

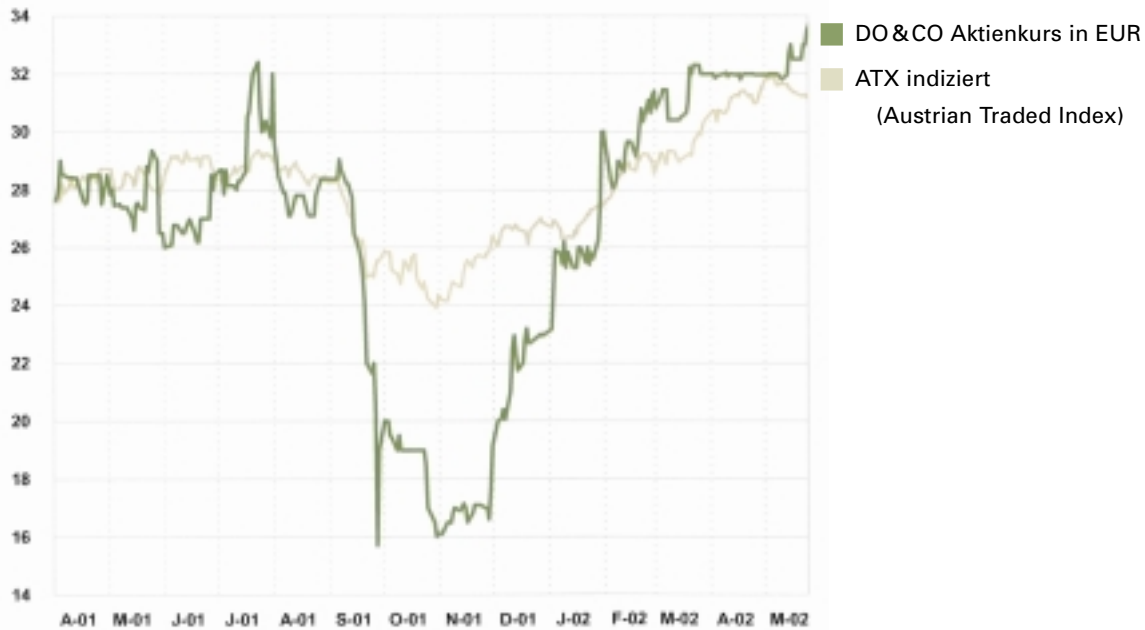
# Geschäftsbericht 2001 | 2002



DO&CO  
INTERNATIONAL

The Gourmet Entertainment Company

## Kursentwicklung der DO & CO Aktie



### Details zur Aktie:

|                                 |                  |
|---------------------------------|------------------|
| Wertpapier-Kürzel:              | DOC              |
| Wertpapier-Kennnummer:          | 081880           |
| ISIN Code:                      | AT0000818802     |
| Handelssegment:                 | Amtlicher Handel |
| Marktsegment:                   | Prime Market     |
| In folgenden Indizes enthalten: | WBI, ATX Prime   |
| Aktienanzahl:                   | 1.624.000        |
| Notiertes Nominale:             | EUR 11.802.068   |
| Erstnotiz:                      | 30. Juni 1998    |
| Streubesitz:                    | 35 %             |

### Kapitalmarktrelevante Informationen erhalten Sie unter:

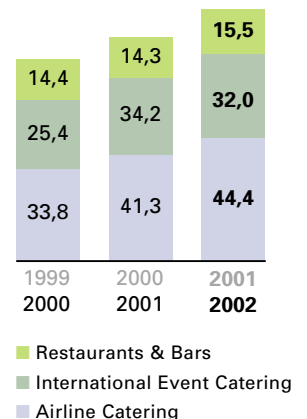
|                            |                             |
|----------------------------|-----------------------------|
| Telefon                    | +43 (1) 74000-191           |
| Fax:                       | +43 (1) 74000-194           |
| E-mail:                    | investor.relations@doco.com |
| Reuters Code:              | DOCO.VI                     |
| Bloomberg Code:            | DOC AV                      |
| Homepage der Wiener Börse: | www.wienerboerse.at         |

### Divisionen 2001/2002

|                                |        | Airline Catering | International Event Catering | Restaurants & Bars | Summe  |
|--------------------------------|--------|------------------|------------------------------|--------------------|--------|
| <b>Umsatz</b>                  | in m € | 44,37            | 31,96                        | 15,50              | 91,83  |
| <b>EBITDA</b>                  | in m € | 3,73             | 5,47                         | 1,25               | 10,45  |
| <b>Abschreibungen *</b>        | in m € | -3,57            | -2,74                        | -0,66              | -6,97  |
| <b>EBIT</b>                    | in m € | 0,16             | 2,73                         | 0,59               | 3,48   |
| <b>EBITDA - Marge</b>          | in %   | 8,4 %            | 17,1 %                       | 8,1 %              | 11,4 % |
| <b>EBIT - Marge</b>            | in %   | 0,4 %            | 8,5 %                        | 3,8 %              | 3,8 %  |
| <b>Mitarbeiter</b>             |        | 485              | 143                          | 286                | 914    |
| <b>Anteil am Konzernumsatz</b> | in %   | 48,3 %           | 34,8 %                       | 16,9 %             |        |

\*...inkl. Firmenwertabschreibungen

### Umsatz nach Divisionen in m €



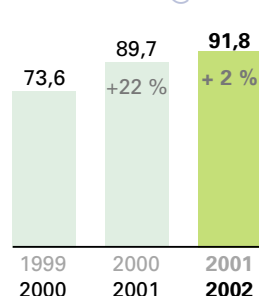
## Kennzahlen der DO & CO Gruppe nach IAS

|                                      |        | 2001 / 2002    | 2000 / 2001   | 1999 / 2000    |
|--------------------------------------|--------|----------------|---------------|----------------|
| <b>Umsatz</b>                        | in m € | <b>91,83</b>   | <b>89,69</b>  | <b>73,64</b>   |
| Umsatz-Veränderung zu Vorjahr        | in %   | 2,4 %          | 21,8 %        |                |
| <b>EBITDA</b>                        | in m € | <b>10,45</b>   | <b>8,89</b>   | <b>9,80</b>    |
| EBITDA-Veränderung zu Vorjahr        | in %   | 17,6 %         | -9,3 %        |                |
| EBITDA - Marge                       | in %   | 11,4 %         | 9,9 %         | 13,3 %         |
| <b>EBIT</b>                          | in m € | <b>3,48</b>    | <b>3,34</b>   | <b>5,67</b>    |
| EBIT Veränderung zu Vorjahr          | in %   | 4,2 %          | -41,1 %       |                |
| EBIT - Marge                         | in %   | 3,8 %          | 3,7 %         | 7,7 %          |
| <b>EGT</b>                           | in m € | <b>2,21</b>    | <b>3,16</b>   | <b>5,93</b>    |
| <b>Konzernergebnis</b>               | in m € | <b>1,00</b>    | <b>1,67</b>   | <b>2,87</b>    |
| <b>Mitarbeiter</b>                   |        | <b>914</b>     | <b>835</b>    | <b>731</b>     |
| <b>Eigenkapital</b>                  | in m € | <b>33,34</b>   | <b>33,36</b>  | <b>29,67</b>   |
| <b>Eigenkapital-Quote</b>            | in %   | <b>50,6 %</b>  | <b>50,5 %</b> | <b>56,1 %</b>  |
| <b>Nettozinsverbindlichkeiten</b>    | in m € | <b>-5,19</b>   | <b>1,02</b>   | <b>-12,71</b>  |
| <b>Net gearing</b>                   | in %   | <b>-17,0 %</b> | <b>3,3 %</b>  | <b>-48,4 %</b> |
| <b>Working Capital</b>               | in m € | <b>-2,95</b>   | <b>-3,34</b>  | <b>5,52</b>    |
| <b>Operativer Cash-Flow</b>          | in m € | <b>8,50</b>    | <b>3,83</b>   | <b>11,61</b>   |
| <b>Investitionen in Sachanlagen</b>  | in m € | <b>2,20</b>    | <b>15,34</b>  | <b>18,44</b>   |
| <b>Abschreibungen</b>                | in m € | <b>-6,97</b>   | <b>-5,55</b>  | <b>-4,13</b>   |
| <b>Free Cash-Flow</b>                | in m € | <b>6,90</b>    | <b>-11,88</b> | <b>-7,10</b>   |
| <b>ROS</b>                           | in %   | <b>2,4 %</b>   | <b>3,5 %</b>  | <b>8,1 %</b>   |
| <b>Capital Employed <sup>1</sup></b> | in m € | <b>31,08</b>   | <b>36,56</b>  | <b>15,97</b>   |
| <b>ROCE <sup>1</sup></b>             | in %   | <b>10,5 %</b>  | <b>10,9 %</b> | <b>47,4 %</b>  |
| <b>ROE</b>                           | in %   | <b>9,3 %</b>   | <b>10,0 %</b> | <b>19,2 %</b>  |

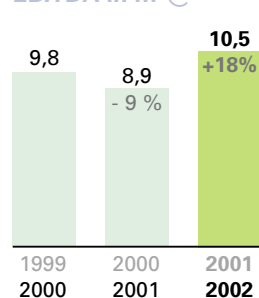
## Kennzahlen je Aktie

|                             |         | 2001 / 2002 | 2000 / 2001 | 1999 / 2000 |
|-----------------------------|---------|-------------|-------------|-------------|
| EBITDA                      | in €    | 6,43        | 5,55        | 6,06        |
| EBIT <sup>2</sup>           | in €    | 2,97        | 2,84        | 4,26        |
| Gewinn <sup>3</sup>         | in €    | 1,77        | 1,80        | 2,98        |
| Dividende <sup>4</sup>      | in €    | 0,50        | 0,50        | 0,50        |
| Eigenkapital                | in €    | 18,85       | 19,46       | 16,25       |
| Höchstkurs <sup>5</sup>     | in €    | 32,40       | 43,80       | 58,40       |
| Tiefstkurs <sup>5</sup>     | in €    | 15,70       | 21,50       | 37,30       |
| Kurs ultimo <sup>5</sup>    | in €    | 32,00       | 27,50       | 44,05       |
| KGV Höchst                  |         | 18,28       | 24,40       | 19,59       |
| KGV Tiefst                  |         | 8,86        | 11,98       | 12,52       |
| KGV ultimo                  |         | 18,06       | 15,32       | 14,78       |
| Dividendenrendite ultimo    | in %    | 1,6 %       | 1,8 %       | 1,1 %       |
| Aktienanzahl ultimo         | in TStk | 1.624       | 1.624       | 1.624       |
| Marktkapitalisierung ultimo | in m €  | 51,97       | 44,66       | 71,54       |

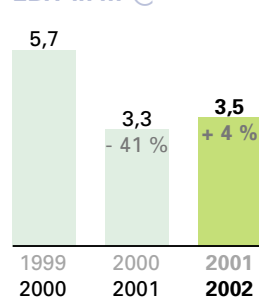
### Umsatz in m €



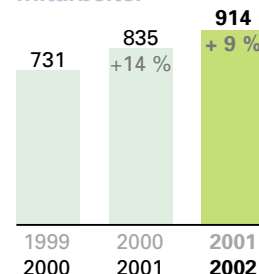
### EBITDA in m €



### EBIT in m €



### Mitarbeiter



Die Abkürzungen und Berechnungen der Kennzahlen werden im Kennzahlen Glossar auf Seite 106 erläutert

1...Die Werte 1999/2000 sind aufgrund von Einmaleffekten nur bedingt vergleichbar

2...Bereinigt um Firmenwertabschreibungen

3...Bereinigt um Firmenwertabschreibungen und außerordentliches Ergebnis

4...2001/2002 Vorschlag an die Hauptversammlung

5...Schlusskurs

---

## Vision

Weltmarktführer als Premium Caterer und Gourmet Entertainment Company.

## Mission

Delivering best quality and value for all our partners on a world-wide basis to create a unique gourmet entertainment environment for our customers.

"We are Ladies and Gentlemen **serv**ing Ladies and Gentlemen."



## Core Values



# Das DO & CO Potenzial



## Marken



## Segmente

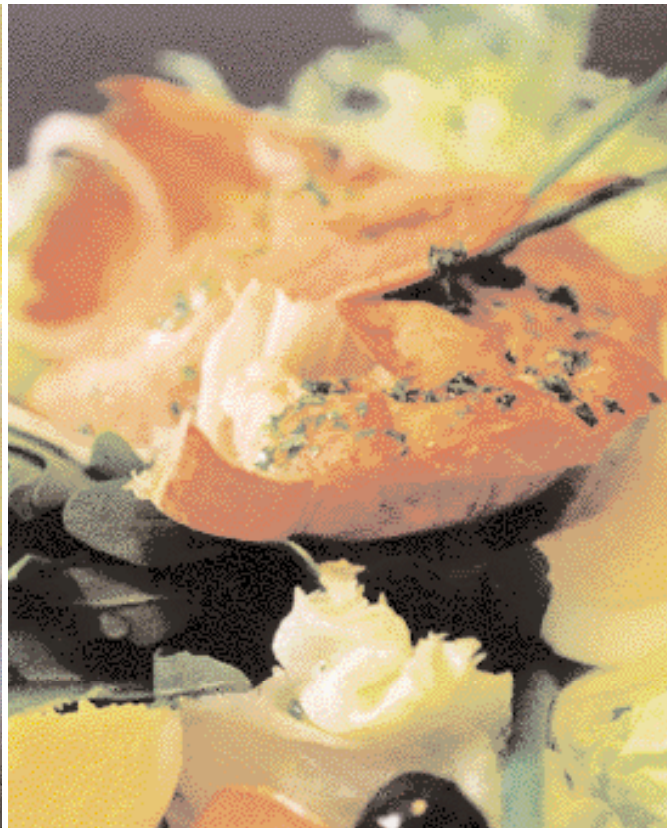
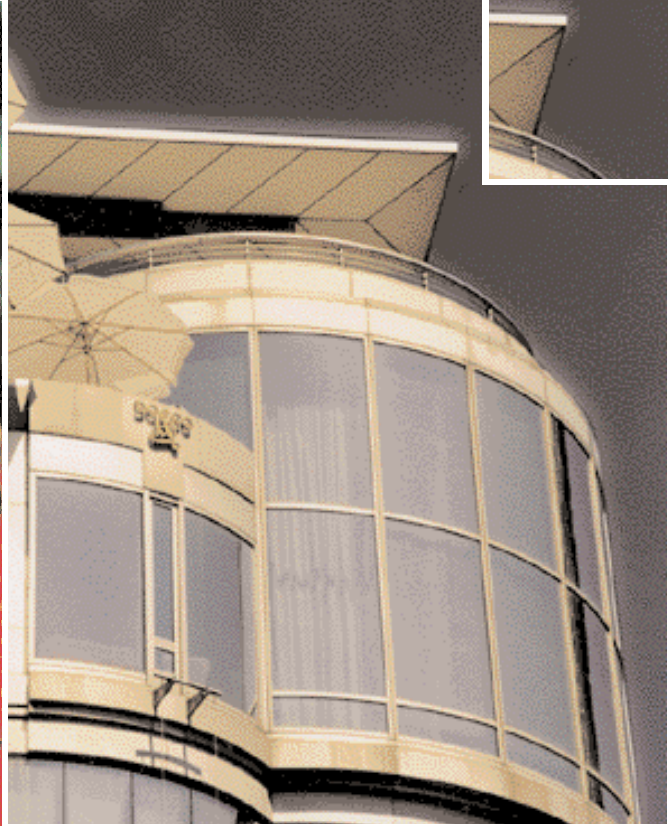
>> **Airline Catering**

>> **International Event Catering**

>> **Restaurants & Bars**

## Märkte

- >> Weltweite Standorte und Gourmetküchen in Miami, New York, Mailand, Berlin, Frankfurt, München, Salzburg und Wien sowie ein Organisationsbüro in London
- >> Zusätzlich drei Restaurants, zwei Cafés und mehrere Bars in Wien und Umgebung
- >> DO & CO war auch im Geschäftsjahr 2001/2002 als global agierendes Unternehmen auf drei Kontinenten u.a. in folgenden Ländern tätig: Belgien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Japan, Kanada, Malaysia, Monaco, Österreich, Schweiz, Spanien, Ungarn und USA.



## INHALTSVERZEICHNIS

|      |   |
|------|---|
| 01   | Vorwort des Vorstandes  |
| 04   | Organe der Gesellschaft   |
| 05   | DO & CO im Überblick  |
| 07   | MitarbeiterInnen  |
| 11   | Core Values   |
| 16   | Unternehmensstrategie   |
| 19   | Potenzial   |
| 21   | Marken  |
| 26   | Segmente  |
| 27   | Division Airline Catering                                       |
| 31   | Division International Event Catering                           |
| 33   | Division Restaurants & Bars                                     |
| 37   | Märkte  |
| 40   | Kunden  |
| 41   | Consulting  |
| 42   | Home Meal Replacement   |
| 43   | Produktentwicklung  |
| <br> |   |
| 48   | Lagebericht 2001/2002   |
| 49   | Wirtschaftliches Umfeld   |
| 51   | Umsatz  |
| 53   | Ergebnis und Vermögen   |
| 55   | Division Airline Catering                                       |
| 57   | Division International Event Catering                           |
| 59   | Division Restaurants & Bars                                     |
| 61   | Aktie & Investor Relations                                      |
| 65   | Umwelt  |
| 67   | Ausblick  |
| <br> |   |
| 69   | Bericht des Aufsichtsrates                                      |
| <br> |   |
| 70   | Konzernabschluss 2001/2002                                      |
| 71   | Bilanz zum 31. März 2002  |
| 72   | Gewinn- und Verlustrechnung 2001/2002                           |
| 73   | Geldflussrechnung (Cash-Flow Statement)                         |
| 74   | Beteiligungsgesellschaften                                      |
| 75   | <b>Anhang</b>   |
| 82   | Erläuterungen zur Bilanz  |
| 90   | Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung                   |
| 95   | Sonstige Angaben  |
| 99   | Anlagenspiegel  |
| <br> |   |
| 101  | Bestätigungsvermerk und Bericht der Abschlussprüfer             |
| <br> |   |
| 102  | Einzelabschluss 2001/2002 der DO & CO Restaurants & Catering AG |
| <br> |   |
| 105  | Standorte   |
| <br> |   |
| 106  | Kennzahlen Glossar  |

# Vorwort des Vorstandes

---

## Sehr geehrte Damen und Herren!

**D**as Geschäftsjahr 2001/2002 bedeutete für DO & CO den Eintritt in das dritte Jahrzehnt der Unternehmensgeschichte. Und diese Unternehmensgeschichte steht für ein erfolgreiches Wachstum, für die Entwicklung vom kleinen Delikatessengeschäft mit angeschlossenem Restaurant zu einer international agierenden Global Gourmet Entertainment Group, welche in 20 Ländern auf drei Kontinenten aktiv ist. Eine Vision in der Realisierung.

Aus einer Airline sind mittlerweile zwölf Airlines geworden, die wir catern. Das Party-service hat sich zum International Event Catering in den Bereichen Sport, Corporates und Privatveranstaltungen entwickelt, und aus dem kleinen Delikatessengeschäft mit angeschlossenem Restaurant entstand der Bereich Restaurants & Bars mit dem Flagship Haas Haus am Wiener Stephansplatz, den Restaurants und Bars im Casino Baden und – ganz neu – dem traditionsreichen Demel am Kohlmarkt sowie dem Café Griensteidl am Michaelerplatz. Zu Produktion und Catering sind als logische Konsequenz unserer Entwicklung Aktivitäten wie Logistik und Consulting für unsere Kunden hinzugekommen. Und die ursprünglichen Premium-Marke DO & CO wurde in der Zwischenzeit um zwei Top-Premium Brands - Aioli und Demel - erweitert.

Trotzdem haben wir auf unserem Weg zur Diversifikation und Internationalität nie das Prinzip der kaufmännischen Vorsicht aufgegeben, nie das notwendige Augenmaß verloren. Wir haben Werte geschaffen und abgesichert, um von einer soliden, gesunden finanziellen Basis aus die weitere Expansion voranzutreiben; keine Nettoverschuldung, das heißt keine Schulden, spricht eine deutliche Sprache. Kontinuierlich konnten wir Jahr für Jahr erfreuliche Umsätze und – wichtiger noch – Ergebnisse vorweisen. Aber für uns gilt, der Bericht über ein Geschäftsjahr ist nur ein Moment des Innehaltens, der Bestandsaufnahme, um sich auf kommende Aufgaben und Herausforderungen zu konzentrieren. Wesentlich ist es, Erreichtes in Frage zu stellen, Ziele zu haben und einer Vision zu folgen.

DO & CO verdankt seinen Ruf der Top-Qualität seiner Produkte und Dienstleistungen, und wir besetzen national wie international eine führende Position. In dieser Hinsicht unterscheidet sich DO & CO wesentlich von seinen Mitbewerbern. Wir haben uns weltweit den Prinzipien der freien Marktwirtschaft und des Wettbewerbs verschrieben.

Qualität beginnt für uns nicht in der Gourmetküche – dort wird sie hergestellt und perfektioniert. Qualität beginnt für uns, indem wir die Bedürfnisse unserer Kunden verstehen, sie definieren und Produkte sowie Dienstleistungen entwickeln, welche diese Bedürfnisse erfüllen oder sogar noch übertreffen. Qualität hat somit für uns den höchsten Stellenwert, den wir in unserem täglichen Streben nach fehlerfreier Arbeit untermauern. Oberste Priorität muss daher die kontinuierliche Förderung und Aufrechterhaltung unserer Unternehmenskultur haben, die auf Qualität und Einzigartigkeit fokussiert ist. Sie ist unersetzbar und nicht beliebig austauschbar, da Werte vorhanden sind, die über lange Jahre aufgebaut wurden und nicht käuflich sind.



---

In unserer strategischen Ausrichtung, in unserem unternehmerischen Denken und Handeln stehen zwei Grundsatzbekenntnisse dominant im Vordergrund: Mensch und Werte.

Einerseits haben wir uns der Schaffung, Sicherung und Steigerung von Werten verschrieben, andererseits steht der Mensch im Mittelpunkt unserer Unternehmensphilosophie; seine Bedürfnisse wollen wir rechtzeitig erkennen und seinen Wünschen mit höchsten Qualitätsstandards nachkommen. Damit erfüllen wir weit mehr Rahmenbedingungen als im Aktiengesetz stipuliert, welches lediglich ein Handeln zum Wohl des Unternehmens unter Berücksichtigung der Interessen der Aktionäre, Arbeitnehmer und des öffentlichen Interesses verlangt. Und wir sind stolz darauf!

Unser Business ist ein "Business for People", nach dem Grundsatz: "We are Ladies and Gentlemen serving Ladies and Gentlemen." Daher haben wir in der optischen Aufbereitung des vorliegenden Geschäftsberichtes unsere MitarbeiterInnen in ihrer Vielfalt in den Mittelpunkt gestellt. Mit ihrer fachlichen Qualifikation leisten sie als Träger von unersetzlichem Know-how durch ihr verantwortungsbewusstes, rasches, auf Top-Qualität fokussiertes und motiviertes Handeln einen wesentlichen Beitrag zur weiteren Wertschöpfung der DO & CO Gruppe.

In unserer Personalpolitik lassen wir uns vom Prinzip leiten, dass alle MitarbeiterInnen mit Respekt und Würde zu behandeln sind. Jeder einzelne Mitarbeiter wird als gleichwertiges Mitglied unserer globalen DO & CO Familie anerkannt, und wir bieten allen die gleichen Chancen. Das Umfeld, in dem wir uns bewegen, fordert ständig unsere Lernbereitschaft und Innovationsfreudigkeit. Daher wollen wir sicherstellen, dass alle unsere MitarbeiterInnen ungeachtet ihres Geschlechtes, kulturellen Backgrounds oder ihrer Position ihr volles Potenzial entfalten können. Entscheidungen müssen extrem kundennah getroffen werden, denn nur rasches Handeln sowie von Spitzenqualität geprägte Produkte und Dienstleistungen können eine größtmögliche Kundenzufriedenheit sicherstellen. Daher glauben wir als international agierende Unternehmensgruppe an die kulturelle Vielfalt am Arbeitsplatz und an die gemeinsamen Werte. Diese gemeinsamen Werte von DO & CO stellen wir Ihnen im Geschäftsbericht unter dem Abschnitt "Core Values" vor.

Und es waren die "People" - Kunden, Lieferanten, Aktionäre und MitarbeiterInnen - welche unseren geschäftlichen Erfolg in einem von schwierigen Rahmenbedingungen gekennzeichneten Geschäftsjahr sichergestellt haben, das aus mehreren Gründen ereignisreich und bemerkenswert war. Geprägt von einer sich deutlich verschlechternden konjunkturellen Lage und überschattet von den fürchterlichen Ereignissen des 11. September mit ihren Folgewirkungen, insbesondere auf die Airline Branche, bot das Wirtschaftsjahr 2001/2002 nicht unbedingt das ideale Umfeld für eine optimale Geschäftsentwicklung im Cateringbereich.

Trotzdem vermochte DO & CO die Krise als Chance zu nutzen und die erfreulichen Ergebnisse der Vorjahresperiode nochmals - wenn auch nur leicht - zu steigern. Der Gruppenumsatz wuchs erneut – trotz Krise in der Airline Branche – um 2,4 % auf EUR 91,83 Mio. Bei EBITDA (+ 17,5 % auf EUR 10,45 Mio) und EBIT (+ 4,2 % auf EUR 3,48 Mio) konnten Zuwachsraten verzeichnet werden, die Eigenkapital-Quote verbesserte sich weiter auf 50,6 %. Durch rasches Reagieren auf die neuen Wettbewerbsbedingungen wurden unsere angestrebten Ertragsziele für das Geschäftsjahr 2001/2002 erreicht, und wir konnten die in uns gesetzte Erwartungshaltung der Analysten übertreffen.

Unser erfolgreiches Wirken wurde aber in der Markteinschätzung nicht vollständig honoriert. Die DO & CO Aktie verzeichnete im Zeitraum Anfang April 2001 bis Ende März 2002 einen Performanceanstieg von 20,8 % (auf Basis Tagestiefst- bzw. Tageshöchstkurse) und war im ersten Quartal 2002 zweitbesten Top-Performer im ATX Prime. Trotzdem sind wir mit der absoluten Höhe unseres Kurses nicht zufrieden, weil er unserer Meinung nach nicht den wahren Wert und das Potenzial von DO & CO wiedergibt.

Wir sind überzeugt, dass angesichts der schwierigen Rahmenbedingungen nur jene Unternehmen erfolgreich sind, die rechtzeitig entsprechende Antworten gefunden und Maßnahmen zur Effizienzsteigerung gesetzt haben. Das sind wir uns, unseren Kunden, Lieferanten, Mitarbeitern, aber vor allem unseren Aktionären schuldig. Wir alle in der DO & CO Familie haben sehr hart für diesen Erfolg gearbeitet. Wir konnten neue Kunden gewinnen (Iberia ex New York, Turkish Airlines ex Wien), neue Partnerschaften eingehen (Raiffeisen-Holding Niederösterreich-Wien) bzw bestehende Partnerschaften verlängern (ASM oder Air Mauritius) und neue Akquisitionen zur Verbreiterung unserer Geschäftsbasis tätigen (Erwerb der K.u.K. Hofzuckerbäcker Ch. Demel's Söhne GmbH samt dem dazugehörigen Café Griensteidl).

Aufbauend auf den soliden Grundlagen, die in der Vergangenheit geschaffen wurden, sind wir für weiteres Wachstum aus eigener Kraft bestens gerüstet:

*als die globale Nummer 1 im Gourmet Entertainment.*

Mit freundlichen Grüßen

Ihr Vorstand der DO & CO Restaurants & Catering AG



Dr. Franz Kubik



Attila Dogudan



Michael Dobersberger

# Organe der Gesellschaft

## Der Vorstand

**Attila DOGUDAN**  
Vorsitzender des Vorstandes



**Dr. Franz KUBIK**  
Mitglied des Vorstandes und CFO  
(seit 1. Dezember 2001)



**Michael DOBERSBERGER**  
Mitglied des Vorstandes



## Der Aufsichtsrat

**o. Univ.-Prof. DDr. Waldemar JUD**  
Vorsitzender des Aufsichtsrates,  
Universitätsprofessor, Graz



**Dr. Werner SPORN**  
Stellvertreter des Vorsitzenden des Aufsichtsrates,  
Rechtsanwalt, Wien



**Ing. Georg THURN-VRINTS**  
Mitglied des Aufsichtsrates,  
Land- und Forstwirt, Poysbrunn



# DO & CO im Überblick

Vom kleinen Delikatessengeschäft  
zum internationalen Gourmet Entertainment Konzern.



- |  |  |
|--|--|
| <p><b>1981</b> Unternehmensgründung: Eröffnung des ersten Restaurants in Wien.</p>   | <p><b>1997</b> Gründung der DO &amp; CO Restaurants &amp; Catering AG.</p>   |
| <p><b>1983</b> Beginn der Aktivitäten im Bereich Partyservice.</p>   | <p><b>1998</b> Eröffnung des Restaurants Aioli am Wiener Stephansplatz.</p>  |
| <p><b>1987</b> Beginn der Aktivitäten im Airline Catering für die Lauda Air.</p>   | <p>Inbetriebnahme der Gourmetküche am Flughafen Salzburg.</p>  |
| <p><b>1989</b> Inbetriebnahme der Gourmetküche in Wien, Dampfmühlgasse.</p>  | <p>Initial Public Offering von 735.000 Stk DO &amp; CO Aktien und Gang an die Wiener Börse: rd. 45 % des Grundkapitals ging an private Investoren.</p> |
| <p><b>1990</b> Eröffnung des DO &amp; CO Restaurants im Haas Haus am Wiener Stephansplatz.</p>                                       | <p><b>1999</b> Gründung der DO &amp; CO Tochter Aioli – Vienna Airport Restaurants &amp; Catering GmbH.</p>  |
| <p><b>1991</b> Übernahme der Organisation und Logistik des Rathausplatz-Festivals.</p>   | <p>Inbetriebnahme der Gourmetküche am Flughafen JFK in New York.</p>   |
| <p><b>1992</b> Beginn der Aktivitäten im Bereich International Event Catering beim Formel 1 Grand Prix am Hungaroring in Ungarn.</p> | <p><b>2000</b> Inbetriebnahme der Gourmetküchen in Miami, München und Frankfurt.</p>   |
| <p>Erhalt des ersten von drei IFCA Golden Mercury Awards (International Flight Catering Association).</p>                            | <p><b>2001</b> Inbetriebnahme der Gourmetküche in Berlin.</p>  |
| <p><b>1995</b> Inbetriebnahme der Gourmetküche am Flughafen Mailand Malpensa.</p>  | <p><b>2002</b> Erwerb der K.u.K. Hofzuckerbäcker Ch. Demel's Söhne GmbH mit dem Café Griensteidl.</p>  |
| <p>Eröffnung des DO &amp; CO Standortes im Casino Baden.</p>   |  |

“There is never  
a dull moment!”

**Lynne Harries (33)**

DO & CO London

Assistentin der Geschäftsleitung

**Segment:**

International Event Catering

Bei DO & CO seit 1993

**Karriereweg bei DO & CO:**

Fakturistin der International

Event Catering Abteilung,

Assistentin der Geschäftsleitung

**Frühere Tätigkeit/Ausbildung:**

Bankangestellte

LYNNE HARRIES



# MitarbeiterInnen

Im Geschäftsjahr 2001/2002 betrug die Zahl der in der DO & CO Restaurants & Catering AG fix angestellten MitarbeiterInnen 914 (340 Mitarbeiterinnen und 574 Mitarbeiter). Dies bedeutet eine Erhöhung um 9,5 % gegenüber dem Geschäftsjahr 2000/2001. Zusätzlich beschäftigte das Unternehmen 229 teilzeitbeschäftigte MitarbeiterInnen (2000/2001: 282).

In der Division Airline Catering waren im vergangenen Geschäftsjahr im Jahresdurchschnitt 485 MitarbeiterInnen beschäftigt (2000/2001: 469), im International Event Catering 143 (2000/2001: 118) und im Geschäftsbereich Restaurants & Bars 286 (2000/2001: 248). Die Zahl der MitarbeiterInnen aufgeteilt auf die Regionen betrug in Österreich 596 (- 23), in Deutschland 121 (+ 89), in Italien 59 (-23), in Grossbritannien 3 (+/- 0) und in den USA 135 (+ 36).

Die DO & CO MitarbeiterInnen sind das höchste Kapital unseres Unternehmens – sie sind für den Unternehmenserfolg von größter Bedeutung. Die DO & CO Personalpolitik hat sich zum Ziel gesetzt, diesen Grundsatz in Recruiting, Aus- und Weiterbildung, Mitarbeiterförderung und Personalentwicklung täglich bewusst zu leben und die Individualität jedes einzelnen Mitarbeiters als den größten Beitrag zur Vielfaltigkeit und Verschiedenheit des Unternehmens und seiner Produkte zu erkennen und zu fördern.

Kontinuierliche Motivation und die Schaffung eines persönlich produktiven Umfelds soll es jedem Mitarbeiter ermöglichen, seine Einzigartigkeit in die DO & CO Familie einzubringen und eigene Erwartungen, persönlich gesetzte Ziele und unternehmensorientierte Erfolge zu erreichen. Die Summe der Vielfalt unserer MitarbeiterInnen und die Zusammenarbeit aller in Respekt und Würde, mit viel Engagement und Freude an der Arbeit, prägen die DO & CO Unternehmenskultur - ein unersetzbarer und einzigartiger Wert des Unternehmens.

## >> Die DO & CO Academy

Der hohe Fokus des Unternehmens auf höchste Dienstleistungsqualität beim Gast hat zu einem umfassenden Ausbau des Trainingsprogrammes der DO & CO Academy geführt. Neben einer Erweiterung der fachspezifischen Ausbildung wird seit dem heurigen Geschäftsjahr hohes Augenmerk auf die persönlichkeitsbildende Förderung gelegt.



Die DO & CO Ausbildung basiert auf einem Modulsystem, das mit einem allgemeinen Grundtraining für alle neuen DO & CO ServicemitarbeiterInnen beginnt und eine intensive Auseinandersetzung mit der DO & CO Philosophie, Equipmentschulung, Waren- und Produktionskunde, Einschulung in den Servicebereich sowie Sicherheit und Verhalten beim Kunden und Logistik umfasst.

Gutes Service braucht Persönlichkeiten – persönlichkeitsbildende Seminare, durch Managementmethoden unterstützt, sollen den Servicecrews ermöglichen, ihre Einzigartigkeit im Umgang mit dem Kunden einzubringen und schwierige Situationen erfolgreich zu meistern. Deshalb sind Schulungen für Veranstaltungs-, Situations- und Teammanagement sowie Mitarbeiterführung ein integrativer Ausbildungsbestandteil.

Fachseminare für Wein- und Schnapskunde und eigens entwickelte Bartendertrainings sowie die Einführung in die Welt der Zigarren- und Käsekunde haben zu einer weiteren Professionalisierung der nationalen und internationalen Servicecrews beigetragen.

Weiters konnte die DO & CO Academy folgende Projekte im Jahr 2001/2002 erfolgreich abschließen:

- >> Entwicklung eines Karriereplanes für das International Event Catering.
- >> Aufbau und Betreuung der Servicecrews an den Standorten Berlin, München und Miami.
- >> Rekrutierung und Ausbildung von ServicemitarbeiterInnen in Barcelona, Maastricht, Montreal und Indianapolis für das International Event Catering.



