäude errichtet. Neben dem im September 2015 eröffneten Aloft Hotel München befindet sich hier eine Gastronomiefläche mit rund 400 Sitzplätzen im Innen- und Außenbereich. Die Münchner Unternehmer Kathrin Wickenhäuser und Alexander Egger haben mit den Münchner Stubn einen neuen Ort der Gastlichkeit geschaffen. Gepflegte bayerische Küche mit modernen Akzenten bietet eine ideale Ergänzung zum kulinarischen Angebot rund um den Hauptbahnhof.

Die 184 Zimmer des Hotels befinden sich ausnahmslos in den Obergeschossen, wo sie sich teilweise um einen ruhigen Innenhof gruppieren oder über einen zusätzlichen Flügel zum Inneren des Blocks hin orientiert sind. Horizontal markieren kleine Gesimse die Kanten der Fassadenelemente. Dadurch entsteht als besonderer Blickfang ein ungewöhnliches Fassadenrelief. Die Fassade wurde nach dem Entwurf von Hild und K Architekten durch großformatige Elemente strukturiert, die optisch und haptisch an natürlichen Sandstein angeglichen sind.

Zuvor hatte an dem Standort ein baufälliges Verwaltungsgebäude aus den fünfziger Jahren gestanden. Mit dem neuen Gebäude wird die Blockrandbebauung an der Ecke Bayer- und Goethestraße erneut geschlossen. Wer nun den Hauptbahnhof nach Süden hin verlässt, wird unmittelbar von dem achtstöckigen Hotel mit Gastronomie empfangen.



2 | Attraktiver Neubau am Hauptbahnhof: die moderne Fassade des Aloft München

Einstimmige Juryentscheidung auf St. Pauli

Das Konzept für die Neubebauung des Areals am Spielbudenplatz steht: Auf dem rund 6.200 m² großen Grundstück der ehemaligen Esso-Häuser soll ein zukunftsweisendes Stück St. Pauli geschaffen werden – mit einem ortstypischen Mix aus Wohnen, Gewerbe und Kreativ- beziehungsweise Stadtteilnutzung. Im September 2015 hat das Preisgericht einstimmig den Entwurf der Büros NL Architects, Amsterdam, und BeL Sozietät für Architektur, Köln, ausgewählt. Dieser zeichnet sich besonders durch seine „städtebauliche Entschlossenheit und zugleich treffende Interpretation der Auslobung“ aus, so die Jury. Der Entscheidung war ein einzigartig intensiver Beteiligungsprozess vorangegangen: Im Auftrag des Bezirks Hamburg-Mitte hatte die PlanBude, ein interdisziplinäres Team aus den Feldern Architektur, Stadtplanung, Kunst, Film, Urbanistik und soziale Stadtteilarbeit, über sechs Monate lang rund 2.300 Beiträge von Bürgern auf St. Pauli gesammelt und ausgewertet. Die Ergebnisse aus diesem Verfahren – kurz: der St. Pauli Code – bildeten die Grundlage für den Wettbewerb.

Die Neubebauung wird vor allem dem großen Bedarf an günstigem Wohnraum auf St. Pauli Rechnung tragen: Rund 14.800 m² Wohnen sollen insgesamt realisiert werden. Davon sind knapp 60 Prozent als öffentlich geförderte Wohnungen und Baugemeinschaften, die restlichen gut 40 Prozent als frei finanzierte Mietwohnungen geplant. Den gewerblichen Teil der Bebauung von zirka 11.350 m² teilen sich St.-Pauli-typisches kleinteiliges Gewerbe – wie Clubs und Gastronomie sowie Nahversorgung – und ein individuelles Hotelkonzept. Ein weiterer Baustein bietet auf rund 2.500 m² Raum für stadtteilbezogene und innovative Nutzungen. Hierzu gehören das Innovationskonzept FabLab, eine Stadtteilkantine, das Rock'n'Roll Hotel Kogge, das



1 | Informieren und diskutieren: Beim Bürgerworkshop im St. Pauli Stadion wurde der Zwischenstand der Architekturentwürfe präsentiert



2 | In der PlanBude: Besucher nehmen sich viel Zeit für die Fragebogen

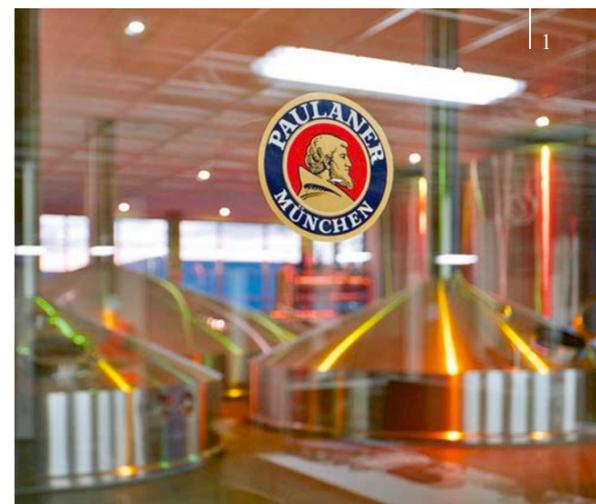


3 | Grundlage für den Bebauungsplan: der Siegerentwurf von NL Architects, Amsterdam, und BeL Sozietät für Architektur, Köln

St. Pauli Museum, Subkulturräume und Flächen für kiezspezifische Sozialversorgung. Hinzu kommen Räume für den Musikclub Molotow und – ebenfalls in einem zweistöckigen Untergeschoss am Spielbudenplatz – ein Saal als variable Spielstätte für Livemusik, Theater und Kino. Auf Basis der nun vorliegenden Ergebnisse des städtebaulichen Wettbewerbs wird durch die fünf Büros NL Architects, Amsterdam, und BeL Sozietät für Architektur, Köln, Coido architects, Hamburg, feld72 Architekten ZT GmbH, Wien, LACATON & VASSAL ARCHITECTES, Paris sowie ifau und Jesko Fezer, Berlin, in einer zweiten Wettbewerbsphase die Architektur vertieft bearbeitet. Parallel dazu wird das Bebauungsplanverfahren eingeleitet.

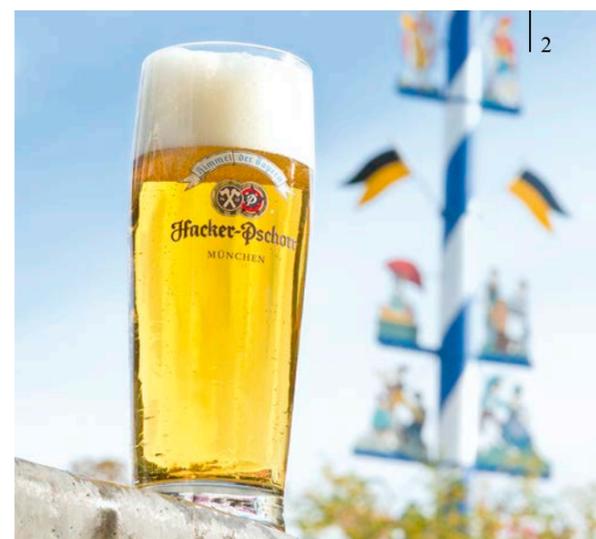
Die einstimmige Entscheidung der Wettbewerbsjury bestätigt die Bayerische Hausbau in ihrem konsequenten Bemühen, als zuverlässige Partnerin der Stadt und des Bezirks mit diesem eine gemeinsame Lösung zu finden, die den besonderen Anforderungen des Stadtteils entspricht und gleichzeitig eine angemessene Wirtschaftlichkeit der Neubebauung gewährleistet.

Die Brau Holding International ist ein Joint Venture der Schörghuber Unternehmensgruppe (50,1 Prozent) mit Heineken (49,9 Prozent). Mit zwölf Brauereien in Süddeutschland steht die Gruppe für vielfältige Bierkultur, Brautradition und Biere höchster Qualität. In dem harten Verdrängungswettbewerb auf dem deutschen Biermarkt bietet die Brau Holding International der regionalen Braukunst eine Heimat. Zu ihr gehören 50 Prozent der Paulaner Brauerei Gruppe und 63,8 Prozent der Kulmbacher Gruppe sowie die Südwest Gruppe. Die übrigen 50 Prozent der Paulaner Brauerei Gruppe hält die Schörghuber Unternehmensgruppe.



Wachstum durch regionale Vielfalt

Im deutschen Biermarkt zeichnet sich seit einiger Zeit ein Trend zu regionalen Marken und Bierspezialitäten ab. Hierfür ist die Brau Holding International gut aufgestellt, wie die Entwicklung im vergangenen Jahr erneut gezeigt hat: Unter den großen deutschen Brauereigruppen war sie laut AC Nielsen eine von lediglich zwei Gruppen, die im Umsatz wachsen konnten. Der Brauereiverbund erzielte unter den Top Five sogar den größten Umsatzzuwachs. Grund dafür ist die regionale Ausrichtung der Brau Holding International, die neben der nationalen Marke Paulaner eine Vielzahl regionaler Marken im Portfolio hat, die stark genug sind, um trotz des rückläufigen Markts zu wachsen.



Statt auf Hektoliter setzt die Brauereigruppe auf wertorientiertes Wachstum – und das mit Erfolg: Dank einer konsequenten Preispolitik hat sie in den vergangenen fünf Jahren den Umsatz kontinuierlich um insgesamt 50 Millionen Euro erhöht. Allein im vergangenen Jahr wurde bei gleichbleibendem Absatz der Umsatz um 3,5 Prozent auf 633 Millionen Euro gesteigert. Die Gruppe hat das Jahr, bereinigt um Sondereffekte, mit einem neuen Rekordergebnis von über 45 Millionen Euro (EBIT BNRI) abgeschlossen.

Paulaner Brauerei in München-Langwied gestartet

Bei der Traditionsbrauerei Paulaner in München stand 2015 ein Jahrhundertprojekt im Mittelpunkt: der Neubau der Brauerei und des Logistikbereichs im Stadtteil Langwied. Mit der neuen Betriebsstätte im Münchner Nordwesten hat

sie die Voraussetzungen dafür geschaffen, auch künftig weiterwachsen zu können. In den vergangenen Jahren war der traditionelle Standort am Nockherberg insbesondere im Bereich Logistik zunehmend an seine Grenzen gestoßen.

Der Neubau ist für die Paulaner Brauerei ein Projekt der Superlative: Ein dreistelliger Millionenbetrag wurde seit dem Baustart im Frühjahr 2014 investiert, um innerhalb von weniger als zwei Jahren auf einem ehemaligen Maisfeld eine funktionierende Brauerei zu errichten. Zwei Drittel der Aufträge gingen dabei an bayerische Firmen.

Bauprojekt der Superlative



1 | Paulaner: eine der erfolgreichsten deutschen Bier- und Exportmarken

2 | Regional starke Marke: Die Bierspezialitäten von Hacker-Pschorr tragen zum Erfolg der Brau Holding International bei

3 | Meilenstein: Die neue Betriebsstätte in München-Langwied beheimatet Produktion und Logistik



Planmäßig konnte die Brauerei im Spätsommer 2015 angefahren werden. Als symbolischer Auftakt fand am 14. August ein Umzug der Braumeister und der original Paulaner Hefe zu der neuen Braustätte statt. Mit dem traditionellen Pferdegespann führen die Braumeister und die Hefestämme quer durch die Stadt, begleitet und fotografiert von Tausenden Münchnern. Der Zug machte an verschiedenen Paulaner Gaststätten Halt und wurde in Langwied von Hunderten Anwohnern willkommen geheißen. Zwei Wochen später wurde der erste Sud im neuen Sudhaus eingebracht.

Am 15. September, vier Tage vor dem Start des Münchner Oktoberfestes, hieß es dann „Abg’füllt is“. Alexandra Schörghuber eröffnete gemeinsam mit den Paulaner Geschäftsführern Roland Tobias und Dr. Stefan Lustig feierlich die Brauerei. Die geladenen Gäste, darunter Oberbürgermeister Dieter Reiter und sein Stellvertreter Josef Schmid, waren live dabei, als die Flaschen mit der offiziellen „Erstabfüllung Langwied“ vom Band liefen.

Seit der ersten Abfüllung wird der Betrieb Schritt für Schritt hochgefahren. Im Monatsrhythmus sind seither die insgesamt sechs Abfülllinien nacheinander in Betrieb genommen worden. Gleichzeitig wurde die Produktion am Nockherberg kontinuierlich zurückgefahren und Mitte November 2015 der letzte Sud dort gebraut. Im März 2016 wurden die letzten Abfüllanlagen am Nockherberg endgültig stillgelegt; seither läuft der Betrieb komplett in Langwied.

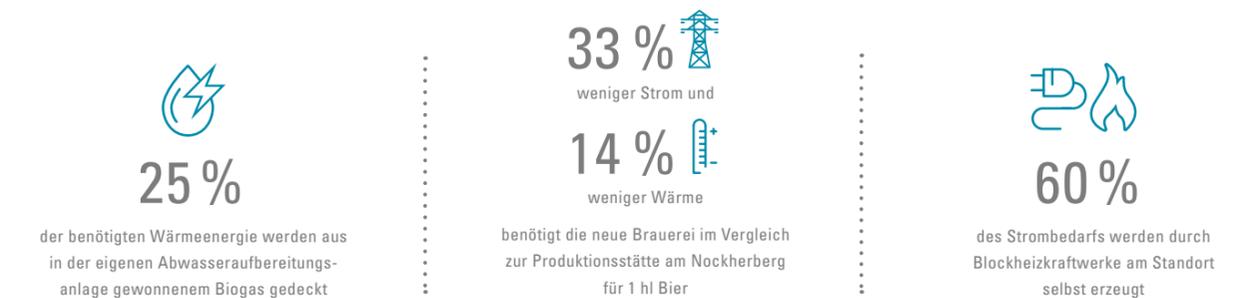
Höchste Standards beim Energie- und Wasserverbrauch

Der neue Standort verbindet traditionelle Brauverfahren mit modernster, umweltschonender Technik. Bei der Planung des Sudhauses wurde darauf geachtet, die Sudlinien genauso aufzubauen wie am Nockherberg, um weiterhin mit den gleichen klassischen Brauverfahren arbeiten zu können. Zusammen mit dem Wasser aus derselben Wasserschicht wie am Nockherberg, der Paulaner Hefe sowie den bewährten Malzen und Hopfensorten aus der Region ist dies die Voraussetzung, die Paulaner Biere weiterhin in der gewohnten hohen Qualität zu brauen. Zählte Paulaner schon bisher zu den Brauereien mit dem niedrigsten Wasser- und Energieverbrauch in der Branche, wird sie zukünftig in Langwied Maßstäbe setzen.



1 | Festlicher Umzug: Die Paulaner Braumeister brachten die Hefestämme im Pferdegespann zur neuen Braustätte
 2 | Startschuss für die neue Brauerei: Roland Tobias, Heiner Müller, Alexandra Schörghuber, Dr. Stefan Schmale, Dr. Stefan Lustig, Andreas Steinfatt (v.l.n.r.)

Umweltschonende Produktion



Trotz der Brauereiverlagerung nach Langwied wird Paulaner auch künftig in der Münchner Au präsent sein: Die Hauptverwaltung bleibt am Gründungsort der Brauerei beheimatet. Das neu errichtete Verwaltungsgebäude integriert den alten, denkmalgeschützten Zacherl-Bau und die dazugehörigen Gewölbekeller in einem zeitgemäßen Neubau. Bis Ende des Jahres 2015 war der Rohbau des Gebäudes in der Ohlmüllerstraße weitgehend abgeschlossen. Im Januar 2016 wurde das Richtfest für die neue Hauptverwaltung gefeiert, im Dezember 2016 sollen die Mitarbeiter dort einziehen.

Wachstumsimpulse im Inland für Paulaner

Auch im Markt blickt die Paulaner Brauerei auf ein erfolgreiches Jahr zurück. Trotz leicht rückläufiger Absatzzahlen im Inland und eines im Vergleich zu den Vorjahren gebremsten Wachstums im Ausland konnte die Gruppe ihren Umsatz um fast fünf Prozent steigern. Darüber hinaus wurden viele Maßnahmen ergriffen, um Wachstumsimpulse für die Zukunft zu setzen. So wurde der Marktauftritt der alkoholfreien Weißbiere mit neuen Etiketten, einem

eigenen TV-Spot und einer eigenen Website neu gestaltet, um den Marktanteil im Segment der alkoholfreien Biere weiter auszubauen. Mit der neuen Positionierung als „idealer Durstlöscher für die aktive Freizeit“ setzt Paulaner direkt auf einen aktuellen Trend, da Nachfrage und Akzeptanz von alkoholfreiem Weißbier als Erfrischungsgetränk und natürlicher Alternative zu süßen Schorlen und Softdrinks seit Jahren stetig zunehmen.

