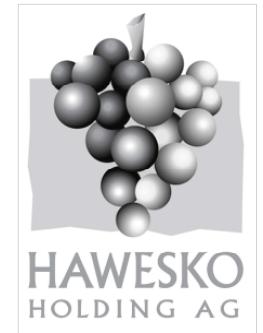


Hauptversammlung

14. Juni 2010

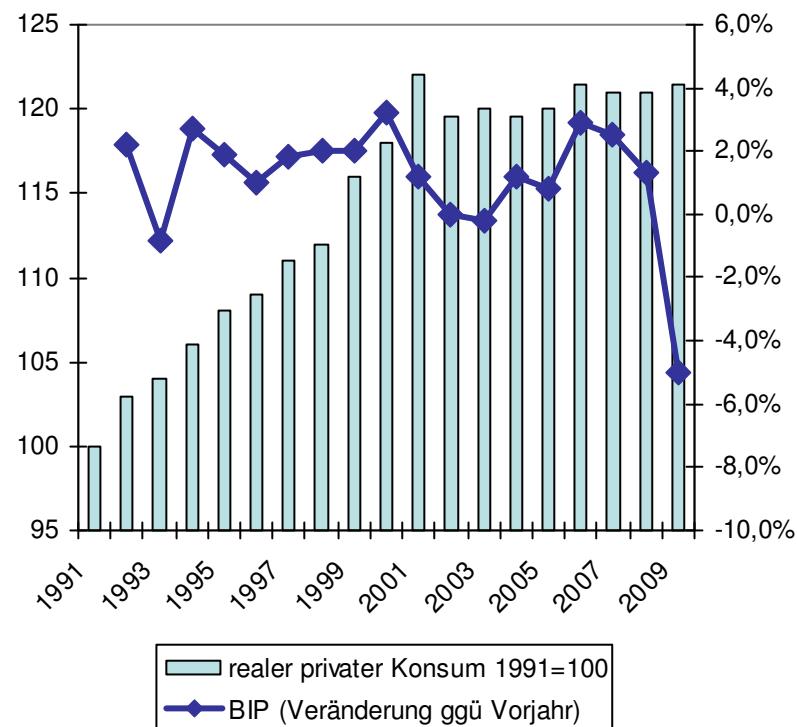


Alexander Margaritoff, Vorstandsvorsitzender

14. Juni 2010



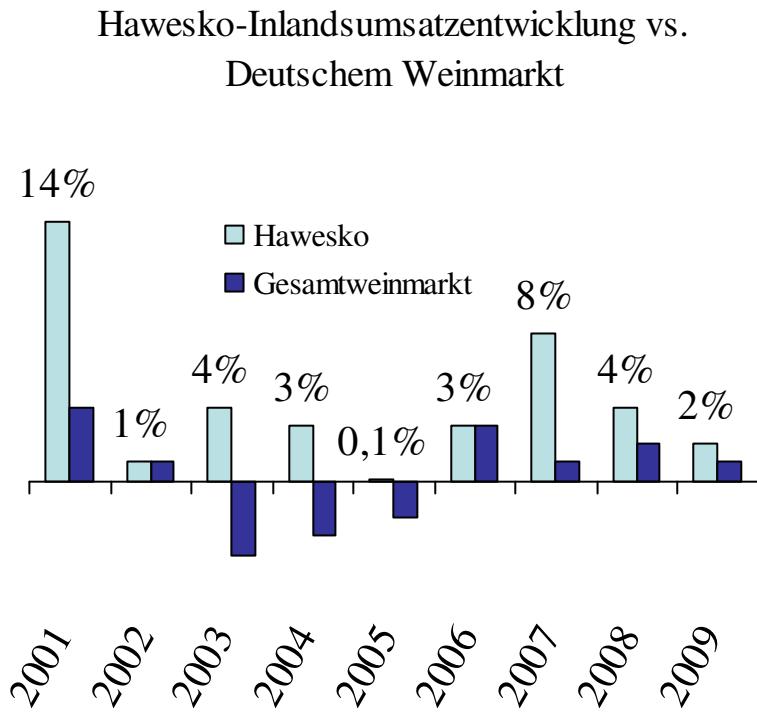
Wirtschaftliche Rahmenbedingungen 2009



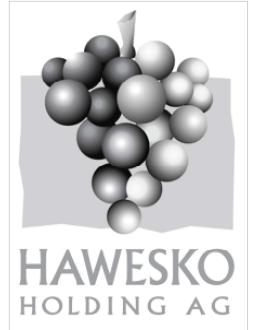
- BIP Deutschland -5,0 %
- Leichtes Plus des realen privaten Konsums nur dank „Abwrackprämie“
- Schwieriges Umfeld auch für den Weinmarkt



Hawesko schlägt 2009 erneut den deutschen Weinmarkt



- Deutscher Weinmarkt +1,2 %
- Hawesko-Inlandsumsatz +1,8 %
- B2C-Segmente Einzelhandel (*Jacques'*) und Versandhandel +3,4 %
- Zweitbestes EBIT der Firmengeschichte



