



Herzlich willkommen!



Hauptversammlung

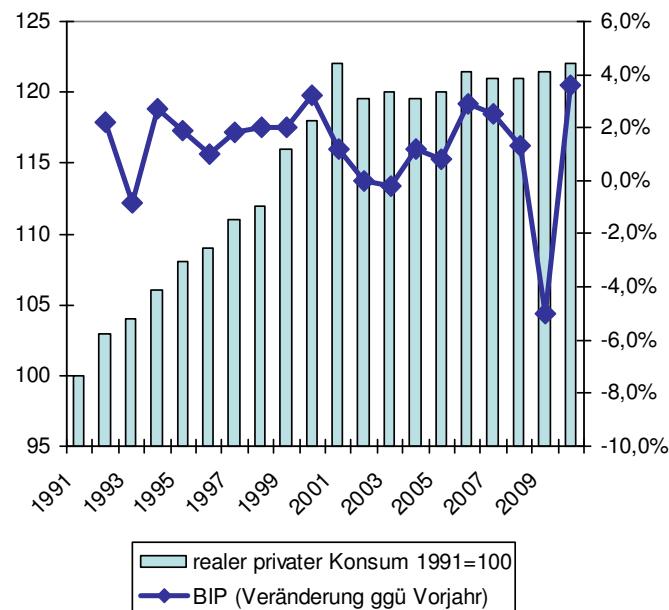
20. Juni 2011



Alexander Margaritoff, Vorstandsvorsitzender



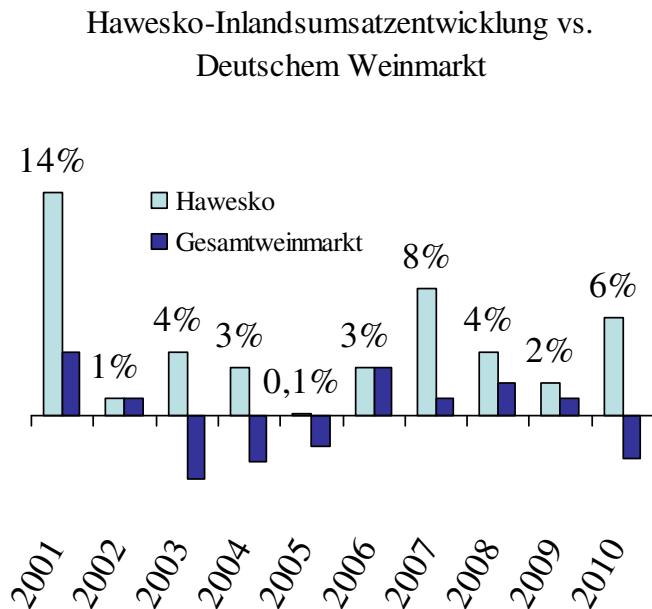
Wirtschaftliche Rahmenbedingungen 2010



- BIP Deutschland +3,6 %
- Realer privater Konsum verharrte praktisch auf Vorjahresniveau
- Weinkonsum verringerte sich



Hawesko schlägt 2010 erneut den deutschen Weinmarkt



- Deutscher Weinmarkt -2,9 %
- Hawesko-Inlandumsatz +6,1 %
- Gesamtkonzern inkl. Ausland +11,6 %
- Planwerte übertroffen, bestes Ergebnis der Firmengeschichte