Ein weiteres Segment mit Wachstumspotenzial sind die Kleingebinde, Verpackungen mit vier bis sechs Flaschen. Im Rahmen des Brauereiumzugs nach Langwied hat Paulaner eine Neuheit im Markt eingeführt: die so genannten „Neck-through-Baskets“. Durch ihre geschlossene und kompakte Bauweise verhindern die neuen Packs ein ungewolltes Aufreißen sowie das Herausfallen von Flaschen und gewährleisten ein hohes Maß an Stabilität. Der ausziehbare Griff sorgt zudem für einen optimalen Tragekomfort und eine sichere Handhabung. Damit bieten die neuen Verpackungen Vorteile sowohl für den Handel als auch für den Verbraucher und gewährleisten Paulaner ein Alleinstellungsmerkmal im Markt.



Breites Länderportfolio steigert Auslandsgeschäft

Im Auslandsgeschäft hat die Brau Holding International im Vergleich zum Vorjahr knapp ein Prozent Absatz zugelegt. Dabei hat sich auch hier die breite regionale Aufstellung bei Paulaner ausgezahlt: In Ländern, die noch vor kurzem als Wachstumsgaranten galten, wie etwa China und Russland, war aufgrund der wirtschaftlichen Lage ein Rückgang zu verzeichnen. Diesen haben sehr gute Entwicklungen in anderen Ländern, beispielsweise in Italien, aber auch in Teilen von Asien, mehr als wettgemacht.

Um das Auslandsgeschäft weiter auszubauen, hat Paulaner massiv in die Zukunft investiert. Mit der Erweiterung des Vertriebsteams in den USA sowie der Gründung eines eigenen Büros in China wurden die Voraussetzungen für eine intensivere Marktbearbeitung in zwei der wichtigsten Absatzmärkte geschaffen. Auch die Verlängerung der Sponsoring-Partnerschaft mit dem FC Bayern zielt unter anderem darauf ab, die internationale Bekanntheit der Marke FC Bayern dafür zu nutzen, weltweit Konsumenten für Paulaner zu gewinnen. Darüber hinaus hat Paulaner ein weiteres Spielfeld betreten: Seit Herbst 2015 ist die Brauerei offizieller Bierpartner der Basketballmannschaft des FC Bayern.

2015 wurden wieder fünf Bräuhäuser unter den Marken Paulaner und inzwischen auch Hacker-Pschorr eröffnet. Damit gibt es mittlerweile weltweit 37 Bräuhäuser, davon allein 28 in Asien. Dass es sich dabei keineswegs um einen kurzfristigen Trend handelt, zeigt der Erfolg des Bräuhäuses Peking: Die Gasthausbrauerei wurde 1992 als erstes Paulaner Bräuhaus außerhalb Deutschlands gegründet und hat im Juni 2015 das Einbrauen des 5.000. Suds gefeiert.

Regionale Stärke zahlt sich aus

Neben der Marke Paulaner basiert die Stärke der Brau Holding International im Markt auf einem starken Portfolio regionaler Marken, die sich im vergangenen Jahr ebenfalls erfolgreich entwickelt haben.

Unter den regionalen Marken und Bierspezialitäten hat vor allem Mönchshof außerordentliche Zuwächse erzielt. Die Marke der Kulmbacher Brauerei profitiert dabei insbesondere von einem deutlich zweistelligen Wachstum des vor vier Jahren eingeführten Mönchshof Natur-Radler, das inzwischen die 100.000-hl-Marke überschritten hat. Auch die alkoholfreie Sorte Mönchshof Naturtrüb's Alkoholfrei hat zur positiven Entwicklung der Marke beigetragen. Die Marke Fürstenberg aus Donaueschingen hat sich erneut positiv entwickelt, ebenso wie die Münchner Bügelverschlussmarke Hacker-Pschorr.



1 | International erfolgreiches Gastronomiekonzept: Paulaner Bräuhaus in Singapur

2 | Grund zum Feiern: In Peking wurde der 5.000. Sud eingebracht

3 | Beliebt und begehrt: Mönchshof Natur-Radler hat zur positiven Entwicklung der Marke beigetragen



Brau- und Wirtshaustradition im Herzen der Stadt: der neue Hacker-Pschorr Donisl

Im Dezember 2015 eröffnete Hacker-Pschorr den neuen Donisl. Die älteste noch aktiv betriebene Gaststätte in München wird von der Wirtsfamilie Reindl geführt und setzt auf eine zeitgemäße Interpretation traditioneller Wirtshauskultur. Gebaut wurde das Gebäude von der Bayerischen Hausbau. Innerhalb von knapp zwei Jahren Bauzeit hatte sie die neue Vorzeigeeimmobilie in der Münchner Innenstadt fertiggestellt.

Nahezu in Handarbeit wurde das alte Gebäude bis auf die vordere Fassade abgerissen. An seiner Stelle ist ein zeitgemäßer Neubau entstanden, der traditionelle Formen aufnimmt und diese neu interpretiert. Das Konzept des Architekturbüros Hild und K Architekten bezieht sich typologisch auf die Alt-Münchner Laubenhöfe. Im Zentrum steht ein heller, von Säulen umsäumter Innenhof, in dessen unterschiedlich ausgeprägte Tonnengewölbe sich gemütliche Sitznischen schmiegen. Ein Glasdach gibt den Blick auf die Türme der Frauenkirche frei und lässt sich bei gutem Wetter öffnen. Die Fassade zur Weinstraße einschließlich des charakteristischen Freskos von Max Lacher und der Löwenkulptur von Marlene Neubauer-Woerner wurde erhalten und restauriert, so dass sich das neue Gebäude wie bisher harmonisch in sein Umfeld fügt.

Gebaut und geführt nach dem Reinheitsgebot

Der Donisl vereint authentische Materialien und traditionelle Handwerkskunst. Von den geschmiedeten Fenstergittern über die Böden aus Eichenbohlen und Wachenzeller Dolomit, einem lokalen Naturstein aus der südlichen Frankenalb, bis zu Wandvertäfelungen, Bänken und Tischen aus massiven Birnen- und Ahornhölzern – überall im Donisl finden sich hochwertige Baustoffe aus der Region, die aufwändig verarbeitet wurden.

Für die Hacker-Pschorr Brauerei ist der Donisl nicht nur ein wichtiges Vorzeigeejekt und eine ideale Markenbühne,

sondern auch ein Stück Brauereigeschichte. Das Wirtshaus wurde im Jahr 1715 von Max List aus Ramersdorf als Bierwirtschaft am Markt eröffnet und kam 1760 zu seiner heutigen Bezeichnung, abgeleitet vom Namen des damaligen Pächters Dionysius Haertl. 1885 erwarb der Brauereibesitzer Georg Pschorr das Haus. Seitdem gehörte die Gaststätte zur Hacker Brauerei, die 1972 mit der Pschorr Brauerei zu Hacker-Pschorr fusionierte. In der Hackengasse, nur einen Steinwurf entfernt, stand damals das Stammhaus der Brauerei. Joseph Pschorr selbst wohnte in direkter Nachbarschaft des Donisl, dort, wo heute das Rathaus steht.

Münchner Bierkultur steht im Mittelpunkt des Donisl. Als echte bayerische Sortimentsbrauerei bietet Hacker-Pschorr Bierkennern und -genießern mit zwölf verschiedenen Sorten das richtige Bier für jeden Geschmack und zu jedem Essen. Im Erdgeschoss wird der Ausschank von Hacker-Pschorr Edelhell aus dem traditionellen Holzfass effektiv in Szene gesetzt: Schon vom Eingang fällt der Blick auf den kunstvoll gestalteten Tresen, an dem der Schankkellner die Fässer ansticht und das Bier zapft. Mit einem eigens entwickelten Fassaufzug wird das Bier direkt aus dem Keller auf die große Haupttheke gefahren. Direkt dahinter befindet sich ein Schrank, in dem die persönlichen Krüge der Stammgäste aufbewahrt werden.

Schon vor der offiziellen Neueröffnung am 7. Dezember 2015 wurde der Donisl rege von den Gästen angenommen. Jung und Alt, Einheimische ebenso wie Gäste aus aller Welt fühlen sich hier wohl. Lieferanten aus der Umgebung sorgen täglich für frische Produkte, aus denen Küchenchef Bernhard M. Maier gemeinsam mit seinem Team unterschiedliche Münchner Spezialitäten kocht. Die Speisekarte vereint wiederentdeckte Zubereitungsarten wie die Siedeküche mit Klassikern wie gebackenem Kalbskopf und rescher Kalbshaxe. Rund 620 Sitzplätze bietet die Gaststätte im Innen- und Außenbereich.

Für die Bayerische Hausbau und Hacker-Pschorr ist der Donisl eine Herzensangelegenheit und gleichzeitig ein besonders gelungenes Gemeinschaftsprojekt beider Unternehmensbereiche. Gebaut und geführt nach dem Reinheitsgebot ist er ein Stück echte Münchner Wirtshauskultur und damit Teil einer lebendigen Münchner Innenstadt.



1 | Sorgsam restauriert:
die historische Fassade der
Traditionsgaststätte Donisl
2 | Tradition und Moderne:
das neue Innenraumkonzept
mit Lauben und Nischen

Die Arabella Hospitality betreibt als Führungsgesellschaft für den Unternehmensbereich Hotel insgesamt 21 Häuser in Deutschland, der Schweiz und auf Mallorca. Das Management für das Gros des bestehenden Hotelportfolios hat der langjährige Partner Starwood Hotels & Resorts Worldwide übernommen, während sich die Arabella Hospitality auf die Entwicklung und das Asset-Management der Hotelimmobilien konzentriert. Die Häuser gehören den bekannten Marken St. Regis, The Luxury Collection, Westin, Sheraton, Four Points by Sheraton und Aloft sowie Arabella an.

Deutschland-Premiere der Aloft Hotels

Mit der Eröffnung zweier neuer Hotels in Deutschland haben die Arabella Hospitality und Starwood Hotels & Resorts Worldwide im September 2015 eine Punktlandung geschafft: Die Aloft Hotels in München und Stuttgart sind die ersten Häuser der amerikanischen Trendmarke, die auf deutschem Boden eröffnet wurden und sich seither großer Beliebtheit erfreuen.

Trendige Stadthotels als Szenetreff

Ihre zentrale Innenstadtlage, ein unkonventioneller, zeitgemäßer Service sowie das hippe Design der Häuser ziehen besonders jüngere Reisende an. Das Aloft München liegt direkt gegenüber dem Münchner Hauptbahnhof, nur wenige Schritte

von der Fußgängerzone mit ihren zahlreichen Einkaufsmöglichkeiten entfernt. Auch die Theresienwiese, auf der das bekannte Oktoberfest stattfindet, ist fußläufig gut zu erreichen. Das trendige Stadthotel bietet moderne Zimmer mit Designausstattung und bereichert gerade im mittleren Preissegment das Übernachtungsangebot in der Isarmetropole. Das Aloft Stuttgart ist Teil des neuen Gebäudeensembles Milaneo, das sich mit umfangreichen Shopping- und Gastronomieangeboten sowie mit Wohnungen und Büroflächen in unmittelbarer Nähe der Stuttgarter Innenstadt und des Hauptbahnhofs befindet. Mitten im Europaviertel gelegen, eröffnet das Aloft Stuttgart seinen Gästen einen Panoramablick auf den Killesberg. Mit seinem abwechslungsreichen Musik- und Eventprogramm belebt es das Europaviertel und gilt als neuer Szenetreff in der schwäbischen Landeshauptstadt.

Gelungene Kombination von Musik und Technologie

Vor allem die lokale Musikszene hat in den Aloft Hotels einen attraktiven Partner gefunden. Denn Herzstück der Hotels ist die W XYZ Bar, in der regelmäßig angesagte Newcomer-Bands spielen und DJs auflegen. Der Eintritt ist dabei frei. Zentraler Treffpunkt ist die öffentliche re:mix Lounge in der Lobby mit Billardtisch und In-Touch-Terminals, an denen sich die Gäste über beliebte Plätze und Lokale in der Stadt informieren können. Neben dem Musikprogramm zeichnen sich die Aloft Hotels durch zukunftsweisende integrierte Technologien aus. Schlüssel waren gestern: Die Zimmertüren lassen sich mit SPG Keyless einfach per Smartphone oder Apple Watch öffnen. Für den Check-in können sich Gäste über die App von Starwoods Kundenbindungsprogramm SPG anmelden. Innovativ ist auch das Gastronomiekonzept re:fuel: ein rund um die Uhr geöffneter Mini-Supermarkt, in dem man sich individuell warme und kalte Speisen zusammenstellen kann – überwiegend aus regionalen Produkten. So genannte Tactic Rooms dienen Geschäftsreisenden als Konferenzräume. Sie sind ausgestattet mit großen LED-Bildschirmen, Highspeed WLAN und Spielkonsolen.



3 | Designhotel der Mittelklasse: das Aloft München



1 | Relaxen bei angesagter Musik: die Bar im Aloft Stuttgart



2 | Hipbes Design und Hightech: die re:mix Lounge in der Lobby

Mittelklassehotels als Zukunftsmarkt

184 Zimmer in München, 165 Zimmer in Stuttgart: Mit den beiden Aloft Hotels erweitert die Arabella Hospitality ihr Portfolio im Mittelklassesegment, das besonders die Zielgruppe der preisbewussten, jüngeren Reisenden anspricht, die den trendigen Designcharakter der Stadthotels mit ihren bezahlbaren Annehmlichkeiten zu schätzen wissen. Gerade im Mittelklassebereich sieht die Arabella Hospitality neben der Luxushotellerie mittel- und langfristig die besten Chancen, unternehmerisch zu wachsen.

Ventisqueros ist die operative Führungsgesellschaft des Unternehmensbereiches Seafood und Mitglied der Global Salmon Initiative (GSI). Ihr Anspruch ist es, qualitativ hochwertigen Lachs möglichst nachhaltig zu produzieren. Das Unternehmen gehört zu den Top Ten der chilenischen Lachsindustrie und vertreibt seine Frisch- und Tiefkühlprodukte überwiegend in Brasilien, Japan, Russland und den USA sowie seit Ende 2015 auch in Europa.

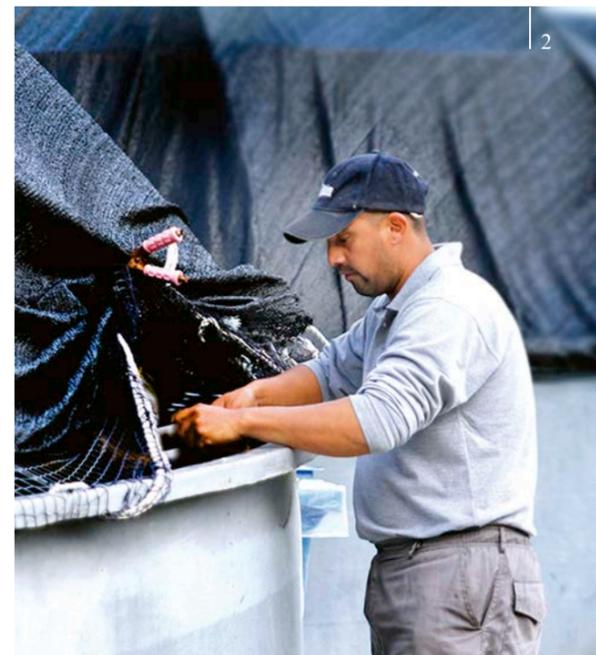


Lebensmittelsicherheit und Nachhaltigkeit haben Priorität

Lachs als Lebensmittel genießt einen sehr guten Ruf: Er ist nicht nur reich an gesunden Omega-3-Fettsäuren, sondern auch schmackhaft und vielseitig in der Zubereitung. Dies gilt für Wildlachs ebenso wie für Lachs aus Zuchtbetrieben. Zugleich wächst das Bewusstsein der Verbraucher für eine nachhaltige, ressourcenschonende Produktion von Lebensmitteln. Zertifikate und Gütesiegel, die für hohe Standards in der Lebensmittelsicherheit bürgen, sollen hier für Orientierung beim Einkauf sorgen. Ein Zertifikat, das sowohl die Lebensmittelqualität als auch eine umfassende Betrachtung nachhaltiger Aspekte in der gesamten Wertschöpfungskette berücksichtigt, ist das ASC-Siegel. Dieses beruht auf den vom World Wildlife Fund (WWF) mitentwickelten, strengen Richtlinien des Aquaculture Stewardship Councils (ASC), den Standards, an denen sich die Mitglieder der Global Salmon Initiative (GSI) und somit auch Ventisqueros messen lassen. Für das Unternehmen war es daher ein großer Erfolg, im Berichtsjahr gleich für zwei Meerwasseranlagen zur Zucht von Pazifklachs (Coho) ein ASC-Zertifikat entgegennehmen zu können. Als nächste Herausforderung steht nun die Zertifizierung der für die Zucht von Atlantiklachs verwendeten Anlagen bevor.