Ulrich Zimmermann, Finanzvorstand

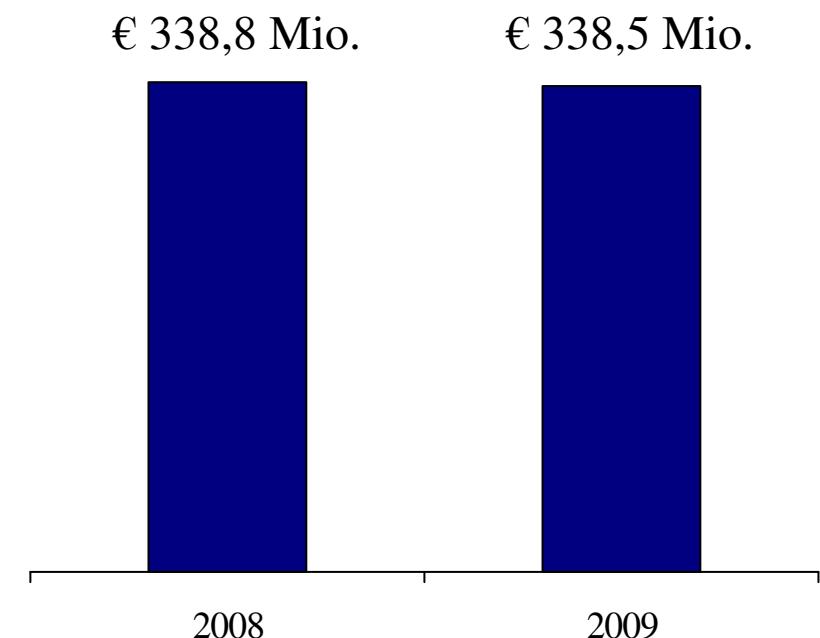
14. Juni 2010



14. Juni 2010

6

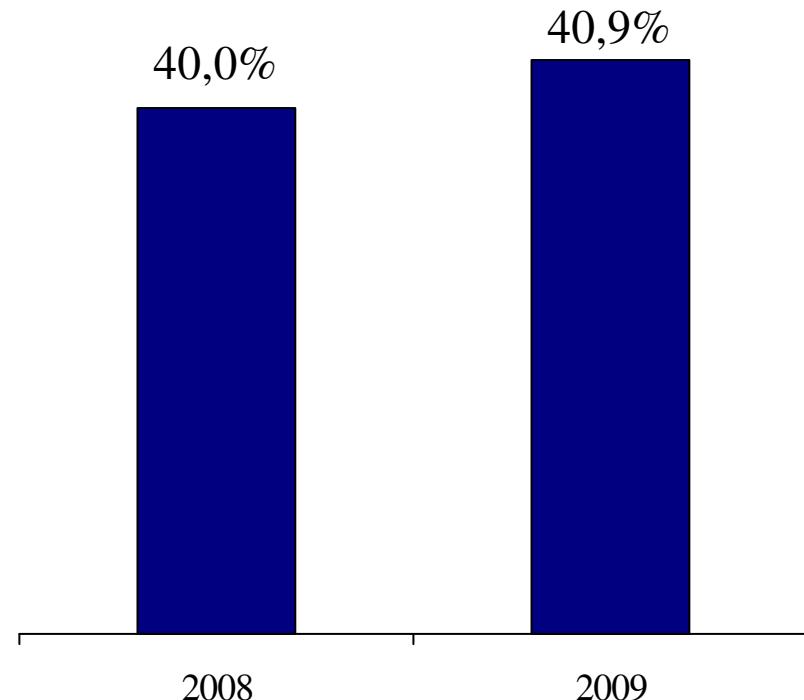
Hawesko-Konzernumsatz 2009 auf Vorjahresniveau gehalten



- 1. Halbjahr 2009 durch schwierigen Markt für hochwertige Bordeauxweine und Champagner negativ beeinflusst
- Facheinzelhandel (*Jacques'*) und Versandhandel das gesamte Jahr über robust
- Großhandel wieder stärker im 2. Halbjahr, insbesondere im 4. Quartal 2009



Rohertragsmarge im Hawesko-Konzern auch 2009 verbessert



- Endverbrauchersegmente *Jacques'* und Versandhandel 2009 mit wiederum höheren Umsatzanteilen
- *Jacques'*-Handelsmarge auf unverändert hohem Niveau
- Nochmalige Steigerung der Handelsmarge im Versandhandel



Entwicklung wichtiger Aufwandsposten

Aufwand in % vom Umsatz	<u>2008</u>	<u>2009</u>
Personalkosten	9,2%	9,9%
Werbekosten	7,7%	8,2%
Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen (Saldo)	14,3%	14,8%