## >> Kooperation mit der Johnson & Wales University

Besonders erfreulich hat sich die Kooperation von DO & CO mit der "Johnson & Wales University" in Miami entwickelt. Im Rahmen gemeinsamer Ausbildungsprogramme wurde von DO & CO ein Praktikum auf Volontariatsbasis angeboten, das neben einer ein- bis zweiwöchigen Grundschulung ein praxisorientiertes Rotationsprogramm vorsieht, um den Praktikanten einen umfassenden Einblick in das hohe Maß an Qualität, Serviceflexibilität und Kreativität zu geben, mit dem DO & CO weltweit Standards in der Gastronomie setzt.

Im Rahmen des SWEPP Programmes (Summer Workshop Experience Program) sowie des verpflichtenden COOP Programmes (Cooperative Program) haben insgesamt 34 Studenten der Universität die Gelegenheit wahrgenommen, als Köche, Pâtisseries und ServicemitarbeiterInnen in den Bereichen kalte, warme Küche und Pâtisserie für Airline Catering und International Event Catering sowie als ServicemitarbeiterInnen im International Event Catering und in den Restaurants & Bars ihr Wissen zu erweitern und das DO & CO Team zu ergänzen.

Erfreulich ist auch das Ergebnis dieser Kooperation für DO & CO: aus diesen Teams konnten bereits zwei Köche und ein Pâtissier sowie eine Mitarbeiterin für den weiteren Aufbau des International Event Catering gewonnen werden. DO & CO kann im amerikanischen Raum auf ein gut ausgebildetes Kernteam an Freelancern – Köchen, Pâtisseries und ServicemitarbeiterInnen - zurückgreifen.

---

## >> Das DO & CO Management Team

Man kann das beste Produkt entwickeln – aber der Erfolg wird ausbleiben, wenn es nicht zur richtigen Zeit am richtigen Ort ist. Das richtige Management Team zur Seite zu haben, qualifizierte und motivierte Managementtalente anzusprechen, zu fördern und zu halten sowie dem Team unterstützende Managementinstrumente und -methoden zur Verfügung zu stellen, sind die Voraussetzungen, um erfolgreich Strategien zu entwickeln und umzusetzen sowie eine Fortsetzung des raschen Unternehmenswachstums zu gewährleisten. Die kooperative und produktive Zusammenarbeit des DO & CO Management Teams hat wesentlichen Anteil am Erfolg des Unternehmens im Jahr 2001/2002 und bestärkt das Vertrauen, das DO & CO in seine Führungskräfte auch in Zukunft setzt.

Im vergangenen Geschäftsjahr hat DO & CO ein mehrjähriges Managementprojekt erarbeitet, um Management- und Organisationsstrukturen zu definieren, welche die Grundlage für zukünftiges Wachstum und Realisierung des DO & CO Potenzials bilden.

## >> Die DO & CO Crew – erfolgreiche MitarbeiterInnen, vielfältige Kulturen, einzigartige Menschen

Die Vielfältigkeit von Menschen und Kulturen prägen das Miteinander der DO & CO Familie. Die DO & CO MitarbeiterInnen sind die Grundlage unseres Unternehmenserfolges, und die Individualität jedes einzelnen ist der größte Beitrag zur Unterscheidung des Unternehmens von Konkurrenzunternehmen. Unsere MitarbeiterInnen haben sich auch im vergangenen Jahr als eingespieltes Team bewiesen. Mit einem hohen Maß an Flexibilität und Anpassungsfähigkeit, situativer Improvisationsgabe und durch eine nach außen sichtbare Freude an der Arbeit wurden die Herausforderungen hervorragend gemeistert und für unsere Kunden höchster Wert geschaffen.

Wie schon im Vorwort des Vorstandes ausgeführt, haben wir im vorliegenden Geschäftsbericht die DO & CO MitarbeiterInnen in den Vordergrund gestellt. Wir möchten illustrativ einige von ihnen vorstellen, denn es sind unsere MitarbeiterInnen, die das Produkt zu dem führen, was den Erfolg ausmacht – einzigartige Qualität, bestes Service und innovatives Gourmet Entertainment. Alle MitarbeiterInnen, die an verschiedenen Stellen dieses Geschäftsberichtes porträtiert werden, wurden von ihren Kollegen fotografiert, womit die Authentizität der Darstellung gewährleistet und bewiesen wird, dass DO & CO wieder einmal einen anderen, unkonventionellen Weg gegangen ist.

Die Fotos zeigen natürlich nur einen sehr kleinen Teil der Menschen, die für unsere Kunden tagtäglich Wert schaffen, indem sie entwerfen, erschaffen, kreieren, umsetzen, liefern, unterhalten und vieles mehr. Der Dank für die erfolgreiche und erfreuliche Zusammenarbeit im letzten Jahr gilt aber jedem einzelnen von ihnen, und wir freuen uns darauf, auch im kommenden Jahr wieder gemeinsam nach dem Besten zu streben.



ASTRID KAHL



KURT NITSCHKE

## “Am Liebsten kümmere ich mich um meine Gäste”

### Mag. Astrid Kahl (27)

Demel Wien  
Geschäftsführerin der  
K.u.K. Hofzuckerbäcker  
Ch. Demel's Söhne GmbH

### Segment:

Restaurants & Bars  
Bei DO & CO seit 1994

### Karriereweg bei DO & CO:

Servicemitarbeiterin,  
Assistentin der Restaurantleitung  
und anschließend  
Restaurantleiterin bei DO & CO  
am Stephansplatz,  
Assistentin der Rechtsabteilung,  
Geschäftsführerin der  
K.u.K. Hofzuckerbäcker  
Ch. Demel's Söhne GmbH

### Frühere Tätigkeit/Ausbildung:

Studium der Rechtswissenschaften,  
Masters Studium im Europarecht

“Ausgefallene  
Kundenwünsche,  
die viel Kreativität  
erfordern, sind die  
schönste  
Herausforderung  
für mich.”

### Kurt Nitsche (55)

Demel Wien  
Konditor - Chef Dekorposten

### Segment:

Restaurants & Bars  
Bei Demel seit 1968

### Karriereweg bei Demel:

Konditor, in Folge  
Übernahme des Dekorpostens

### Frühere Tätigkeit/Ausbildung:

Ausbildung zum Konditorgesellen

# Core Values



**W**ertschöpfung ist für DO & CO globaler Imperativ. Unser Wertschöpfungsziel ist dauerhaftes und profitables Wachstum – durch Kreation und Weiterentwicklung globaler Premiummarken und Fokus auf Märkte und Produkte mit dem höchsten, expansionsfähigen und finanziellen Potenzial. Wir schaffen Wert durch Innovation und kreative Produktentwicklung, indem wir Trends früher voraussehen, aufspüren und oft selber setzen - und so zusammen mit einzigartiger Produktqualität auch die höchsten, von unseren Kunden an uns gestellten Erwartungen und Anforderungen übertreffen.

Bei all dem vergessen wir nie die Begegnung und das Miteinander von Menschen: unsere Kunden, Partner, Lieferanten, Aktionäre und unsere Kollegen, die alle zusammen die Basis des DO & CO Unternehmenserfolges bilden. Wir respektieren, achten und schätzen sie, dadurch dass wir unsere Unternehmenskultur leben, nach außen tragen und sie mit dem selben Respekt behandeln, mit dem man selbst behandelt werden möchte, streng nach dem Firmengrundsatz: "We are Ladies and Gentlemen serving Ladies and Gentlemen."

Wir haben dieses Jahr das erste Mal unsere Grundsätze, Commitments, Überzeugungen und unsere Werte, die wir leben, nun schriftlich definiert und in den folgenden sieben Core Values abgebildet. Sie sollen es uns auch in Zukunft ermöglichen, auf Wertschöpfungskriterien beruhende Entscheidungen zu treffen.



## People

Wir gründen unseren Unternehmenserfolg auf das Miteinander von MitarbeiterInnen, Kunden, Lieferanten und Geschäftspartnern. Wir erkennen und nehmen die sich daraus ergebende Verpflichtung und Verantwortung wahr, uns gegenseitig mit höchstem Respekt und Aufrichtigkeit zu behandeln.

Unsere Unternehmenskultur ist die tragende Säule unserer erfolgreichen Zusammenarbeit. Wir fördern das Bewusstsein für ein gemeinsames Wirken, schützen und leben diese Kultur bei jedem Zusammentreffen von MitarbeiterInnen, Kunden und externen Partnern. Wir glauben an die Stärke des gemeinsamen Handelns.

Wir handeln aus der Überzeugung, dass die DO & CO MitarbeiterInnen unser höchstes Kapital sind und immer sein werden. Kontinuierliche Motivation und die Schaffung eines persönlich produktiven Umfelds bieten die Möglichkeit, eigene Erwartungen und sich gesetzte Ziele sowie persönliche und unternehmensorientierte Erfolge zu erreichen.

Vollkommene Kundenzufriedenheit ist das höchste Ziel und das "Commitment" jedes einzelnen in der internen und externen Zusammenarbeit.

## Growth

Wir streben nach kontinuierlichem Wachstum von Umsätzen und Gewinnen als Basis einer signifikanten und gesunden Unternehmensentwicklung durch:

- >> Ausschöpfung unseres einzigartigen Wachstumspotenzials durch Realisierung des Multiplikatoreffekts der Faktoren Kunden, Märkte, Segmente und Marken.
- >> Nutzung von aus Unternehmensstruktur und Produktionsabläufen resultierenden Synergien als Wettbewerbsvorteil gegenüber unserer Konkurrenz.
- >> Kontinuierliche Kostenoptimierung und -straffung durch Eliminierung unnützer Kostenverursacher in Produktionsabläufen und Unternehmensstruktur.
- >> Fokus auf Aktivitäten, Märkte und Produkte mit hohem Ertragspotenzial sowie selektive Zuweisung von Ressourcen.
- >> Schaffung von "Shareholder Value" durch Umsatzwachstum und Profitabilität.
- >> Fokus auf kontinuierliches organisches Wachstum und auf Wachstum über Akquisitionen und strategische Partnerschaften.

## Product Excellence

Wir bieten unseren Kunden ein einzigartiges Marken- und Produktportfolio, das neben der "Hardware" des Kernproduktes ein umfassendes und intelligentes "Software Package" (authentische Produktdarbietung und bester Service) sowie eine allumfassende Produkt- und Konzeptentwicklung anbietet.

Wir wissen um unsere Verantwortung, unseren Kunden in allen angebotenen Leistungen höchste Qualität und besten Service zu bieten und sehen intensive Forschung und Entwicklung sowie laufende Product Upgrades als Basis dieses Qualitätsdenkens.

Wir verfolgen eine kompromisslose Qualitätsstrategie für alle Produkte, Serviceleistungen und interne Unternehmensbereiche und verlangen diese auch von unseren Partnern, Lieferanten und jedem einzelnen Mitarbeiter.

Wir setzen ausschließlich die frischesten Rohwaren bester Qualität ein und bringen diese durch optimale Logistik, unter Einsatz moderner Technik in kürzestmöglicher Zeit zu unseren Kunden.

Durch das Anbot von Leistungen, die über die Bereitstellung von herkömmlichen gastronomischen Dienstleistungen hinausgehen, soll ein Gesamterlebnis für den Kunden geschaffen werden, aus dem er einen zusätzlichen Nutzen ziehen kann.

## Innovation

Hohe Kreativität und Innovationskraft sind Voraussetzung in allen Bereichen unseres Unternehmens, insbesondere gilt dies für die Zusammensetzung und Präsentation unserer Produkte.

Wir kreieren als Gourmet Entertainment Company die Trends in unseren bestehenden Geschäftsfeldern sowie für neue Markteintritte und sind innovativ in allem, was wir tun: ***don't imitate - innovate!***

Wir übertragen unsere Expertise und die Innovationen unserer jeweiligen Geschäftsfelder auf alle anderen Geschäftsbereiche und schaffen uns dadurch einen unvergleichbaren Wettbewerbsvorteil für unsere Produkte (Cross-Innovation).

Wir sehen Innovation und Kreativität neben Flexibilität und schneller Reaktion als ausschlaggebende Faktoren, um Krisen als Chance für unser Unternehmen nützen zu können.

Unser Fokus gilt der Forschung und Entwicklung in allen Unternehmensbereichen. Wir sehen die Zusammenarbeit mit strategischen Think Tank Partnern als Schlüssel für eine erfolgreiche, trendsetzende und kundenorientierte Produkt- und Unternehmensentwicklung.

## Customer Satisfaction

Wir behandeln unsere Kunden mit dem selben Respekt, mit dem wir selbst behandelt werden möchten, streng nach unserem Firmengrundsatz: "We are Ladies and Gentlemen serving Ladies and Gentlemen."

Wir streben enge und langfristige Kundenpartnerschaften an, indem wir uns global an unseren Kunden orientieren und weltweit ein allumfassendes Produktportfolio von höchster Qualität und bestem Service anbieten.

Wir schaffen für jeden Kunden zusätzlichen Wert und Nutzen, indem er weltweit neben qualitativer auch auf finanzielle Sicherheit und aufgrund unserer Expertise und unserem Commitment auf perfekte Durchführung vertrauen kann ("The No Headache Partner").

Jeder Kunde ist einzigartig. Wir kreieren und entwickeln für jeden einzelnen ein maßgeschneidertes, jeweils auf Situation, Anlass, Persönlichkeit sowie Unternehmens- und Markenimage bezogenes, eigenständiges, jedoch "gebrandetes" Produkt.

## Leadership

Wir entwickeln und kommunizieren eine klare Vision für alle Märkte und Unternehmensbereiche.

Wir schaffen für unsere MitarbeiterInnen Grundlagen und Organisationsstrukturen, die es ihnen ermöglichen, in ihrem Bereich Verantwortung und Leadership zu übernehmen und ihren eigenen Beitrag zum Unternehmenserfolg zu leisten.

Wir haben ein hohes Commitment, nicht nur die uns gesetzten Ziele zu erreichen, sondern darüber hinaus in allen Unternehmensbereichen unseren "Best of..." Grundsatz zu verwirklichen.

Wir fokussieren unsere Ressourcen auf Aktivitäten, die für unsere Kunden, unsere Aktionäre, unser Unternehmen und unsere MitarbeiterInnen Wert schaffen.

Wir bilden starke Partnerschaften mit Kunden, Lieferanten, Universitäten, Mitanbietern und allen, die dazu beitragen, dass wir unsere Unternehmensziele erreichen.



## Company Culture

>> Unsere MitarbeiterInnen sind das höchste Kapital unseres Unternehmens - sie sind für den Unternehmenserfolg unersetzbar!

>> Unsere Personalpolitik wird vom Grundsatz geleitet, alle MitarbeiterInnen mit Respekt und Würde zu behandeln. Wir treten für eine kulturelle Vielfalt am Arbeitsplatz ein.

>> Wir schaffen und erhalten uns und unseren MitarbeiterInnen ein Umfeld, das es jedem einzelnen ermöglicht, seine persönlichen Ziele zu verwirklichen und seine Einzigartigkeit in die DO & CO Familie einzubringen. Jeder Mitarbeiter und jede Mitarbeiterin wird als gleichwertiges Mitglied dieser Familie anerkannt.

>> Wir verbreiten die DO & CO Unternehmenskultur in all unsere Niederlassungen und Geschäftsbereiche und lassen neue MitarbeiterInnen rasch an dieser teilhaben.

>> Wir erkennen und fördern die Individualität jedes einzelnen als den größten Beitrag zur Vielfältigkeit und Verschiedenheit des Unternehmens und seiner Produkte.

>> Wir kommunizieren unsere Unternehmenskultur als unersetzbares und einzigartiges Gut.



# Unternehmensstrategie

## Best Practices

**U**nserere Unternehmensvision ist es, die beste globale Gourmet Entertainment Company zu werden. Wir wollen mit unseren Partnern weltweit beste Qualität und höchsten Wert schaffen, um so unseren Kunden ein einzigartiges Gourmet Entertainment Produkt zu bieten. Zur Verwirklichung unserer Vision und zur täglichen Realisierung unserer Mission wurden sieben Strategien definiert, auf die das Unternehmen fokussiert und Entscheidungen zur Erlangung der Unternehmensziele aufbaut.

### >> Klare Markenpolitik

Die DO & CO Marken sind durch Branding als Kommunikationselement für höchste Produktqualität, beste Serviceleistungen und ein einzigartiges Gesamterlebnis ein klarer Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz. In den letzten Jahren wurde vor allem mit der Marke "DO & CO" ein hoher Wiedererkennungswert erlangt und Loyalität der Kunden zur Marke erzielt. Dies war das Ergebnis eines jahrelangen Aufbaus der Marke. Es ist das klare Ziel des Unternehmens, diese Marke nicht zugunsten eines kurzfristigen Geschäftes zu gefährden.

Eine Luxusmarke kann nicht unendlich verwertet werden, eine zu große Verallgemeinerung der Marke führt zu einer Abwertung, die nicht rückgängig gemacht werden kann. Aus diesem Grund verfolgt DO & CO die Strategie, ein Markenportfolio zur Verfügung zu haben, das durch klare Markenpositionierung und Fokussierung die unterschiedlichen DO & CO Marktsegmente abdeckt, die "Starmarke DO & CO" ohne Beeinträchtigung wachsen lässt und einen Aufbau der zukünftigen Wachstumstreiber "Aioli" und "Demel" ohne Kannibalisierung ermöglicht.

### >> Best of... Strategie

"Gesunde Unzufriedenheit" prägt den von DO & CO verfolgten Grundsatz des "Best of..." in allen strategisch wichtigen Bereichen des Unternehmens. Führend in vielen Produktfeldern und Segmenten wollen wir Trends setzen und Qualitätsstandards vorgeben, und darüber hinaus als Beispiel für einzigartige Partnerschaften und beste Unternehmenskultur vorangehen.

Das Streben nach dem "Best of..." betrifft in erster Linie die dem Kunden ersichtlichen Bereiche Produktqualität, Service und Kundenbetreuung. Es erstreckt sich weiters auf den gesamten Auftritt und die Präsentation des Unternehmens nach außen. Gleiches gilt für die Optimierung von Produktionsabläufen und internen Unternehmensprozessen, sofern sie einen Beitrag zur Erreichung der Unternehmensziele bilden, ideale Arbeitsbedingungen für die in den DO & CO Niederlassungen agierenden Teams schaffen, zur Kostenoptimierung beitragen oder die DO & CO Unternehmenskultur wachsen lassen.

Die besten internationalen Leistungen sind der Maßstab, den wir nicht nur erreichen, sondern in allen Unternehmenssegmenten und Bereichen überbieten wollen, um so als Unternehmen, als DO & CO Niederlassung, aber auch als einzelner Mitarbeiter die größte Wertschöpfung für unsere Kunden, Partner, Aktionäre und Kollegen zu kreieren. Aus Erfolgen und Fehlern zu lernen, sich permanent mit den Besten zu messen und das Abgehen von der Mittelmäßigkeit durch den Fokus auf Kernbereiche des "Best of..." sehen wir als Grundlage zur Generierung von Wettbewerbsvorteilen und zur Erreichung unseres Zieles – die globale Nummer 1 im Gourmet Entertainment.

### >> Flexible Organisation für schnelle Reaktion auf Marktveränderungen

Aufgrund der tragischen Ereignisse des 11. September 2001 hat sich gezeigt, dass die von DO & CO verfolgte Strategie einer flexiblen Organisation nicht nur ein Schlagwort ist. Anpassungsfähige interne Ressourcen und Strukturen ermöglichen uns, eine Krise beinahe unbeschadet zu durchleben, stärker aus dieser hervorzugehen und vor allem durch rasche Reaktionsfähigkeit die Krise gegenüber den Wettbewerbern als unseren Vorteil und unsere Chance zu nützen. Über das diversifizierte DO & CO Produktportfolio und unsere Aktivitäten in verschiedenen Segmenten (Airline Catering, International Event Catering, Restaurants & Bars) kommt es zu einer laufenden Verbreiterung unserer Kunden- und Lieferantenbasis. Dadurch können wirtschaftliche Schwankungen in einem Segment durch die erweiterte Auslastung anderer Segmente ausgeglichen und das Risikoprofil zufriedenstellend gestaltet werden.

Flexibilität der Organisation ermöglicht uns aber nicht nur, in Krisensituationen schnell zu handeln, vielmehr gibt sie uns rasche Handlungsfähigkeit, um Chancen und positive Möglichkeiten durch Marktveränderungen, Innovationen und Produktveränderungen zu ergreifen und Kapazitäten und Ressourcen zur Verfügung zu stellen.

Durch eine flexible Unternehmensstruktur ist das Unternehmen immer nahe beim Kunden, lernt seine Bedürfnisse und sein Umfeld zu verstehen und kann dadurch mehr Wert für die Zusammenarbeit schaffen. Eine globale Organisation mit lokalem Verständnis des Kunden ist unsere Maxime, und wir können dies durch die flexible Unternehmensstruktur verwirklichen.

### >> Konzentration auf hochqualitative Produkte und hohes Ertragsgeschäft

Die Verwirklichung unseres einzigartigen Wachstumspotenzials durch Realisierung des Multiplikatoreffekts der Faktoren Kunden, Märkte, Segmente und Marken sehen wir als Grundwert des Unternehmens. Die DO & CO Produktfamilie soll selektiv verbreitert werden, Marken in neue Märkte und Segmente eingeführt werden. Es ist Strategie, auf die profitabelsten Aktivitäten und Märkte zu fokussieren und Ressourcen optimal in diesen einzusetzen sowie die Systemprofitabilität zusammen mit der Systemfähigkeit zu steigern. Unter Vermeidung unprofitabler, aber aufwendiger Aktivitäten sollen bei gleichzeitiger Erhaltung der Flexibilität der Organisation für rasche Reaktion auf Marktveränderungen Werte geschaffen und Profitabilität gesteigert werden.

### >> Cross-Fertilization, Cross-Branding und Cross-Marketing

Die Einzigartigkeit und Unvergleichbarkeit des Unternehmens DO & CO ist auf das Zusammenspiel von verschiedenen Produktsegmenten und der dahinterstehenden Cross-Fertilization durch das Zusammenwirken von Kunden, Märkten, Marken und MitarbeiterInnen zurückzuführen. Die Erfahrung, die durch die Rotation der MitarbeiterInnen in den einzelnen Segmenten und Märkten vermehrt und immer wieder neu gewonnen wird, ist die Basis jeglicher Produktinnovation und Trendkreation. Dank der Internationalität des Unternehmens bietet sich ein breites Spektrum. In diesen Kreislauf fließen Ideen aus den unterschiedlichsten Kulturen, Ländern und Tätigkeitsfeldern. Gemeinsam mit der in den einzelnen Segmenten vorhandenen Expertise entstehen neue Produkte, werden innovative Systeme entwickelt und Entertainment-Ideen realisiert.



Neben der Cross-Fertilization sind Cross-Marketing und Cross-Branding Bestandteile der DO & CO Strategie: Markenpositionierung und Marketing in einem Segment fördern den Wiedererkennungswert in einem anderen Segment und schaffen übergreifende Kundenpartnerschaften und Potenzial für Kundenneugewinnung. Aufgrund der Wirkungslosigkeit der klassischen Werbemittel im Bereich Catering und Gourmet Entertainment sind die direkte Markenkommunikation und entsprechendes Kunden-Networking wichtige Faktoren für die Steigerung des Bekanntheitsgrades. Diese wird durch die Effekte Cross-Marketing und Cross-Branding verstärkt erzielt.

#### >> **“Think out of the box“ Expansion**

Die DO & CO Segmente und die Palette der DO & CO Produkte bieten eine Vielzahl von Anknüpfungspunkten für die Eroberung neuer Geschäftsfelder und die Erschließung weiterer Segmente. Neben umfassendem Research & Development in angrenzenden Aktivitätsfeldern befasst sich DO & CO auch intensiv mit dem Beschreiten unkonventioneller Wege und mit - im ersten Augenblick - außerhalb des Erfahrungsbereiches liegender Produktentwicklung.

“Think out of the box“ – weg von geradliniger, vordergründig logischer und dadurch oft starrer und unflexibler Denkweise – ist eine Strategie, die wir bewusst leben und aktiv verfolgen. Erfolge, wie DO & CO als umfassender Consulting- und Logistikanbieter, weit über das klassische Airline Catering hinaus, oder der Eintritt in den Bereich Home Meal Replacement, haben uns in der Vergangenheit Recht gegeben und uns bestärkt, diese Strategie der Mehrdimensionalität und offenen Kreativität in den nächsten Jahren intensiv weiter zu verfolgen.

#### >> **Langfristige, globale und qualitätsorientierte strategische Partnerschaften**

DO & CO sieht strategische Partnerschaften als Schutzschirm und als “Enabler“ des DO & CO Potenzials. Die Fokussierung auf langfristige, globale und qualitätsorientierte Partnerschaften soll es uns ermöglichen, die Unternehmensziele zu erreichen und für Kunden, Aktionäre und MitarbeiterInnen Wert zu schaffen. Dies kann sowohl über Produktpartnerschaften (gemeinsamer Markenauftritt, gegenseitiges Einbringen von Branding, Nutzung gemeinsamer Marketinginstrumente, Produktpromotions sowie gemeinsame Kundenbetreuung u.v.m.) als auch über Beteiligungen und Partnerschaften im Kapitalbereich erfolgen.



# Das DO & CO Potenzial



**D**ie geographische Expansion der letzten Jahre war ein bedeutender Wachstumstreiber der bisherigen positiven Unternehmensentwicklung. DO & CO verfügt mit seinen acht Gourmetküchen rund um die Welt und einem Koordinationsbüro in London über ideale internationale Standorte in Hochfrequenzmärkten. Diese Standorte bilden nunmehr die optimale Basis für die Konsolidierung des Erreichten sowie den nächsten Schritt der Expansion – der Ausschöpfung des einzigartigen Potenzials aus dem Zusammenspiel und der Kombination von DO & CO Segmenten, Märkten, Marken und Kunden unter dem Schirm strategischer Partnerschaften.

## >> Marken

DO & CO kann sich auf ein einzigartiges Portfolio von über Jahren gewachsenen und daher bereits bekannten Marken (DO & CO, Aioli und Demel) stützen. Diese bieten den Kunden durch das Element "Branding" nicht nur ein globales Marketinginstrument, sondern sind in allen Segmenten international Ausdruck von höchster Qualität, bestem Service, Gourmet Entertainment und Innovation. Die Verwendung der jeweilig richtig zugeordneten Marke in den verschiedenen DO & CO Segmenten in Verbindung mit innovativer Markenkommunikation schafft segmentübergreifend einen schnellen Wiedererkennungswert sowie eine dauerhafte Beziehung zwischen Kunden und Marken. Der daraus resultierende Bekanntheitsgrad bildet die Basis für steigende Markennachfrage in bestehenden und neuen Märkten und ist erster Grundstein des DO & CO Expansionspotenzials.

## >> Segmente

DO & CO Innovationen und Produktkreationen sind das Ergebnis aus dem Zusammenspiel von segmentspezifischer Expertise sowie der "Cross-Fertilization" zwischen den Segmenten Airline Catering, International Event Catering und Restaurants & Bars als Research und Development Center der Gruppe. Die gegenseitige Inspiration ist die Grundlage der Entwicklung von einzigartigen Konzepten, individuellen Produkten und allumfassenden Serviceleistungen. Sie trägt wesentlich zur Etablierung und Profilierung von DO & CO als innovative und allumfassende Gourmet Entertainment Company in bestehenden und zukünftigen Märkten bei.

## >> Märkte

Ein globales Netzwerk und globale Marken, die für höchste Qualität stehen einerseits, und das lokale Verständnis und die Betreuung des Kunden in den Märkten, in denen wir aktiv sind, andererseits, waren die Grundsäulen unseres Erfolges. Die Eigenständigkeit der Kulturen in den DO & CO Niederlassungen beginnt zunehmend Früchte zu tragen und zeigt auch hier weitreichende Expansionsmöglichkeiten, sowohl Kunden aus einzelnen Märkten für weitere DO & CO Märkte zu akquirieren als auch die DO & CO Marken in den unterschiedlichen Märkten zu etablieren.

## >> Kunden

Der Mittelpunkt des DO & CO Potenzials ist der DO & CO Kunde. Die DO & CO Marktpräsenz sowie die vielzähligen Standorte ermöglichen es dem Kunden global, auf ein an Kundenbedürfnissen orientiertes Produkt und perfekten Service zurückgreifen zu können. Die Marken DO & CO, Aioli und Demel bilden die Produktpalette und eröffnen zusätzliche Marketing- und Kommunikationsmöglichkeiten durch das Element Branding. Durch das Agieren in unterschiedlichen Segmenten kann der Kunde weltweit auf einen verlässlichen Anbieter in unterschiedlichen Bereichen vertrauen. Den DO & CO Kunden für alle DO & CO Marken in bestehenden und neuen Märkten und Segmenten zu gewinnen sowie für ihn **der** weltweite Gourmet Entertainment Partner zu werden, gilt unser besonderer Fokus. Ein globaler Kunde – ein globaler Ansprechpartner.

## >> Strategische Partnerschaften

Strategische Partnerschaften – mit Produktpartnern, Lieferanten und auch durch Beteiligungsverflechtungen – sind der allumfassende Schirm, der sich über das Zusammenwirken der DO & CO Elemente spannt. Sie eröffnen eine zusätzliche Dimension in der Erschließung und Verwertung des DO & CO Potenzials.

Die Ausschöpfung dieser Expansionsmöglichkeiten haben wir im vergangenen Geschäftsjahr bereits erfolgreich begonnen. Wir sehen es als unsere Herausforderung und Aufgabe, die noch vor uns liegenden Möglichkeiten rasch und erfolgreich wahrzunehmen und zu verwirklichen.



# Die DO & CO Marken

|                      |  |  |  |
|----------------------|---|---|---|
| <b>Marke</b>         | Premium   | Premium   | Jung und dynamisch  |
| <b>Marktsegment</b>  | Top Segment   | Top Segment   | Breites Segment   |
| <b>Kernkompetenz</b> | Exklusives Gourmet Entertainment  | Exklusive Patisserie  | Hochqualitätscatering und Restaurant auf aggressivem Preisniveau                    |
| <b>Potenzial</b>     | Premium Kunden und Verbraucher weltweit   | Premium Kunden und Verbraucher weltweit   | Breiter Qualitätsmarkt  |

**D**er Erfolg der Marke DO & CO und die Emotionen, die mit der Marke verbunden werden, sind kein kurzfristiges Ergebnis von Marketingaktivitäten. Es hat Jahre gedauert, diese Marke zu entwickeln, auszubauen und ein sie umgebendes Markenportfolio durch die Marken Aioli und Demel zu schaffen, das es ermöglicht, die Flagshipmarke DO & CO erfolgreich im Premiumsegment zu halten und gleichzeitig andere Marktsegmente mit ebenso erfolgreichen Marken ohne gegenseitige Kannibalisierung abzudecken.

Das Qualitäts- und Gesamtproduktimage des Markenportfolios DO & CO, Aioli und Demel schafft einen erheblichen Wettbewerbsvorteil in allen DO & CO Segmenten. Die Marken stellen den DO & CO Kunden vor allem im Segment Airline Catering, aber auch in vielen Bereichen des International Event Catering ein neues Marketinginstrument zur Verfügung: Branding als Kommunikationselement für höchste Produktqualität, beste Serviceleistungen und ein einzigartiges Gesamterlebnis. Dies ermöglicht den DO & CO Kunden, Emotionen bei ihren Gästen hervorzurufen, eigenes Image zu kreieren und damit ein Qualitätszeichen zu setzen.

Eine Luxusmarke wie die Marke DO & CO kann nicht unendlich ausgedehnt werden. Eine zu große Verallgemeinerung und eine damit verbundene Abwertung, eine Abdeckung der unterschiedlichsten Marktsegmente ohne klare Markenpositionierung und eine unklare Preispolitik könnten diese lang aufgebaute Marke rasch gefährden. Über die Abdeckung des breiten Qualitätsmarktes durch die Marke Aioli können nicht nur die Marke DO & CO im Premiumsegment für Gourmet Entertainment sowie die Marke Demel im exklusiven Patisseriesegment gehalten werden, sie sichert durch Preisaggressivität den Schutz des Preisniveaus der Marken DO & CO und Demel.

## >> DO & CO

DO & CO ist die ursprüngliche und erste Marke, die unverändert auch heute noch Flagship der Gruppe ist. Sie war zunächst Marke des originären Tätigkeitsbereiches des Unternehmens – der Restaurants & Bars – und hat sich als Premiummarke für die hinzugekommenen Segmente International Event Catering und Airline Catering bewährt.

Die Marke DO & CO steht für exklusives Gourmet Catering – hochwertigste Speisen, Getränke und Service, ein individuell auf den Kunden, Zielgruppe und Veranstaltungsumfeld abgestimmtes Konzept, perfekte Planung und Durchführung sowie ein in vielen Details ausgearbeitetes, einzigartiges Gesamterlebnis auf höchstem Niveau. International hat sie geschafft, nicht nur für größte Qualität, perfekte Serviceleistungen, ein unvergleichliches Gesamtprodukt sowie für operative und finanzielle Verlässlichkeit zu stehen, sondern mit Emotionen, Kulturen und Genuss verbunden zu werden.

Mit der Gourmetmarke DO & CO wird bewusst die klare Fokussierung auf den Premium Markt gerichtet. Sie wird als exklusive Marke in allen bestehenden und neuen Märkten etabliert. Diese Positionierung, das Markenimage und das weitere Markenportfolio ermöglichen eine Abhebung gegenüber Konkurrenzmarken, eine Vermeidung von Preissensitivitäten und die Aufrechterhaltung eines entsprechenden Preisniveaus zu erzielen.

## >> Aioli

Die Marke Aioli wurde ebenfalls zuerst im Segment Restaurants & Bars entwickelt und verkörpert ursprünglich südländischen Flair und mediterrane Küche. Das junge und dynamische Image der Marke sowie eine im Gegensatz zu den Premiummarken geführte Preisaggressivität bilden die Basis für die Etablierung der Marke Aioli im breiten Qualitätsmarkt.

Das Konzept der Marke Aioli beinhaltet großes Potenzial für zukünftige Aktivitäten in einem vor allem in der Economy Class preissensiblen Airline Catering Markt sowie der zukünftigen Breitensegmente Home Meal Replacement und Shops. Für diesen Bereich hat sich das Segment Restaurants & Bars mit dem im Aioli Restaurant befindlichen Take Away Bereich wieder einmal als Research & Development Center bewiesen.



## >> Demel

Keine von DO & CO eigens entwickelte Marke ist die Marke Demel. Sie wurde Anfang 2002 dem Markenportfolio durch Akquisition hinzugefügt. Demel repräsentiert ein starkes Potenzial und alle notwendigen Eigenschaften für ein profitables und langfristiges Wachstum im DO & CO Markenportfolio.

Die Marke Demel bietet als komplementäre Marke nicht nur in Österreich, sondern auch global die ideale Ergänzung im Premium Segment zur Marke DO & CO. Als Traditionsmarke steht sie für große Qualitäts- und Handwerkskompetenz und ist als international unverbrauchte Marke ein "ungeküsstes Juwel". Aus dieser Situation profitiert sie von der in der DO & CO Gruppe bestehenden Expertise in internationaler Markenentwicklung im Catering und Gourmet Entertainment Markt.

Die Marke Demel wird mit der selben Markenphilosophie wie die beiden Marken DO & CO und Aioli geführt und entwickelt, immer unter der Prämisse, den einzigartigen Charakter und die Kreativität der Marke zu respektieren und zu erhalten.