Ulrich Zimmermann, Finanzvorstand



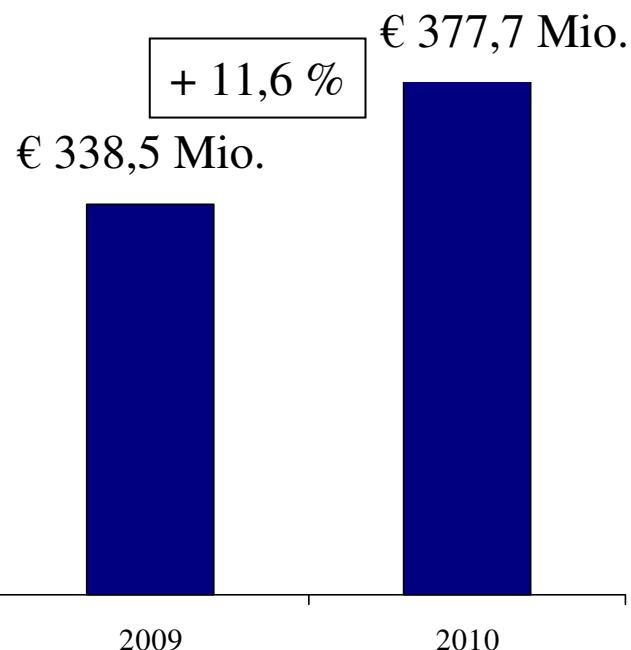
20. Juni 2011 | 7

2010: Ein erfolgreiches Jahr für den Hawesko-Konzern

- Ursprüngliche Planung sah vor:
2010 noch schwierig, Verbesserung erst 2011
- Sukzessive Belebung der Konjunktur,
kräftiger Aufschwung des Bordeauxweinmarkts bereits 2010
- Großhandel erholte sich besonders kräftig



Hawesko-Konzernumsatz



- Inlandsumsatz +6,1 %
- Auslandsumsatz stieg deutlich kräftiger an
- Gewichtung der Umsätze verlagerte sich zugunsten des Großhandels



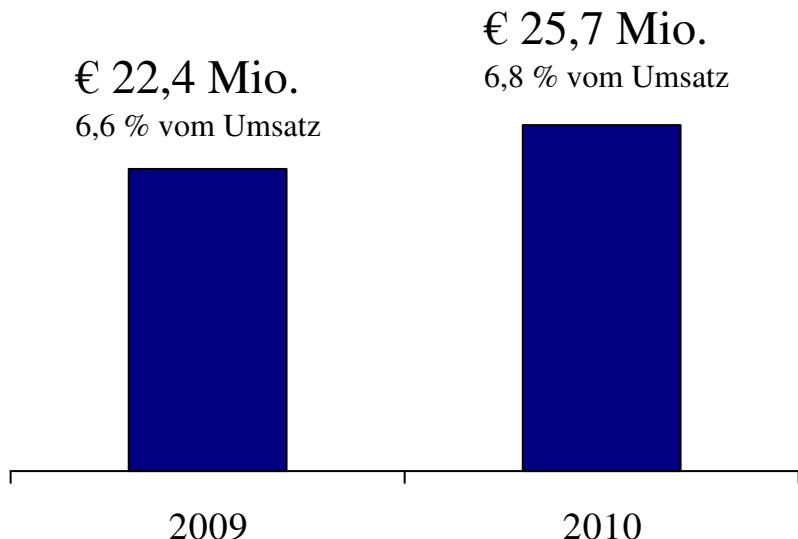
Entwicklung wichtiger Aufwandsposten

Aufwand in % vom Umsatz	<u>2009</u>	<u>2010</u>
Personalkosten	9,9 %	9,9 %
Werbekosten	8,2 %	8,2 %
Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen (Saldo)	16,2 %	14,8 %

- Personalaufwandsquote blieb unverändert
- Werbeaufwandsquote ebenfalls, trotz höherer Kundenakquise
- Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen gingen insgesamt als Anteil des Umsatzes zurück