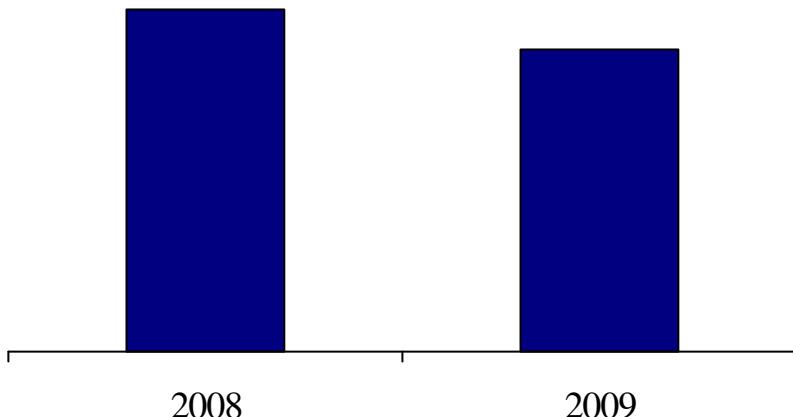
- Personalaufwand nahm zu:
höhere Anzahl der Mitarbeiter
- Werbeaufwand erhöhte sich:
mehr Marketing insbesondere für
Neukunden



Konzern-EBIT: €22,4 Mio. in 2009

€ 25,5 Mio.
7,5 % vom Umsatz

€ 22,4 Mio.
6,6 % vom Umsatz

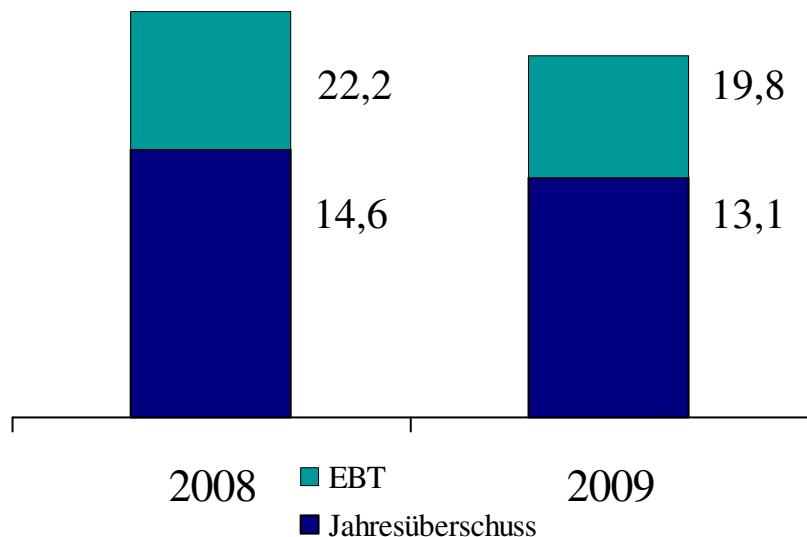


- Langfristige Zielrendite (7 %) wurde mit 6,6 % nur leicht unterschritten
- Umsatzausweitungen im Versand- und Facheinzelhandel wirkten sich positiv aus
- Rohertrag von Bordeauxweinen fehlte gegenüber 2008
- Marketingaufwendungen aufrechterhalten



Konzernjahresüberschuss

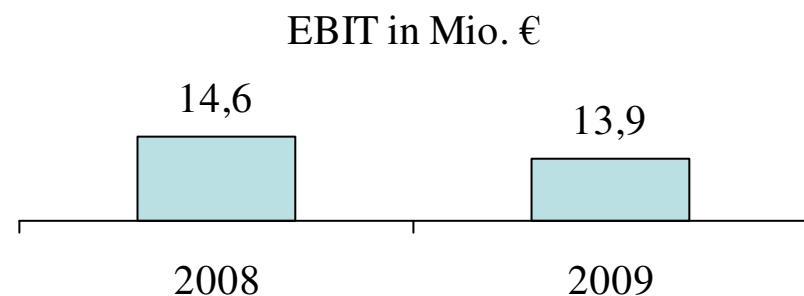
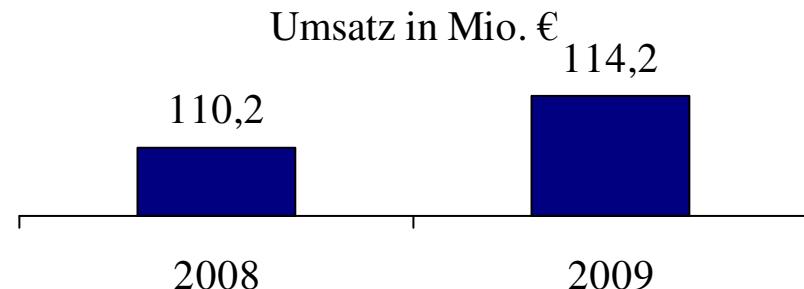
Konzern-EBT und
-jahresüberschuss ohne Minderheiten
(Mio. €)