1 | Optimale Bedingungen für die Aufzucht: Atlantiklachs, Pazifklachs und Lachsforelle aus Chile

2 | Für erstklassige Qualität: moderne Produktionsanlagen der Aquakultur



Globale Absatzmärkte von Ventisqueros

- Hauptmärkte 82 %
- Nebenmärkte 18 %



Chancen nutzen

Der Umsatz der chilenischen Lachsindustrie lag 2015 bei annähernd gleicher Ernte nach ersten Hochrechnungen rund 20 Prozent unter dem Vergleichswert des Vorjahres. Verluste am US-amerikanischen Markt sowie die wirtschaftliche Schwäche sowohl Brasiliens als auch Russlands machten ihr schwer zu schaffen. Für Ventisqueros ist es daher unerlässlich, sich gegen die Volatilität des Marktes weiter abzusichern. Der fortwährende Ausbau der Kundenbasis ist eines der Mittel dazu. So hat Ventisqueros im Berichtsjahr über die Kooperation mit einem belgischen Importeur damit begonnen, seine Produkte auch in Europa zu vermarkten. Zudem ist das Unternehmen nach wie vor bestrebt, die Konsolidierung der chilenischen Lachszucht aktiv mitzugestalten.



1 | Rekordsumme im Jubiläumsjahr:
Schirmherrin Alexandra Schörghuber
bei der Scheckübergabe an Münchens
Oberbürgermeister Dieter Reiter

20 Jahre Josef Schörghuber-Stiftung für Münchner Kinder

Die Josef Schörghuber-Stiftung für Münchner Kinder ist Teil des sozialen Engagements der Schörghuber Unternehmensgruppe. Sie wurde am 26. Juli 1995 auf Initiative von Josef Schörghuber gegründet, der drei Millionen Mark Stiftungskapital zur Verfügung stellte. Die Stiftung wird vom Sozialreferat der Landeshauptstadt München verwaltet. Im Vordergrund steht die Einzelförderung von bedürftigen Kindern und Familien.

Persönliches Engagement

„Wenn man die Möglichkeit hat, Gutes zu tun, sollte man sie nutzen.“ Dieses Zitat von Alexandra Schörghuber, formuliert in einem Interview anlässlich des runden Jubiläums der Josef Schörghuber-Stiftung für Münchner Kinder im Jahr 2015, charakterisiert treffend den unkomplizierten Pragmatismus des sozialen Engagements der Schörghuber Unternehmensgruppe. Ein Beispiel: Als der Vorstand Mitte 2014 beschloss, die Förderung für das Haus der Kunst einzustellen, entschied er zugleich, dass die bereits budgetierte Sponsoringsumme von einer halben Million Euro stattdessen der Josef Schörghuber-Stiftung für Münchner Kinder zugutekommen soll. Es wird nicht viel geredet, sondern gehandelt.

Kindern und Jugendlichen unbeschwerte Momente schenken

Kein Kind in München soll aus finanziellen Gründen auf Ferien mit Gleichaltrigen verzichten müssen. So lautet das Motto der Stiftung, das Alexandra Schörghuber spürbar am Herzen liegt. Als Schirmherrin der Stiftung ist es ihr ein Anliegen, möglichst viele Menschen dafür zu begeistern, und das tut sie mit Erfolg. Die Möglichkeit, lokal etwas bewegen zu können, verbunden mit der Gewissheit, dass jede Spende ohne Abzug von Verwaltungskosten in eine Ferienmaßnahme fließt, hat der Stiftung über die Jahre hinweg viele und vor allem treue Spender beschert. Dank ihrer Unterstützung ermöglicht die Josef Schörghuber-Stiftung für Münchner Kinder jedes Jahr Tausenden Kindern und Jugendlichen die Teilnahme an Freizeit- und Ferienmaßnahmen, bis heute waren es über 88.000. In den vergangenen 20 Jahren wurden dafür über drei Millionen Euro an finanziellen Mitteln zur Verfügung gestellt.

Neues zum Jubiläum

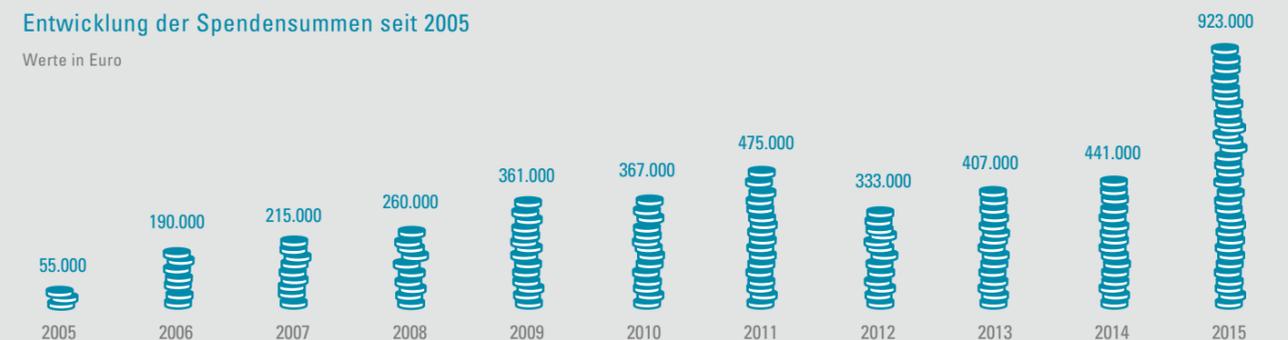
Pro Jahr benötigt die Stiftung etwa 400.000 Euro, um alle Anfragen bedienen zu können, die an sie herangetragen werden. Diese kommen beispielsweise von Münchner Familien, die ihren Kindern die Teilnahme an einer Ferienfreizeit ermöglichen wollen, von städtischen Schulen, die eine Klassenfahrt planen, und seit 2015 auch von bedürftigen Familien, die eine gemeinsame Auszeit dringend benötigen. Bislang war der Stiftung diese Art der Förderung nicht möglich. Dank der Zustiftung der Schörghuber Unternehmensgruppe, mit der eine entsprechende Anpassung der Stiftungssatzung verbunden war, ist der Grundstock zum Ausbau dieser Förderung gelegt.

Meilensteine

- 1995 Am 26. Juli verabschiedet der Münchner Stadtrat die Satzung der Josef Schörghuber-Stiftung für Münchner Kinder. Initiiert wurde die Stiftung von ihrem Namensgeber, dem Unternehmer Josef Schörghuber.
- 1998 Erstmals produziert und verkauft die Schörghuber Unternehmensgruppe Weihnachtskarten zu Gunsten der Stiftung. Pro verkaufter Karte geht die Hälfte des Betrags als Spende an die Stiftung. In den folgenden 15 Jahren kommt so rund eine Viertelmillion Euro zusammen.
- 2005 Von nun an fließen die im Rahmen der Oldtimer-Ausfahrt ArabellaClassics gesammelten Spenden an die Stiftung. Das Ergebnis: 38.600 Euro. Zehn Jahre später sind es beeindruckende 200.000 Euro mehr.
- 2008 Sechs engagierte Münchner Persönlichkeiten rufen den Charity Golf Cup zu Gunsten der Josef Schörghuber-Stiftung für Münchner Kinder ins Leben. Neben der ArabellaClassics wird dieses Benefizturnier mit einem Spendenerlös von knapp 80.000 Euro jährlich zum zweiten großen Standbein der Stiftung.
- 2015 Dank einer Zuwendung von 500.000 Euro seitens der Schörghuber Unternehmensgruppe kann die Stiftung ihren Satzungszweck erweitern. In begründeten Einzelfällen wird sie zukünftig den Eltern bedürftiger Kinder ermöglichen, ihren Nachwuchs bei Ferien- und Freizeitmaßnahmen zu begleiten.

Entwicklung der Spendensummen seit 2005

Werte in Euro



Konzern-Lagebericht 2015

Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG, München

1 Grundlagen des Konzerns

1.1 Organisation

Die Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG ist die zentrale Führungsgesellschaft der Schörghuber Unternehmensgruppe. Sie führt als strategische Finanzholding die Unternehmensbereiche Bauen & Immobilien, Getränke, Hotel und Seafood. Die vier Unternehmensbereiche stellen sich in ihrem jeweiligen Produkt- und Dienstleistungsangebot sehr unterschiedlich dar. Diese historisch gewachsene Struktur wird zur Risikostreuung bewusst beibehalten. Die Bestandsimmobilien des Unternehmensbereiches Bauen & Immobilien sind als größter Vermögensposten das Rückgrat der Unternehmensgruppe. Sie befinden sich ausschließlich in Deutschland, mit deutlichem Schwerpunkt München, und stellen einen stabilen Miet-Cashflow sicher. Das Bauträgergeschäft hingegen weist projektbezogene Schwankungen sowohl hinsichtlich der Umsatz- als auch der Gewinnrealisierung auf, bei allerdings grundsätzlich höherem Ertragspotential. Projektentwicklungen im Bestand bieten hierbei besondere Chancen für die Wertsteigerung unseres Immobilienportfolios. Der Unternehmensbereich Hotel bündelt als Betreibergesellschaft sowie Eigentümer von Hotels und Golfplätzen auf Mallorca die touristischen Aktivitäten der Gruppe. Der dem Konsumgüterbereich zuzuordnende Unternehmensbereich Getränke produziert ausschließlich in Deutschland, vertreibt seine Produkte jedoch weltweit in über 80 Ländern. Konjunkturelle Schwankungen wirken sich auf diesen Bereich in der Regel nur geringfügig aus. Eine größere Volatilität weist dagegen der Unternehmensbereich Seafood – ebenfalls im Konsumgüterbereich angesiedelt – aus. Als chilenische Gesellschaft mit weltweiter Vermarktung überwiegend auf US-Dollar-Basis trägt dieser Bereich zur Diversifizierung der Unternehmensgruppe in einem Wachstumsmarkt bei. Dem geschäftsimmanent höheren Risiko dieses Unternehmensbereiches stehen mittelfristig

entsprechende Ertragschancen gegenüber. Insgesamt ist die Organisation der Schörghuber Unternehmensgruppe darauf ausgerichtet, den Vermögensbestand langfristig zu sichern und unter Eingehen begrenzter unternehmerischer Risiken weiterzuentwickeln.

Als strategische Finanzholding beteiligen wir uns in der Regel nur an Gesellschaften, in denen wir auf die Geschäftspolitik Einfluss nehmen können. Dabei wollen wir die Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG auch zukünftig als eigenständiges Familienunternehmen weiterführen. Die angemessene Ausstattung mit Eigenkapital sowie das Vorhalten einer ausreichenden Liquiditätsreserve gehört damit zu den Kernelementen unserer Finanzstrategie.

Die Organisationsstruktur der Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG entspricht im Wesentlichen der einer Aktiengesellschaft, wobei Elemente des schweizerischen Aktienrechts übernommen wurden. Die Gesellschaft hat einen Stiftungsrat, der zurzeit fünf Mitglieder umfasst und einem Aufsichtsrat einer Aktiengesellschaft vergleichbare Rechte und Pflichten hat. Vorsitzende des Stiftungsrates und Mitglied des Vorstandes ist als Vertreterin der Eigentümerfamilie Alexandra Schörghuber. Weitere Mitglieder des Vorstandes sind Dr. Klaus N. Naeve als Vorsitzender, Dr. Jürgen Büllesbach, CEO der Bayerische Hausbau GmbH & Co. KG, Christoph Michl, CFO der Unternehmensgruppe und Geschäftsführer der Schörghuber Corporate Finance GmbH, Roland Tobias, CEO der Brau Holding International GmbH & Co. KGaA, und seit 1. April 2016 Dr. Hermann Brandstetter, CFO der Bayerische Hausbau GmbH & Co. KG.

1.2 Unternehmensstruktur

Die Bayerische Hausbau GmbH & Co. KG, Führungsgesellschaft des Unternehmensbereiches Bauen & Immobilien, wird in der Struktur eines Stammhauskonzerns geführt. Sie koordiniert alle Aktivitäten innerhalb dieses Unternehmensbereiches und zählt mit einem Immobilienportfolio im Wert von rund EUR 2,5 Mrd. zu den großen integrierten Immobilienunternehmen Deutschlands. Das Leistungsspektrum

des Unternehmensbereiches ist in die Geschäftsfelder Immobilien und Development gegliedert. Das Geschäftsfeld Immobilien ist vor allem für das Portfolio- und Immobilienmanagement der eigenen Immobilien zuständig. Der größte Teil dieses Immobilienbesitzes wird in der Bayerische Hausbau Immobilien GmbH & Co. KG gehalten. Das Geschäftsfeld Development wird überwiegend von der Führungsgesellschaft verantwortet und umfasst alle Aktivitäten von der Grundstücksakquisition über die Schaffung von Planungs- und Baurecht bis hin zur Projektierung und Realisierung von maßgeschneiderten Wohnanlagen und innovativen Gewerbeimmobilien sowie multifunktionalen Stadtteilzentren. Die Bayerische Hausbau GmbH & Co. KG wird von Dr. Jürgen Büllesbach (CEO) und Dr. Hermann Brandstetter (CFO) geführt. Die Gesellschaft wird voll konsolidiert.

Die Brau Holding International GmbH & Co. KGaA führt als Holdinggesellschaft den Geschäftsbereich Getränke. Unter ihr sind die Teilkonzerne Paulaner Brauerei GmbH & Co. KG (Beteiligung 50%, die anderen 50% stehen im Eigentum der Paulaner Brau Beteiligungs GmbH, einer 100%igen Tochtergesellschaft der Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG), Kulmbacher Brauerei AG (eine börsennotierte Gesellschaft, an der eine 63,8%ige Beteiligung besteht), die Fürstlich Fürstenbergische Brauerei GmbH & Co. KG sowie die Einzelgesellschaft Privatbrauerei Hoepfner GmbH (Beteiligung jeweils 100%) zusammengefasst. Die Brau Holding International GmbH & Co. KGaA wird als Joint-Venture-Gesellschaft zusammen mit unserem Partner Heineken International B.V. geführt. Geschäftsführer der Komplementär-GmbH sind Roland Tobias (CEO) und Dr. Stefan Lustig (COO). Die Brau Holding International GmbH & Co. KGaA unterliegt unverändert der At-Equity-Konsolidierung.

Die Arabella Hospitality SE ist die Führungsgesellschaft des Unternehmensbereiches Hotel. Sie ist zugleich die Betriebsgesellschaft für insgesamt 21 Hotels, davon 16 in Deutschland. Sie ist Alleingesellschafterin der Arabella Hoteles e Inversiones de España S.A., Palma de Mallorca, Spanien, die

drei Hotels betreibt, und der Arabella Hotelbetriebe AG, Davos, Schweiz, von der zwei Hotels betrieben werden. Sieben der von der Arabella Hospitality SE betriebenen Hotels stehen im Eigentum der Schörghuber Unternehmensgruppe. Mit Ausnahme von zwei Hotels bestehen für sämtliche Häuser Managementverträge mit Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc. Die Arabella Hospitality SE wird von Reinhold Weise (CEO) und Stefan Fischbach (CFO) geführt. Sie steht zu 100% im Eigentum der Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG und wird voll konsolidiert.

Der Unternehmensbereich Seafood ist unter der Finanzholding Inversiones Stefal SpA, Chile, zusammengefasst. Der Teilkonzern umfasst im Wesentlichen die Produktion, die Verarbeitung und den Vertrieb von Atlantik- und Pazifiklachs sowie Lachsforelle, für die die Tochtergesellschaft Productos del Mar Ventisqueros S.A. verantwortlich zeichnet. Die Führung dieser Gesellschaft liegt seit Februar 2016 bei José Louis Vial (CEO) und einem Board nach chilenischem Recht. Cristián Swett, vormals CEO der Gesellschaft, wechselte im Dezember 2015 in das Board. Dem Board gehören drei deutsche Vertreter der Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG sowie drei externe chilenische Mitglieder an. Der Unternehmensbereich Seafood wird voll konsolidiert.

Die Schörghuber Corporate Finance GmbH fungiert als In-house-Bank der Schörghuber Unternehmensgruppe. In dieser Funktion steuert sie das Cash-Management der Gruppe, koordiniert und verhandelt Langfristfinanzierungen für alle Konzerngesellschaften, stellt kurzfristige Anlage- und Aufnahmemöglichkeiten zur Verfügung und wickelt den Zahlungsverkehr für eine Vielzahl der Unternehmen ab. Die b.i.t.s. GmbH ist der zentrale IT-Dienstleister der Gruppe. Sie koordiniert dabei alle IT-Aktivitäten, betreibt das firmeneigene Rechenzentrum und erbringt zahlreiche Serviceleistungen. Die Schörghuber Personalmanagement GmbH erbringt Dienstleistungen im Personalwesen, hierbei insbesondere die Lohn- und Gehaltsabrechnung. Alle drei Gesellschaften sind 100%ige Tochtergesellschaften der Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG und werden voll konsolidiert.

2 Wirtschaftsbericht

2.1 Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

Das Wachstum der Weltwirtschaft lag im Jahr 2015 mit 2,5% leicht unter dem des Vorjahres (2,7%). Insbesondere ließ die Dynamik in den Schwellenländern nach – mit weiter rückläufigem, aber noch kräftigem Wachstum in China und deutlich schrumpfender Wirtschaftsleistung in Russland und Brasilien. Dagegen legte das Wachstum in der Europäischen Union mit 1,8% gegenüber 1,4% im Vorjahr weiter zu, unterstützt durch die sehr niedrigen Zinsen, den für die Euroländer günstigen Wechselkurs und sinkende Ölpreise. Gleichzeitig setzte sich die robuste Erholung in den USA fort, unterstützt vor allem von der steigenden Beschäftigung und dem privaten Konsum.