## >> Marketing

Der Wiedererkennungswert, das Markenimage, die Markenloyalität und der Bekanntheitsgrad vor allem der etablierten Marke DO & CO sind aus vielen einzelnen Kommunikationselementen und Details gewachsen. Im Gegensatz zu traditionellem Produktmarketing ist der Bereich Gourmet Entertainment nicht das ideale Feld für den Einsatz von klassischen Marketing- und Kommunikationsmitteln.

Die Herausforderung des Marketing für Gourmet Entertainment Produkte liegt darin, die Bedürfnisse, Wünsche und Emotionen des Kunden zu verstehen und diese ohne klassische Werbeelemente derart zu verarbeiten, dass die Kommunikation der Marke DO & CO für Erlebnis und Entertainment direkt beim DO & CO Kunden geschieht.

Eine Menükarte im Rahmen der Golf Weltmeisterschaften, die zugleich eine Miniaturgolfbahn ist, auf der ein Gast selbst spielen kann, oder eine Karte zum Thema Jazz mit chinesischen Stäbchen, die zugleich die Drumsticks für ein daraufgesetztes Schlagzeugbecken sind - beide bewirken, dass der Kunde dieses Marketingmittel bei der Veranstaltung nicht nur mehrmals in die Hand nimmt, sondern auch genau so oft die Marke DO & CO durch die Kommunikation auf der Menükarte bewusst erfasst und verinnerlicht.

Dieser Grundsatz gilt gleichermaßen für anlassbezogene Give Aways, eigens produzierte Möbel und Barelemente, Tischdekorationen und veranstaltungsbezogene Raum-, Licht- und Musikkonzepte wie auch für Präsentations- und Ausschreibungsunterlagen.

Die Ideenwerkstätte und auch die Produktionsstätte all dieser Marketingelemente ist das DO & CO Audio-Visual Department, welches seit dem vergangenen Jahr durch die Eröffnung einer kleinen Ausstellung mit den kreativsten Menükarten, Give Aways und weiteren gestalterischen Elementen einen Einblick in die Kreativität dieser Abteilung gibt.



“Wir haben die tollsten  
Kollegen und Chefs,  
die man sich  
vorstellen kann.”

**Mag. Margit Kumersberger (35)**  
DO & CO Restaurants & Catering AG  
Personalchefin

**Segment:**

Airline Catering,  
International Event Catering,  
Restaurants & Bars  
Bei DO & CO seit 1994

**Karriereweg bei DO & CO:**

Freelancer, Crew Control,  
Geschäftsführerin des DO & CO  
Restaurants am Stephansplatz  
sowie Geschäftsführerin  
des Restaurants Aioli,  
Personalchefin

**Frühere Tätigkeit/Ausbildung:**

Studium  
der Betriebswirtschaftslehre,  
Bankangestellte



MARGIT KUMERSBERGER



# Die DO & CO Segmente

**D**ie Flexibilität von DO & CO, aufgrund der Unternehmens- und Segmentstruktur rasch auf Marktveränderungen reagieren und Reduktionen in einem Segment – auch kurzfristig – durch andere Bereiche kompensieren zu können, hat sich im vergangenen Geschäftsjahr als unvergleichbarer Wettbewerbsvorteil erwiesen.

Gerade die jüngsten Entwicklungen in der Airline Industrie unterstreichen die Richtigkeit und Bedeutung der vom Unternehmen stets betriebenen Diversifikation in affine Geschäftsbereiche (neben Airline Catering auch International Event Catering, Restaurants & Bars, Consulting und Home Meal Replacement).

Die konsequent verfolgte Globalisierung im Premium Bereich als weltweiter Qualitäts-caterer sowie die Reduktion der Abhängigkeit von wenigen Kunden hatten zur Folge, dass wir neben dem Airline Catering den Fokus auf das International Event Catering und die Restaurants & Bars sowie auf die Entwicklung neuer Geschäftsfelder weiter verstärken.

Diese Fähigkeit ermöglicht uns auch in Zukunft, als Erster Produkte und Serviceleistungen zu verändern und Qualitätsstandards zu setzen. Sie versetzt uns somit in die Lage, Krisen nicht nur erfolgreich zu bewältigen, sondern gestärkt und noch erfolgreicher aus diesen hervorzugehen.



# Airline Catering

**D**ie Entwicklung im Geschäftsbereich Airline Catering war im vergangenen Geschäftsjahr durch zwei wesentliche Geschehnisse geprägt – durch die tragischen Ereignisse des 11. September und den daraus resultierenden veränderten Marktverhältnissen, der neugestalteten Konkurrenzsituation und wechselnden Produkthanforderungen einerseits und durch die für DO & CO erfolgreiche Weiterentwicklung des Segmentes durch Intensivierung von bestehenden Kundenverhältnissen sowie Neukquisitionen von Kunden für das DO & CO Onboard Produkt andererseits.

Die massiven Folgen des 11. September 2001 für das Segment Airline Catering waren ein deutlicher Rückgang der Auslastung, vor allem der Nordamerikaflüge und der Wegfall einiger Flugverbindungen sowie eine Neuausrichtung bzw. Bereinigung des Marktes der Fluglinien sowie der flugrelevanten Dienstleister. Die Auswirkungen für DO & CO waren jedoch aufgrund der Kundenstruktur und der Auslastungskompensation durch die weiteren DO & CO Geschäftsbereiche weit geringer als branchenüblich.

Die veränderten Marktbedürfnisse in der Flugbranche wirkten sich in reduzierten Budgets und Sparmaßnahmen aus, die DO & CO vor die Herausforderung stellten, auch in diesem Umfeld ein durch Qualität und Einzigartigkeit unterscheidbares Onboard Produkt zu entwickeln und zu liefern. Das internationale Markenimage als Highclass-Gourmetcaterer und die in der Vergangenheit ausnahmslos gelieferte, anerkannt hohe Qualität von Produkt und Service sind die Grundlage für das Vertrauen, das uns Fluglinien auch unter geänderten Marktbedingungen entgegen bringen. Sie geben uns die Möglichkeit, die Krise als Chance zu nutzen und die Position von DO & CO als Qualitätscaterer, der auch in Krisenzeiten verlässlich und finanzstark bleibt, wesentlich zu stärken.

Durch die stetige Weiterentwicklung des Onboard Produktes und des Gesamtservicekonzeptes wird DO & CO auch in Zukunft den Standard für Premiumprodukte in der internationalen Airline Catering Branche setzen. Trotz veränderter finanzieller Möglichkeiten wird das auf Passagierbedürfnisse, Streckenanforderungen und Flugbegleiter abgestimmte DO & CO Produkt auch weiterhin nicht an Innovation, Kreativität und dem Element Gourmet Entertainment missen lassen.

## Airline Catering "The only real restaurant in the sky"

**Seit dem Jahr 1987**

**Anteil am Gesamtumsatz: 48,3 %**

**MitarbeiterInnen: 485**

**Umsatz 2001/2002: EUR 44,37 Mio**

### Produkte und Leistungen:

- Bord Menüs und Getränke
- Umfassende Entwicklung von Gesamtservicekonzepten
- Cabin Crew Training
- Menüplanung und Menükonzeption
- Fliegender DO & CO Koch auf Lauda Air Langstreckenflügen

### Strategie:

- >> Anbot eines unterscheidbaren Premiumqualitätsproduktes, abgestimmt auf Bedürfnisse von Economy und Business Class
- >> Schaffung eines globalen Netzes von Gourmetküchen, orientiert an der Entwicklung der Zusammenarbeit mit bestehenden Airline Kunden und der möglichen Akquisition neuer Kunden
- >> Fokus auf Onboard Consulting

### Standorte:

Miami, New York, Mailand, Berlin, Frankfurt, München, Salzburg, Wien

Die Einzigartigkeit und Unterscheidbarkeit sowie die stark ausgebildete Qualitäts- und Serviceorientierung des DO & CO Produktes haben die Passagiere unserer Partnerfluglinien durch zahlreiche internationale Auszeichnungen in der Vergangenheit honoriert. Dies war auch kürzlich ausschlaggebend dafür, dass unser Partner Lauda Air zum fünften Mal in Folge vom Wirtschaftsmagazin "Capital" zur Fluglinie des Jahres gekürt wurde. Ergänzt wird die Liste der Auszeichnungen um die dreimalige Prämierung mit dem IFCA Mercury Award sowie mehr als 50 weiteren Auszeichnungen, die zum Großteil das Ergebnis von internationalen Passagierumfragen wiedergeben.

Die DO & CO Gruppe betreut – nach zwei Neuakquisitionen im vergangenen Geschäftsjahr – mittlerweile zwölf Airlines. Derzeit zählen folgende Partner zu den Kunden des DO & CO Konzerns: Lauda Air, Lauda Air Italy, British Airways, Iberia, Austrian Airlines, Turkish Airlines, Air Mauritius, Crossair, Luxair S.A., Royal Air Maroc, Air Alps Aviation und Air Afrique. Durch die Verbreiterung der Kundenbasis und die Internationalisierung ist es DO & CO gelungen, vorläufige Rückgänge in der Airlinebranche zu kompensieren und einen Zuwachs zu erzielen.

## >> Lauda Air

Die ursprüngliche Entwicklung des Segmentes Airline Catering ist mit dem Partner Lauda Air eng verbunden. Die besonders stark ausgebildete Qualitäts- und Serviceorientierung beider Unternehmen begründete eine Partnerschaft, die von intensiver Zusammenarbeit in Entwicklung von Produkten und Servicekonzepten mit dem Schwerpunkt Qualität und Innovationsgrad geprägt ist. Gemeinsam mit der Lauda Air wurde international im Airline Catering Segment ein Produkt kreiert, das als "The only real restaurant in the sky" und den fliegenden Köchen onboard der Lauda Langstreckenflüge nach Kuala Lumpur, Bangkok, Sydney, Melbourne, Phuket und Denpasar erstmalig den Standard für Premium Class Bordmenüs gesetzt hat.

Die erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Lauda Air und DO & CO wird auch unter dem neuen Management der Austrian Airlines Gruppe fortgesetzt, und so soll auch in Zukunft den Lauda Air Passagieren ein einzigartiges DO & CO Bordprodukt erhalten bleiben.



## >> British Airways

Außergewöhnliches Potenzial verspricht auch die globale Partnerschaft und die erfolgreiche Geschäftsentwicklung mit British Airways. Die größte Fluglinie der Welt hat den Fokus auf qualitätsorientierte und kreative Inflightprodukte verstärkt und die Zusammenarbeit mit DO & CO als Consultant und Caterer für Economy und Business Class Gourmetmenüs sowie das Premium Produkt Concorde intensiviert. Der Erfolg dieser Kooperation zeigt sich in der Zufriedenheit der Fluggäste, die in sämtlichen Passagierumfragen das DO & CO Produkt höher bewerten als den Marktdurchschnitt.



## >> Highlights 2001/2002

- Die Internationalisierung von DO & CO und damit die Ausweitung der Partnerschaften mit bedeutenden Fluglinien wurde intensiv vorangetrieben. DO & CO konnte dabei auf dem heißumkämpften Markt in New York einen weiteren großen Erfolg erzielen. Seit 28. August 2001 beliefert DO & CO die spanische Fluglinie Iberia exklusiv mit Gourmetmenüs auf den Flügen von New York nach Madrid bzw Barcelona, das sind täglich zwei Großraumflugzeuge der Typen Boeing 747 bzw Boeing 767, mit jeweils 404 bzw 312 Passagieren. DO & CO hat – gegen starke Mitbewerber – diese Ausschreibung der Iberia in New York klar für sich entschieden. Ausschlaggebend waren einmal mehr die hohe Qualität und kreative Ausrichtung der DO & CO Gourmetmenüs.
- In der erfolgreichen Kooperation mit British Airways wurde ein weiterer, bedeutender Schritt der Produktverflechtung mit DO & CO gesetzt. Seit November 2001 beliefert DO & CO die Concorde auf ihren täglichen Flügen von New York nach London mit Desserts aus der Gourmetküche in New York. British Airways setzt damit ein deutliches Zeichen der Anerkennung der Produktqualität und der Wichtigkeit der Marke DO & CO als Entertainment- und Marketingelement im absoluten Premium Segment des Airline Catering.
- DO & CO konnte im dritten Quartal des abgelaufenen Geschäftsjahres einen weiteren neuen Airline Kunden gewinnen: seit 15. Dezember 2001 serviert Turkish Airlines ab Wien den Passagieren Produkte aus dem Hause DO & CO. Turkish Airlines fliegt mit Flugzeugen der Marken Boeing bzw Airbus täglich ein- bis zweimal von Wien nach Istanbul sowie weitere zweimal pro Woche von Wien nach Ankara.



# International Event Catering

**D**as Segment International Event Catering konnte im vergangenen Geschäftsjahr nicht nur eine weitere Durchdringung des deutschen Marktes vorweisen, sondern verdeutlichte auch aufgrund der wirtschaftlichen Entwicklungen die Bedeutung dieses Bereiches für die DO & CO Gruppe als zweitstärkstes Segment neben dem Airline Catering.

DO & CO konnte sich in einem durch Rezession angeschlagenen europäischen Eventmarkt im vergangenen Geschäftsjahr erfolgreich behaupten. Obwohl zum Teil starke Überkapazitäten durch viele neue und bestehende Anbieter am Markt entstanden sind und das Preisniveau unter starken kompetitiven Druck geriet, konnte DO & CO seine führende Position, insbesondere im Premium Bereich halten bzw ausbauen.

## >> DO & CO - "The No Headache Partner"

Die Bezeichnung "Gourmet Entertainment Company" für das Unternehmen und die Produkte von DO & CO bringen zum Ausdruck, welche Bedeutung vor allem der Bereich National/International Event Catering seit Aufnahme dieses Geschäftszweiges im Jahre 1983 gewonnen hat, und zeigt die große Bandbreite der Aktivitäten in diesem Segment.

Neben dem Kerngeschäft – der Bereitstellung von Speisen, Getränken und Service - erarbeitet DO & CO für jeden Event ein individuelles, auf Kundenbedürfnisse, Zielgruppen und das Veranstaltungsumfeld abgestimmtes Konzept und zeichnet für die Planung und Durchführung der Veranstaltung sowie für die Bereitstellung von Servicepersonal, aber auch Künstlern und Musikern sowie des Equipments verantwortlich. Weitergehendes Eventconsulting für angrenzende Servicebereiche, Eventmarketing, Kommunikation und die Betreuung der Sponsoren erweitern das Angebotsfeld.

DO & CO als der einzige Ansprechpartner für die Gesamtabwicklung einer Veranstaltung bietet für den Kunden eine Fülle von Vorteilen: weltweit ein konstant hohes Qualitätsniveau, die Flexibilität, aufgrund des globalen Netzwerkes rasch und unkompliziert Kundenwünsche selbst in letzter Minute erfüllen zu können, ein auf lokalem Kultur- und Marktverständnis aufbauendes Gesamterlebnis, Kosteneffizienz sowie operative und finanzielle Sicherheit. Dank dieser Vorzüge konnte DO & CO als "The No Headache Partner" im vergangenen Geschäftsjahr die Beziehung zu bestehenden Kunden intensivieren und neue Kunden hinzugewinnen.

## International Event Catering "The Global Gourmet Entertainment Company"

---

**Seit dem Jahr 1983**

---

**Anteil am Gesamtumsatz: 34,8 %**

---

**MitarbeiterInnen: 143**

---

**Umsatz 2001/2002: EUR 31,96 Mio**

---

### Produkte und Leistungen:

- Angebotspalette erstreckt sich von der bloßen Bereitstellung von Speisen und Getränken bis hin zu der Übernahme der Gesamtorganisation und des Marketings
  - Events für 2 bis über 10.000 Personen
- 

### Strategie:

- >> Weitere Etablierung der Marke DO & CO in den Märkten Österreich, Deutschland und USA
  - >> Aufbau des Aioli Catering als Zweitschiene für den breiten Qualitätsmarkt
  - >> Schwerpunktlegung auf vermehrte Tätigkeit als Gesamtanbieter und -veranstalter durch Eventconsulting, Planung, Organisation und Vermarktung von Events
- 

### Standorte:

Von Miami, New York, Mailand, Berlin, Frankfurt, München, Salzburg und Wien aus weltweit tätig

## >> Highlights 2001/2002

- Mit der Eröffnung der neuen Gourmetküchen in den drei deutschen Großstädten München, Frankfurt und Berlin sowie in New York und Miami, konnte eine weitere Internationalisierung des Segmentes erzielt werden. DO & CO caterte im Jahr 2001/2002 unter anderem folgende prestigeträchtige Events, die zu einer weiteren Stärkung der Premium Marke im internationalen Wettbewerb führten: BMW 7er World Launch – München, Mini Präsentation – Berlin, RTL Media Night – Berlin, IP Telemesse – Düsseldorf, Die Goldene Kamera – Berlin, Präsentation des neuen Jaguar R2 – London, BMW Automobilsalon - Detroit, Lamborghini IAA – Frankfurt. Hinzu kamen noch imagerträchtige Veranstaltungen aus den Bereichen Wirtschaft, Politik und Medien sowie zahlreiche Privatevents.
- Im November 2001 konnte DO & CO einen neuen, mehrjährigen Vertrag mit ASM (Allsport Management) abschließen. ASM ist unter anderem der Betreiber und Vermarkter des "Paddock Club" - des VIP Bereichs der Formel 1. Somit ist das österreichische Gourmetunternehmen DO & CO – nach neun Jahren in der Formel 1 – auch in den kommenden Jahren für die kulinarischen Genüsse bei derzeit 15 von 17 weltweiten Formel 1 Rennen verantwortlich.
- Neben dem VIP Bereich der Formel 1 konnte DO & CO seine einzigartige Kompetenz im Bereich des Sport Event Catering bei sportlichen "Höhepunkten" wie dem Reit- und Springturnier in Aachen, der Tennis Masters Series in Stuttgart, dem German Open in Berlin, der DSF Schi Gala in Oberstdorf, der Beach Volleyball Weltmeisterschaft in Klagenfurt, dem Finale des österreichischen Fußballcups in Wien und im Österreichischen Schiweltcup - unter anderem für die Schirennen in Kitzbühel und Schladming - erfolgreich unter Beweis stellen.
- Nach der Anlaufphase der Standorte in Deutschland und den USA im vergangenen Geschäftsjahr konnte aufgrund der Nähe zum Kunden nicht nur erfolgreich rascher und flexibler reagiert und noch gezielter auf Kundenwünsche eingegangen werden, sondern wurden erstmals Synergieeffekte im Bereich der internationalen Logistik genutzt und Kostenoptimierungen im Bereich der Durchführung von Veranstaltungen erzielt.



# Restaurants & Bars

**D**as Flagship der DO & CO Gruppe ist der Geschäftsbereich Restaurants & Bars. Als erstes Tätigkeitsfeld von DO & CO war dieses Segment seit der Gründung des Unternehmens im Jahr 1981 der Ursprung jeder Marken- und Produktentwicklung. Die Restaurants & Bars haben diese Funktion über die Jahre beibehalten und genießen durch ihre Rolle als Research & Development Center der Gruppe besondere Aufmerksamkeit. Als Marketinginstrument und Imagerträger, aber auch als Testbereich für neu kreierte Produkte und Konzepte wird spezieller Fokus auf höchste kulinarische Qualität des Produktes und besten kundenorientierten, individuellen Service in den DO & CO Restaurants & Bars gelegt.

Auch für die Personalentwicklung und Optimierung der Servicequalität bieten die Restaurants & Bars das optimale Umfeld. Erfolgreiches Situationsmanagement und die Qualitätsanforderungen, die an die Servicecrews täglich gestellt werden, lassen bereits früh Persönlichkeiten und Talente erkennen und geben die Gelegenheit, persönliche Fähigkeiten zu fördern sowie Trainings- und Ausbildungswege für die anderen DO & CO Segmente zu entwickeln.

Die DO & CO Restaurants & Bars stellen ein Synonym für höchste kulinarische Qualität dar. Das DO & CO Restaurant am Stephansplatz basiert auf dem Konzept "Best tastes of the world" und bietet eine Vielfalt an kreativen österreichischen, europäischen und asiatischen Spezialitäten.

Die feinsten – frisch eingeflogenen – Rohwaren und Spezialitäten aus Spanien, Italien und Frankreich sind die Basis und das Erfolgsrezept der mediterranen Küche des Restaurants Aioli im Haas Haus.

Im Anschluss an den Besuch eines der beiden Restaurants im Haas Haus am Stephansplatz bietet die im selben Haus befindliche Onyx Bar internationale Baratmosphäre. Die Räumlichkeiten werden auch für Pressekonferenzen und Veranstaltungen genutzt.

Zahlreiche Restaurants & Bars sowie das speziell für den Casinobesucher entwickelte Produkt "Dinner und Casino" laden im Casino Baden – dem größten Casino Europas – zu kulinarischen DO & CO Genüssen ein.

Das Casino in Wien wartet mit kleinen, warmen und kalten Gourmetspezialitäten auf.

## Restaurants & Bars "Best tastes of the world"

---

**Seit dem Jahr 1981**

---

**Anteil am Gesamtumsatz: 16,9 %**

---

**MitarbeiterInnen: 286**

---

**Umsatz 2001/2002: EUR 15,50 Mio**

### Produkte und Leistungen:

- Internationale und traditionelle Küche im DO & CO Flagship Restaurant am Stephansplatz
- Südländisches Flair und mediterrane Küche im Aioli
- Internationale Baratmosphäre in der Onyx Bar
- Dinner & Casino in den Restaurants und Bars im Casino Baden
- Kleine warme und kalte Gourmetspezialitäten im Casino Wien
- Höchste Patisseriekunst im Demel
- Wiener Kaffeehausflair im Café Griensteidl
- Nutzungsmöglichkeiten für Pressekonferenzen und Veranstaltungen in den diversen Restaurants & Bars

### Strategie:

- >> Research & Development Center sowie Kreation von Konzepten für neue Produkte
- >> Marketinginstrument und Imagerträger der Gruppe sowie ursprüngliche Markenentwicklung
- >> Human Resources Entwicklung

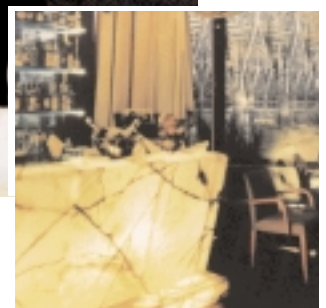
### Standorte:

Wien, Baden



## >> Highlights 2001/2002

- Mit Beginn des Jahres 2002 hat DO & CO eines der traditionsreichsten österreichischen Unternehmen, die K.u.K. Hofzuckerbäcker Ch. Demel's Söhne GmbH erworben, welche mit dem Sitz des Café Demel am Wiener Kohlmarkt und dem Café Griensteidl am Michaelerplatz über zwei sehr attraktive Standorte mitten in Wien verfügt. Das Produkt und die Marke Demel stellen eine optimale Ergänzung der DO & CO Marken und Aktivitäten dar und eröffnen zusätzliche Möglichkeiten, den DO & CO Kunden ein einzigartiges Produkt in höchster Qualität anbieten zu können.
- Mit den Vermietern des Haas Hauses konnte eine Einigung über zukünftige Nutzung und Rahmenbedingungen für die DO & CO Betriebe erzielt werden. Nach Beendigung der Baustellentätigkeit kann durch die Neupositionierung des gesamten Haas Hauses davon ausgegangen werden, dass sich die – durch die Umbaumaßnahmen wesentlich beeinträchtigte Frequenz – entsprechend erhöhen wird.
- Eine erfreuliche Entwicklung zeigt der DO & CO Standort im Casino Baden. Der Badener Operettensommer, internationale Kongresse und Tagungen, aber auch zahlreiche Prestige-events und Privatveranstaltungen sowie ein Aufwärtstrend im Verkauf des Produktes Dinner & Casino haben zu einem seit Jahren kontinuierlich steigenden, positiven Ergebnis dieser Niederlassung beigetragen.



# Demel

**“W**ollen Mythos zur Melange ...“ titelte kürzlich eine auflagenstarke österreichische Tageszeitung. Gemeint war die berühmte Konditorei Demel in der Wiener Innenstadt, an deren Köstlichkeiten sich schon das in vergangenen Jahrhunderten noch kaiserliche Wien delectieren durfte. Seit 1. Jänner 2002 ist die K.u.K. Hofzuckerbäcker Ch. Demel's Söhne GmbH - eines der traditionsreichsten österreichischen Unternehmen - mit dem Stammhaus am Wiener Kohlmarkt und dem Café Griensteidl Teil des DO & CO Konzerns.



Die K.u.K. Hofzuckerbäcker Ch. Demel's Söhne GmbH wurde im Jahre 1786 von Zuckerbäckergehilfen Ludwig Dehne aus Württemberg gegründet. Beginnend mit Gefrorenem wurde die Produktpalette rasch ausgebaut, und der Demel avancierte als Konditorei schon bald zum beliebten Treffpunkt der gehobenen Wiener Gesellschaft.

Im Jahr 1857 wurde das Unternehmen an Christoph Demel verkauft. Dessen Söhne gaben den heutigen Namen und etablierten es am Kohlmarkt Nr. 14, somit in unmittelbarer Nähe zur Hofburg.

Untrennbar mit der Geschichte des Demel verbunden bleibt der Einfluss des genialen Friedrich von Bercevizcy-Pallavicini, der jene verspielten Designs und Kunstwerke schuf, die dem Demel seine unvergleichliche Note gaben und sich bis heute auf Verpackungen als Erinnerung an vergangene Zeiten wiederfinden.

Seit 1994 war die Raiffeisen-Holding Niederösterreich-Wien Eigentümerin des Demels, der damals aus einer Konkursmasse erworben wurde. Die Sanierung und Absicherung der wirtschaftlichen Zukunft des Unternehmens war der Raiffeisen-Holding Niederösterreich-Wien seit Anfang an ein großes Anliegen. Dies begründet auch die Entscheidung, die strategische und wirtschaftliche Führung des Unternehmens zu Beginn des Jahres 2002 an DO & CO zu übertragen.

Demel ist als Marke und Produkt eine perfekte komplementäre Ergänzung der nationalen und vor allem der internationalen Aktivitäten von DO & CO im Premiumbereich. Die für eine Expansion der Marke notwendigen Produktionsstandorte, insbesondere in den Potenzialmärkten USA und Deutschland, sind aufgrund des DO & CO Netzwerks bereits vorhanden. In den bestehenden Produktbereichen Airline Catering und International Event Catering eröffnen sich zusätzliche Möglichkeiten, den DO & CO Kunden ein einzigartiges Produkt höchster Qualität anbieten zu können. Der Premium Kundenkreis von DO & CO ist die optimale Zielgruppe für Demel Produkte und somit Grundlage für die rasche Erlangung eines internationalen Bekanntheitsgrades.

Demel Produkte haben somit ein bis dato unerschlossenes, großes Expansionspotenzial innerhalb der DO & CO Gruppe. Die DO & CO Gourmetküchen im Inland sowie in Europa und den USA bilden eine ausgezeichnete Basis für die Entwicklung und Umsetzung von Konzepten für luxuriöse Demel Shops, Demel Kaffeehäuser sowie den möglichen Aufbau neuer Vertriebskanäle.

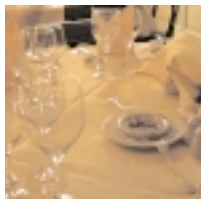
Gerade Deutschland und die USA bieten aufgrund ihres gesellschaftlichen Ranges von Kaffeehaus- und Bäckereikultur (Coffee Shops / Bakery) den hervorragenden Rahmen und die idealen Voraussetzungen für die Einführung hochqualitativer Patisserieprodukte.

Die Vision von DO & CO ist klar umrissen: den Demel weltweit zur Nummer 1 im Patisseriebereich zu führen und die Marke Demel zur weltbesten Luxus Trademark zu machen, die für höchste Qualität, bestes Handwerk und Tradition steht. Die Einzigartigkeit des Demel und seiner Produkte beruht auf der Arbeit einer erfahrenen Crew mit hohem Traditionsbewusstsein und Qualitätsanspruch. Im Zuge von umfassendem Research & Development werden die Demel Chef-Zuckerbäcker die unvergleichliche Produktvielfalt des Demel erneut aufleben lassen und die traditionelle Produktpalette wieder um einige ursprüngliche Demel Produkte erweitern.

Wirtschaftliches Ziel ist es, mittelfristig den Turnaround herbeizuführen und den Demel nach verlustreichen Jahren in die Gewinnzone zu führen, um damit nachhaltig den Fortbestand des Demels und seiner Qualitätsprodukte auch unter internationalen Wettbewerbsbedingungen abzusichern.

Die Einbringung des Demel in die DO & CO Gruppe ermöglicht eine Ausweitung des Stammgeschäftes und, damit verbunden, die Erzielung von möglichen Synergieeffekten. Mit den gegebenen Voraussetzungen sollte es gelingen, zu einer wesentlichen Verbesserung der Kostenstruktur und zu "economies of scale" zu gelangen.

Der Demel ist sowohl mit seinen qualitativ hochwertigen Patisserieprodukten als auch mit seinen beiden Kaffeehäusern Demel und Griensteidl ein einzigartiges österreichisches Produkt, welches auf eine lange Tradition verweisen kann und höchste Qualitäts- und Handwerkskompetenz repräsentiert. Er ist ein "ungeküsstes Juwel", dem das DO & CO Netzwerk sowie Kapazitäten und Möglichkeiten zur Verfügung gestellt werden, um sich voll entfalten zu können. Die Demel und DO & CO MitarbeiterInnen sind stolz darauf, diese unvergleichliche österreichische Tradition und Gastlichkeit in die Welt tragen zu dürfen. Die Stärken beider Unternehmen ergeben das Potenzial dieser Partnerschaft und eröffnen einen unvergleichbaren Wettbewerbsvorteil in bestehenden und neu zu entwickelnden Produktbereichen und Märkten.



# Die DO & CO Märkte

**D**ie Ausweitung der weltweiten DO & CO Aktivitäten wird kontinuierlich vorangetrieben. Vor allem die Internationalisierung des Event Catering durch die ersten Formel 1 Rennen legte den Grundstein für die globale Verbreitung von höchster Qualität und Gourmet Entertainment um die ganze Welt. Mittlerweile tragen DO & CO MitarbeiterInnen das DO & CO Produkt in über 20 Ländern auf drei Kontinenten. Acht Gourmetküchen – New York, Miami, Mailand, Berlin, Frankfurt, München, Salzburg und Wien – und ein Organisationsbüro in London ermöglichen es dem Unternehmen, über ein globales Netz nicht nur effiziente Logistik anbieten zu können, sondern auch intensiver denn je das lokale Verständnis für Kunden und Partner zu erlangen – *“global organization – local understanding of the customer”*.

Bei der Planung der Gourmetküchen verfolgt DO & CO die Strategie, an den jeweiligen Standorten sowohl Airline Catering als auch International Event Catering anbieten zu können. Die Planung und Errichtung der Gourmetküchen orientiert sich in erster Linie an der Entwicklung und der Zusammenarbeit mit bestehenden Airline Kunden und der möglichen Akquisition neuer Kunden. Dies soll eine erste Auslastung garantieren und somit den gezielten und auch naturgemäß langsameren Aufbau des International Event Catering ermöglichen. Die multinationalen DO & CO Gourmetküchen befinden sich überall in unmittelbarer Nähe zum Flughafen. Sie sind nicht nur aufgrund der guten internationalen Anbindung und Infrastruktur optimal positioniert, sondern fungieren auch als Drehscheibe für die täglichen Zulieferungen der frischesten Rohwaren.

Die DO & CO Märkte bestehen durch ihre optimalen Bedingungen für das DO & CO Produkt und sind charakterisiert durch eine enorm hohe gesellschaftliche Entwicklung – durch Dienstleistungsgesellschaften mit starker Nachfrage nach Premium Catering Produkten.

Bestehende undifferenzierte Catering Produkte kennzeichnen zumeist die Zielmärkte von DO & CO und ermöglichen es dem Unternehmen, sich durch ein hochqualitatives und innovatives Produkt deutlich von der Konkurrenz zu unterscheiden, neue Maßstäbe und Standards zu setzen und erstmals Gourmet Entertainment am Markt zu präsentieren.

Der erste Schritt der geographischen Expansion ist mit der Eröffnung der deutschen Niederlassungen abgeschlossen. Nun ist es die Aufgabe des Unternehmens, diese Märkte zu nützen und sie ebenso erfolgreich zu erobern, wie wir es in der Vergangenheit immer wieder demonstriert haben. Wie die Vergangenheit gezeigt hat – der Erschließung der Welt durch DO & CO sind keine Grenzen gesetzt. Wir werden auch in Zukunft unseren Kunden aus nächster Nähe ein einzigartiges Qualitätsprodukt anbieten können.



## CHRISTIAN REISENEGGER



**“Als fliegender Koch unterwegs zu sein bedeutet, einen wirklich abwechslungsreichen Job zu haben.”**

**Christian Reisenegger (28)**

DO & CO Wien  
Abteilungsleiter  
der “Fliegenden Köche”

**Segment:**

Airline Catering  
Bei DO & CO seit 1997

**Karriereweg bei DO & CO:**

Koch, Fliegender Koch,  
Abteilungsleiter  
der “Fliegenden Köche”

**Frühere Tätigkeit/Ausbildung:**

Koch

“Jeder Tag  
ist ein  
bisschen  
anders.”

**Mag. Christian Sageder (29)**

DO & CO Restaurants & Catering AG  
Grafiker

**Segment:**

Airline Catering,  
International Event Catering,  
Restaurants & Bars  
Bei DO & CO seit 2000

**Karriereweg bei DO & CO:**

Grafiker

**Frühere Tätigkeit/Ausbildung:**

Studium, Metallarbeiter,  
Lehrer für Bildnerische-  
und Werkerziehung, freier Grafiker



CHRISTIAN SAGEDER

# Die DO & CO Kunden

**D**en Mittelpunkt des DO & CO Potenzials bilden die DO & CO Kunden. Die Vielfalt und Unterschiedlichkeit von individuellen Persönlichkeiten einerseits und Unternehmensprofilen und deren Anforderungen andererseits eröffnen ein weites Feld für Kooperations- und Expansionsmöglichkeiten. Ein globales Netzwerk zu bieten und gleichzeitig das Verständnis für lokale Anforderungen und Bedürfnisse aufzubringen sowie durch einzigartige Produkte und Serviceleistungen absolute Kundenzufriedenheit zu erzielen, sehen wir als wichtigen Faktor, um unsere Kunden für zusätzliche DO & CO Bereiche, neue Märkte und unterschiedliche Marken gewinnen zu können.

Verankert in unseren Core Values, haben wir es uns daher zum Ziel gesetzt, enge und langfristige Partnerschaften mit unseren Kunden zu bilden, indem wir uns global hundertprozentig an den Kunden orientieren und weltweit ein allumfassendes Produktportfolio von höchster Qualität und bestem Service anbieten und neben qualitativer auch finanzielle Sicherheit sowie perfekte Ausführung liefern. Wir wollen für unsere Kunden "The No Headache Partner" sein.

Das DO & CO Kundenportfolio – zwölf Fluglinien, Kunden aus den Bereichen Sport, Wirtschaft, Politik, Film und Medien sowie zahlreiche Privatkunden im International Event Catering und in den Restaurants & Bars – spiegelt die Bandbreite dieser DO & CO Kundenpartnerschaften wider.

Trotz dieser Kundenvielfalt ist jeder Kunde für uns einzigartig. Um diese Einzigartigkeit zu erhalten und für den Kunden maximalen Wert zu schaffen, legt DO & CO die Zielsetzung auf das Verstehen und Erkennen von kundenspezifischen Bedürfnissen und Anforderungen an das DO & CO Produkt. Auf dieser Basis kreiert und entwickelt das Unternehmen für jeden einzelnen ein jeweils auf Situation, Anlass, Gegebenheit sowie Unternehmens- und Markenimage bezogenes, eigenständiges Produkt und erarbeitet die entsprechende Umsetzung.