- Finanzergebnis wurde durch Einmalaufwand (€ 1,8 Mio.) für den Erwerb Minderheitsanteile belastet: € –2,6 Mio. (Vorjahr: € –3,3 Mio.)
- Steueraufwandsquote praktisch unverändert bei ca. 33 %
- Gewinn pro Aktie: € 1,48 (Vorjahr: € 1,67)



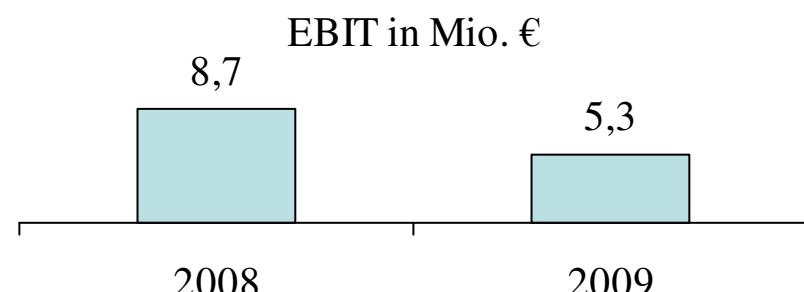
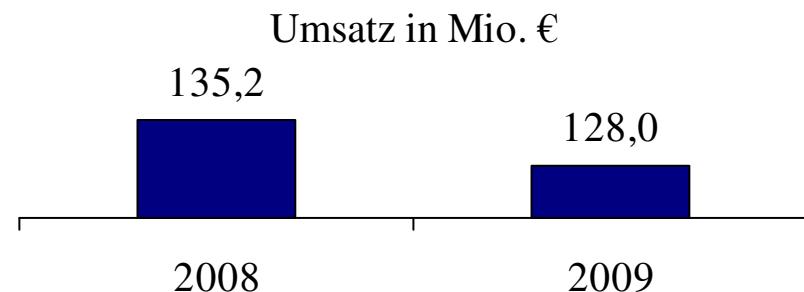
Facheinzelhandel (Jacques' Wein-Depot)



- Umsatzsteigerung um 3,6 %
(flächenbereinigt + 2,8 %)
- Kauffrequenz + 5 % durch Marketing und Neukundengewinnung
- Standortanzahl: 272 (Vorjahr: 271); 4 Neueröffnungen, 4 Verlegungen, Standortnetz wurde weiter optimiert
- Stärkere Inanspruchnahme von Kundentreuepunkten



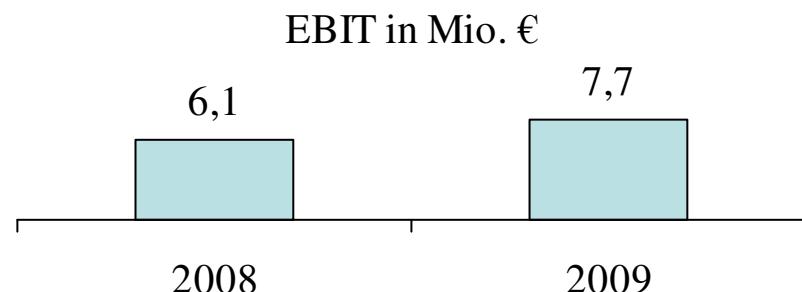
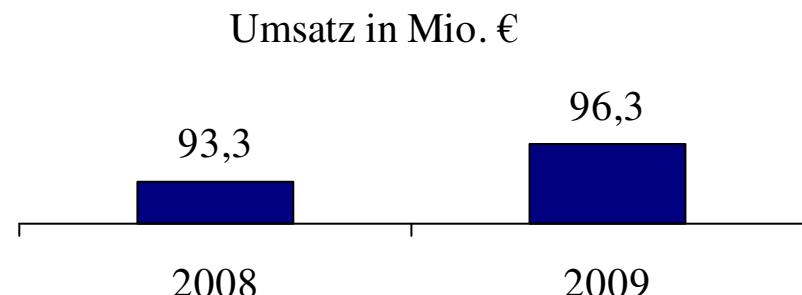
Großhandel/Distribution



- Segmentumsatz $-5,3\%$
- Nochmaliger starker Rückgang bei Bordeaux-Tochter *Château Classic*
- Schwächeres Inlandsgeschäft mit Weinen der höchsten Preisklassen und Champagner
- EBIT-Rückgang als Folge