Die deutsche Wirtschaft ist im vergangenen Jahr preisbereinigt um 1,7% gewachsen. Getragen wurde das Wachstum erneut wesentlich von der inländischen Nachfrage. Die preisbereinigten privaten Konsumausgaben stiegen in Deutschland um 1,9%, was gemäß Statistischem Bundesamt der stärkste Zuwachs seit dem Jahr 2000 war. Begünstigt wurde die Konsumneigung von der positiven Beschäftigungsentwicklung, die die Arbeitslosenquote im Laufe des Jahres 2015 von 6,4% auf 6,1% sinken ließ. Der Zuwachs der Erwerbstätigen führte zusammen mit steigenden Löhnen sowie einer nur geringen Zunahme der Verbraucherpreise (2015: +0,3%) zu höheren verfügbaren Einkommen. Darüber hinaus sorgte das niedrige Zinsniveau dafür, dass der Sparanreiz gering blieb. Die Konsumausgaben des Staates verzeichneten ein deutliches Plus, auch beeinflusst von den Mehrausgaben zur Aufnahme der hohen Anzahl Flüchtlinge in der zweiten Jahreshälfte. Die Investitionstätigkeit legte ebenfalls sowohl bei Bau- als auch bei Ausrüstungsinvestitionen zu. Insgesamt trug die Binnennachfrage zum BIP-Wachstum mit 1,5 Prozentpunkten bei. Sowohl Exporte als auch Importe stiegen im Vergleich zum Vorjahr deutlich und stützten das Wachstum im Jahr 2015 per saldo mit 0,2%.

2.2 Die Unternehmensbereiche

2.2.1 Bauen & Immobilien

2.2.1.1 Organisation und Struktur

Der Unternehmensbereich Bauen & Immobilien ist im Teilkonzern Bayerische Hausbau GmbH & Co. KG zusammengefasst. Er umfasst die Geschäftsfelder Immobilien – im Wesentlichen gebündelt in der Bayerische Hausbau Immobilien GmbH & Co. KG – und Development, das direkt durch die Bayerische Hausbau GmbH & Co. KG betrieben wird.

2.2.1.2 Branchenentwicklung

Die robuste wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland während der letzten Jahre sowie die hohe politische Stabilität sind die Grundlagen für einen anhaltenden Kapitalzufluss in den deutschen Immobilienmarkt. Auch die Vermietungsleistung hat sich gegenüber dem Vorjahr nochmals deutlich erhöht.

Das Transaktionsvolumen konnte nach Angaben des Immobilienberaters BNP Paribas Real Estate auf dem deutschen gewerblichen Investmentmarkt im Jahr 2015 im Vergleich zum Vorjahr um 40,1% auf EUR 56,3 Mrd. zulegen. Treiber dieser Entwicklung sind weiterhin der hohe Anlagedruck am Kapitalmarkt, die stabile deutsche Konjunktur sowie das anhaltend niedrige Zinsumfeld. Das im Jahr 2015 erreichte Transaktionsvolumen stellt den höchsten seit 2007 realisierten Wert dar und wird – wie im Jahr 2007 – mit 35,6% (2014: 30,6%) zu guten Teilen durch Portfoliotransaktionen erzielt. Bemerkenswert ist, dass von dieser Entwicklung alle Assetklassen haben profitieren können. Mit Blick auf die Investoren ist festzustellen, dass im Jahr 2015 der Anteil ausländischer Investoren am Transaktionsvolumen auf 50% gestiegen ist.

Die beiden bedeutendsten Segmente in der gewerblichen Vermietung sind Büro- und Einzelhandelsflächen in Metropolen, die aufgrund ihrer Größe und Wirtschaftskraft eine

herausragende Bedeutung für die Immobilienwirtschaft haben. Aufgrund des außergewöhnlich starken Schlussquartals wurde an den acht wichtigsten Bürostandorten ein Flächenumsatz von 3,5 Mio. m² registriert. Damit wurde das Vorjahresergebnis um 20,4% übertroffen und das zweitbeste Ergebnis der letzten zehn Jahre erzielt. Die Bürovermietungsmärkte sind weiterhin in einer soliden Verfassung. Während die Beschäftigung in den vergangenen Jahren stetig zunahm, hat sich die verfügbare Bürofläche kaum noch ausgeweitet.

Die anhaltende Büroflächennachfrage bei zunehmend knappem Angebot hat sich folglich auch beim Abbau des Leerstands bemerkbar gemacht. An den Top-Standorten hat sich die Leerstandsquote von 2005 bis heute fast halbiert. Das in den BIG-8-Standorten aus Leerständen und verfügbaren Flächen im Bau resultierende Angebot an Büroflächen ist im Jahr 2015 um rund 7,9% auf 7,0 Mio. m² gesunken. In München betrug die Leerstandsquote zwischenzeitlich 4,5% (Vorjahr: 6,2%), was zu Spitzenmieten von 35,50 EUR/m² (+2,9% gegenüber dem Vorjahr) führte.

Auch der deutsche Einzelhandel profitierte von den guten gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Die zunehmende Konsumneigung der Deutschen schlägt sich spürbar in den realisierten Einzelhandelsumsätzen nieder. Die im Jahr 2015 realisierten Umsätze weisen mit 2,7% den höchsten Anstieg seit der Jahrtausendwende auf. Gewinner sind vor allem Innenstadtlagen in Großstädten, wengleich sich der stationäre Einzelhandel das Plus mit dem dynamisch wachsenden Internethandel teilen muss.

Der Wohnungsmarkt präsentierte sich auch im Jahr 2015 in einer guten Verfassung. In Anbetracht fehlender Anlagealternativen und des historisch niedrigen Zinsniveaus stellen Wohnimmobilien besonders in Metropolen weiterhin eine attraktive Assetklasse dar. Ebenso führt der anhaltende Zuzug von Erwerbstätigen und deren Familien zu steigenden Preisen in den Großstädten, wobei vielerorts dieser Entwicklung eine geringe Wohnungsbauaktivität sowie ein knappes Angebot an Baugrundstücken gegenüberstehen.

Dies gilt in ganz besonderem Maße für den Münchner Eigentumswohnungsmarkt. In München lag der Umsatz 13% über dem Vorjahresniveau, obwohl die Anzahl der Verträge in diesem Segment leicht rückläufig war (–3%). Damit ist auf dem Münchner Wohnimmobilienmarkt das Preisniveau bei unvermindert hoher Nachfrage auf allen Teilmärkten im Vergleich zum Vorjahr nochmals angestiegen.

2.2.1.3 Geschäftsentwicklung

2.2.1.3.1 Geschäftsfeld Immobilien

Die als Finanzanlagen gehaltenen Immobilien umfassen insgesamt 610,9 Tm² Hauptmietfläche, verteilt auf 113 Objekte, davon entfallen auf Büro 41,2%, auf Hotel 22,8%, auf Einzelhandel 17,3%, auf Wohnen 14,4% sowie auf Gastronomie 4,3%. Im Vergleich zum Vorjahr gab es infolge von Objektverkäufen sowie der Fertigstellung verschiedener Immobilien eine strategiekonforme Verschiebung von der Büronutzung hin zu anderen Nutzungsarten.

Über alle Standorte verteilt lag das Vermietungsvolumen im abgelaufenen Geschäftsjahr bei 40,9 Tm² (Vorjahr: 35,6 Tm²) für Neuvermietungen und 57,7 Tm² (Vorjahr: 30,0 Tm²) für Verlängerungen. Die ertragsgewichtete Restlaufzeit der Mietverträge konnte mit 7,1 Jahren (Vorjahr: 7,25 Jahre) nahezu auf Vorjahresniveau gehalten werden. Die Leerstandsquote beträgt – ohne die in der Projektentwicklung befindlichen Objekte – insgesamt 4,5% (Vorjahr: 3,9%).

Über Immobilienverkäufe aus dem Bestandsbereich im Rahmen des Portfoliomanagements wurden Umsatzerlöse von EUR 188,4 Mio. (Vorjahr: EUR 7,9 Mio.) erzielt. Die Erhöhung ist insbesondere auf die Veräußerung des Objektes „West 4“ in München im Jahr 2015 zurückzuführen. Einschließlich der Mieterlöse wurden im Geschäftsfeld Immobilien Umsatzerlöse in Höhe von EUR 350,8 Mio. (Vorjahr: EUR 172,4 Mio.) erwirtschaftet.

2.2.1.3.2 Projektentwicklung im Bestand

In der Bayerstraße in München entstand seit Anfang 2013 auf dem 2.100 m² großen Grundstück in zentraler Innenstadtlage ein modernes Hotel mit 184 Zimmern sowie Gastronomieflächen im Erdgeschoss. Im August 2015 wurde das Hotel fertig gestellt und an die Arabella Hospitality SE übergeben. Diese betreibt das Hotel unter der zu Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc., gehörenden Marke Aloft, die für ein modernes, designorientiertes Konzept im mittleren Preissegment steht.

Der Betrieb des Wirtshauses Donisl in der Weinstraße am Münchner Marienplatz konnte nach Rückbau und Neubau der Traditionsgaststätte planmäßig im Dezember 2015 wieder aufgenommen werden. Auch die darüber befindlichen Büroräume mit rund 1.100 m² Geschossfläche wurden vor Jahresende an den Mieter übergeben.

Darüber hinaus sind im Jahr 2015 wichtige baurechtliche Schritte für innerstädtische Entwicklungsvorhaben im Bestand der Bayerische Hausbau Immobilien GmbH & Co. KG erfolgt. Hervorzuheben sind hier die Objekte Marienplatz 22, Schwanthalerhöhe sowie das Gebäudeensemble in der Kardinal-Faulhaber-Straße 1, bislang Hauptsitz der Hypo-Vereinsbank. Alle drei Bauvorhaben werden im Laufe des Jahres 2016 in Angriff genommen. Für das Objekt Marienplatz 22 ist der Umbau zu einem zeitgemäßen multifunktionalen Geschäftshaus mit Einzelhandel, Gastronomie, Büro und einem Boutiquehotel vorgesehen. Im Bestandsobjekt Schwanthalerstraße 111 wird unter Berücksichtigung der langfristigen Entwicklung des Quartiers Schwanthalerhöhe ein Nahversorgungszentrum geschaffen. In der Kardinal-Faulhaber-Straße 1 einschließlich des Gebäudes Palais Neuhaus-Preysing wird ein 5-Sterne-Hotel errichtet werden. In der Prannerstraße 4 ist eine Wohnbebauung vorgesehen, wohingegen am Salvatorplatz das Parkhaus sowie die Büronutzung erhalten bleiben.

Im Geschäftsjahr 2015 wurden über alle Gesellschaften des Geschäftsfeldes Immobilien EUR 50,7 Mio. (Vorjahr:

EUR 69,0 Mio.) investiert. Die größten Investitionsprojekte waren dabei die Inbestandnahme des im Rahmen der Projektentwicklung Milaneo in Stuttgart erstellten Aloft Hotels, die Errichtung eines weiteren Aloft Hotels in der Bayerstraße in München sowie der Wiederaufbau der Traditionsgaststätte Donisl mit den darüber liegenden Büroflächen am Münchner Marienplatz. Des Weiteren wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr EUR 17,4 Mio. (Vorjahr: EUR 14,7 Mio.) für laufende und geplante Instandhaltungen und für Kosten im Zusammenhang mit Mieterwechseln in Bestandsobjekten aufgewendet.

2.2.1.3.3 Geschäftsfeld Development

Kerngeschäft im Development sind die Planung, Realisierung und der Verkauf von größeren Wohnanlagen und gewerblichen Objekten an institutionelle und private Anleger. Eine wesentliche Voraussetzung ist dabei die frühzeitige Akquisition von geeigneten Grundstücken sowie die Schaffung von Planungs- und Baurecht. Im Unterschied zum Geschäftsfeld Immobilien kann das Development als klassisches Projektgeschäft von Jahr zu Jahr größeren Schwankungen unterliegen. Über alles wurde in diesem Geschäftsfeld im Berichtsjahr ein Umsatz in Höhe von EUR 250,6 Mio. (Vorjahr: EUR 296,2 Mio.) erzielt.

Die Nachfrage nach Wohnraum ist insbesondere in München unverändert hoch. So konnten im Einzelverkauf im Berichtsjahr 260 Wohnungen beurkundet werden. Damit wurde das Vorjahresergebnis in Höhe von 204 Einheiten um 27,5% übertroffen. Das damit einhergehende Beurkundungsvolumen von EUR 140,5 Mio. liegt um 22,5% höher als der Vorjahreswert (EUR 114,7 Mio.) und wurde ausschließlich in München realisiert. Im Investorenverkauf wurde ein Volumen von EUR 93,4 Mio. erreicht. Diese Beurkundungen betrafen vor allem die Vorhaben Gartenstadt Perlach und das Projekt Lagot, beide in München, sowie das Quartier D³ in Düsseldorf.

Für die kommenden Jahre spielt insbesondere das Areal der bisherigen Paulaner Braustätte am Nockherberg in München

eine zentrale Rolle. Das neue Verwaltungsgebäude von Paulaner in der Ohlmüllerstraße befindet sich im Bau und wird Ende 2016 bezogen werden können, sodass dann das restliche Grundstück frei zur Verfügung stehen wird. Auf einer Gesamtgeschossfläche von knapp 150.000 m² werden ca. 1.400 Wohnungen mit zugehöriger Infrastruktur sowie öffentlichen und privaten Frei- und Grünflächen entstehen.

Das neue Stuttgarter Stadtquartier Milaneo am Mailänder Platz wurde erwartungsgemäß im Sommer 2015 fertig gestellt und die Wohnungen sowie das Hotel im weiteren Jahresverlauf übergeben. Das noch im Umlaufvermögen befindliche Bürogebäude hat zwischenzeitlich eine Vermietungsquote von knapp 80% erreicht und soll bis Ende 2016 veräußert werden.

In Hamburg am Spielbudenplatz sieht das Bebauungskonzept für das 6.100 m² große Grundstück bis zu 28.000 m² BGF vor – davon gut die Hälfte der Fläche für den Bau von Wohnungen, wovon wiederum rund 60% im geförderten Wohnungsbau entstehen werden. Für die gewerblichen Flächen sind u. a. ein Hotel, Kleingewerbe, Nahversorgung und stadtteilbezogene Nutzungen geplant. Das B-Plan-Verfahren ist noch nicht abgeschlossen.

2.2.1.4 Finanzielle Leistungsindikatoren – Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage

Im Unternehmensbereich Bauen & Immobilien wurden insgesamt Umsatzerlöse in Höhe von EUR 601,4 Mio. (Vorjahr: EUR 468,6 Mio.) erzielt. Davon entfielen EUR 350,8 Mio. auf den Bereich Bestandsimmobilien und EUR 250,6 Mio. auf das Geschäftsfeld Development. Das Bruttoergebnis vom Umsatz beträgt EUR 197,8 Mio. (Vorjahr: EUR 195,5 Mio.). Der Saldo aus sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen ist im Geschäftsjahr mit EUR 54,8 Mio. (Vorjahr: EUR 35,2 Mio.) positiv. Davon entfällt ein Betrag in Höhe von EUR 44,2 Mio. (Vorjahr: EUR 36,0 Mio.) auf die nicht liquiditätswirksame Veränderung des Zeitwertes (Fair Value) der als Finanzinvestitionen gehaltenen Immobilien. Der Zeitwert für im Konzern eigengenutzte

Immobilien wird auf Ebene der Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG um die auf diese Immobilien entfallenden Beträge gekürzt und durch den Wert der Anschaffungskosten abzüglich der linearen AfA ersetzt. Darüber hinaus beinhalten die sonstigen betrieblichen Erträge den Ertrag aus einer Entschädigungszahlung für die vorzeitige Auflösung eines Mietvertrages. Insgesamt wird im Teilkonzern Bayerische Hausbau GmbH & Co. KG ein Teilkonzernergebnis in Höhe von EUR 179,0 Mio. (Vorjahr: EUR 134,0 Mio.) nach Steuern ausgewiesen. Im Ergebnis des Vorjahres ist der Ergebnisanteil des aufgegebenen Geschäftsbereiches Fertighaus mit EUR 9,3 Mio. enthalten. Die im Vorjahr abgegebene Prognose, 2015 eine deutliche Steigerung von Umsatz und Ergebnis zu erreichen, konnte der Unternehmensbereich Bauen & Immobilien damit vollständig erfüllen.

Das Teilkonzern-EBIT errechnet sich aus dem operativen Ergebnis, zu dem Ergebnisse aus at equity bewerteten Unternehmen hinzugerechnet werden. Inklusive der Effekte aus der Fair-Value-Bewertung von insgesamt EUR 44,2 Mio. (Vorjahr: EUR 36,0 Mio.) beträgt das Teilkonzern-EBIT EUR 236,4 Mio. (Vorjahr: EUR 210,0 Mio.). Das Teilkonzern-EBITDA beträgt EUR 192,5 Mio. (Vorjahr: EUR 174,3 Mio.).