In jeder Art und Stufe der Zusammenarbeit strebt DO & CO nach absoluter Kundenzufriedenheit, und die oberste Maxime für alle MitarbeiterInnen ist es, die DO & CO Kunden mit dem selben Respekt zu behandeln, mit dem man selbst behandelt werden möchte, streng nach dem Firmengrundsatz: "We are Ladies and Gentlemen serving Ladies and Gentlemen".



# Consulting

**D**er Consultingbereich hat in allen DO & CO Segmenten stark an Bedeutung gewonnen. Im Bereich Airline Catering ist DO & CO im Rahmen der Consultingleistung für die Menüplanung und Menükonzeption sowie als Berater für die Ausbildung der Flugbegleiter von British Airways und Lauda Air verantwortlich. Für umfassende Consultingleistungen im Bereich Restaurants & Bars wird DO & CO vor allem für die Beratung und Realisierung von Konzepten für Betriebsgastronomie und Mitarbeiterloungen herangezogen. Im International Event Catering erstreckt sich die Consultingtätigkeit von Veranstaltungskonzeptionen bis zur Beratung für Produkt- und Qualitätssicherung bei Großveranstaltungen.

Als Höhepunkt zeichnete DO & CO im Sommer 2001 zum zehnten Mal für die Planung, Koordination und Umsetzung der gastronomischen Betreuung des Filmfestivals auf dem Wiener Rathausplatz verantwortlich. Die einzigartige Kombination von musikalischen und kulinarischen Genüssen an diesem exklusiven Platz ist bereits fixer Bestandteil des Kulturprogramms für in- und ausländische Gäste geworden. Diese Veranstaltung mit einer täglichen Frequenz von bis zu rund 12.000 Gästen ist eines der erfolgreichsten und größten Open Air Events Europas und ein Musterbeispiel für eine gelungene Kooperation mit der Stadt Wien.

Im Rahmen der DO & CO Tätigkeit im Consultingbereich wurde unter anderem ein kosteneffizientes und einfach zu organisierendes Back Office Logistikkonzept entwickelt, das nicht nur erfolgreich auf dem Wiener Rathausplatz verwirklicht wird, sondern die Basis des Hochqualitätscaterings der Public Bereiche der Großsportveranstaltungen bildet.





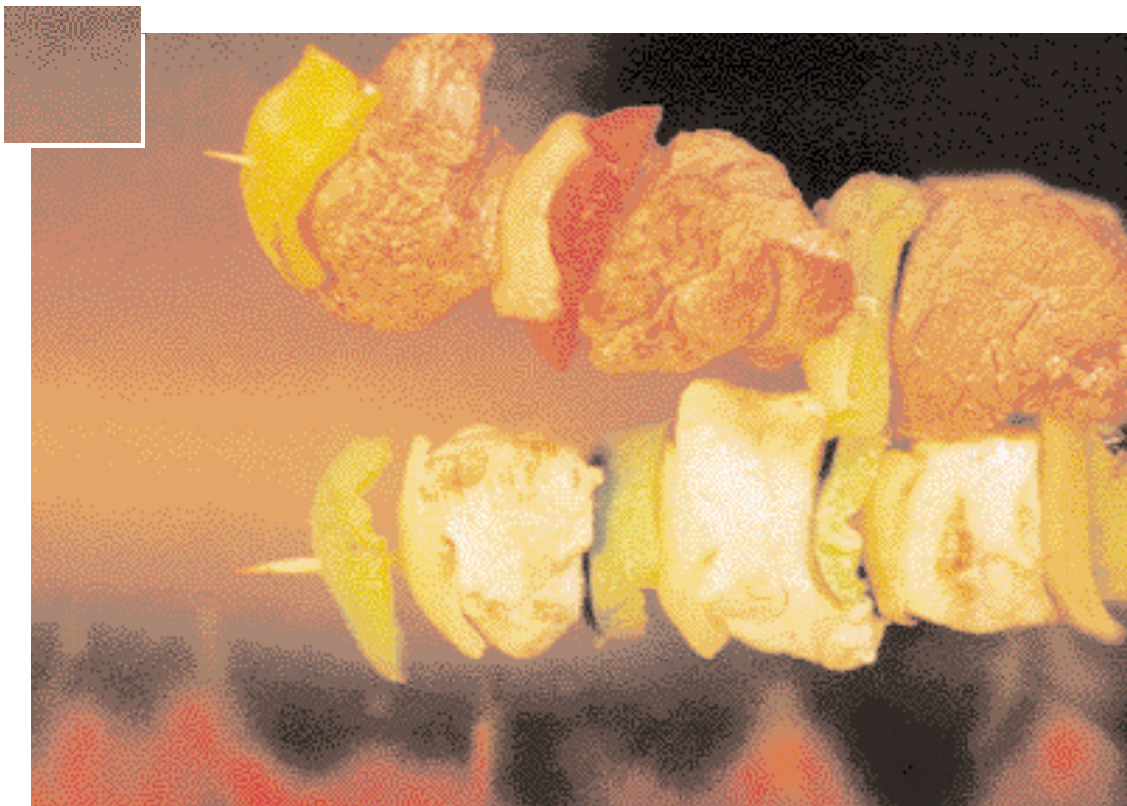
# Home Meal Replacement

**In der Weiterentwicklung der DO & CO Produkte hat sich ein weiterer zukunftssträchtiger Bereich herauskristallisiert – Home Meal Replacement und Shops.**

Neue Konsumentenbedürfnisse haben als Ergebnis eines geänderten gesellschaftlichen Umfelds und dem Trend des Abgehens von der eigenen Speisenzubereitung hin zu bequemen und zeitsparenderen Lösungen international und insbesondere am amerikanischen Markt zu einer enormen Bedeutungszunahme von Home Meal Replacement in der Dimension von "Ready to prepare" bis "Ready to eat" geführt. Home Meal Replacements bieten vor allem für Hochqualitätsanbieter (Produkte mit Restaurantqualität) sowie für innovative Produkt- und Markenentwickler ein noch nicht erschlossenes Geschäftsfeld und weitreichende Wachstumspotenziale.

Als Grundstein einer derartigen Expansion hat DO & CO im vergangenen Geschäftsjahr einen neuen Kooperationspartner im Bereich Home Meal Replacement/Shops in New York gewonnen. DO & CO beliefert eine Delikatessenkette in einem Probelauf täglich mit frischen Salaten bzw Fertiggerichten aus der Gourmetküche in New York. Die bisherigen Ergebnisse sind sehr zufriedenstellend, die ersten Tests haben ergeben, dass die Produkte von DO & CO großen Anklang bei den Kunden finden.

Die in diesem Bereich gewonnenen Erfahrungen fließen bereits in die Konzeption, Entwicklung und Umsetzung von DO & CO Home Meal Solutions und der eigenen Shops ein.



# Produktentwicklung

---

**D**esign, Kreativität und Innovation sind der Grundstein für jede Luxusmarke. Das vergangene Geschäftsjahr hat gezeigt, dass trotz veränderter Marktbedingungen die Nachfrage nach anspruchsvollen, außergewöhnlichen und exquisiten Produkten steigt. Trends werden laufend kreiert, neue Formen des Konsums entstehen, und die steigende Aufmerksamkeit des Kunden, die Qualität und Kreativität beigemessen wird, fordert von den DO & CO Produktentwicklern größte Innovationsgabe sowie hohe Produktsensibilität.

Neben der Qualitätskomponente, die bei der Entwicklung neuer Produkte und Konzepte kompromisslos den höchsten Ansprüchen gerecht werden muss, spielt bei aller Innovation des Produktes auch die Kreativität in der Durchführung und Realisierbarkeit eine wesentliche Rolle. Vor allem im Airline Catering werden Produkt und Inflightkonzepte auf die Bedürfnisse des Passagiers, die Streckenanforderungen und auf die Arbeitsabläufe der Flugbegleiter abgestimmt und getestet. Die eigene DO & CO Forschungsküche und ein Mock-up einer Boeing 777 Bordküche im Haus erlauben durch fast reale Testbedingungen die Entwicklung eines optimalen Bordproduktes.

Den DO & CO Gästen Frische und Innovation, aber auch Authentizität des Produktes nahe zu bringen und durch "Entertainment" ein einzigartiges Veranstaltungsumfeld zu schaffen, ist die Aufgabe, die sich den Produktentwicklern für den Bereich International Event Catering stellt. Im Teamwork von Veranstaltungsleitern, Köchen und MitarbeiterInnen des DO & CO Audio-Visual Departments werden gemeinsam ein auf die Bedürfnisse des Kunden zugeschnittenes Themenkonzept erarbeitet, kulinarische Produkthighlights entwickelt, Tischdekorationen und Menükarten gestaltet, sowie ein Raum-, Licht- und Musikkonzept entworfen. Dank der intensiven Produktforschung und -entwicklung in den vergangenen Jahren und der Cross-Fertilization der unterschiedlichen Kulturen in den DO & CO Niederlassungen steht den Teams ein umfassendes Portfolio an Ideen, Konzepten sowie Informationen und Details über Kulturen und Länder zur Verfügung, welches die Grundlage für die Erarbeitung des Produktes bietet.

Eine tragende Rolle in der Produktentwicklung spielt das Segment Restaurants & Bars, wo in kleinem Rahmen neue Produktkreationen getestet und nach Auswertung der Kundenzufriedenheit in den weiteren DO & CO Segmenten verwendet werden.

Aufgrund der wirtschaftlichen Entwicklung der Märkte im vergangenen Geschäftsjahr stellt der Rentabilitäts- und Budgetfaktor eine verstärkte Herausforderung hinsichtlich der Entwicklung neuer Produkte dar. Segmentübergreifende Expertise und unkonventionelle Denkansätze – wie zum Beispiel im Bereich Airline Catering die Aufrechterhaltung des Bordmenüs in der Economy Class durch Kosteneinsparung bei Logistik und Handling sowie innovative Veränderung der Verpackung – sehen wir als Grundstein, auch unter veränderten Marktbedürfnissen maximalen Wert für DO & CO Kunden zu schaffen.

Der DO & CO Erfolg – Zufriedenheit unserer Konsumenten, ständiger Ausbau des Marktanteiles sowie Einzigartigkeit gegenüber Konkurrenzunternehmen – wird auch im kommenden Geschäftsjahr durch die Kreativität unserer Produkte, das außergewöhnliche Talent unserer Produktdesigner und den uneingeschränkten Fokus, den wir auf die Qualität unserer Produkte und Serviceleistungen legen, fortgesetzt.

JOEFFREY OKWEGBA



“Am Liebsten mixe ich gute Cocktails.”

**Joefrey Okwegba (39)**  
DO & CO Onyx Bar, Wien  
Barkeeper

**Segment:**  
Restaurants & Bars  
Bei DO & CO seit 1996

**Karriereweg bei DO & CO:**  
Barkeeper

**Frühere Tätigkeit/Ausbildung:**  
Maschinenbauingenieur, Barkeeper

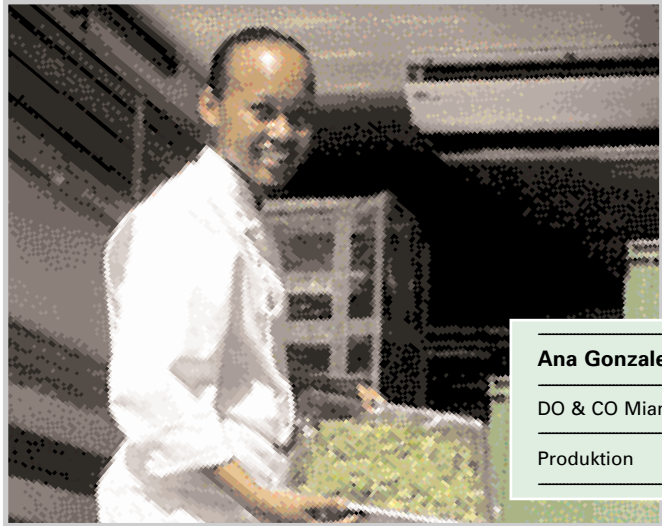
# We are Ladies & Gentlemen ...



**Ysée Gaudel (45)**

DO & CO Miami

Director of Events



**Ana Gonzales (21)**

DO & CO Miami

Produktion



**Caroline Jordi (18)**

DO & CO Miami

Freelancer



**Carmen Riba (28)**

Aioli Wien

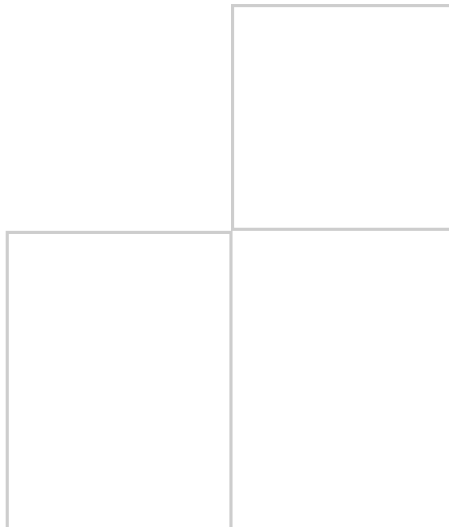
Empfangsdame



**Alma Cartagena (36)**

DO & CO New York

Produktion





**Bully Keita (30)**

DO & CO Berlin

Abwäscher



**Stefan Werth (37)**

DO & CO Berlin

Highloader-Fahrer



**Damon Kessler (25)**

DO & CO New York

Koch



**Tino Wohlfahrt (28)**

DO & CO Miami

Operations Manager



**Gert Kretschmeier (36)**

DO & CO International

Leiter IEC / Formel 1

... serving Ladies & Gentlemen.

## “So viele nette Kollegen!”

**Yimeng Cai (23)**  
DO & CO Frankfurt  
Patissier

**Segment:**  
Airline Catering,  
International Event Catering  
Bei DO & CO seit 2000

**Karriereweg bei DO & CO:**  
Patissier in Wien  
und Frankfurt

**Frühere Tätigkeit/Ausbildung:**  
Gastgewerbefachschule,  
Patissierlehrgang



YIMENG CAI

# Lagebericht 2001/2002

## Highlights

### >> Akquisition Demel

Mit Beginn des Jahres 2002 hat DO & CO die traditionsreiche K.u.K. Hofzuckerbäcker Ch. Demel's Söhne GmbH in Wien erworben

### >> Akquisition von Iberia und Turkish Airlines als neue Kunden

Iberia seit August 2001 ex New York , Turkish Airlines seit Dezember 2001 ex Wien

### >> Verlängerung des Grand Prix Vertrages

Abschluss eines mehrjährigen Grand Prix Vertrages

### >> Gourmet-Shop

Erste Erfahrungen mit "Home Meal Replacement" durch Kooperation in New York

### >> Erweiterung des Vorstandsteams

Mit 1. Dezember 2001 hat Dr. Franz Kubik die Position des CFO übernommen

### >> Raiffeisen-Holding Niederösterreich-Wien als strategischer Partner

Neuer Kernaktionär mit einer Beteiligung von 10 % an der DO & CO AG

### >> DO & CO Aktie wird in den Prime Market aufgenommen

Seit 1. Jänner 2002 ist die DO & CO Aktie im Prime Market gelistet

### >> Aktienrückkauf-Programm

Gestartet mit 4. Jänner 2002

### >> Marktkapitalisierung

Verdoppelung seit Anfang Dezember 2001

## Trotz ungünstigem wirtschaftlichen Umfeld Umsatz- und EBIT- Steigerung

**DO & CO verzeichnet weiterhin positiven Trend**

**Umsatz plus 2,4 % auf EUR 91,83 Mio**

**EBIT plus 4,2 % auf EUR 3,48 Mio**

**EBITDA plus 17,5 % auf EUR 10,45 Mio**

**Gearing: - 17,0 %**

**Eigenkapital Quote: 50,6 %**

# Wirtschaftliches Umfeld

---

**D**er bereits im dritten Quartal 2000 einsetzende Abschwung der Weltwirtschaft setzte sich im abgelaufenen Jahr ungebrochen fort. Nach dem Kollaps der überzogenen Erwartungen in die New Economy wurde der rezessive Abwärtstrend noch durch gestiegene Ölpreise, geringere Zuwachsraten im Welthandel, die schrecklichen Ereignisse des 11. September mit seinen Folgen, dem Krieg in Afghanistan sowie durch einen deutlichen Rückgang der Investitionen in den USA verschärft.

Das Wachstum des amerikanischen Bruttoinlandsproduktes sank von 4 % auf 1,2 % im Jahr 2001. Auch die Bemühungen der FED, welche die Leitzinsen im Jahresverlauf von 6,5 % auf den seit 40 Jahren niedrigsten Stand von 1,75 % absenkte, konnten kaum Anzeichen für eine konjunkturelle Trendwende bewirken. Anders jedoch die Erwartungen für das Jahr 2002, wo deutliche Anzeichen für eine rasche Überwindung der amerikanischen Rezession gesehen werden, und zwar mit einem Wachstum der realen Gesamtwertschöpfung von 1,8 % und einem Prognosewert von über 3 % für das Jahr 2003.

Auch die Euro-Zone konnte sich im abgelaufenen Jahr dieser Entwicklung nicht entziehen und musste einen signifikanten Rückgang des realen Wirtschaftswachstums von 3,5 % auf 1,4 % hinnehmen. Die Europäische Zentralbank reagierte ebenfalls mit Zinssenkungen auf die Konjunkturabschwächung, jedoch wesentlich zurückhaltender als die FED; die Leitzinsen wurden angesichts der im Herbst über dem Grenzwert von 2 % liegenden Inflationsrate lediglich um 150 Basispunkte auf 3,25 % zurückgenommen.

Das Wirtschaftswachstum in den für DO & CO relevanten Märkten gestaltete sich 2001 ebenso uneinheitlich wie sich die Prognosewerte für das Jahr 2002 darstellen: USA: 1,2 % (Prognose 2002: 1,8 %), Deutschland: 0,6 % (Prognose 2002: 0,8 %), Italien: 1,8 % (Prognose 2002: 1,2 %), Euro-Raum: 1,5 % (Prognose 2002: 1,4 %) und Europäische Union: 1,6 % (Prognose 2002: 1,5 %).

Österreichs Wirtschaft konnte im vergangenen Jahr ein reales Wirtschaftswachstum von lediglich 1 % erzielen. Für das laufende Jahr wird trotz sich abzeichnender konjunktureller Erholung nur mit einer geringfügig über dem Vorjahreswert liegenden Wachstumsrate von 1,2 % gerechnet. Stabilisierend für die Gesamtnachfrage wirken die Konsumausgaben der privaten Haushalte mit einer Wachstumsrate von 1,3 % im Vorjahr und einem über dem Wachstum der Gesamtwirtschaft liegenden Prognosewert von 1,6 % für das Jahr 2002. Die im Vorjahr vergleichsweise hohe Inflationsrate von 2,7 % sollte heuer eine deutliche Abschwächung auf 1,7 % erfahren. Am Arbeitsmarkt hatte der Konjkturereinbruch eine deutliche Verschlechterung der Situation zur Folge. Die Arbeitslosenquote des Jahres 2001 mit 6,1 % sollte im laufenden Jahr weiter auf 6,7 % steigen und sich erst im Jahr 2003 mit der erwarteten Wiederbelebung der heimischen Konjunktur sichtbar reduzieren.

Die Ereignisse des 11. September hinterließen tiefe Spuren in der nationalen und internationalen Luftfahrtindustrie, die auch in der gedrückten Entwicklung des laufenden Jahres ihren Niederschlag finden. Drastische Rückgänge bei Passagierverkehrswachstum und Yields der europäischen Fluggesellschaften, rückläufige verkaufte Passagierkilometer, reduziertes Angebot an Sitzplatzkilometern und Buchungsrückgänge im Charterverkehr waren die logische Konsequenz.



## >> Entwicklung bei den europäischen Airlines

Dennoch lässt eine Betrachtung der aktuellen Verkehrszahlen europäischer Airlines eine raschere Erholung im Passagiergeschäft erwarten, als noch vor einigen Monaten angenommen wurde.

Das Passagierverkehrswachstum ausgedrückt in verkauften Passagierkilometern ging im Jahr 2001 um rund 5,1 % auf 530,5 Mio zurück. Für das laufende Jahr wird aufgrund der makroökonomischen Rahmenbedingungen noch ein Rückgang von -3,1 % erwartet (Europa: -3,4 %; Nordatlantik: -5,5 %; Ferner Osten/Pazifik: -3,5 %). Getragen von einer zunehmenden Dynamik ab dem dritten Quartal 2002, sollte es im Jahr 2003 zu einer Wandlung in ein starkes Wachstum von plus 8,7 % kommen.

Dieser Trend im Luftverkehrswachstum europäischer Airlines lässt sich auch am Passagieraufkommen ablesen. Nach einem Rückgang um -4,8 % im Jahr 2001 und einem Minus von 3,5 % im laufenden Jahr sollte sich das Passagieraufkommen im Jahr 2003 auf ein Plus von 8,9 % drehen. Limitierte Budgets für Geschäftsreisen und ein durch verstärktes Kostenbewusstsein geprägter Trend zu Economy- statt Business Class Buchungen haben den Passagier Mix verschlechtert. Diese Entwicklung führte zusammen mit dem Druck auf die Ticketpreise bei einigen europäischen Fluggesellschaften zu Yield-Rückgängen von 1 bis 3 % je verkauftem Passagierkilometer. Die angebotenen Sitzplatzkilometer werden 2002 um insgesamt 5 bis 7 % unter dem Vorjahresniveau liegen. Darüber hinaus wurde bei vielen Airlines das Angebot an Business Class Sitzen stärker rückgeführt als in der Economy Class.

Auch bei Charterreisen wird für das laufende Jahr mit einem Buchungsrückgang von 3 bis 4 % gerechnet, ehe im Jahr 2003 die Rückkehr zum durchschnittlichen Wachstumstrend von 3 % erfolgen sollte.

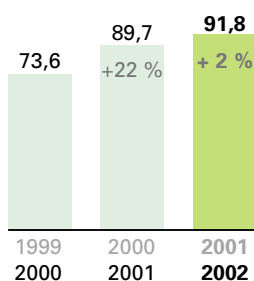
Die österreichischen Flughäfen konnten sich der schwierigen Situation der Luftverkehrswirtschaft ebenfalls nicht entziehen. In Wien ging die Anzahl der Gesamtpassagiere im Jahr 2001 um -0,7 % auf 11,86 Mio (Linienverkehr: -0,3 %, Charterverkehr -3,7 %) zurück. Besonders betroffen waren aus der Sicht des Flughafens die Langstrecke (-6,4 %), Naher und Mittlerer Osten (-15 %), Afrika und Südamerika (-31,3 %), während Europa (+1,4 %) und Osteuropa (+11,3 %) Zuwächse verzeichneten. Die Anzahl der Flugbewegungen sank um 0,6 % auf 185.425. Für das erste Quartal des laufenden Jahres vermeldete der Flughafen Wien eine spürbare Erholung in der Verkehrsentwicklung. Salzburg war als kleiner Regionalflughafen von den Auswirkungen des 11. September hingegen weniger betroffen. Dank der seit April 2001 von der Low-Fare Airline Ryanair in zwei täglichen London Flügen beförderten 100.000 Passagieren konnte das Passagieraufkommen um 1,5 % auf 1,28 Mio Passagiere gesteigert werden. Die Anzahl der Flugbewegungen ging um 8 % auf 20.254 zurück.



# Umsatz

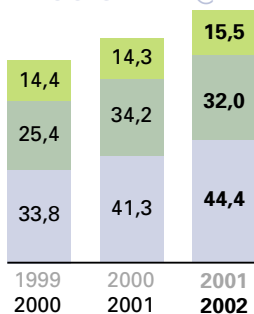
| UMSATZ NACH DIVISIONEN       | 2001/2002 | 2000/2001 | Veränderung |         | 1999/2000 |
|------------------------------|-----------|-----------|-------------|---------|-----------|
|                              | in m €    | in m €    | in m €      | in %    | in m €    |
| Geschäftsjahr (April - März) |           |           |             |         |           |
| Airline Catering             | 44,37     | 41,27     | 3,10        | + 7,5 % | 33,84     |
| International Event Catering | 31,96     | 34,16     | - 2,20      | - 6,4 % | 25,43     |
| Restaurants & Bars           | 15,50     | 14,26     | 1,24        | + 8,7 % | 14,37     |
| Konzernumsatz                | 91,83     | 89,69     | 2,14        | + 2,4 % | 73,64     |

Umsatz in m €



Die Entwicklungen und Veränderungen der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen im vergangenen Geschäftsjahr haben die Richtigkeit und Bedeutung der von DO & CO strategisch betriebenen Diversifikation in affine Geschäftsbereiche (Airline Catering, International Event Catering, Home Meal Replacement, Restaurants & Bars), die konsequent verfolgte Globalisierung im Premium Bereich als weltweiter Qualitätscaterer sowie die Reduktion der Abhängigkeit von einigen wenigen Kunden bestätigt. Mit diesen Strategien ist es DO & CO – selbst in einem gesamtwirtschaftlich schwierigen Umfeld – gelungen, den konsolidierten Jahresumsatz im Geschäftsjahr 2001/2002 von EUR 89,69 Mio um EUR 2,14 Mio auf EUR 91,83 Mio neuerlich zu steigern.

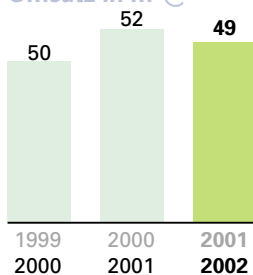
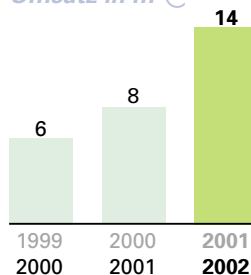
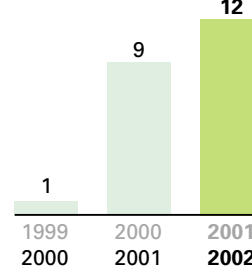
Umsatz nach Divisionen in m €



■ Restaurants & Bars  
■ International Event Catering  
■ Airline Catering

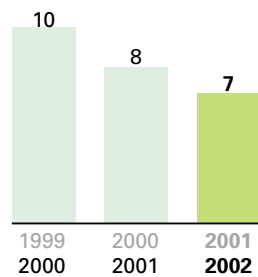
Der Geschäftsbereich Airline Catering verzeichnete aufgrund der weiteren Internationalisierung und der Verbreiterung der Kundenbasis eine Steigerung von 7,5 % oder EUR 3,10 Mio auf EUR 44,37 Mio. Im Geschäftsbereich International Event Catering konnte der Umsatz auf dem hohen Vorjahresniveau gehalten werden; es wurde - aufgrund von Verschiebungen von Veranstaltungen in andere Perioden - ein Rückgang von EUR 2,20 Mio bzw 6,4 % auf EUR 31,96 Mio verzeichnet. Der Geschäftsbereich Restaurants & Bars weist ein Plus von 8,7 % auf EUR 15,50 Mio auf. Die erstmalige Einbeziehung der K.u.K. Hofzuckerbäcker Ch. Demel's Söhne GmbH hatte eine entsprechende Auswirkung auf die Division Restaurants & Bars. Das Haas Haus verzeichnete aufgrund der langwierigen Umbauarbeiten zeitliche Rückgänge, wobei nach Ende der Baustellentätigkeit im Februar 2002 der Umsatz wieder auf dem Niveau der Vorperioden stabilisiert werden konnte.

Die geographische Aufteilung der Umsätze nach Regionen zeigt, dass auch im Geschäftsjahr 2001/2002 die EU mit einem Anteil von 82,3 % (2000/2001: 82,4 %) am Gesamtumsatz der wichtigste Markt für DO & CO geblieben ist.

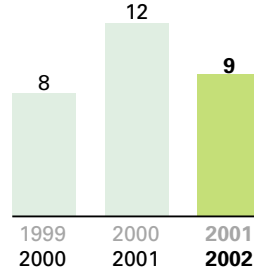
Österreich  
Umsatz in m €Deutschland  
Umsatz in m €USA  
Umsatz in m €

Das Unternehmen konnte trotz der schlechten Rahmenbedingungen in den USA mit den Standorten New York und Miami den Umsatzanteil von 10,3 % am Gesamtumsatz auf 12,9 % erhöhen. Die kontinuierliche Internationalisierung der DO & CO Gruppe während der letzten drei Geschäftsjahre konnte somit erfolgreich fortgeführt werden.

*Italien*  
Umsatz in m €



*Sonstige Länder*  
Umsatz in m €



DO & CO war auch im Geschäftsjahr 2001/2002 als global agierendes Unternehmen auf drei Kontinenten u.a. in folgenden Ländern tätig: Belgien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Japan, Kanada, Malaysia, Monaco, Österreich, Schweiz, Spanien, Ungarn und USA.

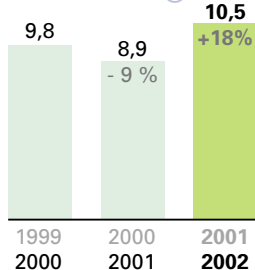


# Ergebnis und Vermögen

| KONZERN<br>Geschäftsjahr (April - März) | 2001/2002 | 2000/2001 | Veränderung |          | 1999/2000 |
|---|-----------|-----------|-------------|----------|-----------|
|   | in m €    | in m €    | in m €      | in %     | in m €    |
| Umsatz                                  | 91,83     | 89,69     | 2,14        | + 2,4 %  | 73,64     |
| EBITDA                                  | 10,45     | 8,89      | 1,56        | + 17,5 % | 9,80      |
| Abschreibungen *                        | - 6,97    | - 5,55    | - 1,42      | - 25,6 % | - 4,13    |
| EBIT                                    | 3,48      | 3,34      | 0,14        | + 4,2 %  | 5,67      |
| EBITDA-Marge                            | 11,4 %    | 9,9 %     |             |          | 13,3 %    |
| EBIT-Marge                              | 3,8 %     | 3,7 %     |             |          | 7,7 %     |
| Mitarbeiter                             | 914       | 835       | 79          | + 9,5 %  | 731       |

\*...inkl. Firmenwertabschreibungen

EBITDA in m €

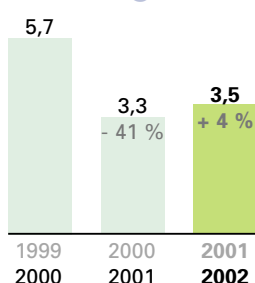


DO & CO konnte sich den vielerorts negativen Entwicklungen im letzten Geschäftsjahr und den damit teilweise notwendigen Einsparungsmaßnahmen, die Auswirkungen auf das Ergebnis gezeigt hätten, weitestgehend entziehen. Dies wurde vor allem durch das Beibehalten eines konstanten Preisniveaus und eines effizienten Kostenmanagements möglich.

Das konsolidierte Betriebsergebnis (EBIT) der DO & CO Gruppe nach Firmenwertabschreibungen konnte - gemäß IAS - im Geschäftsjahr 2001/2002 um EUR 0,14 Mio auf EUR 3,48 Mio gesteigert werden (2000/2001: EUR 3,34 Mio).

Während das Ergebnis des Geschäftsjahres 2000/2001 durch die hohen Anlaufkosten und die hohen operativen Kosten in Zusammenhang mit vier Standorteröffnungen sowie dem einmaligen Preisnachlass für die Lauda Air gekennzeichnet war, kam es im Geschäftsjahr 2001/2002 trotz der Folgen des 11. September sowie selbst unter Berücksichtigung der Akquisition des Demel zu einer Verbesserung des EBIT. Sowohl die EBIT- als auch die EBITDA-Marge zeigen eine positive Entwicklung von 3,8 % (2000/2001: 3,7 %) bzw 11,4 % (2000/2001: 9,9 %).

EBIT in m €



Das Finanzergebnis weist im Geschäftsjahr 2001/2002 einen Rückgang in Höhe von EUR 1,09 Mio auf EUR -1,27 Mio auf. Ein wesentlicher Grund hierfür ist die im Zusammenhang mit der Akquisition der K.u.K. Hofzuckerbäcker Ch. Demel's Söhne stehende Aufwertung der zu gewährenden Gegenleistung in Form von DO & CO Aktien.

Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit verringerte sich somit von EUR 3,16 Mio im Geschäftsjahr 2000/2001 um EUR 0,95 Mio auf EUR 2,21 Mio in der abgelaufenen Berichtsperiode. Die Auswirkungen des rückläufigen Finanzergebnisses übertrafen die positive Steigerung des EBIT, sodass insgesamt ein Rückgang des EGT festzustellen ist.

Der Gesamtaufwand für Ertragssteuern sank um EUR 0,76 Mio auf EUR 0,85 Mio. DO & CO konnte dadurch die Steuerquote auf 50,9 % absenken.

Die Investitionen der beiden vorangegangenen Geschäftsjahre 1999/2000 und 2000/2001 waren von der – im Zuge des Börsenganges 1998 geplanten – internationalen Expansion geprägt. Nach der Eröffnung der Gourmetküchen in New York, Miami, München, Frankfurt und Berlin stand das Geschäftsjahr 2001/2002 im Zeichen des Organisationsaufbaues dieser fünf neuen Standorte. Die Investitionen in Sachanlagen beliefen sich daher lediglich auf EUR 2,20 Mio (2000/2001 EUR 15,34 Mio) und haben somit nicht annähernd das Ausmaß der beiden Vorjahre erreicht. Die Abschreibungen stiegen trotz der rückläufigen Investitionen von EUR 5,55 Mio auf EUR 6,97 Mio, da im Gegensatz zum Geschäftsjahr 2000/2001 in der aktuellen Berichtsperiode alle neuen Gourmetküchen das ganze Geschäftsjahr operativ tätig waren.

Das konsolidierte Eigenkapital des DO & CO Konzerns betrug zum Bilanzstichtag 31. März 2002 EUR 34,15 Mio nach EUR 34,17 Mio im Vorjahr. Die Eigenkapital-Quote hat sich von 50,5 % auf 50,6 % im Geschäftsjahr 2001/2002 erhöht.

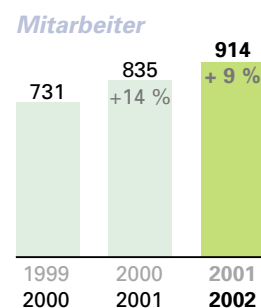
Die Nettozinsverbindlichkeiten weisen einen Rückgang von EUR 6,21 Mio auf EUR -5,19 Mio auf. Die Gearing Ratio von -17,0 % veranschaulicht die gute Finanzgebarung des DO & CO Konzerns und spiegelt die Expansion unter ständiger Beachtung einer soliden und gesunden finanziellen Basis wider.

Der Return on Capital Employed weist mit 10,5 % im Geschäftsjahr 2001/2002 einen geringen Rückgang im Vergleich zum Vorjahr (10,9 %) auf. Die positive Ergebnisentwicklung und die Verringerung des Capital Employed von EUR 36,56 Mio auf EUR 31,08 Mio zeigen einen eindeutig positiven Trend. Der geringfügige Rückgang ist lediglich auf den kurzfristigen Anstieg des durchschnittlichen Capital Employed zurückzuführen.

Der Cash-Flow aus dem operativen Bereich verzeichnete eine Steigerung von EUR 3,83 Mio auf EUR 8,50 Mio. Diese Entwicklung und die geringere Investitionstätigkeit sind die wesentlichsten Gründe für die Steigerung des Free Cash-Flow von EUR -11,88 Mio auf EUR 6,90 Mio im Geschäftsjahr 2001/2002, womit seit Jahren erstmals wieder ein positiver Free Cash-Flow erzielt werden konnte.