Versandhandel



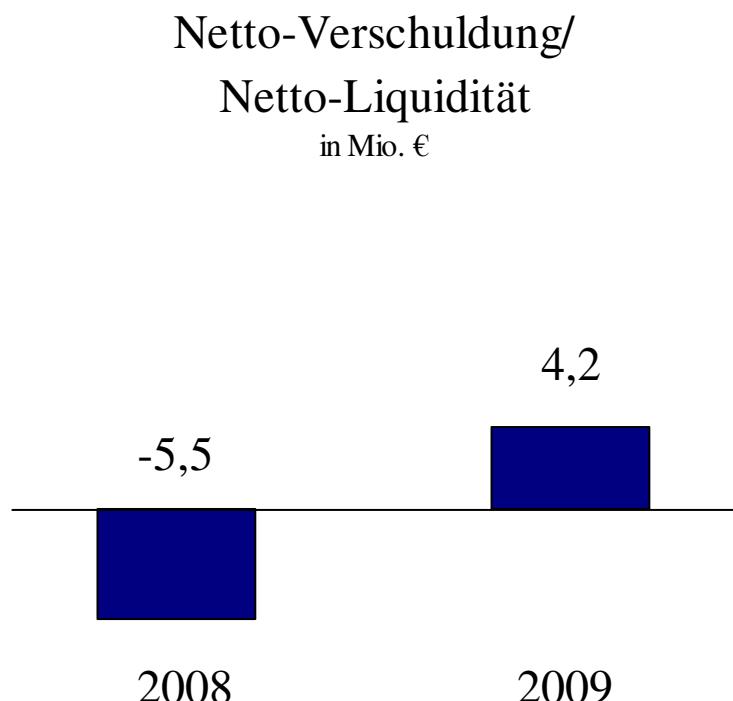
- Umsatz +3,2 % trotz des Rückgangs der Bordeaux-Subskriptionsauslieferungen; bereinigt +6,5 %
- Positive „Schwungkraft“ der Neukundengewinnung hält an, Weinclub *VinoSelect!* und 45. Jubiläum haben 2009 zusätzliche Impulse gesetzt
- EBIT wiederum gesteigert durch verbesserte Handelsmarge und Fixkostendeckung



14. Juni 2010

14

Noch verbesserte Finanzierungs- und Liquiditätssituation



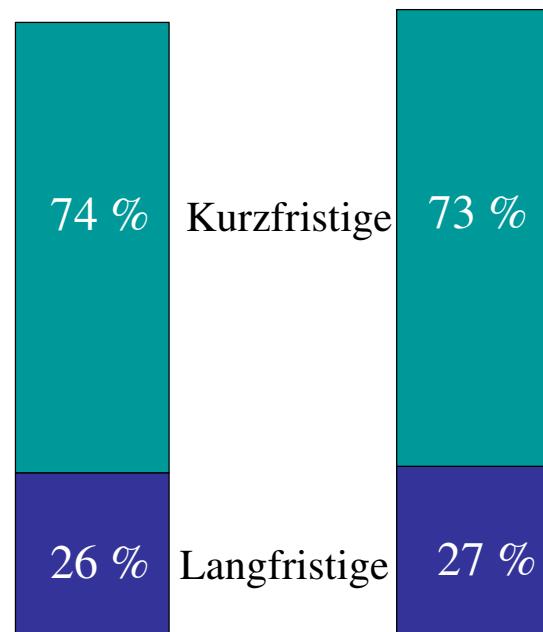
- Rückführung der Bankkredite um € 5,6 Mio. bzw. 82 %
- Anstieg der Liquiditätsreserven um € 2,9 Mio. bzw. 29 %
- Verfügbare offene Kreditlinien von € 36 Mio.