Der Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit betrug im abgelaufenen Geschäftsjahr EUR 331,2 Mio., nach EUR 150,0 Mio. im Vorjahr. Die Steigerung resultiert neben dem generell positiven Geschäftsverlauf aus sehr erfolgreichen Immobilienverkäufen im Rahmen des Portfoliomanagements.

Ohne die für die kurzfristige Finanzierung für das Projekt Milaneo in Stuttgart beanspruchten Kredite, die im Zusammenhang mit den Kaufpreiszahlungen und Übergaben der verkauften Wohnungen vollständig wieder zurückgeführt wurden, sind im Jahr 2015 Kredite im Umfang von EUR 35 Mio. neu aufgenommen worden. Im Umfang von rund EUR 106 Mio. wurden fällige Kredite teilweise umgeschuldet und auf einem deutlich niedrigeren Zinsniveau vorwiegend langfristig prolongiert. Insgesamt verringerten sich die Finanzschulden im Jahresverlauf um EUR 147 Mio. Kurzfristiger

Liquiditätsbedarf wurde nahezu ausschließlich aus eigenen liquiden Mitteln bestritten. Zusätzliche Flexibilität wird durch eine Liquiditätsreserve in Form von offenen Kreditlinien und kurzfristig verfügbaren liquiden Mitteln gewährleistet.

Die Bilanzsumme liegt mit EUR 3.152,9 Mio. (Vorjahr: EUR 3.157,0 Mio.) nahezu auf Vorjahresniveau. Der Anteil der langfristigen Vermögenswerte an der Bilanzsumme beträgt 85,4% (Vorjahr: 82,7%). Hierbei handelt es sich überwiegend um die nach IAS 40 bilanzierten als Finanzinvestitionen gehaltenen Immobilien. Die Eigenkapitalquote des Unternehmensbereiches Bauen & Immobilien liegt bei 43,9% (Vorjahr: 40,7%).

2.2.1.5 Prognose

Auf Basis der realwirtschaftlichen Tendenzen und der vorliegenden Prognosen geht die Bayerische Hausbau GmbH & Co. KG für das Geschäftsjahr 2016 von einem weitgehend gleichbleibenden immobilienwirtschaftlichen Umfeld aus. Im gewerblichen Bereich wird eine stabile Flächenachfrage mit vergleichsweise geringen Leerstandsquoten erwartet. Dies dürfte aufgrund des schon erreichten hohen Preisniveaus jedoch nur in Ausnahmefällen zu höheren Mietzinsen führen. Für Investoren, insbesondere auch aus dem Ausland, bleiben die Rahmenbedingungen in Deutschland jedoch weiterhin positiv, sodass das Transaktionsvolumen voraussichtlich primär durch die Angebotsseite limitiert sein wird. Auch im wohnwirtschaftlichen Bereich wird die Nachfrage durch das wirtschaftliche Umfeld unverändert begünstigt, jedoch erscheint der Raum für weitere Preissteigerungen vor dem Hintergrund der Mietpreisbremse und des bereits erreichten sehr hohen Niveaus begrenzt.

Ungeachtet der grundsätzlich positiven gesamtwirtschaftlichen Prognosen geht der Unternehmensbereich Bauen & Immobilien von rund 20% niedrigeren Umsatzerlösen aus, nicht zuletzt wegen der im Jahr 2015 realisierten Objektverkäufe, die sich im Jahr 2016 nicht wiederholen werden. Aus diesem Grund wird auch das Unternehmensergebnis deutlich niedriger als im Vorjahr ausfallen.

2.2.2 Getränke

2.2.2.1 Organisation und Struktur

Der Unternehmensbereich Getränke ist gesellschaftsrechtlich in der Brau Holding International GmbH & Co. KGaA (BHI) zusammengefasst. Die Anteile an der Gesellschaft werden im Rahmen eines Joint Ventures im Verhältnis 50,1% zu 49,9% von der Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG und der Heineken International B.V. gehalten. Darüber hinaus ist die Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG an der zu 50% zur BHI gehörenden Paulaner Brauerei GmbH & Co. KG mittelbar mit den anderen 50% beteiligt. Ungeachtet dieser Mehrheitsbeteiligung erfolgt die Führung des Getränkebereiches in allen wesentlichen Fragen in Abstimmung mit unserem Joint-Venture-Partner Heineken International B.V. Die BHI wird deshalb in den Konzernabschluss der Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG lediglich at equity einbezogen.

Mit ihren Beteiligungen an der Paulaner Brauerei GmbH & Co. KG, der Kulmbacher Brauerei AG, der Fürstlich Fürstenbergischen Brauerei GmbH & Co. KG sowie der Privatbrauerei Hoepfner GmbH konzentriert die BHI ihre Standorte auf Bayern, Baden-Württemberg, Hessen und Sachsen.

2.2.2.2 Branchenentwicklung

Insgesamt verzeichnete die deutsche Brauwirtschaft eine positive Entwicklung. Mit einem Bierabsatz von insgesamt 95,7 Mio. hl konnte der gute Vorjahresabsatz nochmals leicht übertroffen werden. Während das Exportgeschäft weiterhin für Wachstum sorgt, folgte der Absatz von alkoholhaltigem Bier in Deutschland jedoch dem langjährigen Trend und sank um 0,7% auf nunmehr 79,5 Mio. hl. Dabei spielen neben dem demografischen Wandel Veränderungen im Konsumverhalten eine entscheidende Rolle.

Aufgeteilt nach Regionen bzw. Marktsegmenten ergibt sich ein noch weiter differenziertes Bild. Das Marktsegment der

alkoholfreien Biere liefert nach wie vor auch in Deutschland Wachstum, wobei sich nach dynamischem Wachstum in den letzten Jahren erste Anzeichen für eine Sättigung zeigen.

Als zentrales Wachstumssegment im Biermarkt gewannen im Jahr 2015 Spezialitäten wie etwa Hellbier (außerhalb von Bayern) oder naturtrübe Biere immer stärker an Bedeutung. Häufig bezugnehmend auf die Herkunftsregion bedienen diese regionalen Spezialitäten die zunehmenden Bedürfnisse der Konsumenten nach Regionalität und Differenzierung.

Absatzverluste mussten im Jahr 2015 im Marktsegment alkoholhaltiges Weißbier verzeichnet werden. Nachdem bisher hauptsächlich das Pilssegment hinsichtlich der Wertschöpfung unter Druck stand, kann der Trend zu steigenden Promotionanteilen und sinkenden Promotionpreisen zunehmend auch im Weißbiermarkt festgestellt werden.

Gestützt von regionalen Marken konnten die bayerischen Brauereien mit einer Steigerung um +2,5% gegenüber dem Vorjahr die Spitzenposition im Bierausstoß in Deutschland weiter ausbauen. Obwohl dieser in Baden-Württemberg um -1,2% unter dem Vorjahr liegt, ergibt sich insgesamt für Süddeutschland als Kernmarkt der BHI-Gruppe ein durchaus positives Bild.

2.2.2.3 Geschäftsentwicklung

Die BHI mit ihren Brauereigruppen Paulaner, Kulmbacher, Fürstenberg und der Brauerei Hoepfner blickt insgesamt auf ein zufriedenstellendes Jahr 2015 zurück. Trotz Preiserhöhung bei einigen Marken und einem insgesamt schrumpfenden inländischen Markt konnte das Eigenbiervolumen an alkoholhaltigem und alkoholfreiem Bier mit 4.610 Thl auf Vorjahresniveau gehalten werden. Ermöglicht wurde diese Entwicklung durch die Fokussierung auf Wachstumssegmente sowie die Stärke, Innovationen erfolgreich im Markt zu platzieren und konsequent auszubauen. So konnte beispielsweise Mönchshof NaturRadler erstmals die Marke von 100 Thl überschreiten. Die Marktanteile auf

Umsatzbasis in dem für die BHI-Gruppe zentralen Raum Süddeutschland (Bayern, Baden-Württemberg) konnten auf 14,3% leicht ausgebaut werden (+0,1% im Vergleich zum Vorjahr). Auch auf nationaler Ebene wurden die Marktanteile um +0,2% auf jetzt 6,3% gesteigert, was den höchsten Zuwachs unter den großen Brauereigruppen in Deutschland bedeutete.

Auch in diesem Geschäftsjahr konnte die BHI-Gruppe den Absatz im Ausland mit einem Zuwachs bei Eigenbier um 0,8% auf 1.128 Thl nochmals leicht steigern, obwohl einige Kernländer durch zunehmenden Wettbewerbsdruck oder politische Spannungen gekennzeichnet waren. Unverändert konzentriert sich der Absatz im Wesentlichen auf das hochpreisige Premiumsegment, das eine solide Wertschöpfung ermöglicht und zur Markenbildung beiträgt.

Das Gesamtabsatzvolumen des Unternehmensbereiches Getränke belief sich im Geschäftsjahr auf 7.599 Thl – eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr von 1,1%. Hiervon entfielen 6.144 Thl auf alkoholhaltiges und alkoholfreies Bier und 1.447 Thl auf sonstige alkoholfreie Getränke. Der Absatz der Eigenbiermarken betrug 5.739 Thl (Vorjahr: 5.729 Thl).

Die Paulaner Brauerei Gruppe verkaufte im vergangenen Jahr 3.162 Thl Eigenbier (Vorjahr: 3.151 Thl), auf die Kulmbacher Gruppe entfielen 1.972 Thl (Vorjahr: 1.980 Thl). Die Fürstlich Fürstenbergische Brauerei GmbH & Co. KG konnte inklusive Tochtergesellschaften 490 Thl (Vorjahr: 483 Thl) Eigenbier absetzen, die Privatbrauerei Hoepfner blieb stabil bei 122 Thl (Vorjahr: 122 Thl).

Im Geschäftsjahr 2015 wurden weltweit 37 Bräuhäuser unter der Marke Paulaner betrieben. Für die kommenden Jahre ist vorgesehen, die Expansion mit weiteren Bräuhäusern im Ausland voranzutreiben.

Die Inbetriebnahme der neuen Paulaner Brauerei in München-Langwied erfolgte schrittweise ab Mitte 2015. Am 27. August 2015 wurde erstmals im neuen Sudhaus Bier gebraut.

2.2.2.4 Finanzielle Leistungsindikatoren – Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage

Der Umsatz im Teilkonzern Brau Holding International GmbH & Co. KGaA lag im Geschäftsjahr 2015 mit EUR 632,8 Mio. deutlich über Vorjahr (EUR 613,6 Mio.). Davon entfallen (jeweils vor Konsolidierung) auf die Paulaner Brauerei Gruppe EUR 333,5 Mio. (Vorjahr: EUR 319,4 Mio.), auf die Kulmbacher Gruppe EUR 220,0 Mio. (Vorjahr: EUR 217,4 Mio.) sowie auf die Fürstlich Fürstenbergische Brauerei GmbH & Co. KG und die Privatbrauerei Hoepfner GmbH zusammen EUR 93,2 Mio. (Vorjahr: EUR 90,4 Mio.).

Das Konzern-EBIT liegt mit EUR 42,6 Mio. deutlich über Vorjahr (EUR 35,3 Mio. ohne Berücksichtigung des Ergebnisses aus der Veräußerung des Betriebsgeländes am Nockherberg). Das um nicht berücksichtigte Abschreibungen auf Bierlieferrechte bereinigte Konzern-EBITDA beträgt EUR 86,8 Mio. (Vorjahr: EUR 166,4 Mio. einschließlich des Ergebnisses aus der Veräußerung des Standortes Nockherberg).

Die Brau Holding International GmbH & Co. KGaA erzielte ein Konzernergebnis vor Anteilen Dritter in Höhe von EUR 31,9 Mio. (Vorjahr: EUR 83,9 Mio.). Dabei ist der Rückgang gegenüber 2014 geprägt von den Erträgen aus o. g. Grundstücksveräußerung. Nach Berücksichtigung der Ergebnisanteile anderer Gesellschafter ergibt sich ein positives Ergebnis in Höhe von EUR 16,6 Mio. (Vorjahr: EUR 36,9 Mio.).

Die im letzten Abschluss vorgenommenen Prognosen für Umsatz und operatives Ergebnis konnten damit deutlich übertroffen werden. Ausschlaggebend hierfür waren vor allem höhere Umsatzerlöse infolge von Verschiebungen innerhalb des Portfolios zu höherwertigen Verpackungseinheiten sowie die Veränderungen im Wechselkurs des USD. Positiv zum Ergebnis trugen zudem geringere Strukturkosten bei.

Der Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit betrug EUR 91,2 Mio. (Vorjahr: EUR 98,1 Mio.), der Cashflow aus Investitionstätigkeit war immer noch geprägt durch die laufenden Investitionen in die neue Paulaner Braustätte und betrug EUR –186,5 Mio. (Vorjahr: EUR –196,1 Mio.). Dies spiegelt sich im Free Cashflow wider, der sich mit EUR –95,3 Mio. (Vorjahr: EUR –98,0 Mio.) annähernd auf Vorjahresniveau bewegte. Grund für die Verbesserung gegenüber der Vorjahresprognose sind spätere Auszahlungen für den Brauereineubau in München-Langwied sowie ein besserer operativer Cashflow.

Die Bilanzsumme hat sich gegenüber dem Vorjahr um EUR 67,2 Mio. auf EUR 958,6 Mio. erhöht. Im Wesentlichen ist dies bedingt durch Investitionen im Zusammenhang mit dem Brauereineubau in München-Langwied, die zu einer Steigerung des Sachanlagevermögens führen, während im Gegenzug die Zahlungsmittel sinken und die kurzfristigen Finanzschulden steigen. Auf die langfristigen Aktiva entfällt ein Anteil von 65,9% (Vorjahr: 70,0%). Die Konzern-Eigenkapitalquote beträgt 34,4% (Vorjahr: 33,8%).

2.2.2.5 Prognose

Die Entwicklung des deutschen Biermarktes wird sich nach Einschätzung der BHI auch im Jahr 2016 nicht grundlegend ändern. Der deutsche Markt für alkoholhaltige Biere sollte sich entsprechend dem langjährigen Trend weiter leicht rückläufig entwickeln, wobei einzelne Marktsegmente durchaus attraktive Wachstumsmöglichkeiten bieten werden.

Für das mit Abstand größte Segment im deutschen Biermarkt, das Pilssegment, werden auch künftig leicht sinkende Gesamtabsätze bei hoher Aktionsfrequenz der großen nationalen Marken erwartet. Im Marktsegment Weißbier erwarten wir national weiterhin eine solide Entwicklung bei alkoholfreien Produkten und Weißbier-Mixgetränken, wobei hier durch den Eintritt neuer Wettbewerber der Konkurrenzdruck wohl sukzessive steigen wird. Bei alkoholhaltigem Weißbier zeigt sich eine zunehmende Sättigung des Marktes.

Auch auf dem internationalen Markt sehen wir generell weiterhin gute Wachstumsmöglichkeiten für deutsche Biermarken, insbesondere im hochpreisigen Premium-Segment, wobei bei einzelnen Märkten die wirtschaftliche und/oder politische Entwicklung eine entscheidende Rolle spielen wird.

Auf Basis der vorgenannten Markterwartungen geht die BHI für das Geschäftsjahr 2016 von einer weiteren leichten Steigerung von Absatz und Umsatz von jeweils maximal 1,5% aus. Gleichzeitig werden zumindest stabile Marktanteile der BHI-Gruppe sowohl im Kerngebiet als auch im gesamtdeutschen Markt erwartet.

Für das Geschäftsjahr 2016 prognostiziert die BHI ein EBIT von über EUR 30,0 Mio. sowie unter Berücksichtigung der noch anfallenden Auszahlungen für den Brauereineubau für Paulaner und im Gegenzug für die Kaufpreiszahlung für die alten Betriebsgrundstücke am Nockherberg einen Free Cashflow von rund EUR 70 Mio.

2.2.3 Hotel

2.2.3.1 Organisation und Struktur

Die Arabella Hospitality SE (AHSE) ist die Führungsgesellschaft für den Unternehmensbereich Hotel, bestimmt die strategische Ausrichtung und übernimmt die zentrale Steuerung der Finanzmittelströme. Die Organisationsstruktur der AHSE basiert auf einem monistischen System unter der zentralen Führung des aus sechs Mitgliedern bestehenden Verwaltungsrates.

Die AHSE betreibt derzeit 16 Hotels in Deutschland und ist Alleingesellschafterin der Arabella Hoteles e Inversiones de España S.A., Palma de Mallorca, Spanien, die insgesamt drei Hotels betreibt, und der Arabella Hotelbetriebe AG, Davos, Schweiz, von der zwei Hotels betrieben werden. Sieben der von der AHSE betriebenen Hotels stehen im Eigentum der Schörghuber Unternehmensgruppe, zwei im Eigentum der Gesellschafter sowie fünf im Eigentum des

AHSE-Teilkonzerns; acht (Vorjahr: neun) der insgesamt 21 Hotels sind von Dritten angepachtet.