Das Humankapital von DO & CO wird unter dem Schwerpunkt "Mensch und Werte" ausführlich auf den Seiten 7 ff behandelt.

Die folgende Segmentberichterstattung gemäß IAS 14 weicht von den Vorgaben der International Accounting Standards (IAS) insofern ab, als diese aufgrund der operativen Geschäftstätigkeit einzelner Gesellschaften in mehreren Geschäftsfeldern nur bedingt möglich ist.

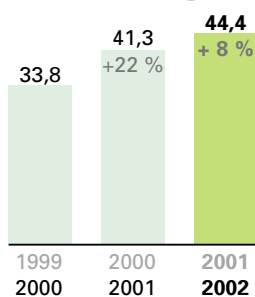


# Airline Catering

| AIRLINE CATERING<br>Geschäftsjahr (April - März) | 2001/2002 | 2000/2001 | Veränderung |          | 1999/2000 |
|--|-----------|-----------|-------------|----------|-----------|
|  | in m €    | in m €    | in m €      | in %     | in m €    |
| Umsatz   | 44,37     | 41,27     | 3,10        | + 7,5 %  | 33,84     |
| EBITDA   | 3,73      | 3,15      | 0,58        | + 18,4 % | 4,97      |
| Abschreibungen *                                 | - 3,57    | - 3,06    | - 0,51      | - 16,7 % | - 1,98    |
| EBIT   | 0,16      | 0,09      | 0,07        | + 77,8 % | 2,99      |
| EBITDA-Marge                                     | 8,4 %     | 7,6 %     |             |          | 14,7 %    |
| EBIT-Marge                                       | 0,4 %     | 0,2 %     |             |          | 8,8 %     |
| Mitarbeiter                                      | 485       | 469       | 16          | + 3,4 %  | 366       |
| Anteil am Konzernumsatz                          | 48,3 %    | 46,0 %    |             |          | 45,9 %    |

\*...inkl. Firmenwertabschreibungen

UMSATZ in m €



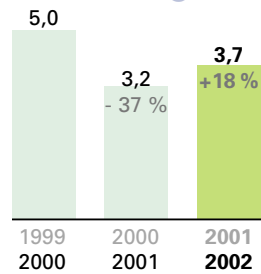
Die Division Airline Catering war auch im Geschäftsjahr 2001/2002 die umsatzstärkste Division und erwirtschaftete im Berichtszeitraum mit EUR 44,37 Mio (2000/2001: EUR 41,27 Mio) einen Anteil von 48,3 % (2000/2001: 46,0 %). Die schrecklichen Ereignisse vom 11. September haben den Kostendruck in der gesamten Airline Branche verschärft und beschleunigt. Während die europäischen Standorte in Deutschland, Italien und Österreich nur im dritten Quartal (September bis Dezember 2001) wesentlich von den Passagerrückgängen betroffen waren, führte die Einstellung von Flügen einzelner Fluggesellschaften zu längerfristigen Umsatzentgängen an den beiden amerikanischen Standorten in New York und Miami.

Durch die Verbreiterung der Kundenbasis (Akquisition neuer Airlines) und die Internationalisierung ist es DO & CO jedoch gelungen, vorläufig rückgängige Passagierzahlen in der Airlinebranche zu kompensieren und einen Zuwachs in Höhe von 7,5 % im Vergleich zum Vorjahr zu erzielen.

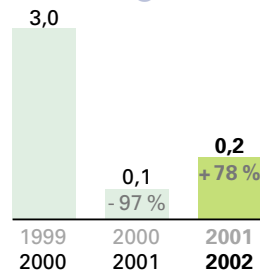
An den Standorten New York, Miami, Mailand, Berlin, Frankfurt, München, Salzburg und Wien zählten, nach der erfolgreichen Akquisition von Iberia und Turkish Airlines im Geschäftsjahr 2001/2002, folgende zwölf Fluglinien zum Kundenkreis von DO & CO: Lauda Air, Lauda Air Italy, British Airways, Turkish Airlines (ab Dezember 2001), Iberia (ab August 2001), Austrian Airlines, Air Mauritius, Crossair, Luxair, Royal Air Maroc, Air Alps und Air Afrique (bis Oktober 2001).

Die hohen Anlaufkosten und operativen Kosten der Standorteröffnungen sowie die Gewährung eines Preisnachlasses an die Lauda Air zählten zu den Hauptgründen für den Rückgang der EBIT-Marge auf 0,2 % im Vergleichszeitraum 2000/2001. Die Ergebnisse des Geschäftsjahres 2001/2002 waren von den Ereignissen und Folgen des 11. September geprägt. DO & CO hat auch in dieser angespannten wirtschaftlichen Situation stets den Weg der höchsten Produktqualität zwecks Absicherung der Marken fortgeführt. Somit gelang es DO & CO, das EBITDA um EUR 0,58 Mio auf EUR 3,73 Mio (2000/2001 EUR 3,15 Mio) zu steigern. Trotz der nach wie vor hohen Abschreibungen in Relation zum Umsatzvolumen der neuen fünf Standorte weist das EBIT im Vergleich zu 2000/2001 mit EUR 0,09 Mio eine Steigerung um EUR 0,07 Mio auf EUR 0,16 Mio auf.

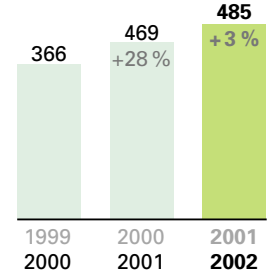
**EBITDA in m €**



**EBIT in m €**



**Mitarbeiter**



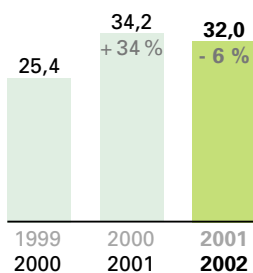
# International Event Catering

| INTERNATIONAL EVENT CATERING<br>Geschäftsjahr (April - März) | 2001/2002 | 2000/2001 | Veränderung |          | 1999/2000 |
|--|-----------|-----------|-------------|----------|-----------|
|  | in m €    | in m €    | in m €      | in %     | in m €    |
| Umsatz   | 31,96     | 34,16     | - 2,20      | - 6,4 %  | 25,43     |
| EBITDA   | 5,47      | 4,65      | 0,82        | + 17,6 % | 3,76      |
| Abschreibungen *   | - 2,74    | - 2,05    | - 0,69      | - 33,7 % | - 1,62    |
| EBIT   | 2,73      | 2,60      | 0,13        | + 5,0 %  | 2,14      |
| EBITDA-Marge   | 17,1 %    | 13,6 %    |             |          | 14,8 %    |
| EBIT-Marge   | 8,5 %     | 7,6 %     |             |          | 8,4 %     |
| Mitarbeiter  | 143       | 118       | 25          | + 21,2 % | 120       |
| Anteil am Konzernumsatz                                      | 34,8 %    | 38,1 %    |             |          | 34,6 %    |

\*...inkl. Firmenwertabschreibungen

Der Umsatzanteil der Division International Event Catering beträgt im Geschäftsjahr 2001/2002 34,8 % (2000/2001: 38,1 %). Der Umsatz sank im Geschäftsjahr 2001/2002 gegenüber dem Vorjahr um 6,4 % oder EUR 2,20 Mio auf EUR 31,96 Mio. Dieser Umsatzrückgang resultiert aus einer periodenbedingten Verschiebung von zwei Großveranstaltungen und wurde bereits in sämtlichen Forecasts berücksichtigt.

UMSATZ in m €



Auch die Ereignisse in den USA am 11. September blieben für die Division International Event Catering nicht ohne Konsequenzen. Aufgrund der weltweiten Verunsicherung kam es speziell in den Monaten September und Oktober zu kurzfristigen Stornierungen und Verschiebungen einzelner geplanter Events. DO & CO gelang es dennoch, die Umsätze in diesem Geschäftsfeld sowohl national als auch international auf dem sehr hohen Niveau des Vorjahres zu stabilisieren.

Ein mehrjähriger Vergleich zeigt, dass die Umsätze in der Berichtsperiode 2001/2002 in Höhe von EUR 31,96 Mio mit 25,7 % weit über der Vergleichszahl des Geschäftsjahres 1999/2000 (EUR 25,43 Mio) liegen.

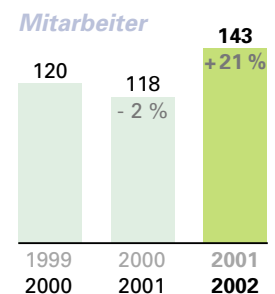
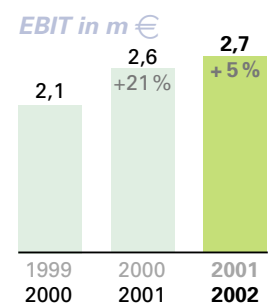
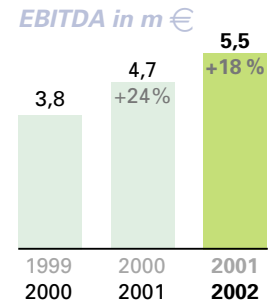
Im Geschäftsjahr 2001/2002 war DO & CO für die kulinarische Betreuung von insgesamt rund 1.800 Veranstaltungen (2000/2001: rund 1.700) verantwortlich.

Bei detaillierter Betrachtung der einzelnen Quartale ist festzustellen, dass DO & CO im vierten Quartal 2001/2002 (Jänner bis März 2002) neuerlich einen signifikanten Umsatzzuwachs von 21,9 % erzielen konnte. Diese große Zuwachsrate ist vor allem auf die erhöhte Nachfrage am deutschen Markt zurückzuführen und ist um so erfreulicher, da nach kurzfristigen Umsatzrückgängen – als Ergebnis der bereits erwähnten Terminverschiebungen von Großveranstaltungen sowie der unmittelbaren Folgen der Ereignisse des 11. September – ein deutlicher Aufwärtstrend zu vermerken ist.



Speziell in dieser Division waren im abgelaufenen Geschäftsjahr 2001/2002 aggressive Preisreduktionen seitens der Mitbewerber zu beobachten. DO & CO hat in der Vergangenheit und wird auch in der Zukunft niemals den Weg einer konsequenten und seriösen Preispolitik verlassen. Diese Vorgehensweise kann zwar kurzfristig bei Ausschreibungen zu einer Bevorzugung der Mitbewerber führen, langfristig zeugt dies jedoch von einer nachvollziehbaren Preisgestaltung und dem Anliegen, die Marke, eines der wesentlichsten Assets, niemals zu gefährden. DO & CO ist auch weiterhin bestrebt, in diesem etablierten Segment stets dem Grundsatz "Ergebnis vor Umsatz" treu zu bleiben.

Im Geschäftsjahr 2001/2002 konnte DO & CO erstmals die Synergieeffekte aus den fünf neuen Gourmetküchen erfolgreich nutzen. Speziell im Logistikkbereich spiegelt sich der Vorteil, bei den zahlreichen internationalen Veranstaltungen viel näher beim Kunden zu sein, in geringeren Kosten wider. Das EBITDA hat sich im Geschäftsjahr 2001/2002 um EUR 0,82 Mio oder 17,6 % auf EUR 5,47 Mio erhöht. Trotz der auch auf diese Division entfallenden hohen Abschreibungen für die neuen Standorte konnte das EBIT um 5,0 % auf EUR 2,73 Mio gesteigert werden. Die EBIT-Marge verbesserte sich somit von 7,6 % im Geschäftsjahr 2000/2001 auf 8,5 % im Geschäftsjahr 2001/2002.



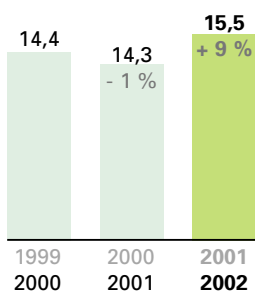
# Restaurants & Bars

| RESTAURANTS & BARS<br>Geschäftsjahr (April - März) | 2001/2002 | 2000/2001 | Veränderung |          | 1999/2000 |
|--|-----------|-----------|-------------|----------|-----------|
|  | in m €    | in m €    | in m €      | in %     | in m €    |
| Umsatz   | 15,50     | 14,26     | 1,24        | + 8,7 %  | 14,37     |
| EBITDA   | 1,25      | 1,09      | 0,16        | + 14,7 % | 1,07      |
| Abschreibungen *                                   | - 0,66    | - 0,44    | - 0,22      | - 50,0 % | - 0,53    |
| EBIT   | 0,59      | 0,65      | - 0,06      | - 9,2 %  | 0,54      |
| EBITDA-Marge                                       | 8,1 %     | 7,6 %     |             |          | 7,4 %     |
| EBIT-Marge   | 3,8 %     | 4,6 %     |             |          | 3,8 %     |
| Mitarbeiter  | 286       | 248       | 38          | + 15,3 % | 245       |
| Anteil am Konzernumsatz                            | 16,9 %    | 15,9 %    |             |          | 19,5 %    |

\*...inkl. Firmenwertabschreibungen

Der Geschäftsbereich Restaurants & Bars trägt in einem Ausmaß von 16,9 % (2000/2001: 15,9 %) zum Gesamtumsatz bei. Der Umsatz in dieser Division belief sich im Geschäftsjahr 2001/2002 auf EUR 15,50 Mio und weist damit eine Steigerung von EUR 1,24 Mio oder 8,7 % im Vergleich zur Berichtsperiode des Vorjahres (EUR 14,26 Mio) auf.

UMSATZ in m €



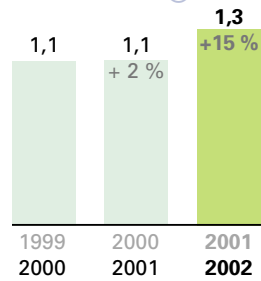
Die Umsatzentwicklung in dieser Division war einerseits von einem - aufgrund der langen Baustellentätigkeit im Haas Haus und der somit fehlenden Kundenfrequenz bedingten - Umsatzrückgang in den Restaurants & Bars DO & CO und Aioli am Stephansplatz geprägt. Andererseits resultiert aus der Akquisition des Demel seit dem 4. Quartal (Jänner bis März 2002) ein wesentlicher Beitrag zum Umsatz. Darüber hinaus konnte die Gastronomie am Standort im Casino Baden (Restaurants & Bars sowie Veranstaltungszentrum) ihre sehr gute Auslastung abermals verbessern.

Die Akquisition des Demel mit den Standorten am Kohlmarkt und dem Café Griensteidl stand im Mittelpunkt der Aktivitäten dieser Division, speziell im 2. Halbjahr des abgelaufenen Geschäftsjahres 2001/2002. Ausgehend von dem Segment Restaurants & Bars bietet der Demel über Cross-Fertilization nicht nur Wachstumschancen in dieser Division. Im Gegensatz zu der Ankündigung im Lagebericht des Vorjahres, keine weiteren Standorte in diesem Segment zu eröffnen, hat sich DO & CO aufgrund der einzigartigen Möglichkeit dennoch entschlossen, auch in dieser Division die Geschäftstätigkeit zu erweitern.

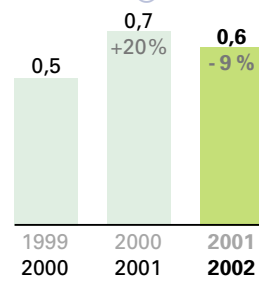
Durch die Einbeziehung der Marke Demel zu den bestehenden Marken DO & CO und Aioli hat der Geschäftsbereich Restaurants & Bars im abgelaufenen Geschäftsjahr seine Bedeutung für die Entwicklung von neuen Konzepten als Research & Development Center der DO & CO Gruppe weiter ausgebaut.

Sowohl die erstmalige Einbeziehung des Demel als auch die bis Mitte des vierten Quartals (Jänner bis März 2002) andauernde Baustellentätigkeit im Haas Haus hatten naturgemäß entsprechende Auswirkungen auf das EBIT. Während das EBITDA im Geschäftsjahr 2001/2002 um EUR 0,16 Mio von EUR 1,09 Mio auf EUR 1,25 Mio gestiegen ist, verzeichnete das EBIT einen geringfügigen Rückgang. Das EBIT war durch die erhöhten Abschreibungen beeinflusst und verzeichnete in der Berichtsperiode 2001/2002 einen Rückgang von EUR 0,06 Mio auf EUR 0,59 Mio (2000/2001 EUR 0,65 Mio).

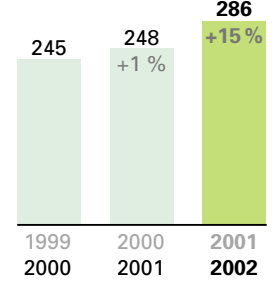
**EBITDA in m €**



**EBIT in m €**



**Mitarbeiter**



# Aktie & Investor Relations

**D**ie DO & CO Aktie notierte erstmals am 30. Juni 1998 an der Wiener Börse. Sie ist gemeinsam mit 39 anderen Unternehmen im wichtigsten Handelssegment des Kassamarktes und zwar im Marktsegment Prime Market vertreten, wo sie im abgelaufenen Geschäftsjahr ein Handelsvolumen von EUR 28,3 Mio erzielte.

## >> Performance im Geschäftsjahr trotz Airline Krise um 20,8% gesteigert

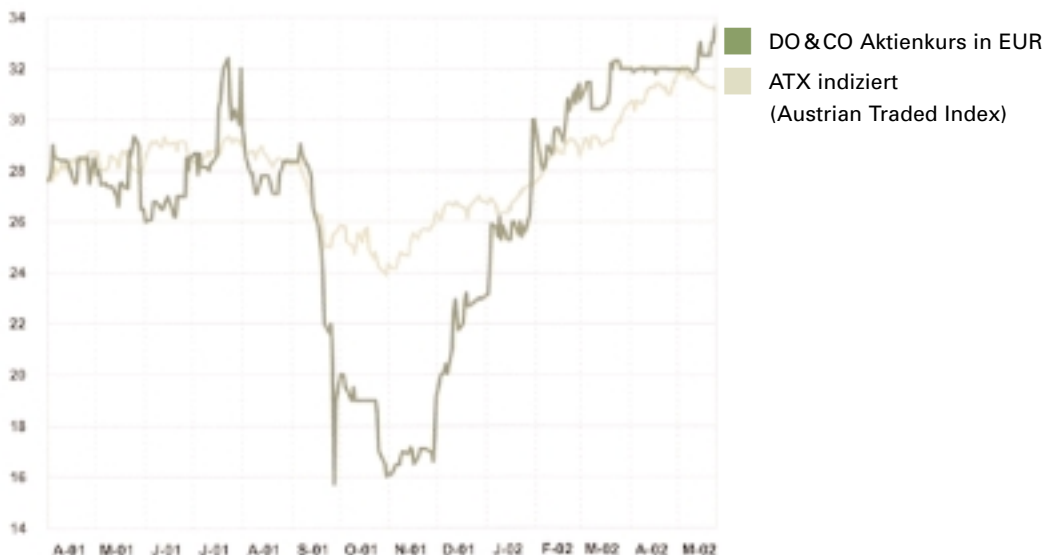
Zu Beginn des Geschäftsjahres notierte die DO & CO Aktie am 2. April 2001 bei EUR 26,50 und erreichte am 23. Juli 2001 mit EUR 32,48 ihren zweithöchsten Jahreswert; dies entspricht einer Performance-Steigerung von beachtlichen plus 22,6 %. Nach dem Einbruch der internationalen Leitbörsen als Folge der schrecklichen Terrorangriffe in den USA konnte sich auch der Kurs der DO & CO Aktie nicht der allgemeinen Abwärtsbewegung entziehen, obwohl das Unternehmen - wahrscheinlich als einziger Vertreter im Airline Catering - auch nach dem 11. September steigende Umsätze im Airline Catering ausweisen konnte, wie dies auch die veröffentlichten Zahlen für das Halbjahr (September 2001) und für die ersten drei Quartale (Dezember 2001) dokumentierten. Bedingt durch die Terroranschläge, dem darauf folgenden Krieg in Afghanistan und Rezessionsängsten tendierten die großen Börsen im zweiten Halbjahr 2001 generell schwächer. Wie das abgebildete Chart deutlich zeigt, registrierte die DO & CO Aktie zwischen dem 11. September (EUR 28,20) und dem Jahrestiefstkurs am 27. September (EUR 15) einen Rückgang um 46,8 %. Danach stabilisierte sich die Aktie Mitte Oktober bei EUR 19, um am 29. November 2001 bei EUR 16,40 ihre untere Widerstandslinie zu finden. Ab diesem Zeitpunkt kam es zu einer Korrektur der krassen Unterbewertung von DO & CO im Markt. Bis zum 30. Jänner 2002 stieg der Kurs um fast 82 % auf EUR 30, erreichte am 22. März 2002 mit EUR 32,90 den Jahreshöchstwert und schloss das Geschäftsjahr 2001/2002 am 28. März mit EUR 32. Über das gesamte Geschäftsjahr konnte die DO & CO Aktie auf Basis der Tagestiefst- bzw. Tageshöchstkurse einen Performanceanstieg von plus 20,8 % verzeichnen, während der ATX im gleichen Zeitraum lediglich 8,7 % zulegte. Damit liegt DO & CO in diesem Zeitraum unter den 40 Teilnehmern des Prime Markets an 14. Stelle.

## >> Rang 2 unter den Top Performern im ATX Prime im 1. Quartal 2002

Im ersten Quartal belegte die DO & CO Aktie mit einem Kursanstieg von 39,4 % seit dem Ultimo 2001 Platz 2 unter den Top Performern im Prime Market, während der ATX lediglich um 13,05 % stieg.

Trotz des logischen Rebound in der Kursentwicklung sieht das Management nach wie vor eine deutliche Unterbewertung des Unternehmens, die im Gegensatz zur erfolgreichen Entwicklung der DO & CO Gruppe steht. Ungeachtet der Airline Krise und ihrer bekannten Auswirkungen konnte der Konzern ein weiteres Jahr Steigerungsraten bei Umsatz, EBITDA und EBIT vorweisen und seine Expansions- und Geschäftstätigkeiten erfolgreich fortsetzen – wie dies etwa der Erwerb der K.u.K. Hofzuckerbäcker Ch. Demel's Söhne GmbH samt dem Café Griensteidl oder erste Kooperationen auf dem Home Meal Replacement Sektor beweisen.

## >> Kursentwicklung der DO & CO Aktie



## >> Kennzahlen je Aktie

|                             |          | 2001 / 2002 | 2000 / 2001 | 1999 / 2000 |
|-----------------------------|----------|-------------|-------------|-------------|
| EBITDA                      | in EUR   | 6,43        | 5,55        | 6,06        |
| EBIT <sup>1</sup>           | in EUR   | 2,97        | 2,84        | 4,26        |
| Gewinn <sup>2</sup>         | in EUR   | 1,77        | 1,80        | 2,98        |
| Dividende                   | in EUR   | 0,50        | 0,50        | 0,50        |
| Eigenkapital                | in EUR   | 18,85       | 19,46       | 16,25       |
| Höchstkurs <sup>3</sup>     | in EUR   | 32,40       | 43,80       | 58,40       |
| Tiefstkurs <sup>3</sup>     | in EUR   | 15,70       | 21,50       | 37,30       |
| Kurs ultimo <sup>3</sup>    | in EUR   | 32,00       | 27,50       | 44,05       |
| KGV Höchst                  |          | 18,28       | 24,40       | 19,59       |
| KGV Tiefst                  |          | 8,86        | 11,98       | 12,52       |
| KGV ultimo                  |          | 18,06       | 15,32       | 14,78       |
| Dividendenrendite ultimo    | in %     | 1,6 %       | 1,8 %       | 1,1 %       |
| Aktienanzahl ultimo         | in TStk  | 1.624       | 1.624       | 1.624       |
| Marktkapitalisierung ultimo | in m EUR | 51,97       | 44,66       | 71,54       |

1...Bereinigt um Firmenwertabschreibungen

2...Bereinigt um Firmenwertabschreibungen und außerordentliches Ergebnis

3...Schlusskurs

## >> Details zur Aktie:

|                        |                  |
|------------------------|------------------|
| Wertpapier-Kürzel:     | DOC              |
| Wertpapier-Kennnummer: | 081880           |
| ISIN Code:             | AT0000818802     |
| Handelssegment:        | Amtlicher Handel |
| Marktsegment:          | Prime Market     |
| In folgenden           |                  |
| Indizes enthalten:     | WBI, ATX Prime   |
| Aktienanzahl:          | 1.624.000        |
| Notiertes Nominale:    | EUR 11.802.068   |
| Erstnotiz:             | 30. Juni 1998    |
| Streubesitz:           | 35 %             |

## Kapitalmarktrelevante Informationen erhalten Sie unter:

|                            |                             |
|----------------------------|-----------------------------|
| Telefon                    | +43 (1) 74000-191           |
| Fax:                       | +43 (1) 74000-194           |
| E-mail:                    | investor.relations@doco.com |
| Reuters Code:              | DOCO.VI                     |
| Bloomberg Code:            | DOC AV                      |
| Homepage der Wiener Börse: | www.wienerboerse.at         |

## >> Finanzkalender:

|                   |  |
|-------------------|--|
| 20. Juni 2002     | Ergebnis für das Geschäftsjahr 2001/2002                       |
| 10. Juli 2002     | Hauptversammlung   |
| 12. Juli 2002     | Dividenden-ex-Tag  |
| 31. Juli 2002     | Dividendenzahltag  |
| 29. August 2002   | Ergebnis für das erste Quartal (April – Juni 2002)             |
| 21. November 2002 | Ergebnis für die ersten zwei Quartale (April – September 2002) |
| Februar 2003      | Ergebnis für die ersten drei Quartale (April – Dezember 2002)  |

## >> Dividendenausschüttung

Der Vorstand der DO & CO Restaurants & Catering Aktiengesellschaft wird der Hauptversammlung am 10. Juli 2002 vorschlagen, eine Dividende von EUR 0,50 pro Aktie für das Geschäftsjahr 2001/2002 auszuschütten. Dies entspricht einer Dividendenrendite von 1,6 % bezogen auf den Schlusskurs am 28. März 2002.

## >> Aktienrückkauf

Am 4. Jänner 2002 machte der Vorstand von der am 11. Juli 2001 in der ordentlichen Hauptversammlung erteilten Ermächtigung zum Rückkauf eigener Aktien Gebrauch und startete ein Aktienrückkaufprogramm. Den entsprechenden Beschluss dazu fasste der Vorstand der DO & CO Restaurants & Catering Aktiengesellschaft am 19. Dezember 2001.

### Eckdaten des Rückkaufprogrammes

|                         |  |
|-------------------------|--|
| Dauer:                  | Vom 4. Jänner bis spätestens 30. September 2002  |
| Beabsichtigtes Volumen: | Bis höchstens 162.400 Stück, bzw 10 % des derzeitigen Aktienkapitals   |
| Erwerbspreis:           | Der Ankaufspreis darf den Durchschnittskurs der jeweils letzten 10 Börsenstage nicht überschreiten und die Hälfte dieses nicht unterschreiten.                                     |
| Erwerbsart:             | Über die Wiener Börse  |
| Erwerbszweck:           | Eigene Aktien gemäß § 65 Abs 1 Z 8 AktG zu erwerben und allenfalls einzuziehen, soweit nicht eine andere Verwendung in einer noch abzuhaltenden Hauptversammlung beschlossen wird. |

Bis zum 31. März 2002 wurden 750 Stück Aktien zu einem Durchschnittskurs von EUR 30,41 mit einem dafür notwendigen Kapitaleinsatz von EUR 22.807,50 zurückgekauft. Über den weiteren Verlauf des Rückkaufprogrammes wird in der ordentlichen Hauptversammlung vom 10. Juli 2002 berichtet werden.

## >> Investor Relations

Mit einer Börsenkapitalisierung von knapp EUR 52 Mio (Ende März 2002) zählt die DO & CO Gruppe zu den interessantesten Wachstumsunternehmen Österreichs, welches in den letzten Jahren konstant und kontrolliert seinen nationalen und internationalen Expansionskurs verfolgte. Unter einem Dach sind in der DO & CO Gruppe verschiedene Geschäftsfelder wie Airline Catering, International Event Catering, Restaurants & Bars sowie Logistik und Consulting vereint. Das gibt dem Management die Möglichkeit, auf sich verändernde Rahmenbedingungen und Kundenverhalten rasch und flexibel zu reagieren. Die kontinuierlichen und erfolgreichen Bemühungen um Absicherung und Weiterentwicklung der Premium-Marken DO & CO – Aioli – Demel und die daraus abgeleitete Spitzenqualität der Produkte und Dienstleistungen unterscheiden uns von anderen Anbietern aus Catering und Gastronomie.

Das macht die DO & CO Gruppe einzigartig und die Bemühungen von Analysten und Investoren um ein Benchmarking mit vergleichbaren Unternehmen oft schwierig.

Mehr noch als in der Vergangenheit wird es künftig Schwerpunkt auf dem Gebiet der Investor Relations sein, DO & CO als International Gourmet Entertainment Company in Gesprächen mit privaten und institutionellen Investoren sowie Analysten zu erklären und zu präsentieren. Das Management wird daher auch verstärkt im Rahmen von Unternehmenspräsentationen und Investorenkonferenzen den Dialog mit bestehenden und potenziellen Aktionären suchen.

Dazu zählt auch die intensivierete Kommunikation mit der Investment Community. Ein Zeichen dafür ist der vorliegende Geschäftsbericht, der sich in detaillierterer Informationstiefe und mit einem Rechnungsabschluss nach International Accounting Standards (IAS) präsentiert. Auch das im letzten Geschäftsbericht abgegebene, aber noch nicht realisierte Versprechen bezüglich eines erneuerten Internet-Auftrittes soll nun nach dem Erwerb des Demel eingelöst werden, um jeder interessierten Zielgruppe einen raschen, zielgerichteten Zugriff auf transparente, aktuelle und relevante Daten von DO & CO zu ermöglichen. Damit soll das bessere Verständnis für das Unternehmen und seine angemessene Bewertung im Markt unterstützt werden.

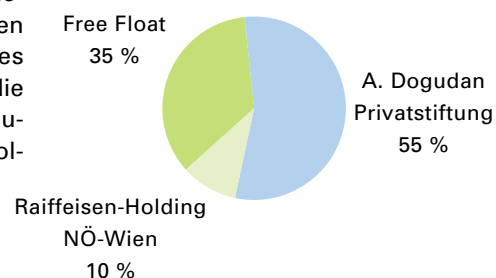
## >> Corporate Governance

In den letzten Wochen hat auch in Österreich die – längst fällige - Diskussion zum Thema Corporate Governance und dessen mediale Aufarbeitung begonnen. Die noch stärkere Orientierung an den Prinzipien der Transparenz und Verantwortlichkeit ist nicht nur ein Thema für große Konzerne, sondern für Unternehmen aller Größenordnungen. "Best Practices" sind für DO & CO ein nicht wegzudenkender Bestandteil unserer Unternehmensphilosophie. Für uns ist dies Anlass, die Prinzipien künftig noch stärker zu beachten, und wir werden einen möglichen Austrian Code of Corporate Governance befolgen, auch wenn dessen Einhaltung auf Freiwilligkeit beruht.

## >> Veränderungen in der Aktionärsstruktur

Im März 2002 gab die Raiffeisen-Holding Niederösterreich-Wien registrierte Genossenschaft mit beschränkter Haftung (R-Holding NÖ-Wien) bekannt, dass sie eine qualifizierte Beteiligung von 10 % am Grundkapital der DO & CO Restaurants & Catering Aktiengesellschaft erreicht hat. Die Aktionärsstruktur von DO & CO wurde durch den Einstieg dieses potenten Finanzinvestors nachhaltig bereichert, die R-Holding NÖ-Wien sieht ihr Engagement bei DO & CO als langfristiges Investment und will zum wechselseitigen Nutzen am weiteren Wachstum des Unternehmens partizipieren.

Das Management von DO & CO begrüßt den Einstieg dieses österreichischen Kernaktionärs, weil er das Vertrauen des Investors in den Wert und in die Zukunft unseres Unternehmens sichtbar dokumentiert. Ein Beweis für die gute Kooperation in der Partnerschaft mit unserem neuen Investor war unser Erwerb des Demel von der R-Holding NÖ-Wien im Jänner 2002.



# Umwelt

---

**A**ls Produktions- und Verarbeitungsunternehmen ist DO & CO Verursacher von Abfällen, Abwässern und Verbraucher von Ökoresourcen. Das Unternehmen ist sich bewusst, dass weltweites Engagement mit weltweiter Verantwortung verbunden ist – und dies insbesondere auf den Bereich des Umweltschutzes zutrifft. Die Integration des Umweltschutzes in alle Unternehmensbereiche und -prozesse soll dazu beitragen, diese Verantwortung nicht nur wahrzunehmen und einen aktiven Beitrag zur Verbesserung des Umweltschutzes zu leisten, sondern auch durch Ökoeffizienz den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens durch langfristig umweltorientiertes Handeln zu steigern.

Die kontinuierliche Verbesserung von Umweltschutzmaßnahmen ist ein zentrales Bestreben der DO & CO Umwelt- & Hygieneabteilung. Der Abteilung zur Seite gestellt ist ein Umweltteam, das sich zur Aufgabe gemacht hat, kontinuierlich den Umweltzustand im Unternehmen zu überprüfen, eventuelle Potenziale für Verbesserungen aufzuspüren und diesbezügliche Maßnahmen für die Umwelt und das Unternehmen zu setzen.

Aufgrund der intensiven Bewusstseinsbildung hinsichtlich der Dringlichkeit und Wichtigkeit des Themas und der intensiven Zusammenarbeit mit MitarbeiterInnen und Lieferanten konnte DO & CO wie bereits in den vergangenen Jahren vor allem eine weitere Verringerung der anfallenden Restmüllmengen und eine Verbesserung der Abwasserwerte erzielen.

Im Detail können folgende Ergebnisse präsentiert werden:

- >> Die Verbundstoffverpackungen bei Milch- und pasteurisierten Eiprodukten wurden auf Mehrweggebinde und Ökoboxen umgestellt. Im Produktionsbereich führten verstärkte Schulungen in Umweltbelangen zu einer weiteren Steigerung der Wertstoffsammelmengen.
- >> Durch Gespräche und Erarbeitung des Themas Reduktion des Restmülls mit DO & CO Lieferanten konnte eine teilweise Umstellung der Fischverpackungen erzielt und so der Anfall an Styroporkisten stark reduziert werden.
- >> Die Umstellung des Unternehmens auf Mikrofaserprodukte im Bereich der Gebäudereinigung führte zu einer signifikanten Verringerung des Reinigungsmittelbedarfes.
- >> Im abgelaufenen Geschäftsjahr konnte DO & CO eine weitere Verbesserung der Abwasserwerte durch die Beigabe von Fettausflockungsmittel in die Fettabscheider erreichen.
- >> Seit November 2001 betreibt DO & CO in einer Testphase zwei LKW seines Fuhrparks mit Biodiesel. Dieses Projekt ist für weitere Umstellungen gedacht, an deren Realisierung im Geschäftsjahr 2002/2003 gearbeitet wird.
- >> Vorschläge und Ideen von MitarbeiterInnen zu Umweltschutzmaßnahmen und Verbesserungen im Umweltmanagement, werden auch in Zukunft in einem eigens errichteten Umweltbriefkasten gesammelt, prämiert und in Projekten evaluiert und umgesetzt.