Konzernbilanz: Eigenkapitalanteil abermals gestärkt

Aktiva

170,1 Mio. € 173,6 Mio. €

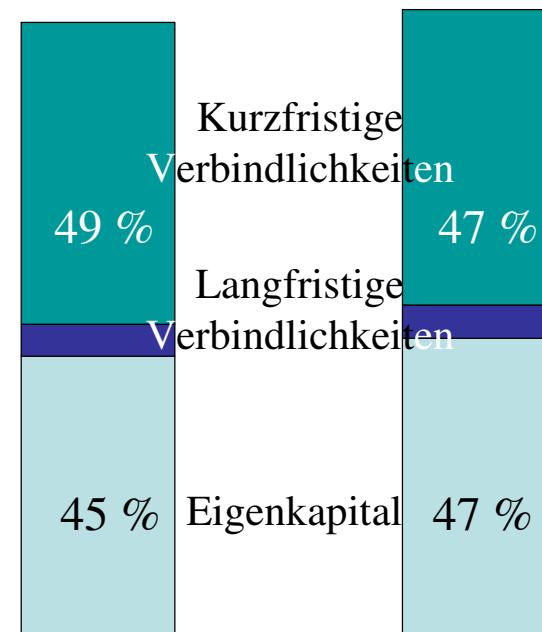


2008

2009

Passiva

170,1 Mio. € 173,6 Mio. €



2008

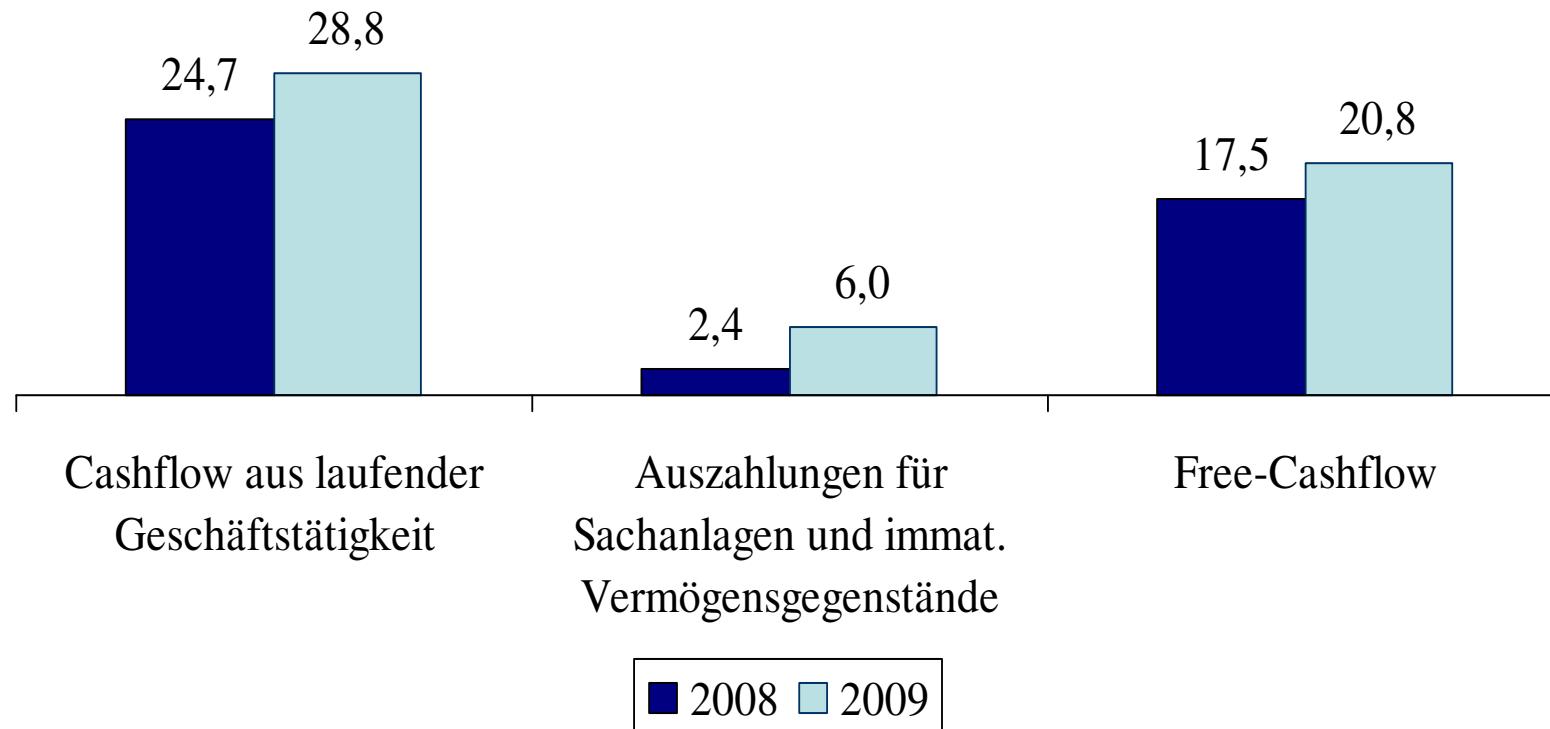
2009



14. Juni 2010

16

Cashflow und Investitionen (in Mio. €)