Außer für die Hotels Arabella Alpenhotel am Spitzingsee und Arabella Brauneck Hotel Lenggries besteht seit dem 1. Juli 2011 für die Hotels mit Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc., ein langfristiger Managementvertrag, der gleichzeitig das Recht beinhaltet, die Hotels unter den Marken St. Regis, Westin, The Luxury Collection, Sheraton, Four Points by Sheraton und Aloft zu führen. Die Hotels sind damit in den weltweiten Verbund der Starwood Hotels eingebunden. Die frühere im Joint Venture mit Starwood geführte Managementgesellschaft, die ArabellaSheraton Hotelmanagement GmbH, wurde umfirmiert in ASH Hotels & Resorts GmbH und am 21. Januar 2016 liquidiert.

Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc., befindet sich aktuell in Übernahmegesprächen. Welche Auswirkungen eine Übernahme von Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc., auf die durch Starwood gemanagten Hotels der AHSE in der Zukunft haben kann, ist zum gegenwärtigen Zeitpunkt nicht abzuschätzen. Die bestehenden Verträge behalten jedoch unverändert ihre Gültigkeit.

Zwischen der AHSE und der Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG besteht seit dem 1. Januar 2011 ein Ergebnisabführungsvertrag mit einer Laufzeit von fünf Jahren.

2.2.3.2 Branchenentwicklung

Die deutsche Hotellerie hat das Jahr 2015 trotz der wirtschaftlichen Unsicherheiten in Europa erfolgreich beendet. Der Logisumsatz je verfügbarem Zimmer – revenue per available room oder kurz RevPar – konnte durchschnittlich um +6,5% (Vorjahr: +3,8%) gesteigert werden. Der Anstieg ist sowohl auf höhere Belegungszahlen (+2,2%) als auch auf höhere Durchschnittsraten (+4,3%) zurückzuführen. Signifikante Schwankungen zwischen den Hotelkategorien waren nicht zu erkennen. Allerdings entwickelten sich die Hotelmärkte innerhalb Deutschlands unterschiedlich. Den größten Zuwachs im RevPar unter den Großstädten

verzeichneten Köln (+15,6%), Frankfurt (+8,8%) und Berlin (+8,4%). Die Entwicklung in Köln und Frankfurt wurde durch günstige Messezyklen unterstützt. Der RevPar in München wuchs um +4,6%, obschon es sich bei 2015 um ein eher schwaches Messe- und Kongressjahr handelte. Das Bettenangebot entwickelte sich im Jahr 2015 in den Kernmärkten der AHSE, Frankfurt und München, wie bereits in den Vorjahren unterproportional zur Nachfrageentwicklung.

Der mallorquinische Hotelmarkt verzeichnete ein erneutes Rekordjahr. Mit 14,0 Mio. Touristen kamen +3,7% mehr Besucher als im Vorjahr. Neben den weiterhin wichtigsten Quellmärkten Deutschland und England trugen insbesondere die verstärkte Inlandsnachfrage und längere Aufenthaltszeiten zur positiven Entwicklung bei.

Maßgeblich geprägt von der Entwicklung des Schweizer Franken verzeichnete der Hotelmarkt Schweiz im Jahr 2015 gegenüber dem Vorjahr einen RevPar-Rückgang von -2,9%. Der Züricher Hotelmarkt zeigte sich dagegen mit einem Rückgang des RevPar um lediglich -0,5% etwas robuster, was bei einer rückläufigen Durchschnittsrate (-1,0%) auf die geringfügig höhere Belegung (+0,5%) zurückzuführen ist. Mit dem Kameha Grand Hotel wurde in Zürich ein weiteres Hotel im Luxussegment eröffnet. Das Kameha Grand verfügt über 245 Zimmer sowie Veranstaltungsflächen.

2.2.3.3 Geschäftsentwicklung

Der RevPar über alle Hotels des Unternehmensbereiches Hotel konnte um EUR +4,98 (+5,0%) auf EUR 104,89 gesteigert werden. Die Durchschnittsrate lag bei EUR 151,64 und somit um EUR +5,57 (+3,8%) über dem Vorjahreswert.

Die in Deutschland von der AHSE betriebenen Hotels verzeichneten ein Wachstum beim RevPar um durchschnittlich EUR +2,67 (+3,0%) auf EUR 90,33 bei einer Belegung von 69,7% und einer Durchschnittsrate von EUR 129,66. Hervorzuheben ist die erfolgreiche Eröffnung der beiden Aloft Hotels in Stuttgart und München am 29. Juli bzw.

15. August 2015. Mit Durchschnittsraten in Höhe von EUR 173,02 im Aloft München und EUR 133,91 im Aloft Stuttgart bei einer durchschnittlichen Belegung von 75,2% bzw. 64,1% wurden die Erwartungen deutlich übertroffen.

Die drei mallorquinischen Hotels konnten den RevPar um EUR +13,88 (+7,0%) auf EUR 212,08 steigern. Durch die klare Positionierung im 5-Sterne-Segment war eine Durchschnittsrate von EUR 349,78 bei einer Belegung von 60,6% möglich. Die renovierungsbedingte Schließzeit des St. Regis Mardavall in den grundsätzlich belegungschwachen Monaten Januar und Februar hat die positive Entwicklung bei der Durchschnittsrate unterstützt.

Die beiden Züricher Hotels zeigen mit einer Verbesserung des RevPar um EUR 29,77 (+23,7%) auf EUR 155,45 eine positive Entwicklung, wobei zu berücksichtigen ist, dass das Anfang 2014 eröffnete Sheraton Zürich Hotel ein sehr schwieriges Eröffnungsjahr hatte und nach wie vor deutlich unter den langfristigen Erwartungen liegt.

Gegenüber dem Vorjahr konnte der Gesamtumsatz der Hotels im Jahr 2015 um EUR +12,2 Mio. (+5,5%) auf EUR 231,9 Mio. gesteigert werden. Die fehlenden Umsatzerlöse des im vorangegangenen Geschäftsjahr veräußerten Hotelbetriebs Sheraton Davos Hotel Waldhuus, Schweiz, (EUR 3,6 Mio.) konnten im Jahr 2015 somit deutlich überkompensiert werden. Der Anstieg ist im Wesentlichen auf die Umsatzerlöse der neu eröffneten Aloft Hotels in München und Stuttgart (EUR +5,9 Mio.), die positive Entwicklung der mallorquinischen Hotels (EUR +1,5 Mio.) und auf die in Zürich betriebenen Hotels (EUR +4,1 Mio.) zurückzuführen. Die Kursentwicklung des Schweizer Franken hat zur positiven Umsatzentwicklung der Schweizer Hotels (EUR +2,2 Mio.) beigetragen.

Die im Lagebericht des Vorjahres für 2015 prognostizierte Umsatzsteigerung in Höhe von +2,9% wurde aus den zuvor genannten Gründen übertroffen. Dementsprechend lag das Ergebnis aus operativer Geschäftstätigkeit ebenfalls über den Erwartungen.

Das Bruttobetriebsergebnis (GOP) der Bestandshotels konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr um EUR +5,9 Mio. (+9,2%) auf EUR 69,7 Mio. gesteigert werden. Der Anstieg gegenüber dem Vorjahr resultierte im Wesentlichen aus dem GOP der beiden neu eröffneten Aloft Hotels in München und Stuttgart (EUR +2,5 Mio.) und den Ergebnissteigerungen der mallorquinischen Hotels (EUR +1,4 Mio.) und des im Jahr 2014 eröffneten Sheraton Zürich Hotels (EUR +2,0 Mio.).

Die nach wie vor nicht befriedigende Gesamtertragslage ist neben den Verlusten des Sheraton Zürich Hotels insbesondere auf angepachtete Hotels zurückzuführen, deren Pachtverträge bis 2017 sukzessive auslaufen werden.

Zum 31. Dezember 2015 wurde das Pachtverhältnis für das Sheraton Offenbach Hotel gekündigt und der Hotelbetrieb eingestellt. Der Managementvertrag mit Starwood endete entsprechend. Die Pachtverträge für die Häuser Sheraton München Airport Hotel, Four Points by Sheraton München Olympiapark und Sheraton Düsseldorf Airport Hotel wurden im Jahr 2015 ebenfalls fristgerecht gekündigt. Die Pachtverträge enden somit am 30. Juni 2016, am 23. Oktober 2016 bzw. am 31. Dezember 2016. Die Managementverträge mit Starwood wurden entsprechend gekündigt. Die Einstellung der Hotelbetriebe wird ab 2016 zu einer deutlichen Verbesserung des Konzernergebnisses beitragen.

2.2.3.4 Finanzielle Leistungsindikatoren – Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage

Der Teilkonzern weist Umsatzerlöse in Höhe von EUR 240,6 Mio. (Vorjahr: EUR 228,0 Mio.) aus. Das Ergebnis nach Steuern (vor Anteilen Dritter und Ergebnisabführung) beträgt EUR -3,2 Mio. (Vorjahr: EUR -3,8 Mio.). Das operative Ergebnis ist trotz einer Verbesserung des Bruttobetriebsergebnisses der Hotelbetriebe um EUR 5,9 Mio. mit EUR -0,3 Mio. (Vorjahr: -0,4 Mio.) annähernd auf Vorjahresniveau. Dies ist neben um EUR 2,8 Mio. höheren Pachtaufwendungen im Wesentlichen auf Sondereffekte zurückzuführen. Sondereffekte im laufenden Geschäftsjahr betrafen mit insgesamt EUR -2,8 Mio. Einmalkosten für

die Eröffnung der beiden Aloft Hotels, drohende Rückgabekosten für das Sheraton Offenbach Hotel sowie gelegentlich einmalige Steuererstattungsansprüche in Spanien. Im Vorjahr war das operative Ergebnis hingegen durch Sondereffekte positiv mit EUR 2,2 Mio. beeinflusst.

Der Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit wird mit EUR 18,2 Mio. (Vorjahr: EUR 9,6 Mio.) ausgewiesen. Der operative Cashflow abzüglich Investitionen und Desinvestitionen beläuft sich für das abgelaufene Geschäftsjahr auf EUR 1,5 Mio. (Vorjahr: EUR 3,5 Mio.).

Das Konzern-EBIT beträgt EUR -0,3 Mio. (Vorjahr: EUR -0,4 Mio.). Das Konzern-EBITDA beträgt EUR 12,8 Mio. (Vorjahr: EUR 13,3 Mio.).

Die Bilanzsumme zum Geschäftsjahresende beträgt EUR 247,2 Mio. (Vorjahr: EUR 249,9 Mio.). Davon entfallen EUR 176,0 Mio. (Vorjahr: EUR 173,9 Mio.) auf langfristige Vermögenswerte. Die Eigenkapitalquote beträgt nach Verlustübernahme aus dem Ergebnisabführungsvertrag 64,3% (Vorjahr: 61,9%).

2.2.3.5 Prognose

Die deutsche Hotellerie rechnet für 2016 mit einem insgesamt positiven Jahr. Insbesondere auf dem für die AHSE wichtigsten Markt München ist aufgrund eines starken Messe- und Kongressjahres mit einem deutlichen Anstieg sowohl von Auslastung als auch Rate zu rechnen, während für Frankfurt ein moderates Wachstum prognostiziert wird. Unterstützend wirkt dabei in München eine gegenüber 2015 rückläufige Anzahl an Hotelneueröffnungen. Frankfurt hingegen wird 2016 durch mehrere Hotelneueröffnungen geprägt sein.

Mallorca erwartet für 2016 ein erneutes Rekordjahr. Als ausschlaggebend werden hauptsächlich die geopolitischen Spannungen in den konkurrierenden Mittelmeerländern und die generelle wirtschaftliche Erholung des spanischen Binnenmarktes angesehen. Für den Hotelmarkt in Zürich wird für 2016 mit einem anhaltenden Druck auf die

Durchschnittsraten und in der Folge mit einem leichten Rückgang beim RevPar gerechnet.

Anfang November 2016 wird die AHSE das neue The Westin Hamburg in der bereits heute weltbekannten Elbphilharmonie eröffnen. Die Führung des Hotels erfolgt durch Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc., im Rahmen eines Managementvertrages. Ein starkes Messe- und Kongressjahr in München, die erstmals über ein volles Geschäftsjahr betriebenen Aloft Hotels in München und Stuttgart sowie die gute Entwicklung der mallorquinischen Hotels werden zusätzlich dazu beitragen, dass der aus der geplanten Portfolioberreinigung resultierende Umsatzwegfall deutlich überkompensiert wird, sodass die AHSE insgesamt mit einem Umsatzwachstum von +4,4% gegenüber 2015 rechnet. Aufgrund der weiterhin kurzen Vorlaufzeiten bei Buchungen, auch im Tagungs- und Kongressbereich, ist die Planbarkeit der Geschäftsentwicklung jedoch erschwert.

Erstmals wird für 2016 ein positives EBIT in Höhe von EUR +1,2 Mio. erwartet. Bedingt durch Pre-Opening-Kosten für das The Westin Hamburg und noch verlustbringende Hotels, deren Pachtverträge im Jahr 2016 auslaufen werden, bleibt das Periodenergebnis im Jahr 2016 negativ. Für 2017 wird ein ausgeglichenes Periodenergebnis erwartet.

2.2.4 Seafood

2.2.4.1 Organisation und Struktur

Der Unternehmensbereich Seafood ist unter der chilenischen Finanzholding Inversiones Stefal SpA zusammengefasst. Inversiones Stefal SpA ist die Muttergesellschaft der operativ tätigen Gesellschaft Productos del Mar Ventisqueros S. A.

2.2.4.2 Branchenentwicklung

Die chilenische Lachsindustrie befindet sich unverändert in einer wirtschaftlich sehr schwierigen Phase. Die Aufzuchtbedingungen in Chile waren im Jahr 2015, abgesehen von dem Ausbruch des Vulkans Calbuco im April mit lediglich

begrenzten negativen Auswirkungen, sowohl in sanitärer Hinsicht als auch im Hinblick auf Wachstum, geringe Sterblichkeit etc., gut. Die Lage an den Absatzmärkten stellte sich jedoch zum Jahresende immer noch schwierig dar.

Der wichtigste Markt für Atlantiklachs aus Chile, die USA, war von einem Überangebot insbesondere von Lachs aus Kanada geprägt. In Kanada ist 2015 die Lachsernte außergewöhnlich hoch ausgefallen, sowohl im Bereich der Aquakultur als auch bei Wildfang, was zu einem Anstieg der Exporte gegenüber dem Vorjahr von 97% geführt hat. Zugleich wurden europäische Lachszüchter durch das auferlegte russische Embargo bewegt, ihre Bemühungen auf den amerikanischen Markt zu konzentrieren. Norwegen erhöhte seine Exporte in die USA um ca. 27%. Die US-Importeure und Handelsketten nutzten niedrigere Einkaufspreise, um ihre Gewinnmarge zu erhöhen. Allerdings sind die Verkaufspreise an die Verbraucher stabil geblieben, ebenso wie die Verkaufsvolumina, was zeigt, dass der Markt in den Vereinigten Staaten grundsätzlich intakt ist. Der zweitwichtigste Markt für Atlantiklachs ist Brasilien, der sowohl unter der Wirtschaftskrise, geringen verfügbaren Einkommen, als auch unter dem Verfall des brasilianischen Real leidet. Diese Faktoren führten zu den niedrigsten Preisen seit zehn Jahren bei gleichzeitig rückläufigem Lachskonsum. Die Preise für Coho und Trout lagen im Hauptabnehmerland Japan etwa 20% unter dem Vorjahr. Stabile Preise waren noch in Russland zu erzielen. Insgesamt lagen die erzielbaren Preise den größten Teil des Jahres unter den Produktionskosten.

Die niedrigen Preise führten 2015 die gesamte chilenische Lachsindustrie in die Verlustzone. Die kritische Liquiditätssituation zahlreicher Unternehmen machte vielfach die finanzielle Unterstützung seitens der Eigentümer erforderlich. Weitere einschneidende wirtschaftliche Entscheidungen wurden von vielen Unternehmen getroffen, wie die Vernichtung von Smolts, frühere Ernte und Massenentlassungen. Ein Tiefkühlen der Ernte und der Verkauf zu einem späteren Zeitpunkt, wenn sich der Markt erholt hat, waren aus Liquiditätsgründen größtenteils nicht möglich.

Trotz der erlittenen finanziellen Verluste verbesserte die Industrie das durchschnittliche Erntegewicht um 5% für Salar und 3% für Coho und Trout. Zugleich verringerten sich die Mortalitätsraten um 12% für Salar zum Ende des vierten Quartals.

2.2.4.3 Geschäftsentwicklung

Nach der im November 2014 erfolgten Verschmelzung der 2013 erworbenen Glaciares Pacificos S. A. auf die operative Gesellschaft Productos del Mar Ventisqueros S. A. stand 2015 im Zeichen der Optimierung der Strukturen und Geschäftsabläufe. Im Zuge dessen wurde die nicht mehr rentable Produktion von Räucherlachs aufgegeben und im Februar die Räucherfabrik geschlossen. Zusammen mit weiteren Maßnahmen konnten die Herstellungskosten im Vorjahresvergleich insgesamt mit 0,37 USD/kg WFE (Whole Fish Equivalent) signifikant gesenkt werden. Zudem wurde ab April eine von zwei Verarbeitungsfabriken (Trapen) an einen US-amerikanischen Kunden vermietet, was gleichzeitig einen wichtigen Absatzkanal für Ventisqueros eröffnete. Die ursprünglich bestehende Vertriebsvereinbarung mit AquaChile für den nordamerikanischen Markt für frische Lachsprodukte wurde im Laufe des Jahres durch eine Kooperation mit dem chilenischen Mitbewerber Blumar ersetzt. Daneben konnten weitere Absatzmärkte erschlossen werden, um dem Preisdruck der etablierten Märkte zumindest zum Teil auszuweichen. Die Aufzucht von Trout, die zuletzt nur noch im Verbund mit einem chilenischen Partner erfolgte, wurde zwischenzeitlich aufgegeben.