Aufbauend auf den im Geschäftsjahr 2001/2002 erzielten Erfolgen plant das DO & CO Umweltteam für das kommende Geschäftsjahr die Umsetzung folgender Projekte im Umweltbereich:

- >> Gänzliche Umstellung des Fuhrparks auf Biodieselbetrieb und die Errichtung einer eigenen Tank- und Zapfanlage (Abdeckung von 20 % des Eigenbedarfes an Biodiesel durch bei DO & CO anfallende Altspeseöle, restlicher Bedarf wird extern zugekauft).
- >> Verringerung des Restmüllaufkommens bei Veranstaltungen durch bessere Auftrennung in die Wertstofffraktionen.
- >> Einsparung an Mülltransportwegen und generelle Verkürzung durch ein neues Entsorgungskonzept, das alle Wiener Standorte des Konzerns umfasst.
- >> Weitere Reduktion der Restmüllmenge durch gezielte Gespräche mit den Lieferanten über verstärkten Einsatz von Groß- und/oder Mehrweggebinden.
- >> Verstärkte Bewusstseinsbildung aller DO & CO MitarbeiterInnen für Umweltbelange durch spezifische Schulungen und die Möglichkeit jedes/jeder einzelnen, aktiv im Betrieb bei Umweltschutzmaßnahmen mitzuwirken.



# Ausblick

---

**F**ür das Jahr 2002 erwarten wir keine wesentliche Änderung der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Dies zeigt sich auch in den uneinheitlichen Prognosewerten für das Wirtschaftswachstum in Österreich, Europa und den USA. Eine signifikante Wiederbelebung der Konjunktur wird somit ein Thema für das Jahr 2003 bleiben.

Insbesondere die im vergangenen Jahr einsetzende dramatische Entwicklung in der Luftfahrtindustrie signalisiert auch für das laufende Jahr einen Rückgang im Passagieraufkommen, ehe es im Jahr 2003 zu einer Umkehrung in ein deutliches Wachstum kommen sollte. Reduktion der Passagierkilometer und der angebotenen Sitzplatzkilometer, Anpassungen der Streckennetze an die veränderte Konsumentennachfrage sowie Verschlechterungen im Passagier Mix mit klarem Trend zu Economy Class Buchungen bestimmen die Entwicklungen im laufenden Jahr. Dazu gesellt sich die Konkurrenz der erstarkenden Billigfluglinien, welche den erbitterten Wettkampf um den Fluggast noch verschärft und die Yields und Kostenstrukturen der großen Airlines auf eine harte Probe stellt.

Dennoch, für DO & CO ist das sich verändernde Umfeld eine Herausforderung, die wir gerne annehmen, denn wir haben schon im abgelaufenen Geschäftsjahr bewiesen, dass wir in der Lage sind, die Krise als Chance zu nutzen. Für DO & CO bedeutet dies, dass der Fokus heuer noch stärker auf das Onboard Produkt und auf Onboard Consulting gelegt wird. Über die kontinuierliche Weiterentwicklung eines sich durch Qualität und Einzigartigkeit abhebenden Onboard Produktes setzt das Unternehmen neue Standards für Premium Produkte in der internationalen Airline Catering Branche. Darüber hinaus führt uns der Weg - stärker noch als in der Vergangenheit - in die Rolle eines Consultant für Economy und Business Class Catering. Dazu gehört das Anbot gesamthafter Servicekonzepte, die Menüplanung und Menükonzeption ebenso wie Beratungsleistungen für die Ausbildung von Flugbegleitern. Das Management von DO & CO ist zuversichtlich, trotz veränderter Rahmenbedingungen auch im Geschäftsjahr 2002/2003 neue Airline Kunden auf dem europäischen und amerikanischen Markt gewinnen und bestehende Airline Kunden auch an anderen Standorten des Unternehmens mit unseren Produkten und Dienstleistungen catern zu können. Wir rechnen daher auch für dieses Geschäftsjahr mit einer weiteren Umsatzsteigerung im Bereich Airline Catering.

Im Bereich International Event Catering gilt es, die Marke DO & CO auf unseren Kernmärkten, insbesondere in Deutschland und in den USA, weiter zu etablieren. Überhaupt wird der Fokus auf die Markenpolitik und das klare Branding der drei Marken DO & CO und Aioli für den breiten Qualitätsmarkt sowie Demel als Traditionsmarke der weltbesten Luxus-Pâtisserie gelegt. Unsere Zielsetzung, die Bedürfnisse des Kunden rechtzeitig zu erkennen und seine Wünsche mit höchsten Qualitätsstandards zu erfüllen, bedingt, dass sich DO & CO global noch stärker als Gesamtanbieter und -veranstalter von Events (Consulting, Planung, Organisation, Vermarktung) positioniert. Auf Basis der heutigen Markteinschätzung erwarten wir auch für den Bereich International Event Catering einen Umsatzanstieg im Geschäftsjahr 2002/2003.

Der Bereich Restaurants & Bars wurde Anfang 2002 um den Demel mit dem dazugehörigen Café Griensteidl erweitert. Ein Schwerpunkt liegt in der Integration und Optimierung der Demel Gruppe durch die Kombination von bewährter, international anerkannter Qualität und Tradition des Demel mit dem modernen "up to date premium quality lifestyle" von DO & CO.

Zusätzlich gilt es, mittelfristig den wirtschaftlichen Turnaround zu bewerkstelligen, Synergien zu nutzen und die Kostenoptimierung voranzutreiben. Gleichzeitig soll die einzigartige Unternehmenskultur revitalisiert und der Demel als weltweite Nummer 1 der Patisserie etabliert werden. Nach Beendigung der Baustellentätigkeit im Haas Haus ist davon auszugehen, dass sich die Frequenz in unseren Restaurants & Bars am Wiener Stephansplatz wieder entsprechend erhöht und sich im Beitrag zum Konzernergebnis sichtbar dokumentiert.

Das laufende Geschäftsjahr wird auch – den neuen internationalen Konsumentenbedürfnissen entsprechend – durch eine verstärkte Hinwendung zu Home Meal Solutions und Eröffnung eigener Shops gekennzeichnet sein.

Selbst unter Berücksichtigung des schwieriger gewordenen wirtschaftlichen Umfeldes und der gravierenden Veränderungen in der Luftfahrt erwarten wir auf Basis der heutigen Markteinschätzung für das Geschäftsjahr 2002/2003 im Konzern einen Anstieg in Umsatz und EBIT.

#### Was sind die mittelfristigen Ziele von DO & CO ?

- >> Fokussierung auf Schlüsselmärkte mit hohem, attraktiven Wachstumspotenzial
- >> Konzentration auf hochqualitative Produkte und Geschäfte mit hoher Rentabilität
- >> Konsolidierung des Erreichten, weitere Wertschöpfung und Wachstum, sowohl organisch als auch über Partnerschaften und Akquisitionen
- >> Nachhaltige Steigerung der Ertragskraft durch laufende Erhöhung der Produktivität einerseits und Ausschöpfung des Kostensenkungspotenzials andererseits
- >> Weitere Profilierung von DO & CO als innovative, allumfassende Nummer 1 Global Gourmet Entertainment Company in bestehenden und zukünftigen Märkten
- >> Entwicklung neuer, systematischer und synergetischer internationaler Marketingstrategien (DO & CO, Aioli, Demel)
- >> Erschließung neuer Vertriebskanäle
- >> Diversifikation in andere affine Bereiche wie Home Meal Solutions, Shops, Hospitality, Consulting
- >> Als "The no headache partner" und unter Beachtung von Best Practices ("Best of...Strategie") kontinuierliche Realisierung unserer Zielsetzung, die Bedürfnisse und Erwartungen unserer Kunden und Partner innovativ, mit auf sie zugeschnittenen Lösungen und Bereitstellung höchster Qualitätsstandards zu erfüllen oder sogar zu übertreffen



Dr. Franz Kubik



Attila Dogudan



Michael Dobersberger

# Bericht des Aufsichtsrates

---

Der Aufsichtsrat hat im Geschäftsjahr 2001/2002 die ihm nach Gesetz und Satzung zukommenden Aufgaben im Rahmen von sechs Sitzungen wahrgenommen. Der Vorstand hat dem Aufsichtsrat laufend schriftlich und mündlich über den Gang der Geschäfte und die Lage des Unternehmens sowie der Konzernunternehmen berichtet und Auskunft gegeben.

Die strategische Weiterentwicklung der einzelnen Segmente und die fortschreitende Internationalisierung der DO & CO Gruppe sowie die Akquisition der K.u.K. Hofzuckerbäcker Ch. Demel's Söhne GmbH standen im Mittelpunkt der Sitzungen.

Darüber hinaus befasste sich der Aufsichtsrat mit der Erweiterung des Vorstandes. Seit 1. Dezember 2001 nimmt Dr. Franz Kubik die Position des Finanzvorstandes ein. Herr Dr. Kubik war zuletzt im Vorstand der Bank Austria Investmentbank Tochter CA-IB tätig, kennt das Unternehmen DO & CO seit vielen Jahren und war auch für das erfolgreiche IPO von DO & CO im Juni 1998 verantwortlich.

Der um den Anhang erweiterte Jahresabschluss der DO & CO Restaurants & Catering Aktiengesellschaft zum 31. März 2002 samt Lagebericht wurde gemäß den österreichischen Rechnungslegungsbestimmungen erstellt und durch die CENTURION Wirtschaftsprüfungs- und SteuerberatungsgmbH geprüft. Die Prüfung hat nach ihrem abschließenden Ergebnis keinen Anlass zu Beanstandungen gegeben und wurde mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Der Konzernabschluss zum 31. März 2002 samt Erläuterungen wurde erstmals unter Anwendung der Befreiungsbestimmung des § 245 a HGB gemäß den International Accounting Standards (IAS) erstellt und ebenfalls durch die CENTURION Wirtschaftsprüfungs- und SteuerberatungsgmbH geprüft.

Der Aufsichtsrat hat den Jahresabschluss 2001/2002 samt Lagebericht geprüft und gebilligt. Dieser ist somit gemäß § 125 (2) AktG festgestellt.

Des weiteren hat der Aufsichtsrat den Vorschlag des Vorstandes für die Gewinnverteilung der DO & CO Restaurants & Catering Aktiengesellschaft geprüft. Der Hauptversammlung wird am 10. Juli 2002 vorgeschlagen, aus dem Bilanzgewinn von EUR 12.390.450,01 eine Dividende von EUR 0,50 je dividendenberechtigter Aktie auszuschütten und den verbleibenden Bilanzgewinn auf neue Rechnung vorzutragen.

Der Aufsichtsrat schlägt gemäß § 270 (1) HGB vor, die CENTURION Wirtschaftsprüfungs- und SteuerberatungsgmbH zum (Konzern)Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2002/2003 zu bestellen.

Wien, am 17. Juni 2002

DDr. Waldemar JUD  
Vorsitzender des Aufsichtsrates

# KONZERNABSCHLUSS 2001/2002 der DO & CO Gruppe nach IAS



# Bilanz zum 31. März 2002

| Anhang Nr. | <b>AKTIVA</b>  | <b>31. März 2002<br/>in TEUR</b> | <b>31. März 2001<br/>in TEUR</b> |
|------------|--|----------------------------------|----------------------------------|
|            | Immaterielle Vermögensgegenstände                                    | 3.470                            | 2.433                            |
|            | Sachanlagen  | 35.823                           | 37.323                           |
|            | Finanzanlagen  | 467                              | 280                              |
| (1)        | Anlagevermögen   | 39.760                           | 40.036                           |
| (2)        | Übriges langfristiges Vermögen                                       | 431                              | 345                              |
|            | <b>Langfristiges Vermögen</b>  | <b>40.191</b>                    | <b>40.381</b>                    |
| (3)        | Vorräte  | 2.441                            | 1.843                            |
| (4)        | Forderungen aus Lieferungen und Leistungen                           | 9.866                            | 12.129                           |
| (4)        | Übrige kurzfristige Forderungen und sonstiges kurzfristiges Vermögen | 3.274                            | 3.782                            |
| (5)        | Liquide Mittel   | 5.194                            | 4.708                            |
|            | <b>Kurzfristiges Vermögen</b>  | <b>20.775</b>                    | <b>22.462</b>                    |
| (6)        | <b>Latente Steuern</b>   | <b>2.228</b>                     | <b>989</b>                       |
|            | <b>Summe Aktiva</b>  | <b>63.195</b>                    | <b>63.832</b>                    |

| Anhang Nr. | <b>PASSIVA</b>                                   | <b>31. März 2002<br/>in TEUR</b> | <b>31. März 2001<br/>in TEUR</b> |
|------------|--|----------------------------------|----------------------------------|
|            | Grundkapital                                     | 11.802                           | 11.802                           |
|            | Kapitalrücklagen                                 | 13.081                           | 13.081                           |
|            | Gewinnrücklagen                                  | 5.543                            | 4.704                            |
|            | Ausgleichsposten aus der Währungsumrechnung      | 3.089                            | 3.080                            |
|            | Eigene Anteile                                   | -23                              | 0                                |
|            | Konzernergebnis                                  | 1.001                            | 1.667                            |
|            | Anteile anderer Gesellschafter                   | -344                             | -161                             |
| (7)        | <b>Eigenkapital</b>                              | <b>34.150</b>                    | <b>34.174</b>                    |
| (8)        | Langfristige Rückstellungen                      | 4.189                            | 2.377                            |
| (9)        | Übrige langfristige Verbindlichkeiten            | 1.943                            | 2.296                            |
|            | <b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>            | <b>6.132</b>                     | <b>4.673</b>                     |
| (10)       | Kurzfristige sonstige Rückstellungen             | 13.655                           | 8.019                            |
| (11)       | Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten             | 0                                | 5.728                            |
| (12)       | Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 6.445                            | 7.321                            |
| (12)       | Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten            | 2.813                            | 3.918                            |
|            | <b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>            | <b>22.913</b>                    | <b>24.985</b>                    |
|            | <b>Summe Passiva</b>                             | <b>63.195</b>                    | <b>63.832</b>                    |

Der nachfolgende Konzernanhang ist integraler Bestandteil dieser Konzernbilanz.

# Gewinn- und Verlustrechnung

## für das Geschäftsjahr 2001 / 2002

| Anhang<br>Nr. |  | 2001 / 2002<br>in TEUR | 2000 / 2001<br>in TEUR |
|---------------|--|------------------------|------------------------|
| (13)          | <b>Umsatzerlöse</b>  | <b>91.826</b>          | <b>89.691</b>          |
| (14)          | Sonstige betriebliche Erträge  | 2.283                  | 1.956                  |
| (15)          | Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen                  | -29.334                | -31.834                |
| (16)          | Personalaufwand  | -34.693                | -32.007                |
| (17)          | Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände | -5.635                 | -4.343                 |
| (18)          | Firmenwertabschreibungen   | -1.337                 | -1.206                 |
| (19)          | Sonstige betriebliche Aufwendungen                                   | -19.631                | -18.918                |
| (20)          | <b>EBIT - Operatives Betriebsergebnis</b>                            | <b>3.479</b>           | <b>3.340</b>           |
| (21)          | Finanzergebnis   | -1.271                 | -181                   |
|               | <b>EGT - Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>            | <b>2.208</b>           | <b>3.159</b>           |
| (22)          | Außerordentliches Ergebnis   | -541                   | 0                      |
| (23)          | Steuern vom Einkommen und Ertrag                                     | -848                   | -1.610                 |
|               | <b>Ergebnis nach Ertragsteuern</b>                                   | <b>819</b>             | <b>1.549</b>           |
| (24)          | Auf konzernfremde Gesellschafter entfallendes Ergebnis               | 181                    | 118                    |
|               | <b>Konzernergebnis</b>   | <b>1.001</b>           | <b>1.667</b>           |

|      |  | in EUR      | in EUR      |
|------|--|-------------|-------------|
| (25) | <b>Ergebnis je Aktie vor Firmenwertabschreibungen und außerordentlichem Ergebnis</b> | <b>1,77</b> | <b>1,80</b> |
| (25) | <b>Ergebnis je Aktie</b>   | <b>0,62</b> | <b>1,04</b> |
| (26) | <b>Vorgesehene bzw. ausbezahlte Dividende je Aktie</b>                               | <b>0,50</b> | <b>0,50</b> |

Der nachfolgende Konzernanhang ist integraler Bestandteil dieser Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung.

# Geldflussrechnung

## Cash-Flow Statement

| in TEUR   | 2001 / 2002   | 2000 / 2001    |
|---|---------------|----------------|
| <b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>   | <b>2.169</b>  | <b>3.159</b>   |
| + Abschreibungen  | 6.971         | 5.941          |
| -/+ Gewinne / Verluste aus dem Abgang von Vermögensgegenständen des Investitionsbereiches   | 839           | 37             |
| +/- Ergebnisübernahme aus assoziierten Unternehmen  | 2             | -10            |
| - sonstige nicht zahlungswirksame Erträge   | -1            | -1             |
| -/+ Zunahme / Abnahme der Vorräte und der kurzfristigen Forderungen   | 3.987         | -6.132         |
| +/- Zunahme / Abnahme von Rückstellungen  | 1.040         | -874           |
| +/- Zunahme / Abnahme von Lieferverbindlichkeiten sowie der übrigen Verbindlichkeiten   | -2.981        | 2.491          |
| +/- Währungsbedingte Veränderung des Nicht-Fondsvermögen  | -266          | -123           |
| +/- Veränderung des Ausgleichsposten aus der Schuldenkonsolidierung   | 9             | 1.793          |
| +/- Zahlungsströme aus außerordentlicher Tätigkeit  | -541          | 0              |
| - Zahlungen für Ertragsteuern   | -2.727        | -2.449         |
| <b>Cash-Flow aus dem operativen Bereich</b>   | <b>8.502</b>  | <b>3.830</b>   |
| + Einzahlungen aus Abgängen von Sachanlagen und immateriellem Vermögen  | 2             | 3              |
| - Auszahlungen für Zugänge von Sachanlagen und immateriellem Vermögen inkl. Erwerb von Tochtergesellschaften (Konsolidierungskreisänderungen) | -1.408        | -15.442        |
| - Auszahlungen für Zugänge von Finanzanlagen  | -109          | -59            |
| + Einzahlungen aus Abgang von Finanzanlagen   | 0             | 9              |
| -/+ Zunahme / Abnahme der langfristigen Forderungen   | -86           | -222           |
| <b>Cash-Flow aus dem Investitionsbereich</b>  | <b>-1.601</b> | <b>-15.712</b> |
| - Dividendenzahlung an Aktionäre  | -812          | -799           |
| +/- Zahlungsströme aus dem Erwerb eigener Aktien  | -23           | 133            |
| +/- Zunahme / Abnahme der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten   | -5.728        | 5.728          |
| +/- Konzernabschlussspezifische Änderungen von sonstigen Ausgleichsposten   | 0             | 54             |
| <b>Cash-Flow aus dem Finanzierungsbereich</b>   | <b>-6.563</b> | <b>5.117</b>   |
| <b>Cash-Flow gesamt</b>   | <b>338</b>    | <b>-6.765</b>  |
| Finanzmittelbestand am Anfang der Periode   | 4.708         | 12.714         |
| Auswirkungen von Wechselkursänderungen auf den Finanzmittelbestand  | 8             | 80             |
| Veränderung Finanzmittel aus Konsolidierungskreisänderungen   | 141           | -1.321         |
| Finanzmittelbestand am Ende der Periode   | 5.194         | 4.708          |
| <b>Fondsveränderung</b>   | <b>338</b>    | <b>-6.765</b>  |



# Beteiligungsgesellschaften

## der DO & CO Restaurants & Catering AG per 31. März 2002

| Gesellschaft  | Sitz              | Land | Beteiligung in % | Obergesellschaft <sup>1)</sup> | Währung | Nominalkapital in THW <sup>2)</sup> |    |
|---|-------------------|------|------------------|--------------------------------|---------|-------------------------------------|----|
| <b>Vollkonsolidierte Gesellschaften</b>                   |                   |      |                  |                                |         |                                     |    |
| DO & CO Party-Service & Catering GmbH                     | Wien              | A    | 100,0            | DCAG                           | EUR     | 36                                  | 3) |
| DO & CO im Haas Haus Restaurantbetriebs GmbH              | Wien              | A    | 100,0            | DCAG                           | EUR     | 36                                  | 3) |
| DO & CO Catering-Consult & Beteiligungs GmbH              | Wien              | A    | 100,0            | DINV                           | EUR     | 36                                  | 3) |
| DO & CO - Salzburg Restaurants & Betriebs GmbH            | Salzburg          | A    | 100,0            | DCAG                           | EUR     | 36                                  | 3) |
| DO & CO - Baden Restaurants & Veranstaltungen GmbH        | Baden             | A    | 100,0            | DCAG                           | EUR     | 36                                  | 3) |
| AIOLI - Vienna Airport Restaurants & Catering GmbH        | Schwechat         | A    | 100,0            | DCAG                           | EUR     | 36                                  | 3) |
| AIOLI Restaurants & Party-Service GmbH                    | Wien              | A    | 100,0            | DCAG                           | EUR     | 36                                  | 3) |
| K.u.K. Hofzuckerbäcker Ch. Demel's Söhne GmbH             | Wien              | A    | 100,0            | DCCC                           | EUR     | 799                                 | 4) |
| B & B Betriebsrestaurants GmbH                            | Wien              | A    | 100,0            | DCAG                           | EUR     | 36                                  | 3) |
| DO & CO (Deutschland) Holding GmbH                        | Berlin            | D    | 100,0            | DINV                           | EUR     | 25                                  | 5) |
| DO & CO München GmbH                                      | Schwaig/ Oberding | D    | 100,0            | DDHO                           | EUR     | 25                                  | 5) |
| DO & CO Frankfurt GmbH                                    | Kelsterbach       | D    | 100,0            | DDHO                           | EUR     | 25                                  | 5) |
| DO & CO Berlin GmbH                                       | Berlin            | D    | 100,0            | DDHO                           | EUR     | 25                                  | 5) |
| DO & CO Italy S.r.l.                                      | Mailand           | I    | 100,0            | DCAG                           | EUR     | 1.275                               |    |
| DO & CO International Catering Ltd.                       | London            | GB   | 100,0            | DCAG                           | EUR     | 30                                  | 6) |
| DO & CO International Investments Ltd.                    | London            | GB   | 100,0            | DCAG                           | EUR     | 0                                   | 6) |
| DO & CO Holdings USA, Inc.                                | Wilmington        | USA  | 90,0             | DINV                           | USD     | 100                                 |    |
| DO & CO Miami Catering, Inc.                              | Miami             | USA  | 90,0             | DHOL                           | USD     | 1                                   |    |
| DO & CO New York Catering, Inc.                           | New York          | USA  | 90,0             | DHOL                           | USD     | 1                                   |    |
| DO & CO International Catering USA, L.L.C.                | Wilmington        | USA  | 100,0            | DCAG                           | USD     | 1                                   |    |
| <b>At equity-konsolidierte Gesellschaften</b>             |                   |      |                  |                                |         |                                     |    |
| DO & CO - LAUDA-AIR Restaurants, Catering & Handling GmbH | Wien              | A    | 50,0             | DCAG                           | EUR     | 150                                 |    |
| <b>Nicht einbezogene Gesellschaften</b>                   |                   |      |                  |                                |         |                                     |    |
| Cafe-Restaurant & Catering im Casino Wien GmbH            | Wien              | A    | 100,0            | DCCC                           | EUR     | 35                                  |    |

- 1) DCAG = DO & CO Restaurants & Catering AG  
 DCCC = DO & CO Catering-Consult & Beteiligungs GmbH  
 DHOL = DO & CO Holdings USA, Inc.  
 DINV = DO & CO International Investments Ltd.  
 DDHO = DO & CO (Deutschland) Holding GmbH

2) THW = Tausend Heimatwährung

3) Zwischen diesen Gesellschaften und der DO & CO Restaurants & Catering Aktiengesellschaft besteht ein Ergebnisabführungsvertrag.

4) Zwischen diesen Gesellschaften und der DO & CO Catering-Consult & Beteiligungs GmbH besteht ein Ergebnisabführungsvertrag.

5) Zwischen diesen Gesellschaften und der DO & CO (Deutschland) Holding GmbH besteht ein Ergebnisabführungsvertrag.

6) Die Einzahlung des Nominalkapitals erfolgte ursprünglich in GBP.

# Anhang

---

**D**er Konzernabschluss der DO & CO Restaurants & Catering AG zum 31. März 2002 wurde erstmals in Anwendung der Bestimmung des § 245a HGB nach den Vorschriften der am Abschlussstichtag anzuwendenden Richtlinien des International Accounting Standards Committee (IASC) sowie den Interpretationen des Standing Interpretations Committee (SIC) erstellt. Die Entscheidung den Konzernabschluss unter Anwendung der International Accounting Standards (IAS) zu erstellen, ist durch die Notierung der DO & CO Aktie im Marktsegment des Prime Market der Wiener Börse AG ab dem 1. Jänner 2002 begründet und steht darüber hinaus vor dem Hintergrund der Anwendung von international harmonisierten Rechnungslegungsstandards sowie der Akzeptanz durch globale Finanzmärkte und der stetig voranschreitenden Internationalisierung des DO & CO Konzerns.

## *I. Allgemeine Erläuterungen*

### **1. Grundlagen**

Die DO & CO Restaurants & Catering AG ist ein international tätiger Cateringkonzern mit Sitz in Wien. Die Geschäftsaktivitäten umfassen die folgenden drei Bereiche: Airline Catering, International Event Catering sowie den Geschäftsbereich der Restaurants & Bars.

Der Konzernabschluss der DO & CO Restaurants & Catering AG und ihrer Tochterunternehmen entspricht den für das Geschäftsjahr 2001/2002 gültigen International Accounting Standards (IAS).

Die Jahresabschlüsse der vollkonsolidierten in- und ausländischen Gesellschaften wurden, sofern diese nicht bereits nach nationalen Vorschriften prüfungspflichtig sind, von unabhängigen Wirtschaftsprüfern geprüft und mit uneingeschränkten Bestätigungsvermerken versehen. Bei der K.u.K. Hofzuckerbäcker Ch. Demel's Söhne GmbH, Wien, die erstmals in den Konzernabschluss der DO & CO Restaurants & Catering AG zum 31. März 2002 einbezogen wurde, wurde der Bestätigungsvermerk für den Jahresabschluss zum 31. März 2002 um einen Hinweis auf die noch nicht abgeschlossene Prüfung des Jahresabschlusses zum 31. Dezember 2001 ergänzt. Wesentliche materielle Änderungen des vorliegenden Konzernabschlusses werden keine erwartet. Die ordnungsgemäße Aufstellung der Jahresabschlüsse aller einbezogenen Tochtergesellschaften erfolgte unter Anwendung der konzerneinheitlich nach IAS vorgegebenen Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften der Muttergesellschaft, wobei die aufgrund von nationalen Vorschriften angesetzten Posten beibehalten wurden, soweit sie von untergeordneter Bedeutung waren.

## 2. Konsolidierungsgrundsätze

### 2.1. Konsolidierungskreis

Die Festlegung des Konsolidierungskreises erfolgte nach den Grundsätzen des IAS 27 (Consolidated Financial Statements). Dementsprechend wurden in den Konzernabschluss zum 31. März 2002 neben der DO & CO Restaurants & Catering AG neun inländische und acht ausländische Tochterunternehmen einbezogen, an denen die Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar 100 % der Anteile hält. Die Cafe-Restaurant & Catering im Casino Wien GmbH wurde nicht in den Konzernabschluss einbezogen, da deren Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns mit einem Umsatzvolumen von 0,2 % des Konzernumsatzes von untergeordneter Bedeutung ist. An drei ausländischen vollkonsolidierten Gesellschaften besitzt der Konzern 90 % der Anteile. Eine inländische Gesellschaft, an der die Gesellschaft eine 50 %-ige Beteiligung hält und eine gemeinschaftliche Leitung vorliegt (assoziiertes Unternehmen), wurde nach der Equity-Methode bilanziert.

In den Konzernabschluss zum 31. März 2002 wurde die folgende inländische Tochtergesellschaft, an der mit Stichtag 1. Jänner 2002 die wirtschaftliche und faktische Kontrolle über eine mittelbare Beteiligung begründet wurde, erstmals einbezogen:

| <b>Name der Gesellschaft</b>                        | <b>Konzernanteil</b> |
|---|----------------------|
| K.u.K. Hofzuckerbäcker Ch. Demel's Söhne GmbH, Wien | 100 %                |

Der aus der erstmaligen Kapitalkonsolidierung der K.u.K. Hofzuckerbäcker Ch. Demel's Söhne GmbH, Wien, ausgewiesene Firmenwert mit Anschaffungskosten von TEUR 2.664 wird in Abhängigkeit von der Höhe des Eigenkapitals zum Zeitpunkt der Erstkonsolidierung infolge der noch nicht abgeschlossenen Prüfung des Jahresabschlusses zum 31. Dezember 2001 und der Höhe der bis zum vereinbarten Stichtag zu gewährenden Gegenleistung einer Änderung im folgenden Geschäftsjahr unterliegen.

## 2.2. Konsolidierungsmethoden

Die Erstkonsolidierung wurde zum 1. April 1997, zum späteren Erwerbszeitpunkt bzw zum zeitnahen Bilanzstichtag vorgenommen, sofern die Auswirkungen gegenüber dem Zeitpunkt des Erwerbes von untergeordneter Bedeutung waren. Die Kapitalkonsolidierung bei vollkonsolidierten verbundenen Unternehmen erfolgte auf Grundlage der beteiligungsproportionalen Neubewertung. Dabei wurden die Anschaffungskosten der erworbenen Anteile mit dem Buchwert des anteiligen Eigenkapitals des Tochterunternehmens zum Erwerbszeitpunkt aufgerechnet ("purchase method"). Aktive Unterschiedsbeträge wurden, soweit sie nicht identifizierbaren Vermögensgegenständen zuzuordnen waren, als Firmenwert ausgewiesen. Der nach Zurechnung stiller Reserven verbleibende aktive Unterschiedsbetrag wurde als Firmenwert ausgewiesen und wird über die voraussichtliche Nutzungsdauer, welche zwischen fünf und neun Jahren liegt, abgeschrieben. Aktive Unterschiedsbeträge in Höhe von TEUR 22 wurden im Jahr der erstmaligen Einbeziehung der Tochtergesellschaften ergebniswirksam verrechnet. Passive Unterschiedsbeträge, die über den beizulegenden Zeitwerten der erworbenen Vermögensgegenstände lagen und nicht aus negativen zukünftigen Ertragserwartungen resultierten, wurden mit einem Betrag von TEUR 20 ergebniswirksam erfasst. Abgänge von Firmenwerten wurden insoweit dargestellt, als deren Anschaffungskosten durch die Aktivierung von sonstigen identifizierbaren Vermögenswerten, wie insbesondere zukünftig verwertbare aktive Steuerlatenzen, zu reduzieren waren.

Die aus der Kapitalkonsolidierung fortgeschriebenen Unterschiedsbeträge ergaben sich zum 31. März 2002 wie folgt:

| <b>in TEUR</b>                           | <b>31. März 2002</b> | <b>31. März 2001</b> |
|--|----------------------|----------------------|
| im Anlagevermögen aktivierte Firmenwerte | 2.729                | 2.215                |

Die Kapitalkonsolidierung des assoziierten Unternehmens erfolgte ebenfalls nach der beteiligungsproportionalen Neubewertung, wobei nationale Bewertungsmethoden bei unwesentlichen Auswirkungen auf das anteilig übernommene Jahresergebnis beibehalten wurden.

Minderheitenanteile am Eigenkapital von vollkonsolidierten Tochtergesellschaften, die infolge von angefallenen Verlusten das anteilige Eigenkapital dieser Gesellschafter übersteigen, wurden gegen das Konzerneigenkapital verrechnet und separat ausgewiesen.

Im Rahmen der Schuldenkonsolidierung wurden Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen aufgerechnet. Weiters wurden Umsatzerlöse und andere Erträge aus Lieferungen und Leistungen zwischen den vollkonsolidierten Unternehmen mit den auf sie entfallenden Aufwendungen verrechnet. Aus dem konzerninternen Lieferungs- und Leistungsverkehr resultierende Zwischenergebnisse im Anlage- und Umlaufvermögen wurden eliminiert, soweit sie nicht von untergeordneter Bedeutung waren. Abzinsungen und andere einseitig ergebniswirksame Buchungen wurden im Konzernabschluss berichtet.

### 2.3. Währungsumrechnung

Die Umrechnung der Jahresabschlüsse der ausländischen Gesellschaften erfolgte nach dem Konzept der funktionalen Währung entsprechend den Vorgaben des IAS 21 (The Effects of Changes in Foreign Exchange Rates). Die funktionale Währung ist bei sämtlichen Gesellschaften die jeweilige Landeswährung, da die Tochtergesellschaften ihr Geschäft in finanzieller, wirtschaftlicher und organisatorischer Hinsicht selbständig betreiben.

Die Jahresabschlüsse von vier ausländischen Tochtergesellschaften mit Sitz außerhalb des Gemeinschaftsgebietes der Staaten der Europäischen Union wurden nach den Grundsätzen des modifizierten Stichtagskursverfahrens umgerechnet. Die Bilanzposten wurden mit dem Stichtagsmittelkurs zum 31. März 2002 bewertet; in der Gewinn- und Verlustrechnung wurden die Erträge und Aufwendungen mit den Jahresdurchschnittskursen, die Abschreibungen und die Jahresergebnisse mit dem Stichtagsmittelkurs zum 31. März 2002 umgerechnet.

Stichtagsumrechnungsdifferenzen aus der Bilanz wurden in die Gewinnrücklagen eingestellt, jene aus der Gewinn- und Verlustrechnung wurden in den übrigen sonstigen betrieblichen Erträgen bzw in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen erfasst.

Bei ausländischen Gesellschaften mit Sitz außerhalb des Gemeinschaftsgebietes der Staaten der Europäischen Union erfolgte die Umrechnung der Eigenkapitalien mit dem für den jeweiligen Posten maßgebenden historischen Kurs.

Nicht realisierte Währungsumrechnungsdifferenzen bei monetären Posten, die wirtschaftlich einem Anteil an einem verbundenen Unternehmen zuzurechnen sind, wie insbesondere Ausleihungen aus gegebenen Gesellschafterdarlehen an amerikanische Tochtergesellschaften, wurden ergebnisneutral in einen Ausgleichsposten aus der Währungsumrechnung eingestellt und unter den Gewinnrücklagen ausgewiesen.

Der für die Währungsumrechnung verwendete Wechselkurs des US-Dollar, der die einzige funktionale Währung von Gesellschaften außerhalb des europäischen Gemeinschaftsgebiets darstellt, hat sich wie folgt entwickelt:

|             | Stichtagskurs |               | Jahresdurchschnittskurs |           |
|-------------|---------------|---------------|-------------------------|-----------|
|             | 31. März 2002 | 31. März 2001 | 2001/2002               | 2000/2001 |
|             | EUR           | EUR           | EUR                     | EUR       |
| 1 US-Dollar | 1,14561       | 1,13408       | 1,13624                 | 1,10567   |

### 3. Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Erworbene immaterielle Vermögensgegenstände wurden zu Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige Abschreibungen, bilanziert.

Das Sachanlagevermögen wurde mit den Anschaffungs- oder Herstellungskosten, abzüglich von planmäßig verteilten Abschreibungen bzw von außerplanmäßig vorgenommenen und fortgeführten Abschreibungen, bewertet. Grundsätzlich wurde für Zugänge in der ersten Hälfte des Geschäftsjahres die volle Jahresabschreibung, für Zugänge nach dem 30. September 2001 die halbe Jahresabschreibung verrechnet.