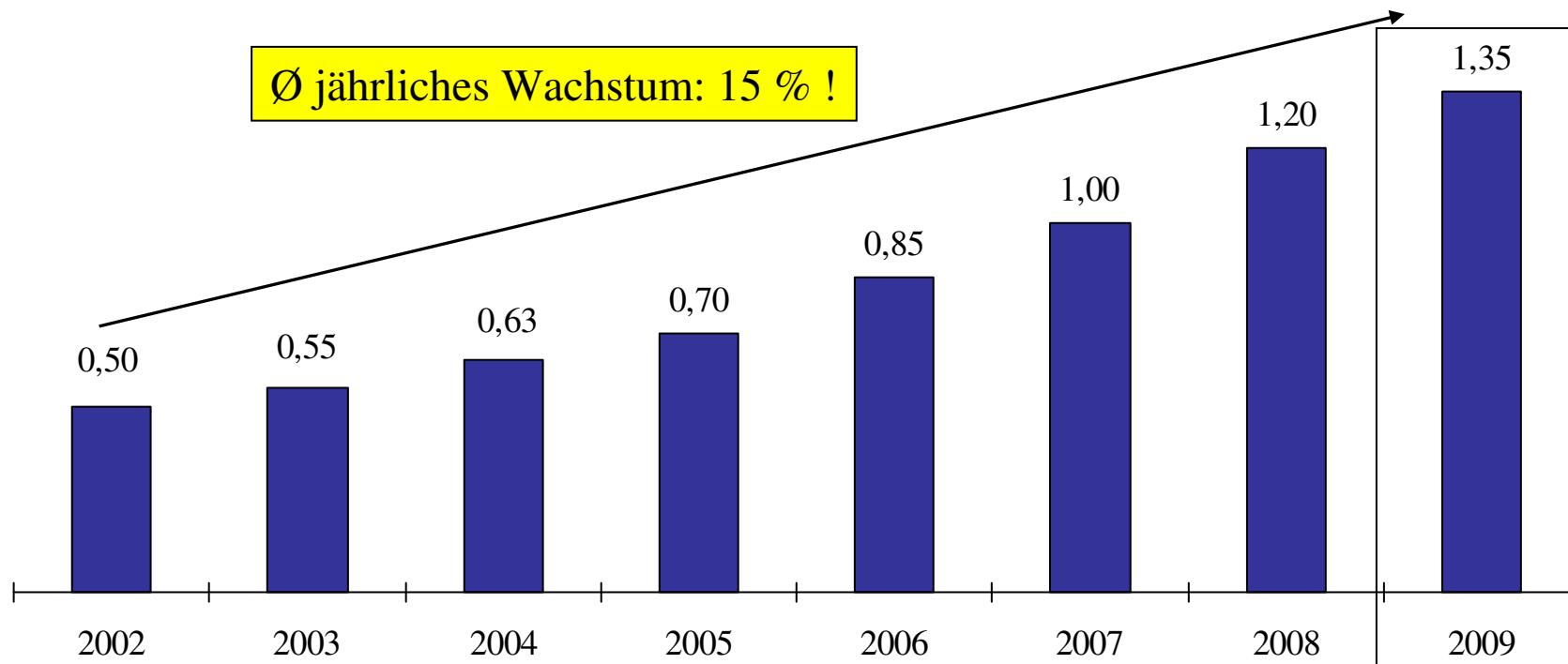




14. Juni 2010

17

Dividendenvorschlag von €1,35 pro Aktie wahrt Kontinuität: Weiterhin attraktive Ausschüttungspolitik

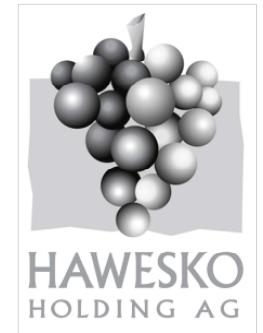


*) 2005 zzgl. Bonusdividende 0,30



Finanzeller Ausblick

- Konjunktur 2010: weiterhin eine Herausforderung
- Weingeschäft stabil
- Hawesko-Konzern schuldenfrei
- Ausblick 2010
 - Moderater Umsatzanstieg
 - EBIT auf dem hohen 2009er Niveau (€ 22–23 Mio.)
 - Wegfall des Einmalaufwands im Finanzergebnis wird Steigerung des Konzernjahresüberschusses ermöglichen
 - Free-Cashflow weiterhin auf hohem Niveau, ca. € 15 Mio.



Alexander Margaritoff, Vorstandsvorsitzender

14. Juni 2010



Finanzkrise hat Spuren im Weinmarkt hinterlassen

- Premium-Weine weniger nachgefragt
- Hohe Kapitalbindung belastet viele kleinere Händler
- Gewinner sind u.a. große Handelsketten und Direktvertrieb



14. Juni 2010

21

Konsequenter Fokus auf das Wesentliche

Grundsätze von Hawesko:

- Bestmöglicher Service; Kunde im Mittelpunkt
- Qualitativ beste Weine zu fairen Preisen
- Stetige Investitionen



14. Juni 2010

22

Versandhandel blickt auf viele Errungenschaften in 2009

- Über 100.000 Neukunden in 2009
- „Katalog des Jahres 2009“ für die 100. Ausgabe unseres Weinkatalogs
- Marketing-Kooperationen mit namhaften Firmen
- Innovationspreis für Weinblog »TVino«



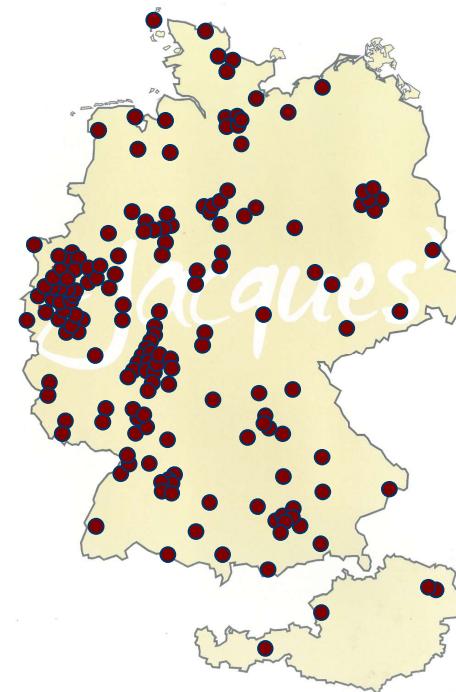


14. Juni 2010

23

Jacques' wächst kontinuierlich weiter

- Vier Neueröffnungen, vier Standortverlegungen und weitere Netzoptimierungen
- Fast 100.000 Neukunden in 2009, mehr als je zuvor
- Online-Shop Mitte-2009 gestartet