Im Berichtsjahr wurden 46.838 t WFE verkauft (Vorjahr: 41.975 t WFE), davon 33.673 t WFE Salar (Vorjahr: 23.209 t WFE), 9.999 t WFE Coho (Vorjahr: 10.686 t WFE) und lediglich noch 3.166 t WFE Trout (Vorjahr: 8.080 t WFE). Dabei blieben die Ergebnisse weit hinter den Erwartungen zurück. Die Verkaufspreise je Kilo für Salar lagen mit durchschnittlich USD 3,85 um USD –1,27 unter dem Vorjahreswert, was nahezu in voller Höhe auf das operative EBIT durchschlug. Die beiden anderen Spezies konnten

das Preisniveau des Vorjahres ebenfalls bei weitem nicht erreichen. Coho verlor mit 3,22 USD/kg um –1,15 USD/kg, Trout mit 4,14 USD/kg sogar um –2,13 USD/kg. Auch hier konnte der Preisverfall nur zum Teil im Kostenbereich aufgefangen werden.

Trotz Verbesserung der meisten operativen Performance-Größen hat sich die Geschäftsentwicklung insgesamt nochmals deutlich schlechter als im Vorjahr gezeigt. Durch die guten Zuchterfolge wurde die im Vorjahr prognostizierte Erntemenge deutlich übertroffen. Die gegenläufige Preisentwicklung führte jedoch dazu, dass das Umsatzziel zwar erreicht worden ist, was im Ergebnis allerdings zu einer deutlichen Verschlechterung des EBIT führte.

2.2.4.4 Finanzielle Leistungsindikatoren – Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage

Der Unternehmensbereich erzielte im Geschäftsjahr einen Umsatz in Höhe von EUR 157,5 Mio. (Vorjahr: EUR 162,6 Mio.). Das operative Ergebnis wird mit EUR –55,9 Mio. (Vorjahr: EUR –16,6 Mio.) ausgewiesen. Das Ergebnis vor Steuern beträgt EUR –58,7 Mio. (Vorjahr: EUR –19,2 Mio.). Davon entfällt ein Betrag in Höhe von EUR –9,6 Mio. (Vorjahr: EUR –12,3 Mio.) auf die Fair-Value-Bewertung im laufenden Geschäftsjahr.

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit beträgt EUR –12,5 Mio. (Vorjahr: EUR –2,5 Mio.).

Die Bilanzsumme sank – beeinflusst durch den USD-Wechselkurs – von EUR 271,0 Mio. auf EUR 246,7 Mio. Die Eigenkapitalquote beträgt 39,5% (Vorjahr: 51,8%).

2.2.4.5 Prognose

Die Geschäftsentwicklung 2016 wird maßgeblich durch die erzielbaren Preise in den unterschiedlichen Märkten geprägt, diese wiederum werden – neben gegebenen Marktstrukturen – von Angebot und Nachfrage bestimmt. Die Nachfrage nach Lachs wächst kontinuierlich, wohingegen

die Angebotsseite starken Schwankungen unterworfen ist. So hat eine extreme Form der Algenblüte Anfang des Jahres in Chile erhebliche Schäden angerichtet, was zu einem Ausfall von 12%–15% der Jahresproduktion führen wird. Die Marktpreise haben daraufhin bereits kräftig angezogen. Ventisqueros rechnet vor dem Hintergrund dieser aktuellen Entwicklung mit einem Verkaufsvolumen im Jahr 2016 von 30.000 t sowie Umsatzerlösen von etwa USD 150 Mio. Es wird ein operatives EBIT von rund USD –10 Mio. erwartet.

3 Finanzielle Leistungsindikatoren – Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage

3.1 Vorbemerkung

Die Verlautbarungen des IASB im Geschäftsjahr 2008 haben klargestellt, dass Minderheitenanteile an deutschen Personengesellschaften im Konzern als Fremdkapital zu behandeln sind (IAS 32). Entsprechend werden die Anteile konzernfremder Gesellschafter mit dem beizulegenden Zeitwert unter den sonstigen Verbindlichkeiten ausgewiesen.

Aufgrund der als sachgerecht eingestuften At-Equity-Bilanzierung für den Unternehmensbereich Getränke wurde das Ergebnis aus at equity bewerteten Unternehmen vom Finanzergebnis in das operative Ergebnis umgliedert. Da der Unternehmensbereich Getränke als operativer Bereich betrieben wird und nicht als Finanzinvestition, ist diese Darstellung angemessen. Auch die im Unternehmensbereich Bauen & Immobilien gezeigten Ergebnisse aus at equity bewerteten Unternehmen wurden in das operative Ergebnis umgliedert. Auch hier wird aufgrund der gesellschaftsrechtlichen Struktur in Form eines Joint Ventures ein operatives Geschäft als at equity ausgewiesen.

3.2 Ertragslage

Die Umsatzerlöse im Konzern erhöhten sich gegenüber dem Vorjahr von EUR 842,9 Mio. auf EUR 980,4 Mio. Hiervon entfallen (vor Konsolidierung) EUR 601,4 Mio.

auf den Unternehmensbereich Bauen & Immobilien, EUR 240,6 Mio. auf den Unternehmensbereich Hotel und EUR 157,5 Mio. auf den Unternehmensbereich Seafood.

Das Bruttoergebnis vom Umsatz verringerte sich – im Wesentlichen bedingt durch höhere Kosten im Unternehmensbereich Seafood – von EUR 211,8 Mio. auf EUR 176,0 Mio.; Vertriebs- und Verwaltungskosten sind in Höhe von EUR 71,3 Mio. (Vorjahr: EUR 74,5 Mio.) angefallen. Der Saldo aus sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen ist wie im Vorjahr positiv und beträgt EUR 62,5 Mio. (Vorjahr: EUR 46,7 Mio.). Die Position ist wesentlich durch die Fortschreibung der Bewertung der als Finanzinvestitionen gehaltenen Immobilien zum beizulegenden Zeitwert (Fair Value) beeinflusst. Die unrealisierte Marktwertänderung beträgt im Geschäftsjahr EUR 47,6 Mio. nach einer Änderung von EUR 41,2 Mio. im Vorjahr. Daneben sind in den sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen Kursdifferenzen, die Ergebnisse aus Anlagenabgängen sowie Abschreibungen auf Firmenwerte und zahlungsmittelgenerierende Einheiten erfasst.

Aufgrund der gegenwärtigen Zinssituation hat sich die Geschäftsführung der Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG entschlossen, ABC-Papiere (Asset Backed Commercial Papers) kurzfristig (Anlagedauer maximal drei Monate) sowohl in Euro als auch im Vorjahr in ausländischer Währung zu erwerben. Die hieraus entstehenden Kursgewinne bzw. -verluste – aus Währung oder aus ausgegebenen Kursen – werden unter dem Zinsergebnis ausgewiesen. Insgesamt entstand hieraus ein positives Zinsergebnis. Zum Bilanzstichtag waren keine ABC-Papiere im Bestand.

Das Finanzergebnis ist mit EUR -66,4 Mio. auf Vorjahresniveau.

Insgesamt wurde im Geschäftsjahr 2015 ein Konzernergebnis nach Anteilen Dritter von EUR 120,2 Mio. (Vorjahr: EUR 97,7 Mio.) erzielt, davon sind EUR 0,0 Mio. (Vorjahr: EUR 9,3 Mio.) nicht fortgeführten Aktivitäten zuzurechnen.

Das Konzern-EBIT beträgt inklusive der Effekte aus der Fair-Value-Bewertung EUR 189,5 Mio. (Vorjahr: EUR 170,4 Mio.). Das Konzern-EBITDA beträgt EUR 174,7 Mio. (Vorjahr: EUR 159,4 Mio.).

Die Konzernprognose des Vorjahres für 2015 konnte unter Einbeziehung der Ergebnisse der einzelnen Unternehmensbereiche weit übertroffen werden. Der in Summe sehr erfolgreiche Geschäftsverlauf des vergangenen Jahres führte zu signifikant höheren Umsatzerlösen sowie einem deutlich gesteigerten Periodenergebnis.

3.3 Finanzlage

Der Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit beträgt im abgelaufenen Geschäftsjahr EUR 332,1 Mio. nach EUR 142,8 Mio. im Vorjahr. Der Finanzmittelfonds am Ende der Periode beläuft sich auf EUR 33,5 Mio. (Vorjahr: EUR 103,8 Mio.).

3.4 Vermögenslage

Die Bilanzsumme hat sich um 1,8% auf EUR 3.561,2 Mio. verringert. Der Anteil der langfristigen Vermögenswerte an der Bilanzsumme beträgt 87,7% (Vorjahr: 83,4%). Die langfristigen Vermögenswerte in Höhe von EUR 3.123,9 Mio. (Vorjahr: EUR 3.026,5 Mio.) enthalten überwiegend Sachanlagen und als Finanzinvestitionen gehaltene Immobilien. Die Vorräte (ohne Biological Assets) entsprechen 7,8% (Vorjahr: 10,1%) der Bilanzsumme. Die Eigenkapitalquote liegt bei 40,6% (Vorjahr: 38,2%) der Bilanzsumme. Die langfristigen Schulden sind im Vergleich zur Bilanzsumme auf 34,3% (EUR 1.220,4 Mio.) gegenüber dem Vorjahreswert von 43,6% (EUR 1.581,1 Mio.) gesunken.

4 Risikobericht

Die Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG hat unternehmensübergreifend ein einheitliches Risikomanagementsystem eingerichtet. Das System fasst vierteljährlich mit Eintrittswahrscheinlichkeiten gewichtete Schadenshöhen

in definierten Risikofeldern für einen Prognosezeitraum von drei Jahren zu einem Wert für das Risikokapital zusammen. Zum 31. Dezember 2015 liegt das Risikokapital über die Unternehmensgruppe bei EUR 89,1 Mio. und beträgt somit 6,2% des Eigenkapitals.

Neben der Betrachtung des Risikokapitals gilt unter Risikogesichtspunkten das Hauptaugenmerk einer angemessenen Liquiditätsreserve im Konzern. Teilweise wird diese durch das Vorhalten liquider Mittel sichergestellt, jedoch vor dem Hintergrund der gegenwärtigen Zinslandschaft verstärkt auch auf jederzeit ziehbare Kreditlinien sowie das Vorhalten von Beleihungsreserven gesetzt. Die Steuerung erfolgt über eine konzernweite Liquiditätsplanung unter Berücksichtigung verschiedener Szenarien.

5 Prognose, Chancen und Risiken

5.1 Wirtschaftliche Entwicklung

Die deutsche Konjunktur erweist sich in einem schwierigen internationalen Umfeld als robust. Für das laufende Jahr rechnet das Institut für Weltwirtschaft in Deutschland mit einem Anstieg des Bruttoinlandsproduktes um 2,0%. Maßgeblich seien vor allem binnenwirtschaftliche Faktoren. So expandiert der private Konsum im gesamten Prognosezeitraum angetrieben von der günstigen Einkommensentwicklung infolge des anhaltenden Aufwärtstrends auf dem Arbeitsmarkt. Im laufenden Jahr wird er abermals Impulse durch die niedrigen Ölpreise sowie staatliche Transfers erhalten und vermutlich so stark zulegen wie seit 15 Jahren nicht mehr. Auch die Investitionen dürften wieder Tritt fassen und zum zweiten Standbein des Aufschwungs werden. Vor allem die Bauinvestitionen werden aufgrund der sehr günstigen Rahmenbedingungen voraussichtlich deutlich rascher zulegen als im Vorjahr. Für den Verlauf des Jahres wird ferner prognostiziert, dass die Weltwirtschaft ihre Schwächephase nach und nach überwinden wird, sodass sich in der Folge auch die Absatzmöglichkeiten für deutsche Exporteure wieder verbessern werden.

Die Finanzmärkte sind nach wie vor vom Handeln der großen Zentralbanken geprägt. Im März 2016 senkte die Europäische Zentralbank (EZB) die Einlagenfazilität erneut auf nun $-0,4\%$. Der Leitzinssatz wurde auf $0,0\%$ gesenkt. Weiterhin hat die EZB beschlossen, ab Mitte des Jahres Unternehmensanleihen direkt zu erwerben und ihr Kaufprogramm auf EUR 80 Mrd. pro Monat auszuweiten. Alle diese Maßnahmen zielen letztlich auf eine Erhöhung der Geldmenge und damit eine steigende Inflation ab. Zumindest in Deutschland hat sich diese im 1. Quartal 2016 vor allem aufgrund gestiegener Energiepreise und des frühen Ostertermins im März um $+0,3\%$ gegenüber dem Vorjahr erhöht. Die Maßnahmen der EZB wirken sich auch auf den Langfristbereich aus. So sind die Renditen von deutschen Staatsanleihen bis zu einer Laufzeit von neun Jahren inzwischen negativ. Diese Umstände führen einerseits zu immer geringeren Renditen und damit zu einer ansteigenden Inflation im Bereich der Vermögenswerte. Andererseits führt das Zinsniveau zu einem weiter zunehmenden Druck auf Seiten der Banken und Versicherungen, da ihnen eine wichtige Ertragsquelle wegbricht. Neben der Debatte über Leitzinsveränderungen werden die Diskussionen über einen möglichen EU-Austritt Großbritanniens – den sogenannten Brexit – zunehmend ernster. Da der Ausgang des Referendums im Juni gegenwärtig nicht vorhersehbar ist, wird die Volatilität auf den involvierten Finanzmarktsektoren weiterhin hoch bleiben. Losgelöst von einzelnen Ereignissen wird eine lang anhaltende Niedrigzinsphase im Euroraum zunehmend wahrscheinlich.

In den für den Unternehmensbereich Bauen & Immobilien relevanten Märkten gehen wir für das Geschäftsjahr 2016 von einem im Vergleich zu 2015 weitgehend gleichbleibenden immobilienwirtschaftlichen Umfeld aus. Das bedeutet, dass wir im gewerblichen Bereich eine stabile Flächennachfrage mit vergleichsweise geringen Leerstandsquoten erwarten. Die Nachfrage wird sich sowohl im Büro- wie auch im Einzelhandelsmarkt nur in sehr geringen Mietzinssteigerungen niederschlagen. Im wohnungswirtschaftlichen Bereich dürfte in Anbetracht des Gesetzes zur Mietpreisbremse und des bereits sehr hohen Niveaus der Mietzinsen und Kaufpreise nur eingeschränkt Raum für weitere Preissteigerungen

vorhanden sein. Eine Blasenbildung bei den Immobilienpreisen können wir gegenwärtig jedoch nicht erkennen.

Der deutsche Biermarkt ist unverändert gekennzeichnet von einer hohen Wettbewerbsintensität, die auch in Zukunft das Marktgeschehen beherrschen wird. Der Trend weg von alkoholhaltigem Bier wird sich ebenso fortsetzen, wobei attraktive Nischenprodukte ihre Abnehmer finden werden.

Auch der deutsche Hotelmarkt ist hart umkämpft, wenngleich die Tourismusindustrie nach wie vor eine Wachstumsbranche ist. Problematisch sind vielmehr das im internationalen Vergleich nach wie vor sehr niedrige Rateniveau in Deutschland und damit die geringe Ertragskraft auf Betreiberseite. Gleichwohl stellen Hotels als Betreiberimmobilien mit langlaufenden Mietverträgen eine interessante Assetklasse dar.

Die weltweite Nachfrage nach Lachs und Lachsprodukten steigt Prognosen zufolge in den nächsten Jahren unverändert. Da der Wildfang an einer natürlichen Grenze angelangt ist, muss der zusätzliche Bedarf über Aquakulturen gedeckt werden. Somit sehen wir unverändert die Attraktivität dieser Branche, wenngleich auf Anbieterseite versucht werden muss, Volumenschwankungen möglichst zu vermeiden. Die chilenischen Behörden arbeiten daher an Regelwerken, die ein ungebremstes Wachstum verhindern sollen, wie sie beispielsweise in Norwegen bereits existieren.

5.2 Entwicklung der Unternehmensbereiche

5.2.1 Bauen & Immobilien

Im Geschäftsfeld Immobilien werden die im Laufe des Jahres in München startenden Projektentwicklungen im Bestand, wie beispielsweise in der Kardinal-Faulhaber-Straße 1 und am Marienplatz 22, zu leicht reduzierten Mieterlösen im Vergleich zu 2015 führen. Des Weiteren wird sich das in diesem Jahr deutlich geringere Volumen an Portfolioverkäufen auf die Umsatzerlöse auswirken. Sowohl die geringeren Mieterlöse als auch die deutlich geringeren Umsätze

aus Portfoliobereinigungen werden sich im Geschäftsjahr 2016 in einem entsprechend reduzierten operativen Ergebnis niederschlagen. Im Hinblick auf die Bewertung der Bestandsimmobilien nach IAS 40 gehen wir über das gesamte Portfolio von einer stabilen Marktwertentwicklung aus.