Den planmäßigen linearen Abschreibungen des Anlagevermögens lagen unter Berücksichtigung der erwarteten wirtschaftlichen bzw technischen Nutzungsmöglichkeiten überwiegend folgende Nutzungsdauern zugrunde:

|  |      |     |            |
|--|------|-----|------------|
| a) Immaterielle Vermögensgegenstände                     | 3,0  | bis | 25,0 Jahre |
| b) Grundstücke und Bauten                                | 25,0 | und | 40,0 Jahre |
| c) Bauten auf fremdem Grund                              | 5,0  | bis | 10,0 Jahre |
| d) Technische Anlagen und Maschinen                      | 2,0  | bis | 10,0 Jahre |
| e) Andere Anlagen, Betriebs-<br>und Geschäftsausstattung | 1,5  | bis | 10,0 Jahre |

Geringwertige Vermögensgegenstände wurden im Rahmen der steuerlichen Möglichkeiten im Jahr des Zugangs jeweils auf einen Merkposten abgeschrieben. In der Entwicklung des Anlagevermögens werden die geringwertigen Vermögensgegenstände nach einer angenommenen betriebsgewöhnlichen Nutzungsdauer von drei Jahren als Abgang dargestellt.

Investitionszuschüsse wurden passiviert und entsprechend der Nutzungsdauer des geförderten Vermögensgegenstandes ergebniswirksam aufgelöst.

Gemietete Sachanlagen, die wirtschaftlich als Anlagenkäufe mit langfristiger Finanzierung anzusehen waren und bei denen im wesentlichen alle Risiken und Chancen, die sich aus dem Eigentum an einem Vermögensgegenstand ergeben, übertragen wurden (Finanzierungsleasing), wurden in Übereinstimmung mit IAS 17 (Leases) mit dem Barwert aktiviert. Die Abschreibungen erfolgen planmäßig über die wirtschaftliche Nutzungsdauer der Vermögensgegenstände. Die aus den künftigen Leasingraten resultierenden Zahlungsverpflichtungen wurden abgezinst und unter den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen ausgewiesen.

Vermögensgegenstände, bei denen Hinweise auf Wertminderungen vorliegen und die Barwerte der künftigen Einzahlungsüberschüsse unter den Buchwerten liegen, werden gemäß IAS 36 (Impairment of Assets) auf einen möglichen Einzelveräußerungs- bzw Liquidationswert abgeschrieben.

Die Anteile an einem assoziierten Unternehmen wurden nach der Equity-Methode bewertet. Die Bewertung eines nicht konsolidierten verbundenen Unternehmens und die der Wertpapiere, die als Deckungswerte für langfristige Personalrückstellungen dem Anlagevermögen

gewidmet wurden, erfolgte zu den Anschaffungskosten bzw mit den ihnen beizulegenden niedrigeren Kurswerten.

Die Bewertung der Vorräte erfolgte überwiegend unter Anwendung des gleitenden Durchschnittspreisverfahrens bzw zu Anschaffungskosten unter Beachtung des Niederstwertprinzips. Die Erfassung erfolgte durch eine zeitnahe körperliche Bestandsaufnahme zum Bilanzstichtag.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände wurden mit dem Nennwert aktiviert, soweit nicht im Falle erkennbarer Einzelrisiken angemessene Wertberichtigungen vorgenommen wurden und der niedrigere beizulegende Wert anzusetzen war. Zinsenlose oder unverzinsliche Forderungen wurden mit dem abgezinnten Barwert angesetzt. Fremdwährungsforderungen aus den Einzelabschlüssen der einbezogenen Gesellschaften wurden überwiegend mit dem Devisenkurs zum Bilanzstichtag bewertet, sofern nicht bei unwesentlichen Abweichungen der Anschaffungskurs unter dem Devisenkurs zum Bilanzstichtag lag.

Das kurzfristige Finanzvermögen (Kassenbestände und Guthaben bei Kreditinstituten) wurde unter den liquiden Mitteln ausgewiesen und im Falle von Fremdwährungsforderungen mit den Tageswerten angesetzt.

Latente Steuern wurden in Übereinstimmung mit IAS 12 (Income Taxes) für alle temporären Bewertungs- und Bilanzierungsdifferenzen zwischen den Wertansätzen in der Handels- und der Steuerbilanz der Einzelgesellschaften sowie für Konsolidierungsvorgänge eingestellt, sofern diese nicht steuerirrelevant sind. Die Abgrenzungen wurden unter Beachtung des landesüblichen Ertragsteuersatzes des betroffenen Konzernunternehmens zum Zeitpunkt der Umkehr der Wertdifferenz ermittelt. Aktive latente Steuern auf Verlustvorträge wurden in dem Umfang angesetzt, in dem mit einer zukünftigen Verwertung derselben innerhalb eines überschaubaren Zeitraums gerechnet werden kann.

Rechnungsabgrenzungen wurden unter den sonstigen Forderungen und Verbindlichkeiten ausgewiesen. Es handelte sich hierbei um Ausgaben oder Einzahlungen vor dem Bilanzstichtag, soweit sie Aufwand oder Ertrag für eine bestimmte Zeit nach dem Bilanzstichtag sind.

Die Berechnung der gesetzlichen oder kollektivvertraglichen Verpflichtungen gegenüber Mitarbeitern österreichischer Konzerngesellschaften zur Entrichtung einer einmaligen Abfertigung im Kündigungsfall oder zum Zeitpunkt des Pensionsantritts erfolgte nach einem Anwartschaftsbarwertverfahren ("Projected-Benefit-Obligation Method"). Dabei wurden die voraussichtlich zu erbringenden Leistungen unter Anwendung eines Rechnungszinssatzes von 4,5 % p.a. und unter Einbeziehung von zu erwartenden Bezugssteigerungen (2 % p.a.) bei einem angenommenen Pensionsantrittsalter von 60 Jahren bei Frauen und von 65 Jahren bei Männern entsprechend der vorjährigen Berechnung ermittelt. Vorwiegend für in österreichischen Gesellschaften beschäftigte Dienstnehmer wurde eine Rückstellung für Dienstnehmerjubiläen als abfertigungsähnliche Verpflichtung passiviert. Die Berechnung derselben erfolgte unter Zugrundelegung der gleichen Berechnungsfaktoren wie für die Abfertigungsrückstellungen.

---

Die gutachtlich erhobenen Barwerte dieser Rückstellungen wurden unter Ansatz eines altersabhängigen Fluktuationsabschlages passiviert. Leistungsorientierte Abfertigungspflichten von ausländischen Gesellschaften wurden nach vergleichbaren Methoden rückgestellt, sofern nicht beitragsorientierte Versorgungssysteme wie insbesondere für amerikanische Tochtergesellschaften bestehen.

Die sonstigen lang- und kurzfristigen Rückstellungen berücksichtigen alle bis zum Bilanzstellungszeitpunkt erkennbaren Risiken und ungewissen Verbindlichkeiten in Höhe jenes Betrages, der nach sorgfältiger Prüfung des Sachverhalts als der wahrscheinlichste angesehen wurde.

Verbindlichkeiten wurden mit den Anschaffungskosten, dem Nennwert oder den höheren Rückzahlungsbeträgen angesetzt. Die Bewertung von Fremdwährungsverbindlichkeiten erfolgte zum Devisenbriefkurs am Bilanzstichtag.

Im Konzernabschluss müssen zu einem gewissen Grad Schätzungen vorgenommen und Annahmen getroffen werden, die die bilanzierten Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten, die Angabe von sonstigen Verpflichtungen am Bilanzstichtag und den Ausweis von Erträgen und Aufwendungen während des Geschäftsjahres beeinflussen. Die in der Zukunft tatsächlich zu realisierenden Beträge können von diesen Schätzungen abweichen.



## II. Erläuterungen zur Bilanz und zur Gewinn- und Verlustrechnung

### 1. Erläuterungen zur Bilanz

#### (1) Anlagevermögen

| in TEUR                           | 31. März 2002 | 31. März 2001 |
|-----------------------------------|---------------|---------------|
| Immaterielle Vermögensgegenstände | 3.470         | 2.433         |
| Sachanlagen                       | 35.823        | 37.323        |
| Finanzanlagen                     | 467           | 280           |
| <b>Summe</b>                      | <b>39.760</b> | <b>40.036</b> |

Die Aufgliederung der in der Konzernbilanz zusammengefassten Posten des Anlagevermögens und ihre Entwicklung im Geschäftsjahr 2001/2002 ist im beiliegenden Anlagenspiegel angegeben. Änderungen des Konsolidierungskreises aufgrund von Akquisitionszugängen wurden gesondert ausgewiesen. Als Währungsänderungen sind jene Beträge ausgewiesen, die aus der Umrechnung der Vermögenswerte der ausländischen Tochtergesellschaften mit den unterschiedlichen Bilanzstichtagskursen zu Jahresbeginn und Jahresende resultierten.

Als immaterielle Vermögensgegenstände wurden neben den aus der Kapitalkonsolidierung resultierenden Firmenwerten sonstige Rechte, wie insbesondere Markenrechte und Softwarelizenzen ausgewiesen. Aktivierbare selbsterstellte immaterielle Vermögenswerte lagen im Konzern nicht vor.

Der Grundwert der im Sachanlagevermögen erfassten Grundstücke beträgt TEUR 3.975 (VJ: TEUR 3.935). Im Geschäftsjahr 2001/2002 wurden außerplanmäßige Abschreibungen von Investitionen in fremden Gebäuden in Höhe von TEUR 253 (VJ: TEUR 0) vorgenommen.

Im Sachanlagevermögen (andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung) wurden aufgrund von abgeschlossenen Finanzierungsleasingverträgen folgende Beträge berücksichtigt:

| in TEUR                   | 31. März 2002 | 31. März 2001 |
|---------------------------|---------------|---------------|
| Anschaffungskosten        | 2.299         | 2.299         |
| Kumulierte Abschreibungen | 574           | 114           |
| Buchwert                  | 1.725         | 2.185         |

Verpflichtungen aus der Nutzung von in der Bilanz nicht ausgewiesenen Sachanlagen resultierten aus Miet- oder Leasingverträgen für bewegliche Vermögensgegenstände sowie aus Miet- und Pachtverträgen für Immobilien wie folgt:

| <b>in TEUR</b>                        | <b>31. März 2002</b> | <b>31. März 2001</b> |
|---------------------------------------|----------------------|----------------------|
| im folgenden Geschäftsjahr            | 4.500                | 3.721                |
| in den folgenden fünf Geschäftsjahren | 21.163               | 18.506               |

Im Posten andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung sind Festwerte in Höhe von TEUR 153 (VJ: TEUR 91) für Geschirr, Besteck, Tischwäsche und Gebinde enthalten. Die Festwerte wurden bei den Gesellschaften aktiviert, welche Umsätze aus dem Bereich Restaurants & Bars erzielten.

Die Aufwendungen aus der at-equity-Bewertung einer Beteiligung an einem assoziierten Unternehmen betragen im abgelaufenen Geschäftsjahr 2001/2002 TEUR 2 (VJ: Erträge TEUR 10).

Die festverzinslichen Wertpapiere wurden mit den Anschaffungskosten bewertet bzw. den niedrigeren Kurswerten aus den Vorjahren angesetzt und dienen der Deckung der Abfertigungsverpflichtungen nach den Bestimmungen der österreichischen Steuergesetzgebung. Der Bestand zu Buchwerten ergab sich in Höhe von TEUR 385 (VJ: TEUR 234), die Kurswerte dieser Wertpapiere beliefen sich auf TEUR 387 (VJ: TEUR 240). Die sonstigen Wertpapiere des Anlagevermögens wurden mit den Anschaffungskosten bewertet.

## (2) Übriges langfristiges Vermögen

| <b>in TEUR</b>                             | <b>31. März 2002</b> | <b>31. März 2001</b> |
|--|----------------------|----------------------|
| Sonstige langfristige Vermögensgegenstände | 431                  | 345                  |
| <b>Summe</b>                               | <b>431</b>           | <b>345</b>           |

Das übrige langfristige Vermögen der in den Konzernabschluss einbezogenen Tochtergesellschaften umfasst im wesentlichen die aufgrund des vom Kalenderjahr abweichenden Geschäftsjahres aktivierten Ertragsteuervorauszahlungen der DO & CO Restaurants & Catering AG sowie geleistete Kautionen für angemietete Räumlichkeiten.

## (3) Vorräte

| <b>in TEUR</b>                  | <b>31. März 2002</b> | <b>31. März 2001</b> |
|---------------------------------|----------------------|----------------------|
| Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe | 640                  | 642                  |
| Waren                           | 1.800                | 1.201                |
| <b>Summe</b>                    | <b>2.441</b>         | <b>1.843</b>         |

Im Posten Waren wurden mit TEUR 1.052 (VJ: TEUR 874) Festwerte für Geschirr, Besteck, Tischwäsche, Servierbehelfe und Gebinde erfasst. Die Aktivierung erfolgte bei den im International Event Catering tätigen Gesellschaften.

#### (4) Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und übrige kurzfristige Forderungen sowie sonstiges kurzfristiges Vermögen

Die Zusammensetzung des kurzfristigen Umlaufvermögens mit einer Restlaufzeit von unter einem Jahr zeigte sich wie folgt:

| in TEUR   | 31. März 2002 | 31. März 2001 |
|---|---------------|---------------|
| <b>Forderungen aus Lieferungen und Leistungen</b>                                   | <b>9.866</b>  | <b>12.129</b> |
| Forderungen gegen verbundene Unternehmen  | 25            | 0             |
| Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht         | 0             | 6             |
| Sonstige Forderungen und Vermögensgegenstände                                       | 2.791         | 3.405         |
| Aktive Rechnungsabgrenzungsposten   | 458           | 371           |
| <b>Summe übrige kurzfristige Forderungen sowie sonstiges kurzfristiges Vermögen</b> | <b>3.274</b>  | <b>3.782</b>  |
| <b>Summe</b>  | <b>13.140</b> | <b>15.911</b> |

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen aus dem Vorjahr waren mit einem Betrag in Höhe von TEUR 57,7 wechselfällig verbrieft.

#### (5) Liquide Mittel

| in TEUR                          | 31. März 2002 | 31. März 2001 |
|----------------------------------|---------------|---------------|
| Kassabestände, erhaltene Schecks | 97            | 160           |
| Guthaben bei Kreditinstituten    | 5.097         | 4.548         |
| <b>Summe</b>                     | <b>5.194</b>  | <b>4.708</b>  |

## (6) Latente Steuern

Aktive und passive latente Steuerabgrenzungen resultierten aus folgenden zeitlich begrenzten Bilanzierungs- und Bewertungsunterschieden zwischen den ausgewiesenen Buchwerten und den entsprechenden steuerlichen Bemessungsgrundlagen:

| in TEUR  | 31. März 2002 |               | 31. März 2001 |               |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|
|  | Aktiva        | Passiva       | Aktiva        | Passiva       |
| Immaterielle Vermögensgegenstände                                      | 353           | -763          | 1             | -102          |
| Sachanlagen  | 192           | -17           | 138           | -898          |
| Finanzanlagen  | 47            |               | 42            |               |
| Vorräte  |               | -77           |               | -77           |
| Forderungen  | 2             | -251          |               | -25           |
| Liquide Mittel   |               | -4            |               |               |
| Rückstellungen   | 246           | -1            | 153           | -1            |
| Verbindlichkeiten  | 805           |               | 1.001         | -51           |
| <b>Summe aus Bilanzabweichungen</b>                                    | <b>1.644</b>  | <b>-1.114</b> | <b>1.335</b>  | <b>-1.153</b> |
| Steuerliche Verlustvorträge  | 6.232         |               | 1.373         |               |
| Bewertungsabschlag für aktive latente Steuern                          | -4.534        |               | -578          |               |
| Aufrechnung von Bestandsdifferenzen gegenüber der selben Steuerbehörde | -1.114        | 1.114         | -1.141        | 1.141         |
| <b>Summe</b>   | <b>2.228</b>  | <b>0</b>      | <b>989</b>    | <b>-12</b>    |

Im vorliegenden Konzernabschluss wurden für aktive Bestandsdifferenzen und steuerliche Verlustvorträge in Höhe von TEUR 4.534 (VJ: TEUR 578) keine latenten Steuern aktiviert.

## (7) Eigenkapital

Das Grundkapital der DO & CO Restaurants & Catering AG beträgt EUR 11.802.068,26 und ist in 1.624.000 auf Inhaber lautende Stückaktien mit Stimmrecht zerlegt.

Der Vorstand wurde in der Hauptversammlung vom 11. Juli 2001 gemäß § 65 Abs 1 Z 8 Aktiengesetz in der Fassung des Aktienoptionengesetz zum Erwerb eigener Aktien bis zu 10% des Grundkapitals innerhalb von 18 Monaten ab Beschlussfassung ermächtigt. Der Gegenwert der zu erwerbenden Stückaktie darf den Durchschnittskurs der jeweils zehn letzten Börsennotierungen nicht überschreiten und die Hälfte dieses Kurses nicht unterschreiten. Der Vorstand wurde darüber hinaus ermächtigt, die eigenen Aktien ohne weiteren Hauptversammlungsbeschluss einzuziehen, soweit nicht eine andere Verwendung in einer noch abzuhaltenden Hauptversammlung beschlossen wird. Der Vorstand hat von dieser Ermächtigung im März 2002 Gebrauch gemacht und 750 eigene Aktien zu einem Durchschnittskurs von EUR 30,41 erworben. Der Ausweis zum Bilanzstichtag erfolgte innerhalb des Eigenkapitals mit einem Buchwert von EUR 22.807,50.

Die Aktie der DO & CO Restaurants & Catering AG notiert seit 1. Jänner 2002 im Prime Market der Wiener Börse AG. Mehrheitseigentümer der DO & CO Restaurants & Catering AG ist die Attila DOGUDAN Privatstiftung (vgl. Ausführungen Seite 61 ff).

Die Entwicklung des Konzerneigenkapitals für die Geschäftsjahre 2000/2001 und 2001/2002 ergab sich wie folgt:

| in TEUR                          | Grundkapital  | Kapital-<br>rücklagen | Gewinn-<br>rücklagen | Ausgleichs-<br>posten aus<br>der Währungs-<br>umrechnung | Eigene<br>Anteile | Bilanz-<br>gewinn | Anteile<br>anderer<br>Gesell-<br>schafter | Summe         |
|----------------------------------|---------------|-----------------------|----------------------|--|-------------------|-------------------|---|---------------|
| <b>Stand per 31. März 2000</b>   | <b>11.802</b> | <b>13.081</b>         | <b>2.714</b>         | <b>1.288</b>   | <b>-1.148</b>     | <b>2.778</b>      | <b>-48</b>                                | <b>30.467</b> |
| Konzernergebnis 2000/2001        |               |                       |                      |  |                   | 1.667             | -113                                      | 1.554         |
| Dividendenauszahlungen 1999/2000 |               |                       |                      |  |                   | -799              |   | -799          |
| Ergebnisvortrag 1999/2000        |               |                       | 1.979                |  |                   | -1.979            |   | 0             |
| Währungsumrechnung               |               |                       |                      | 1.793  |                   |                   |   | 1.793         |
| Veränderung eigener Anteile      |               |                       |                      |  | 1.148             |                   |   | 1.148         |
| Übrige Veränderungen             |               |                       | 11                   |  |                   |                   |   | 11            |
| <b>Stand per 31. März 2001</b>   | <b>11.802</b> | <b>13.081</b>         | <b>4.704</b>         | <b>3.080</b>   | <b>0</b>          | <b>1.667</b>      | <b>-161</b>                               | <b>34.174</b> |
| Konzernergebnis 2001/2002        |               |                       |                      |  |                   | 1.001             | -183                                      | 818           |
| Dividendenauszahlungen 2001/2002 |               |                       |                      |  |                   | -812              |   | -812          |
| Ergebnisvortrag 2000/2001        |               |                       | 855                  |  |                   | -855              |   | 0             |
| Währungsumrechnung               |               |                       |                      | 9  |                   |                   |   | 9             |
| Veränderung eigener Anteile      |               |                       |                      |  | -23               |                   |   | -23           |
| Übrige Veränderungen             |               |                       | -16                  |  |                   |                   |   | -16           |
| <b>Stand per 31. März 2002</b>   | <b>11.802</b> | <b>13.081</b>         | <b>5.543</b>         | <b>3.089</b>   | <b>-23</b>        | <b>1.001</b>      | <b>-344</b>                               | <b>34.150</b> |

Die Kapitalrücklagen enthalten gebundene Kapitalrücklagen aus Kapitalerhöhungen nach österreichischem Aktienrecht in Höhe von TEUR 13.081 (VJ: TEUR 13.081).

In den Gewinnrücklagen sind neben den Reserven aus thesaurierten Gewinnen die Gewinnrücklagen in Höhe der in österreichischen Einzelabschlüssen in Anspruch genommenen steuerlichen Investitionsbegünstigungen ausgewiesen, wobei eine auf diese un versteuerten Rücklagen entfallende latente Steuerrückstellung unterlassen wurde. Darüber hinaus beinhalten diese neben gesetzlichen Gewinnrücklagen einzelner in den Konzernabschluss einbezogener Gesellschaften sämtliche nicht im Rahmen der Kapitalkonsolidierung eliminierten Gewinnrücklagen von Tochterunternehmen. Der Ausgleichsposten für im Rahmen der Schuldenkonsolidierung zu eliminierende stichtagsbezogene Währungsdifferenzen, die im wesentlichen aus Gesellschafterdarlehen an ausländische Tochtergesellschaften resultierten, wurde ergebnisneutral im Eigenkapital dargestellt. Im Geschäftsjahr 2001/2002 wurden passive Umrechnungsdifferenzen in Höhe von TEUR 9 (VJ: TEUR 1.793) diesem Ausgleichsposten zugewiesen.

Die Anteile anderer Gesellschafter umfassen die direkt bestehenden Fremddanteile am Eigenkapital der vollkonsolidierten DO & CO Holdings USA, Inc. in Höhe von 10 % und die indirekt an deren Tochtergesellschaften (DO & CO New York Catering, Inc., DO & CO Miami Catering, Inc.) bestehenden Fremddanteile.

## (8) Langfristige Rückstellungen Rückstellungsspiegel zum 31. März 2002

Die Zusammensetzung und Entwicklung der langfristigen Rückstellungen zum Bilanzstichtag ergab sich wie folgt:

| in TEUR                         | Stand per<br>31. März 2001 | Konsoli-<br>Währungs- dierungskreis-<br>änderungen |              |             | Verwendung | Auflösung  | Zuführung    | Stand per<br>31. März 2002 |
|---------------------------------|----------------------------|--|--------------|-------------|------------|------------|--------------|----------------------------|
|                                 |                            |  |              |             |            |            |              |                            |
| Abfertigungsrückstellungen PBO  | 1.049                      | 0  | 198          | -74         | -9         | 158        | 1.322        |                            |
| Jubiläumsgeldrückstellungen PBO | 571                        | 0  | 97           | -25         | -25        | 94         | 712          |                            |
| Latente Steuerrückstellungen    | 12                         | 0  | 0            | -12         | 0          | 0          | 0            |                            |
| Sonstige Rückstellungen         | 745                        | 0  | 1.467        | -83         | 0          | 27         | 2.155        |                            |
| <b>Summe</b>                    | <b>2.377</b>               | <b>0</b>   | <b>1.761</b> | <b>-194</b> | <b>-34</b> | <b>279</b> | <b>4.189</b> |                            |

Die Wertansätze der Rückstellungen für Abfertigungen und Jubiläumsgelder wurden zum Bilanzstichtag durch versicherungsmathematische Gutachten unter Zugrundelegung der Projected-Benefit-Obligation-Methode mit folgenden - gegenüber dem Vorjahr unveränderten - Rechnungsgrößen (Zinssatz 4,5 % p.a, Bezugs erhöhungen 2 %) ermittelt.

Die sonstigen langfristigen Rückstellungen beinhalten im wesentlichen die Aufwendungen im Zusammenhang mit der Ausgliederung des Logistikbereiches und jene im Zusammenhang mit einer den bestehenden Kapitalanteil an einem assoziierten Unternehmen übersteigende Verlustabdeckungszusage.

## (9) Übrige langfristige Verbindlichkeiten

| in TEUR  | 31. März 2002 | 31. März 2001 |
|--|---------------|---------------|
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 1.723         | 1.990         |
| Sonstige Verbindlichkeiten                       | 97            | 88            |
| Passive Rechnungsabgrenzungsposten               | 124           | 218           |
| <b>Summe</b>                                     | <b>1.943</b>  | <b>2.296</b>  |

Die wesentlichen übrigen langfristigen Verbindlichkeiten mit Restlaufzeiten von über einem Jahr resultierten in Höhe der fortgeschriebenen Barwerte für Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverträgen für bewegliche Vermögensgegenstände sowie aus einer Rabattbevorschussung für die Abnahmeverpflichtung von Getränken. Die ergebniswirksame Veränderung erfolgt jeweils entsprechend der verbleibenden Vertragslaufzeit.

### (10) Kurzfristige sonstige Rückstellungen Rückstellungsspiegel zum 31. März 2002

| in TEUR  | Stand per<br>31. März 2001 | Konsoli-                |                              |               | Auflösung   | Zuführung     | Stand per<br>31. März 2002 |
|--|----------------------------|-------------------------|------------------------------|---------------|-------------|---------------|----------------------------|
|  |                            | Währungs-<br>änderungen | dierungskreis-<br>änderungen | Verwendung    |             |               |                            |
| Steuerrückstellungen                                 | 3.534                      | 0                       | 0                            | -2.129        | -205        | 1.898         | 3.098                      |
| Sonstige Personalrückstellungen                      | 2.572                      | 0                       | 246                          | -2.742        | -76         | 2.943         | 2.943                      |
| Noch nicht fakturierte Lieferungen<br>und Leistungen | 350                        | 0                       | 0                            | -368          | -24         | 380           | 339                        |
| Sonstige Rückstellungen                              | 1.563                      | 0                       | 185                          | -819          | -546        | 6.891         | 7.275                      |
| <b>Summe</b>   | <b>8.019</b>               | <b>0</b>                | <b>431</b>                   | <b>-6.057</b> | <b>-851</b> | <b>12.112</b> | <b>13.655</b>              |

Die Vorsorgen für Personalaufwendungen umfassen im wesentlichen die Rückstellungen für anteilige Sonderzahlungen aufgrund des vom Kalenderjahr abweichenden Geschäftsjahres mit einem Betrag in Höhe von TEUR 653 (VJ: TEUR 612), Rückstellungen für bis zum Bilanzstichtag noch nicht konsumierte Urlaube in Höhe von TEUR 1.520 (VJ: TEUR 1.245) sowie andere Rückstellungen für leistungsbezogene Entgeltbestandteile in Höhe von TEUR 770 (VJ: TEUR 715).

Die sonstigen Rückstellungen ergaben sich im wesentlichen aus einer zum Bilanzstichtag bestehenden Verpflichtung zur Erfüllung des Unternehmenskaufvertrages betreffend den Erwerb sämtlicher Anteile der K.u.K. Hofzuckerbäcker Ch. Demel's Söhne GmbH.

### (11) Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten

| in TEUR        | 31. März 2002 | 31. März 2001 |
|----------------|---------------|---------------|
| USD-Barvorlage | 0             | 5.728         |
| <b>Summe</b>   | <b>0</b>      | <b>5.728</b>  |

Die zum Bilanzstichtag des Vorjahres bestehenden Finanzverbindlichkeiten in Höhe einer aufgenommenen USD-Barvorlage wurden im Geschäftsjahr 2001/2002 getilgt, wobei Zinsen von durchschnittlich 5,3 % anfielen.

**(12) Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen  
und übrige kurzfristige Verbindlichkeiten**

| <b>in TEUR</b>  | <b>31. März 2002</b> | <b>31. März 2001</b> |
|---|----------------------|----------------------|
| <b>Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen</b>                           | <b>6.445</b>         | <b>7.321</b>         |
| Verbindlichkeiten gegen verbundene Unternehmen                                    | 143                  | 0                    |
| Verbindlichkeiten gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht | 12                   | 0                    |
| Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen  | 807                  | 1.280                |
| Sonstige Verbindlichkeiten  | 1.656                | 2.543                |
| Passive Rechnungsabgrenzungsposten  | 195                  | 94                   |
| <b>Summe übrige kurzfristige Verbindlichkeiten</b>                                | <b>2.813</b>         | <b>3.918</b>         |
| <b>Summe</b>  | <b>9.258</b>         | <b>11.239</b>        |

Die sonstigen Verbindlichkeiten mit einer Restlaufzeit unter einem Jahr ergaben sich in Höhe von TEUR 1.656 (VJ: TEUR 2.543) und resultierten überwiegend aus Verbindlichkeiten gegenüber Abgabenbehörden aus Umsatzsteuern und anderen entgeltabhängigen Abgaben, aus Verbindlichkeiten gegenüber Sozialversicherungsträgern sowie aus Verbindlichkeiten gegenüber Dienstnehmern in Höhe der laufenden Entgeltzahlungen.

**Eventualverbindlichkeiten und Haftungsverhältnisse**

| <b>in TEUR</b> | <b>31. März 2002</b> | <b>31. März 2001</b> |
|----------------|----------------------|----------------------|
| Garantien      | 633                  | 820                  |

Bei den ausgewiesenen Beträgen handelte es sich um Bankgarantien zur Sicherstellung von Ansprüchen aus Mietverhältnissen sowie zur Sicherstellung von Abgabenrückzahlungen der italienischen Finanzbehörde.



## 2. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

Die Aufstellung der Gewinn- und Verlustrechnung erfolgt nach dem Gesamtkostenverfahren.

### (13) Umsatzerlöse

| in TEUR                      | 2001 / 2002   | 2000 / 2001   |
|------------------------------|---------------|---------------|
| Airline Catering             | 44.372        | 41.275        |
| International Event Catering | 31.954        | 34.154        |
| Restaurants & Bars           | 15.500        | 14.262        |
| <b>Summe</b>                 | <b>91.826</b> | <b>89.691</b> |

Die realisierten Umsatzerlöse wurden für die primäre Segmentberichterstattung entsprechend der internen Berichtsstruktur definiert. Bei der regionalen Umsatzaufgliederung erfolgte eine Aufgliederung nach dem Ort der Leistungserbringung durch die Unternehmen des DO & CO Konzerns ("Management Approach" gemäß IAS 14). Hinsichtlich der detaillierten Darstellung der Umsatzerlöse dürfen wir auf die Segmentberichterstattung auf den Seiten 51 ff verweisen.

### (14) Sonstige betriebliche Erträge

| in TEUR   | 2001 / 2002  | 2000 / 2001  |
|---|--------------|--------------|
| Buchgewinne aus dem Abgang vom Anlagevermögen   | 2            | 1            |
| Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen    | 670          | 1.336        |
| Auflösung von Wertberichtigungen zu Forderungen | 219          | 31           |
| Versicherungsvergütungen                        | 40           | 26           |
| Mieterträge                                     | 180          | 283          |
| Kursdifferenzen                                 | 506          | 32           |
| Übrige sonstige betriebliche Erträge            | 664          | 247          |
| <b>Summe</b>                                    | <b>2.283</b> | <b>1.956</b> |

### (15) Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen

| in TEUR                                     | 2001 / 2002   | 2000 / 2001   |
|---|---------------|---------------|
| Materialaufwand (inkl. Handelswareneinsatz) | 24.030        | 25.302        |
| Aufwendungen für bezogene Leistungen        | 5.304         | 6.532         |
| <b>Summe</b>                                | <b>29.334</b> | <b>31.834</b> |

**(16) Personalaufwand**

| in TEUR   | 2001 / 2002   | 2000 / 2001   |
|---|---------------|---------------|
| Löhne   | 21.720        | 19.753        |
| Gehälter  | 5.566         | 4.999         |
| Aufwendungen für Abfertigungen  | 336           | 347           |
| Aufwendungen für gesetzlich vorgeschriebene Sozialabgaben sowie vom Entgelt abhängige Abgaben und Pflichtbeiträge | 6.570         | 6.539         |
| Sonstige Sozialaufwendungen   | 502           | 368           |
| <b>Summe</b>  | <b>34.693</b> | <b>32.007</b> |

**(17) Abschreibungen auf Sachlagen und immaterielle Vermögensgegenstände**

| in TEUR                        | 2001 / 2002  | 2000 / 2001  |
|--------------------------------|--------------|--------------|
| Planmäßige Abschreibungen      | 5.381        | 4.343        |
| Außerplanmäßige Abschreibungen | 253          | 0            |
| <b>Summe</b>                   | <b>5.635</b> | <b>4.343</b> |

**(18) Firmenwertabschreibungen**

| in TEUR                  | 2001 / 2002  | 2000 / 2001  |
|--------------------------|--------------|--------------|
| Firmenwertabschreibungen | 1.337        | 1.206        |
| <b>Summe</b>             | <b>1.337</b> | <b>1.206</b> |

Die ausgewiesenen Firmenwertabschreibungen aus der Kapitalkonsolidierung wurden auf Basis von angenommenen Nutzungsdauern von fünf bis neun Jahren (zeitanteilig) errechnet.

### (19) Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die Zusammensetzung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen ergab sich wie folgt:

| in TEUR   | 2001 / 2002   | 2000 / 2001   |
|---|---------------|---------------|
| Steuern, soweit sie nicht unter Steuern vom Einkommen und Ertrag fallen | 353           | 373           |
| Mieten, Pachten und Betriebskosten (inkl. Airportabgaben)               | 7.860         | 6.837         |
| Reise-, Nachrichten- und Kommunikationsaufwand                          | 3.051         | 3.647         |
| Transport-, KFZ-Aufwand und Instandhaltungen                            | 2.854         | 2.895         |
| Versicherungen  | 461           | 504           |
| Rechts-, Prüfungs- und Beratungsaufwand                                 | 1.618         | 1.687         |
| Übriger sonstiger betrieblicher Aufwand                                 | 1.259         | 1.533         |
| Forderungsverluste, Wertberichtigungen und sonstige Schadensfälle       | 572           | 251           |
| Kursdifferenzen   | 3             | 530           |
| Buchverluste aus dem Abgang vom Anlagevermögen                          | 832           | 38            |
| Sonstiger Verwaltungsaufwand  | 769           | 623           |
| <b>Summe</b>  | <b>19.631</b> | <b>18.918</b> |

### (20) EBIT – Operatives Betriebsergebnis

Das operative Betriebsergebnis erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr von TEUR 3.340 um TEUR 139 bzw 4,2 % auf TEUR 3.479. Eine detaillierte Analyse dieses Ergebnisses wird im Rahmen des Lageberichtes (Seite 53 ff) vorgenommen.

**(21) Finanzergebnis**

| in TEUR   | 2001 / 2002   | 2000 / 2001 |
|---|---------------|-------------|
| <b>Beteiligungsergebnis</b>                               |               |             |
| Ergebnis aus Beteiligungen                                | -4            | 19          |
| davon aus assoziierten Unternehmen                        | -2            | 10          |
| <b>Summe Beteiligungsergebnis</b>                         | <b>-4</b>     | <b>19</b>   |
| <b>Sonstiges Finanzergebnis</b>                           |               |             |
| Erträge aus sonstigen Wertpapieren<br>des Anlagevermögens | 15            | 10          |
| Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge                      | 126           | 472         |
| Aufwendungen aus Wertpapieren<br>des Umlaufvermögens      | 0             | -392        |
| Sonstige Zinsen und ähnliche Aufwendungen                 | -1.408        | -291        |
| <b>Summe sonstiges Finanzergebnis</b>                     | <b>-1.268</b> | <b>-200</b> |
| <b>Summe</b>  | <b>-1.271</b> | <b>-181</b> |

**(22) Außerordentliches Ergebnis**

| in TEUR                       | 2001 / 2002 | 2000 / 2001 |
|-------------------------------|-------------|-------------|
| Außerordentliche Aufwendungen | 541         | 0           |
| <b>Summe</b>                  | <b>541</b>  | <b>0</b>    |

Das Ergebnis des Geschäftsjahres 2001/2002 ist aufgrund der einmaligen Aufwendungen aus der Auflösung einer Vermögensbeteiligung an der erstmals in den Konsolidierungskreis aufgenommenen K.u.K. Hofzuckerbäcker Ch. Demel's Söhne GmbH mit einem Betrag in Höhe von TEUR 541 belastet.