272 *Jacques'*-Standorte in Deutschland und Österreich



14. Juni 2010 | 24

Großhandel

- Vertreternetzwerk optimiert und verstärkt
- Neue Weinexklusivitäten, z.B. Mondavi, Hardys, Marco Felluga
- Einstieg in den Schweizer Markt mit einer Mehrheit an der Firma *Globalwine AG*, Zürich



ROBERT MONDAVI

ESTD
HARDYS
1853



MARCO FELLUGA





Konsequente Strategie = gestärkt aus der Krise

- 3-Säulen-Konzept
 - Facheinzelhandel, Großhandel, Versandhandel
 - Attraktiv für Weinproduzenten
 - Konzentriertes Wein-Know-how
- Marktführerschaft
- Grundlage für Erfolg im sich verändernden Markt.



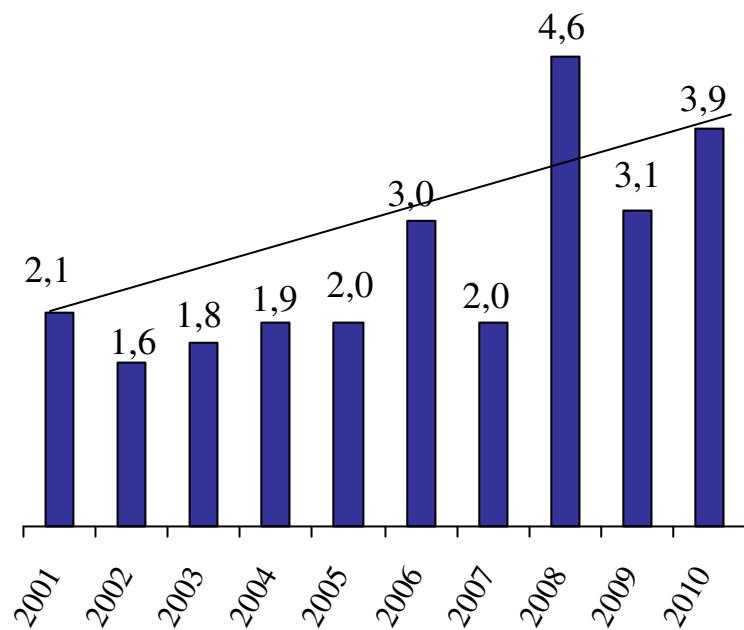
„Handel ist Wandel“ – jetzt mehr denn je

- Vormarsch des digitalen Lebens
- Schärferer Wettbewerb
- Sprunghafte Kunden
- Hawesko-Konzern:
 - Multi-Channel-Konzept
 - Umsetzung sowohl auf Konzern- als auch auf Tochterebene
 - Fokus auf das Wesentliche



Q1-Geschäftsentwicklung ist exzellent

Q1-Konzern-EBIT in Mio. €



- Q1-Umsatz: +11 % ggü Vorjahr
- Q1-EBIT: +25 % ggü dem Vorjahr, zweitbestes in der Firmengeschichte
- Q1 enthält jedes Jahr Erlöse aus dem Bordeaux-Subskriptionsgeschäft: Bereinigt um diese liegt 2010 vorne

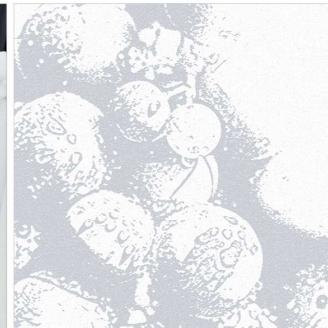
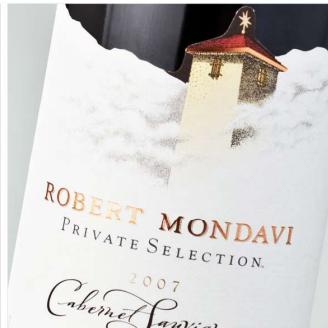
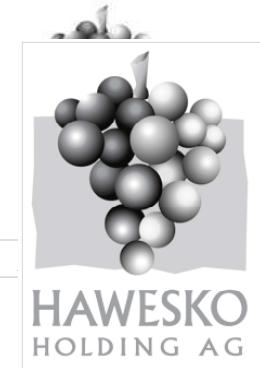


Hawesko in 2010

- Neukundengewinnung
- Auslandsexpansion
- Großhandelsgeschäft erholt sich
- Verbesserung der Konjunktur



14. Juni 2010



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!