Im Geschäftsfeld Development wird ein Umsatzvolumen in etwa auf Vorjahresniveau erwartet. Da das Jahr 2015 jedoch auch von einmaligen Ergebnisbelastungen geprägt war, gehen wir für das laufende Jahr von einer nennenswerten Ergebniserhöhung aus. Die termingerechte Baurechtschaffung mit dem angestrebten Geschossflächenvolumen stellt das Fundament für die weitere erfolgreiche Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Geschäftsfeldes dar. In diesem Zusammenhang ist zu erwähnen, dass mit der Satzung des vorhabenbezogenen Bebauungsplans für das Nockherberg-Areal im Jahr 2015 ein wesentlicher Meilenstein zur Realisierung künftiger Erträge bereits erreicht wurde.

5.2.2 Getränke

Die Entwicklung des deutschen Biermarktes wird sich auch im laufenden Geschäftsjahr 2016 nicht grundlegend ändern. Alkoholhaltige Biere werden sich entsprechend dem langjährigen Trend weiter leicht rückläufig entwickeln, wobei einzelne Marktsegmente durchaus attraktive Wachstumsmöglichkeiten versprechen.

Auf dem internationalen Markt sehen wir weiterhin gute Wachstumsmöglichkeiten für deutsche Marken, insbesondere im hochpreisigen Premiumsegment. Einzelne Märkte können jedoch aufgrund wirtschaftlicher oder geopolitischer Unsicherheiten zunehmend schwierig werden.

5.2.3 Hotel

Der Unternehmensbereich Hotel erwartet für 2016 eine positive Geschäftsentwicklung. Neben der generell stärkeren Nachfrage wirken sich die im Jahr 2015 unterjährig eröffneten Aloft Hotels in München und Stuttgart sowie das im November eröffnende The Westin Hamburg positiv aus.

Gegenläufig wirken Hotels, die im laufenden Geschäftsjahr die Gruppe verlassen. Insgesamt kann jedoch mit einer Umsatzsteigerung und einer Verbesserung des Ergebnisses gerechnet werden.

5.2.4 Seafood

Der Unternehmensbereich Seafood agiert in einem volatilen Markt. Dennoch ist davon auszugehen, dass die Nachfrage nach Lachs kontinuierlich weiterwachsen wird – bei gleichzeitig begrenzten Aufzuchtmöglichkeiten. Daher ist mit im Vergleich zu 2015 deutlich höheren Preisen und damit steigenden Unternehmensergebnissen zu rechnen. Für Ventisqueros rechnen wir bei reduziertem Verkaufsvolumen mit deutlich verbesserten Margen. Das operative Ergebnis wird sich positiv entwickeln, allerdings vor Bewertungseffekten noch negativ sein.

5.3 Prognose Gesamtkonzern

Für das Jahr 2016 erwarten wir im Gesamtkonzern unter Einbeziehung der Ergebnisse der Unternehmensbereiche Umsatzerlöse von etwa EUR 800 Mio. sowie ein Periodenergebnis vor Ergebniseffekten aus der Fair-Value-Bewertung von knapp EUR 60 Mio.

6 Nachtragsbericht

Weitere Vorgänge von besonderer Bedeutung, die nach dem Schluss des Geschäftsjahres eingetreten sind, haben sich nicht ergeben. Allerdings ist nicht auszuschließen, dass die noch bestehenden Anlaufschwierigkeiten der neuen Paulaner Braustätte das Geschäftsergebnis negativ beeinflussen können.

7 Finanzinstrumente und Risikomanagement

Die Schörghuber Unternehmensgruppe ist in unterschiedlichen Branchen und Märkten tätig. Damit eröffnen sich zahlreiche

Chancen, die allerdings untrennbar auch mit wirtschaftlichen Risiken verbunden sind. Diese Risiken sollen vermieden oder begrenzt werden, um wirtschaftlichen Schaden vom Konzern abzuwenden. Gleichzeitig können sich Chancen durch geänderte Rahmenbedingungen ergeben, die das Unternehmen zur Verbesserung seiner Wettbewerbsposition zu nutzen versucht. Unternehmerische Risiken werden nur dann bewusst eingegangen, wenn dadurch der Unternehmenswert gesteigert werden kann und ihre möglichen Auswirkungen beherrschbar bleiben. Das Risikomanagement ist deshalb integrierter Bestandteil der Unternehmensführung des Konzerns. Hierfür wurden konzernweit Risikomanagementsysteme eingerichtet, die eine Identifikation, Überwachung und Steuerung der Risiken ermöglichen und in die alle wesentlichen Tochtergesellschaften einbezogen sind. Darüber hinaus wird ein Berichts- und Meldesystem eingesetzt, das regelmäßig fortgeschrieben, überprüft und angepasst wird und die notwendigen Informationen für die Konzernleitung zur rechtzeitigen Erkennung auch dezentraler Risiken sicherstellt.

Der Konzern ist aufgrund der Art der Geschäftstätigkeit der einzelnen Unternehmensbereiche in unterschiedlichem Maße von den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen abhängig. Konjunkturschwankungen beeinflussen zwar grundsätzlich die Ertragslage des Konzerns, allerdings sind aufgrund der diversifizierten Struktur nicht alle Unternehmensbereiche gleichzeitig und nicht in gleicher Intensität betroffen.

Die zentrale Koordination und Steuerung des Finanzmanagements über die Schörghuber Corporate Finance GmbH verfolgt das Ziel, die Finanzstruktur des gesamten Konzerns und der einzelnen Gesellschaften umfassend zu optimieren. Dazu zählen die Unternehmensfinanzierung, das Management der Zins-, Währungs-, Liquiditäts- und Bonitätsrisiken sowie die Festlegung der Bankenpolitik und die Bankenbetreuung.

Der Konzern unterliegt im Zuge der operativen Geschäftstätigkeit und im Finanzierungsbereich hinsichtlich seiner Finanzinstrumente verschiedenen Risiken. Hierunter fallen

Markttrisiken (Preisrisiken) sowie Kredit- und Liquiditätsrisiken. Zu den Finanzinstrumenten zählen finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie vertragliche Ansprüche und Verpflichtungen bezüglich des Tauschs bzw. der Übertragung finanzieller Vermögenswerte.

Originäre Finanzinstrumente sind auf der Aktivseite die flüssigen Mittel, Forderungen sowie Finanzanlagen. Auf der Passivseite sind den Finanzinstrumenten die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie die sonstigen Verbindlichkeiten zuzuordnen. Markttrisiken betreffen im Konzern insbesondere Zinsänderungs- und Wechselkursrisiken. Soweit für Verbindlichkeiten und Kredite variable Zinssätze vereinbart sind, besteht – neben der Chance auf eine Zinssatzverringerung – auch das Risiko steigender Zinsen und damit entsprechend höherer Zinsaufwendungen.

Änderungen des Marktzinses von originären Finanzinstrumenten mit fester Verzinsung sind nur dann ergebniswirksam, wenn diese zum beizulegenden Zeitwert bewertet sind. Demnach unterliegen alle zu fortgeführten Anschaffungskosten bewerteten Finanzinstrumente mit fester Verzinsung keinen Zinsänderungsrisiken im Sinne von IFRS 7. Die Preisrisiken des Kreditportfolios werden mit Hilfe eines Risikomesssystems auf der Basis aktueller Zinssätze ermittelt.

Zur Risikobegrenzung dienen verschiedene Maßnahmen, wie die organisatorische Trennung von Handel, Abwicklung, Buchung und Kontrolle, sowie die laufende Berichterstattung über relevante Ergebnisse auf der Basis von Marktwerten und Zinsänderungsrisiken im Rahmen des Risikomanagementsystems. Darüber hinaus werden Zinsänderungsrisiken durch den Abschluss von Sicherungsgeschäften teilweise begrenzt. Hierzu werden je nach Risikoeinschätzung auch ausgewählte derivative Sicherungsinstrumente eingesetzt.

Im Zusammenhang mit der internationalen Ausrichtung der Geschäftstätigkeit ergeben sich Leistungsbeziehungen und Zahlungsströme in fremder Währung. Daraus entsteht ein

Verlustrisiko, weil Vermögenswerte in Fremdwährung bei sinkendem Wechselkurs an Wert verlieren bzw. Fremdwährungsverbindlichkeiten bei steigendem Wechselkurs teurer werden. Die Geschäftstätigkeit des Konzerns in Ländern außerhalb des Euroraums ist auf wenige Länder begrenzt, mit entsprechenden Auswirkungen auf das Devisenkursrisiko. Darüber hinaus wird das saldierte Währungsrisiko (Netto-Exposure) regelmäßig erfasst und bewertet. Ziel ist es, den Saldo zwischen Einnahmen und Ausgaben in der jeweiligen Fremdwährung und damit auch die Auswirkung einer Wechselkursänderung möglichst gering zu halten. Gegebenenfalls erfolgt eine Absicherung gegen Währungsrisiken mittels geeigneter derivativer Finanzinstrumente.

Insgesamt werden derivative Finanzinstrumente im Rahmen des Zins- und Wechselkursmanagements ausschließlich zu Sicherungszwecken eingesetzt, nicht für Handels- oder für spekulative Zwecke. Zur Reduzierung des Kontrahentenausfallrisikos erfolgt ein Abschluss nur mit ausgewählten Banken. Hinsichtlich der Zinsrisiken wird auch auf die Angaben zu den Zinszahlungen und zur Sensitivitätsanalyse auf Zinsänderungen unter Punkt II.B.20 „Finanzinstrumente“ im Anhang zum Konzernabschluss verwiesen. Die Wechselkursrisiken sind aufgrund der überwiegenden Geschäftstätigkeit im Euroraum nicht wesentlich.

München, den 20. April 2016

Die persönlich haftende Gesellschafterin
Josef Schörghuber Stiftung, München



Dr. Klaus N. Naeve



Alexandra Schörghuber



Dr. Hermann Brandstetter



Dr. Jürgen Büllesbach



Christoph Michl



Roland Tobias

Kreditrisiken beziehen sich auf den möglichen Ausfall von Schuldnern und auf eventuelle Bonitätsverschlechterungen. Der Konzern begrenzt dieses Risiko, indem regelmäßig hohe Anforderungen an die finanzielle Solidität der Kontrahenten gestellt werden. Außenstände werden dezentral fortlaufend überwacht, möglichen Ausfallrisiken wird durch Einzelwertberichtigungen und pauschalierte Einzelwertberichtigungen Rechnung getragen. Das maximale Ausfallrisiko bezieht sich auf Forderungen und Finanzanlagen und entspricht dem Bilanzansatz dieser Instrumente.

Neben der Finanzplanung mit mehrjährigem Planungshorizont steuert der Konzern über eine rollierende Liquiditätsplanung die laufende Abstimmung des Cashflows mit den entsprechenden Zahlungsverpflichtungen in der jeweiligen Periode. Außerdem wird im Rahmen eines vorsichtigen Liquiditätsmanagements dafür Sorge getragen, dass dem Konzern ausreichend hohe freie Kreditrahmen zur Verfügung stehen, um auch außerplanmäßige Zahlungsverpflichtungen jederzeit erfüllen zu können.

Konzern-Jahresabschluss 2015 nach International Financial Reporting Standards
Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG, München

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

	Anhang	2015 TEUR	2014 TEUR
Umsatzerlöse	II.A.1	980.369	842.939
Umsatzkosten	II.A.2	-804.320	-631.151
Bruttoergebnis vom Umsatz		176.049	211.788
Vertriebskosten	II.A.3	-30.121	-33.450
Verwaltungskosten	II.A.4	-41.174	-41.070
Sonstige betriebliche Erträge	II.A.5	74.505	57.330
Sonstige betriebliche Aufwendungen	II.A.6	-11.987	-10.648
Ergebnis aus at equity bewerteten Anteilen	II.A.7	22.234	-13.570
Operatives Ergebnis		189.506	170.380
Übrige Finanzerträge		14.358	8.755
Übrige Finanzaufwendungen		-80.743	-75.167
Finanzergebnis	II.A.8	-66.385	-66.412
Gewinn vor Steuern		123.121	103.968
Ertragsteuern	II.A.9	-2.905	-15.592
Gewinn aus fortgeführten Aktivitäten nach Steuern		120.216	88.376
Gewinn aus nicht fortgeführten Aktivitäten	II.A.10	0	9.344
Gesamtgewinn		120.216	97.720
Davon Ergebnisanteil nicht beherrschender Gesellschafter	II.A.11	-178	1.075
Davon Ergebnisanteil der Gesellschafter des Mutterunternehmens			
– aus fortgeführten Aktivitäten nach Steuern		120.394	87.301
– aus nicht fortgeführten Aktivitäten		0	9.344
		120.394	96.645

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

	2015 TEUR	2014 TEUR
Gesamtgewinn	120.216	97.720
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen	1.377	-11.080
Direkt mit dem Eigenkapital verrechnete latente Steuern	-333	1.695
Posten, die nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgliedert werden können	1.044	-9.385
Kursdifferenzen aus der Umrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	15.097	16.716
Sonstige erfolgsneutrale Änderungen	873	-9.567
Gewinn aus Absicherung von Zahlungsströmen (Cashflow-Hedges)	656	577
Direkt mit dem Eigenkapital verrechnete latente Steuern aus Cashflow-Hedges	-196	-228
Posten, die nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgliedert werden können	16.430	7.498
Sonstiges Ergebnis	17.474	-1.887
Gesamtergebnis	137.690	95.833
Davon Ergebnisanteil nicht beherrschender Gesellschafter	-178	1.075
Davon Ergebnisanteil der Gesellschafter des Mutterunternehmens		
– aus fortgeführten Aktivitäten nach Steuern	137.868	85.414
– aus nicht fortgeführten Aktivitäten	0	9.344
	137.868	94.758

Konzern-Bilanz

	Anhang	2015 TEUR	2014 TEUR
Immaterielle Vermögenswerte	II.B.1	22.840	21.867
Sachanlagen	II.B.2	486.107	424.637
Als Finanzinvestitionen gehaltene Immobilien	II.B.3	2.164.204	2.251.943
At equity bewertete Anteile	II.B.4	240.546	222.589
Übrige Finanzanlagen	II.B.5	111.664	177
Aktive latente Steuern	II.B.6	58.236	66.612
Biological Assets	II.B.7	14.482	10.658
Sonstige langfristige Forderungen und Vermögenswerte	II.B.10	25.855	27.971
Langfristige Vermögenswerte		3.123.934	3.026.454
Vorräte	II.B.7	276.307	365.518
Biological Assets	II.B.7	61.942	53.376
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	II.B.8	41.198	47.428
Steuererstattungsansprüche	II.B.9	1.421	308
Sonstige kurzfristige Forderungen und Vermögenswerte	II.B.10	22.894	30.264
Zahlungsmittel	II.B.11	33.505	103.767
Kurzfristige Vermögenswerte		437.267	600.661
Aktiva		3.561.201	3.627.115

	Anhang	2015 TEUR	2014 TEUR
Kommanditkapital		92.033	92.033
Rücklagen		1.352.802	1.293.737
Nicht beherrschende Gesellschafter		603	1.035
Eigenkapital	II.B.12	1.445.438	1.386.805
Langfristige Finanzschulden	II.B.15	1.118.549	1.316.519
Passive latente Steuern	II.B.13	20.518	33.642
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	II.B.18	6.837	154.579
Rückstellungen für Pensionen	II.B.14	61.607	65.351
Sonstige langfristige Rückstellungen	II.B.19	12.874	11.030
Langfristige Schulden		1.220.385	1.581.121
Kurzfristige Finanzschulden	II.B.15	275.925	251.746
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	II.B.16	88.511	75.545
Ertragsteuerverpflichtungen	II.B.17	2.007	18.921
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	II.B.18	468.204	249.118
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	II.B.19	60.731	63.859
Kurzfristige Schulden		895.378	659.189
Fremdkapital		2.115.763	2.240.310
Passiva		3.561.201	3.627.115

Impressum

Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG | Kommunikation & Marketing | Denninger Straße 165 | 81925 München
Telefon +49 89 9238-543 | Telefax +49 89 9238-603 | info@sug-munich.com | www.sug-munich.com

Konzeption/Gestaltung

acm Werbeagentur | München

Bilder

S. 5 | Gisela Schregle

S. 6 | Bild 1: Formstadt Architekten

S. 11 | Bild 2: PlanBude/Margit Czenki

S. 11 | Bild 3: NL Architects und BeL Sozietät für Architektur



ClimatePartner[®]
klimateutral

ID-Nr.: 53152-1606-1001
Mit der Identifikationsnummer kann unter www.climatepartner.com
der Zertifikatsnachweis für dieses Druckprojekt ermittelt werden.



SCHÖRGHUBER
UNTERNEHMENSGRUPPE