**(23) Steuern vom Einkommen und Ertrag**

| in TEUR             | 2001 / 2002 | 2000 / 2001  |
|---------------------|-------------|--------------|
| Ertragsteueraufwand | 1.697       | 2.453        |
| Latente Steuern     | -849        | -843         |
| <b>Summe</b>        | <b>848</b>  | <b>1.610</b> |

Als Ertragsteuern wurden sowohl die von der DO & CO Restaurants & Catering AG und ihren Tochtergesellschaften entrichteten bzw geschuldeten einkommensabhängigen Steuern sowie die latenten Steuerabgrenzungen erfasst.

Die effektive Steuerbelastung des DO & CO Konzerns als Verhältnis des gesamten Steuer- aufwandes zum Ergebnis vor Steuern beträgt 50,9 % (VJ: 51,0 %) und ist im abgelaufenen Geschäftsjahr 2001/2002 einerseits auf das nicht wiederkehrende außerordentliche Ergebnis zurückzuführen. Andererseits wurden in beiden Geschäftsjahren keine latenten Steuern auf im Ergebnis enthaltene Verluste jener Tochtergesellschaften aktiviert, deren Verwertungsmöglichkeiten nicht ausreichend gesichert sind bzw sind steuerirrelevante Firmenwert- abschreibungen aus der Kapitalkonsolidierung enthalten.

**(24) Auf konzernfremde Gesellschafter entfallendes Ergebnis**

| in TEUR                       | 2001 / 2002 | 2000 / 2001 |
|-------------------------------|-------------|-------------|
| Fremdanteil am Jahresergebnis | 181         | 118         |
| <b>Summe</b>                  | <b>181</b>  | <b>118</b>  |

Die Anteile von Konzernfremden am Jahresverlust von vollkonsolidierten Gesellschaften mit Minderheitenanteilen beliefen sich auf TEUR 181 (VJ: TEUR 118).

### III. Sonstige Angaben

#### (25) Ergebnis je Aktie

Die Anzahl der ausgegebenen Aktien zum 31. März 2002 beträgt nach dem Aktienrückkauf im März 2002 1.623.250 Stück. Zum Bilanzstichtag des Vorjahres wurden keine eigenen Aktien gehalten.

|   | 2001 / 2002 | 2000 / 2001 |
|---|-------------|-------------|
| Ausgegebene Aktien (in Stk)   | 1.623.250   | 1.624.000   |
| Gewichtete Aktien (in Stk)  | 1.623.953   | 1.600.159   |
| <b>Ergebnis je Aktie vor Firmenwertabschreibungen und außerordentlichem Ergebnis (in EUR)</b> | <b>1,77</b> | <b>1,80</b> |
| <b>Ergebnis je Aktie (in EUR)</b>   | <b>0,62</b> | <b>1,04</b> |

Das Ergebnis je Aktie beträgt auf Basis des Konzernergebnisses von TEUR 1.001 (VJ: TEUR 1.667) EUR 0,62 (VJ: EUR 1,04). Das Ergebnis pro Aktie auf Grundlage des bereinigten Konzernergebnisses, d.h. unter Berücksichtigung von nicht wiederkehrenden Aufwendungen und Firmenwertabschreibungen, ergibt sich in Höhe von EUR 1,77 (VJ: EUR 1,80) je Aktie.

#### (26) Vorschlag für die Gewinnverwendung

Gemäß den Bestimmungen des Aktiengesetzes bildet der nach österreichischen Rechnungslegungsvorschriften aufgestellte Einzelabschluss der DO & CO Restaurants & Catering AG zum 31. März 2002 die Grundlage für die Ausschüttung einer Dividende. Dieser Jahresabschluss weist einen Bilanzgewinn in Höhe von EUR 12.390.450,01 aus. Der Vorstand wird daher der Hauptversammlung vorschlagen, auf das Grundkapital in Höhe von EUR 11.802.068,26 eine Dividende in Höhe von EUR 0,50 je Aktie unter Berücksichtigung des anteiligen Betrages für die eigenen Anteile auszuschütten und den nach der Ausschüttung verbleibenden Bilanzgewinn auf neue Rechnung vorzutragen.

#### (27) Geldflussrechnung (Cash-Flow Statement)

Die Darstellung der Geldflussrechnung erfolgte nach der indirekten Methode, wobei der Fonds der liquiden Mittel dem Kassenbestand und den Bankguthaben entspricht.

Die Ertragsteuerzahlungen sind gesondert im Cash-Flow aus dem operativen Bereich ausgewiesen. Zinsenein- und -auszahlungen wurden ebenfalls der laufenden Geschäftstätigkeit zugeordnet. Die Dividendenzahlungen an Aktionäre der DO & CO Restaurants & Catering AG wurden als Teil der Finanzierungstätigkeit ausgewiesen.

## (28) Finanzinstrumente

Finanzinstrumente sind jene Ansprüche auf Zahlungsmittel als Ergebnis eines auf einem Vertrag basierenden wirtschaftlichen Vorganges (IAS 32). Hierzu gehören einerseits die als originäre Finanzinstrumente einzustufenden Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen bzw auch Finanzforderungen und Finanzschulden. Andererseits zählen hierzu auch die derivativen Finanzinstrumente, die als Sicherungsgeschäfte zur Absicherung von Währungs- und Zinsänderungsrisiken eingesetzt werden.

Zu den jeweiligen Bilanzstichtagen bestanden keine Ansprüche oder Verpflichtungen aus Derivatgeschäften.

Der Bestand der originären Finanzinstrumente ergibt sich aus der Bilanz, wobei für die einzelnen Bilanzposten die jeweils angeführten Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze gelten. Die auf der Aktivseite ausgewiesenen und um vorgenommene Wertberichtigungen reduzierten Forderungen stellen das maximale Bonitäts- und Ausfallrisiko dar. Das Kreditrisiko aus der Anlage von liquiden Mitteln und Wertpapieren ist als gering anzusehen, da die Wertpapiere des Anlagevermögens ausschließlich von österreichischen Gesellschaften gehalten werden und es sich bei den Vertragspartnern um solche bester Bonität handelt. Die ausgewiesenen Buchwerte der liquiden Mittel, kurzfristigen Veranlagungen und kurzfristigen Forderungen und Verbindlichkeiten entsprechen aufgrund der kurzfristigen Fälligkeiten im wesentlichen den Marktwerten. Unwesentliche Kursänderungsrisiken bestehen nur bei den als Finanzanlagen gehaltenen festverzinslichen Wertpapieren. Da zum Bilanzstichtag keine Finanzschulden bestanden und andere aus dem operativen Geschäftsbereich resultierende Forderungen und Verbindlichkeiten fast ausschließlich Restlaufzeiten von unter einem Jahr aufweisen, besteht kein Zinsänderungsrisiko von materieller Bedeutung.

Währungsrisiken bestehen in all jenen Fällen, bei denen Forderungen und Verbindlichkeiten in einer anderen als der lokalen Währung der Gesellschaft fakturiert werden. Soweit keine geschlossenen Devisenpositionen aus der Aufrechnung von in einer Fremdwährung bestehenden Forderungen durch zeitlich und betragsmäßig äquivalente Verbindlichkeiten in der selben Währung resultieren, wird durch die Verwendung der jeweiligen Fremdwährung bei konzerninternen Lieferungen und Leistungen ein Ausgleich zur Minimierung des Währungsrisikos angestrebt.

Währungsrisiken resultieren auf der Aktivseite bei Lieferungen und Leistungen vor allem aus dem amerikanischen Dollar mit einem Anteil von 14 % (VJ: 20 %), dem britischen Pfund mit 3 % (VJ: 2 %). Bei den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen stammen 21 % (VJ: 25 %) der Währungsrisiken ebenfalls aus dem amerikanischen Dollar. Veranlagungen erfolgen nahezu ausschließlich im eigenen Währungsraum der jeweiligen Konzerngesellschaft, sodass kein Währungsrisiko besteht.

### (29) Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag (Nachtragsbericht)

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag, die für die Bewertung am Bilanzstichtag von Bedeutung sind, wie offene Rechtsfälle, Schadenersatzforderungen sowie andere Verpflichtungen oder Drohverluste, die gemäß IAS 10 (Events after the Balance Sheet Date) gebucht oder offen zu legen sind, wurden im vorliegenden Konzernabschluss der DO & CO Restaurants & Catering AG berücksichtigt oder sind nicht bekannt.

Die DO & CO Restaurants & Catering AG hat bis zum Bilanzerstellungszeitpunkt weitere 13.516 Stück Aktien in Höhe eines Kurswertes von EUR 430.432,14 (Durchschnittskurs rund EUR 31,85) erworben.

Die sich zum Bilanzstichtag im Gründungsstadium befindliche Gesellschaft in Spanien wurde mit dem Firmenwortlaut "DO & CO Restauración & Catering España, S.L." errichtet.

### (30) Angaben über Organe und Arbeitnehmer

Die Zahl der durchschnittlich beschäftigten Arbeitnehmer ergab sich wie folgt:

|             | 2001/2002 | 2000/2001 |
|-------------|-----------|-----------|
| Arbeiter    | 777       | 706       |
| Angestellte | 137       | 129       |
| Gesamt      | 914       | 835       |

Zusätzlich waren 229 (VJ: 282) Arbeiter in Form von Teilzeitarbeitsverpflichtungen tätig.

Als Organe der DO & CO Restaurants & Catering AG sind folgende Personen im Geschäftsjahr 2001/2002 tätig gewesen:

**Vorstand:** Herr Attila DOGUDAN, Wien, Vorsitzender,  
Herr Michael DOBERSBERGER, Wien,  
Herr Dr. Franz KUBIK, Langenzersdorf, ab 1. Dezember 2001  
(eingetragen im Firmenbuch am 9. Jänner 2002).

Die Gesamtbezüge der Mitglieder des Vorstandes betragen im abgelaufenen Geschäftsjahr TEUR 395 (VJ: TEUR 357).

**Aufsichtsrat:** Herr o.Univ.-Prof. DDr. Waldemar JUD, Graz, Vorsitzender,  
Herr Dr. Werner SPORN, Wien, Stellvertreter des Vorsitzenden,  
Herr Ing. Georg THURN-VRINTS, Poysbrunn.

An die Mitglieder des Aufsichtsrates wurde keine Vergütung bezahlt.

Wien, am 24. Mai 2002

Der Vorstand:



Dr. Franz Kubik



Attila Dogudan



Michael Dobersberger



# Wesentliche Unterschiede

## zwischen den österreichischen Rechnungslegungsvorschriften und den International Accounting Standards (IAS)

**Firmenwerte aus der Kapitalkonsolidierung:** Im Gegensatz zum HGB, nach dem eine erfolgsneutrale Rücklagenverrechnung zulässig ist, sind gemäß IAS 22 Firmenwerte zu aktivieren und über die Nutzungsdauer abzuschreiben.

**Latente Steuern:** Nach den IAS sind für alle temporären Differenzen zwischen Steuerbilanz und IAS-Bilanz unter Verwendung des gegenwärtig gültigen Steuersatzes latente Steuern zu bilanzieren. Abweichend zum Handelsrecht sind innerhalb IAS auch für steuerliche Verlustvorträge aktive latente Steuern zu bilden, wenn diese durch zukünftige steuerliche Gewinne verwertet werden können.

**Sonstige Rückstellungen:** Im Gegensatz zum HGB, dem das kaufmännische Vorsichtsprinzip zugrunde liegt, stellen die IAS auf die Bestimmbarkeit der rückzustellenden Zahlungsverpflichtung und die Höhe der Eintrittswahrscheinlichkeit ab. Aufwandsrückstellungen sind im Gegensatz zum österreichischen Handelsrecht nicht zulässig.

**Personalarückstellungen:** Nach IAS wird der Berechnung der Personalarückstellungen (Abfertigungsrückstellungen, Jubiläumsgeldrückstellungen) die Projected-Benefit-Obligation-Methode (Anwartschaftsbarwertverfahren) basierend auf dem aktuellen Kapitalmarktzinssatz unter Berücksichtigung von künftigen Gehaltssteigerungen zugrunde gelegt. Im Gegensatz dazu findet nach österreichischem Handelsrecht das Teilwertverfahren mit einem Abzinsungssatz von idR 4 % Anwendung.

**Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte:** Gemäß HGB sind kurzfristige Finanzvermögenswerte mit den Marktwerten, höchstens jedoch mit den Anschaffungskosten zu bewerten. Nach IAS sind generell die Marktwerte anzusetzen.

**Bewertung von Fremdwährungsbeträgen:** Die Bewertung von Forderungen und Verbindlichkeiten in fremder Währung erfolgt grundsätzlich mit dem Stichtagskurs zum Bilanzstichtag, sodass jede Währungsschwankung ergebniswirksam erfasst wird. Abweichend davon sind nach HGB entsprechend dem Imparitätsprinzip nur nicht realisierte Verluste zu bilanzieren. Umrechnungsbedingte Währungsdifferenzen aus der Schuldenkonsolidierung im Zusammenhang mit konzerninternen Darlehen werden gemäß IAS als nicht realisierte Kursgewinne oder -verluste ergebnisneutral im Eigenkapital berücksichtigt.

**Außerordentliches Ergebnis:** Nach IAS sind nur jene Gewinne oder Verluste als außerordentliches Ergebnis auszuweisen, die sich klar von der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit des Unternehmens unterscheiden und die voraussichtlich nicht häufig oder regelmäßig auftreten.

**Erweiterte Ausweispflicht:** Nach den IAS sind die Positionen der Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Geldflussrechnung sowie die Entwicklung des Eigenkapitals im Anhang (Notes) detailliert zu erläutern. Weitere Informationspflichten bestehen insbesondere hinsichtlich der Geschäftssegmente und derivativer Finanzinstrumente.

# Konzern-Anlagenspiegel

zum 31. März 2002

| <b>ANSCHAFFUNGS- UND HERSTELLUNGSKOSTEN</b>  |                        |  |                         |                        |                        |                        |
|--|------------------------|--|-------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| in TEUR  | Stand<br>31. März 2001 | Zugang<br>Konsoli-<br>dierungs-<br>kreis | Währungs-<br>änderungen | Zugänge<br>Umbuchungen | Abgänge<br>Umbuchungen | Stand<br>31. März 2002 |
| <b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>  |                        |  |                         |                        |                        |                        |
| 1. Gewerbliche Schutzrechte<br>und ähnliche Rechte und Vorteile<br>sowie daraus abgeleitete Lizenzen | 599                    | 2.450                                    | 0                       | 43                     | 2                      | 3.091                  |
| 2. Geschäfts-(Firmen-)Wert   | 6.209                  | 0  | 0                       | 2.664                  | 856                    | 8.017                  |
|  | <b>6.809</b>           | <b>2.450</b>                             | <b>0</b>                | <b>2.707</b>           | <b>858</b>             | <b>11.109</b>          |
| <b>II. Sachanlagen</b>   |                        |  |                         |                        |                        |                        |
| 1. Grundstücke und Bauten einschließlich<br>der Bauten auf fremdem Grund                             | 30.044                 | 2.251                                    | 206                     | 723                    | 306                    | 32.918                 |
| 2. Technische Anlagen und Maschinen  | 5.771                  | 883                                      | 6                       | 319                    | 12                     | 6.968                  |
| 3. Andere Anlagen,<br>Betriebs- und Geschäftsausstattung   | 14.842                 | 2.246                                    | 42                      | 1.110                  | 401                    | 17.839                 |
| 4. Geleistete Anzahlungen<br>und Anlagen in Bau  | 255                    | 1  | 3                       | 50                     | 0                      | 309                    |
|  | <b>50.911</b>          | <b>5.381</b>                             | <b>256</b>              | <b>2.203</b>           | <b>718</b>             | <b>58.034</b>          |
| <b>III. Finanzanlagen</b>  |                        |  |                         |                        |                        |                        |
| 1. Anteile an verbundenen Unternehmen  | 0                      | 0  | 0                       | 35                     | 0                      | 35                     |
| 2. Anteile an assoziierten Unternehmen   | 10                     | 0  | 0                       | 0                      | 2                      | 8                      |
| 3. Wertpapiere des Anlagevermögens   | 271                    | 87                                       | 0                       | 71                     | 0                      | 430                    |
| 4. Geleistete Anzahlungen  | 0                      | 0  | 0                       | 3                      | 0                      | 3                      |
|  | <b>281</b>             | <b>87</b>                                | <b>0</b>                | <b>109</b>             | <b>2</b>               | <b>475</b>             |
| <b>SUMME</b>   | <b>58.002</b>          | <b>7.919</b>                             | <b>256</b>              | <b>5.019</b>           | <b>1.578</b>           | <b>69.618</b>          |

| KUMULIERTE ABSCHREIBUNG |  |                         |                              |            |                        | BUCHWERT               |                        |
|-------------------------|--|-------------------------|------------------------------|------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Stand<br>31. März 2001  | Änderung<br>Konsoli-<br>dierungs-<br>kreis | Währungs-<br>änderungen | Abschreibungen<br>des Jahres | Abgänge    | Stand<br>31. März 2002 | Stand<br>31. März 2002 | Stand<br>31. März 2001 |
| 382                     | 1.746                                      | 0                       | 224                          | 2          | 2.350                  | 741                    | 218                    |
| 3.994                   | 0  | 0                       | 1.337                        | 43         | 5.288                  | 2.729                  | 2.215                  |
| <b>4.376</b>            | <b>1.746</b>                               | <b>0</b>                | <b>1.561</b>                 | <b>44</b>  | <b>7.638</b>           | <b>3.470</b>           | <b>2.433</b>           |
| 3.928                   | 1.788                                      | 8                       | 1.766                        | 306        | 7.184                  | 25.735                 | 26.116                 |
| 2.982                   | 728  | 1                       | 959                          | 9          | 4.661                  | 2.307                  | 2.790                  |
| 6.679                   | 1.372                                      | 7                       | 2.685                        | 376        | 10.367                 | 7.472                  | 8.163                  |
| 0                       | 0  | 0                       | 0                            | 0          | 0                      | 309                    | 255                    |
| <b>13.588</b>           | <b>3.887</b>                               | <b>15</b>               | <b>5.410</b>                 | <b>690</b> | <b>22.211</b>          | <b>35.823</b>          | <b>37.323</b>          |
| 0                       | 0  | 0                       | 0                            | 0          | 0                      | 35                     | 0                      |
| 0                       | 0  | 0                       | 0                            | 0          | 0                      | 8                      | 10                     |
| 2                       | 7  | 0                       | 0                            | 0          | 9                      | 421                    | 270                    |
| 0                       | 0  | 0                       | 0                            | 0          | 0                      | 3                      | 0                      |
| <b>2</b>                | <b>7</b>                                   | <b>0</b>                | <b>0</b>                     | <b>0</b>   | <b>9</b>               | <b>467</b>             | <b>280</b>             |
| <b>17.966</b>           | <b>5.640</b>                               | <b>15</b>               | <b>6.971</b>                 | <b>735</b> | <b>29.858</b>          | <b>39.760</b>          | <b>40.036</b>          |

# Bestätigungsvermerk

## und Bericht der Abschlussprüfer

An den Vorstand der DO & CO Restaurants & Catering AG

Wir haben den Konzernabschluss zum 31. März 2002 der DO & CO Restaurants & Catering AG, der aus Konzernbilanz, Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, Geldflussrechnung (Cash-Flow Statement) und Anhang (Notes) besteht, geprüft. Aufstellung und Inhalt dieses Konzernabschlusses liegen in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Verantwortung besteht in der Abgabe eines Prüfungsurteils zu diesem Abschluss auf der Grundlage der von uns durchgeführten Abschlussprüfung. Die Prüfung der im Konzernabschluss berücksichtigten Jahresabschlüsse einzelner Tochtergesellschaften wurde zum Teil von anderen Abschlussprüfern durchgeführt. Unser Prüfurteil beruht, soweit es diese Tochtergesellschaften betrifft, ausschließlich auf deren Bestätigungen.

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung der International Standards on Auditing der International Federation of Accountants (IFAC) und der in Österreich berufsüblichen Grundsätze ordnungsgemäßer Durchführung von Abschlussprüfungen durchgeführt. Diese Grundsätze erfordern die Prüfung des Konzernabschlusses so zu planen und durchzuführen, dass ein hinreichend sicheres Urteil darüber abgegeben werden kann, ob der Konzernabschluss frei von wesentlichen falschen Aussagen ist. Die Prüfung schließt eine stichprobengestützte Prüfung der Nachweise für die Bilanzierung und für die Angaben im Konzernabschluss ein. Sie beinhaltet ferner die Prüfung der angewendeten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden und der wesentlichen Einschätzungen durch den Vorstand sowie eine Würdigung der Gesamtaussage des Konzernabschlusses.

Nach unserer Überzeugung vermittelt der Konzernabschluss in allen wesentlichen Belangen ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns der DO & CO Restaurants & Catering AG zum 31. März 2002 sowie der Ertragslage und der Zahlungsströme für das abgelaufene Geschäftsjahr 2001/2002 in Übereinstimmung mit den International Accounting Standards (IAS), mit der Besonderheit, dass die Angaben betreffend die Segmentberichterstattung gemäß IAS 14 insofern von den Vorgaben des Standards abweichen, als diese aufgrund der operativen Unternehmenstätigkeit einzelner Gesellschaften in mehreren Geschäftsbereichen nur bedingt möglich sind.

Nach österreichischen handelsrechtlichen Vorschriften sind der Konzernlagebericht und das Vorliegen der gesetzlichen Voraussetzungen für die Befreiung von der Aufstellung eines Konzernabschlusses nach österreichischem Recht zu prüfen. Wir bestätigen, dass die gesetzlichen Voraussetzungen für die Befreiung von der Verpflichtung zur Aufstellung eines Konzernabschlusses und Konzernlageberichtes nach österreichischem Handelsrecht erfüllt sind. Der Konzernabschluss und der Konzernlagebericht stehen im Einklang mit der 7. EG-Richtlinie.

Wien, am 30. Mai 2002

CENTURION

Wirtschaftsprüfungs- und SteuerberatungsgmbH  
Member Firm of PKF International

Mag. Irene Linsbauer e.h.

Mag. Christian Hofer e.h.

Wirtschaftsprüfer und Steuerberater

# EINZELABSCHLUSS 2001/2002

## der DO & CO Restaurants & Catering AG

nach HGB



# Bilanz

zum 31. März 2002  
der DO & CO Restaurants & Catering AG

| <b>AKTIVA</b>   | <b>in TEUR</b> | <b>31. März 2002</b> | <b>31. März 2001</b> |
|---|----------------|----------------------|----------------------|
| Immaterielle Vermögensgegenstände   |                | 36                   | 60                   |
| Sachanlagen   |                | 270                  | 240                  |
| Finanzanlagen   |                | 32.652               | 9.179                |
| <b>Anlagevermögen</b>   |                | <b>32.957</b>        | <b>9.479</b>         |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen                                      |                | 72                   | 687                  |
| Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen                                   |                | 14.782               | 44.510               |
| Forderungen gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht |                | 0                    | 6                    |
| Sonstige Forderungen und Vermögensgegenstände                                   |                | 1.573                | 883                  |
| <b>Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände</b>                            |                | <b>16.427</b>        | <b>46.086</b>        |
| <b>Wertpapiere</b>  |                | <b>23</b>            | <b>0</b>             |
| <b>Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten</b>                             |                | <b>14</b>            | <b>1</b>             |
| <b>Umlaufvermögen</b>   |                | <b>16.464</b>        | <b>46.087</b>        |
| <b>Rechnungsabgrenzungsposten</b>   |                | <b>5</b>             | <b>4</b>             |
| <b>Summe Aktiva</b>   |                | <b>49.426</b>        | <b>55.570</b>        |

| <b>PASSIVA</b>  | <b>in TEUR</b> | <b>31. März 2002</b> | <b>31. März 2001</b> |
|---|----------------|----------------------|----------------------|
| Grundkapital  |                | 11.802               | 11.802               |
| Kapitalrücklagen  |                | 13.081               | 13.081               |
| Gewinnrücklagen   |                | 65                   | 65                   |
| Rücklage für eigene Anteile   |                | 23                   | 0                    |
| Bilanzgewinn  |                | 12.390               | 8.478                |
| <b>Eigenkapital</b>   |                | <b>37.362</b>        | <b>33.425</b>        |
| <b>Unversteuerte Rücklagen</b>  |                | <b>34</b>            | <b>34</b>            |
| Rückstellung für Abfertigungen  |                | 254                  | 223                  |
| Steuerrückstellungen  |                | 2.449                | 2.210                |
| Sonstige Rückstellungen   |                | 3.513                | 2.083                |
| <b>Rückstellungen</b>   |                | <b>6.216</b>         | <b>4.515</b>         |
| Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten  |                | 0                    | 5.728                |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen                                      |                | 357                  | 619                  |
| Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen                                   |                | 5.280                | 10.844               |
| Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht |                | 12                   | 0                    |
| Sonstige Verbindlichkeiten  |                | 165                  | 404                  |
| <b>Verbindlichkeiten</b>  |                | <b>5.814</b>         | <b>17.596</b>        |
| <b>Summe Passiva</b>  |                | <b>49.426</b>        | <b>55.570</b>        |
| <b>Eventualverbindlichkeiten</b>  |                | <b>2.311</b>         | <b>2.346</b>         |

# Gewinn- und Verlustrechnung

für das Geschäftsjahr 2001/2002  
der DO & CO Restaurants & Catering AG

|  | in TEUR | 2001 / 2002   | 2000 / 2001  |
|--|---------|---------------|--------------|
| <b>Umsatzerlöse</b>  |         | <b>5.742</b>  | <b>5.360</b> |
| Sonstige betriebliche Erträge  |         | 806           | 712          |
| Aufwendungen für Material und sonstige bezogene<br>Herstellungsleistungen  |         | -314          | -227         |
| Personalaufwand  |         | -4.577        | -4.074       |
| Abschreibungen   |         | -151          | -126         |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen   |         | -1.531        | -2.568       |
| <b>Betriebsergebnis</b>  |         | <b>-26</b>    | <b>-924</b>  |
| Erträge aus Beteiligungen  |         | 7.164         | 6.835        |
| Erträge aus anderen Wertpapieren   |         | 3             | 2            |
| Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge                                       |         | 1.073         | 1.370        |
| Aufwendungen aus Finanzanlagen und aus Wertpapieren<br>des Umlaufvermögens |         | -77           | -441         |
| Zinsen und ähnliche Aufwendungen   |         | -2.265        | -678         |
| <b>Finanzergebnis</b>  |         | <b>5.898</b>  | <b>7.089</b> |
| <b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>                        |         | <b>5.872</b>  | <b>6.165</b> |
| Steuern vom Einkommen und Ertrag   |         | -1.124        | -1.098       |
| <b>Jahresüberschuss</b>  |         | <b>4.748</b>  | <b>5.066</b> |
| Auflösung der Rücklage für eigene Anteile                                  |         | 0             | 1.148        |
| Zuweisung zu un versteuerten Rücklagen                                     |         | 0             | -11          |
| Zuweisung zu Rücklage für eigene Anteile                                   |         | -23           | 0            |
| <b>Jahresgewinn</b>  |         | <b>4.725</b>  | <b>6.203</b> |
| Gewinnvortrag  |         | 7.666         | 2.275        |
| <b>Bilanzgewinn</b>  |         | <b>12.390</b> | <b>8.478</b> |

Der nach den österreichischen Bilanzierungsvorschriften aufgestellte Jahresabschluss nebst Lagebericht der DO & CO Restaurants & Catering Aktiengesellschaft, der von der CENTURION Wirtschaftsprüfungs- und SteuerberatungsgmbH mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen worden ist, wird samt den dazugehörigen Unterlagen beim Firmenbuch des Handelsgerichtes Wien unter der Firmenbuchnummer 156765 m eingereicht.

## Vorschlag für die Gewinnverwendung

Gemäß den Bestimmungen des Aktiengesetzes bildet der nach österreichischen Rechnungslegungsvorschriften aufgestellte Einzelabschluss der DO & CO Restaurants & Catering AG zum 31. März 2002 die Grundlage für die Ausschüttung einer Dividende. Dieser Jahresabschluss weist einen Bilanzgewinn in Höhe von EUR 12.390.450,01 aus. Der Vorstand wird daher der Hauptversammlung vorschlagen, auf das Grundkapital in Höhe von EUR 11.802.068,26 eine Dividende in Höhe von EUR 0,50 je Aktie unter Berücksichtigung des anteiligen Betrages für die eigenen Anteile auszuschütten und den nach der Ausschüttung verbleibenden Bilanzgewinn auf neue Rechnung vorzutragen.

Wien, am 24. Mai 2002

Der Vorstand der DO & CO Restaurants & Catering AG

# Standorte

## Österreich

**DO & CO**  
**Restaurants & Catering AG**  
 Stephansplatz 12  
 A-1010 Wien  
 Tel: +43 (1) 74 000-144  
 Fax: +43 (1) 74 000-194  
 headoffice@doco.com

---

**DO & CO Party-**  
**Service & Catering GmbH**  
 Dampfmühlgasse 5  
 A-1110 Wien  
 Tel: +43 (1) 74 000-120  
 Fax: +43 (1) 74 000-131  
 partyservice@doco.com

---

**DO & CO im Haas Haus**  
**Restaurantbetriebs GmbH**  
 Stephansplatz 12  
 A-1010 Wien  
 Tel: +43 (1) 53 53 969  
 Fax: +43 (1) 53 53 959  
 stephansplatz@doco.com

---

**K.u.K. Hofzuckerbäcker**  
**Ch. Demel's Söhne GmbH**  
 Kohlmarkt 14  
 A-1010 Wien  
 Tel: +43 (1) 53 51 717-0  
 Fax: +43 (1) 53 51 717-26  
 ademel@demel.at

---

**Café Griensteidl**  
 Michaelerplatz 2  
 A-1010 Wien  
 Tel: +43 (1) 53 52 692-0  
 Fax: +43 (1) 53 52 692-14  
 griensteidl@demel.at

---

**DO & CO - Baden**  
**Restaurants & Veranstaltungs GmbH**  
 Kaiser-Franz-Ring 1  
 A-2500 Baden  
 Tel: +43 (2252) 43 502-0  
 Fax: +43 (2252) 43 502-430  
 baden@doco.com

**DO & CO - Salzburg**  
**Restaurants & Betriebs GmbH**  
 Wilhelm-Spazier-Straße 8  
 A-5020 Salzburg  
 Tel: +43 (662) 83 990  
 Fax: +43 (662) 83 990-660  
 salzburg@doco.com

---

**AIOLI Restaurants & Party-**  
**Service GmbH**  
 Stephansplatz 12  
 A-1010 Wien  
 Tel: +43 (1) 532 03 73  
 Fax: +43 (1) 532 05 75  
 aioli@doco.com

---

**Cafe-Restaurant & Catering**  
**im Casino Wien GmbH**  
 Kärntner Straße 41  
 A-1010 Wien  
 Tel: +43 (1) 512 48 36-195  
 Fax: +43 (1) 512 77 94  
 casino.wien@doco.com

---

## Italien

**DO & CO Italy S.r.l.**  
 Strada Provinciale 52  
 I-21010 Vizzola Ticino VA  
 Tel: +39 (0331) 230 270  
 Fax: +39 (0331) 230 401  
 milan@doco.com

---

## GB

**DO & CO International Catering Ltd.**  
 First Floor – Trafalgar House – 11  
 Waterloo Place  
 London SW1Y 4 AU, GB  
 Tel: +44 (20) 797 615 92  
 Fax: +44 (20) 797 615 89  
 london@doco.com

## Deutschland

**DO & CO**  
**Berlin GmbH**  
 An der Spreeschanze 2-4  
 D-13599 Berlin  
 Tel: +49 (30) 337 730-0  
 Fax: +49 (30) 337 730-31  
 berlin@doco.com

---

**DO & CO**  
**Frankfurt GmbH**  
 Langer Kornweg 38  
 D-65451 Kelsterbach  
 Tel: +49 (6107) 9857-0  
 Fax: +49 (6107) 9857-50  
 frankfurt@doco.com

---

**DO & CO**  
**München GmbH**  
 Lohstraße 36  
 D-85445 Schwaig/Oberding  
 Tel: +49 (8122) 90 998-0  
 Fax: +49 (8122) 90 998-80  
 munich@doco.com

---

## USA

**DO & CO Miami Catering, Inc.**  
 1160 Milan Dairy Airport Loop  
 Miami, Florida 33126, USA  
 Tel: +1 (305) 418 2006  
 Fax: +1 (305) 418 2350  
 miami@doco.com

---

**DO & CO New York**  
**Catering, Inc.**  
 149-32, 132nd Street  
 Jamaica, New York 11430, USA  
 Tel: +1 (718) 529 4570  
 Fax: +1 (718) 529 4560  
 newyork@doco.com



# Kennzahlen Glossar

---

## **EBITDA-Marge**

Setzt das EBITDA (Betriebsergebnis + Abschreibungen) in Relation zum Umsatz

## **EBIT-Marge**

Setzt das EBIT (Betriebsergebnis) in Relation zum Umsatz

## **ROS – Return on sales**

Ist die Umsatzrendite und wird durch Gegenüberstellung EGT (Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit) zu Umsatz ermittelt

## **Nettozinsverbindlichkeiten**

Verzinsliche Verbindlichkeiten abzüglich liquider Mittel

## **Gearing Ratio**

Zeigt das Verhältnis Nettozinsverbindlichkeiten zu Eigenkapital

## **ROE – Return on equity**

Versteuertes Ergebnis vor Firmenwertabschreibungen und außerordentlichem Ergebnis wird in Relation zu dem durchschnittlichen Eigenkapital nach Dividendenausschüttungen gesetzt

## **Capital Employed**

Eigenkapital zuzüglich verzinsliches Fremdkapital und Nettozinsverbindlichkeiten sowie abzüglich Finanzanlagen

## **ROCE - Return on capital employed**

Zeigt die Verzinsung des investierten Kapitals durch Gegenüberstellung des EBIT vor Firmenwertabschreibungen und außerordentlichem Ergebnis sowie abzüglich der bereinigten Steuern im Vergleich zu dem durchschnittlichen Capital Employed

## **Free Cash-Flow**

Cash-Flow aus der Betriebstätigkeit zuzüglich Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit

## **Working Capital**

Ist der Überschuss des Umlaufvermögens über das kurzfristige Fremdkapital

## **Eigenkapital-Quote**

Zeigt Verhältnis Eigenkapital zu Gesamtkapital

# Impressum

---

## **Eigentümer, Herausgeber und Verleger:**

DO & CO Restaurants & Catering AG  
Stephansplatz 12  
A-1010 Wien

## **Investor Relations Informationen:**

DO & CO Restaurants & Catering AG  
Investor Relations  
Dr. Franz Kubik  
Dr. Isabel Eissler  
Tel. +43 (1) 74 000-191

## **Projektteam:**

Konzeption und Text: Dr. Franz Kubik  
Christian Bayer  
Dr. Isabel Eissler  
Mag. Bettina Höfinger  
Grafik & Layout: Mag. Christian Sageder  
Marie-Therés Unger  
Thomas Weninger

## **Lithos und Druck:**

Agens Werk Druck- und Verlagsgesellschaft mbH, 1051 Wien