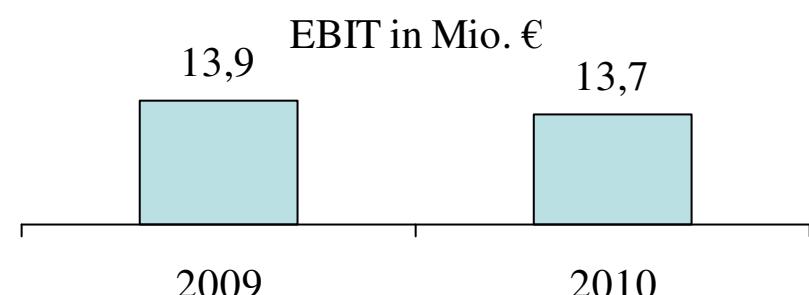
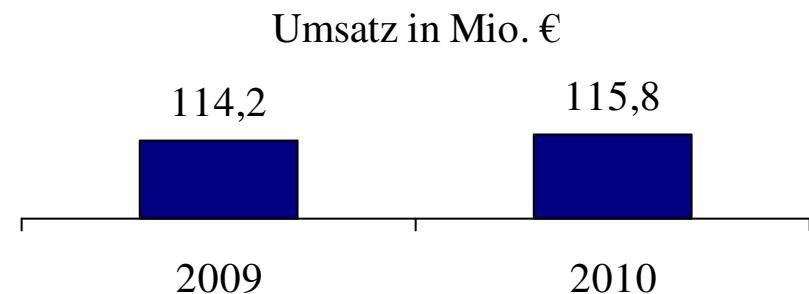
Konzern-EBIT: €25,7 Mio. in 2010



- Langfristige Zielrendite (7 %) wurde mit 6,8 % nur leicht unterschritten
- Umsatzausweitungen im Groß- und Versandhandel wirkten sich positiv aus
- Marketingaufwendungen aufrechterhalten, insbesondere für Kundenakquise



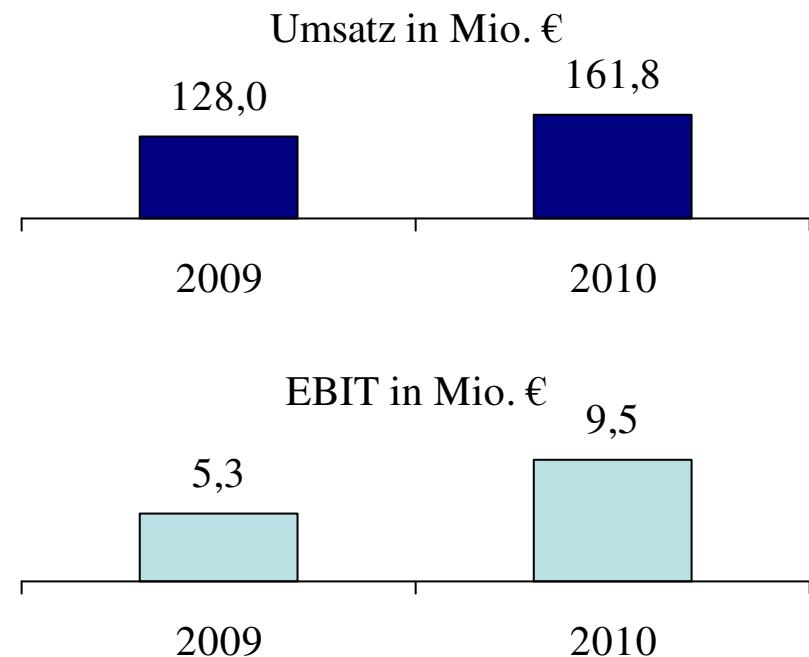
Facheinzelhandel (Jacques' Wein-Depot)



- Umsatzsteigerung um 1,5 % (flächenbereinigt +1,3 %)
- Standortanzahl: 274 (Vorjahr: 272); 4 Neueröffnungen, 5 Verlegungen, Standortnetz wurde weiter optimiert
- Höhere Aufwendungen für Kundenakquise und -reaktivierung



Großhandel/Distribution

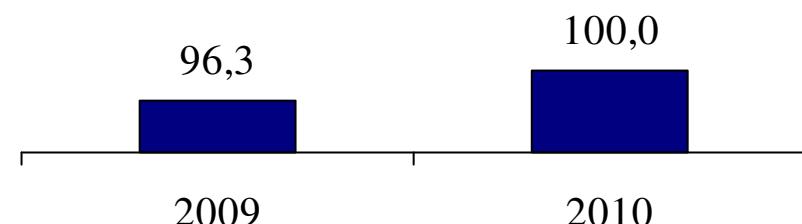


- Segmentumsatz +26,4 %
- Sehr starke Erholung bei Bordeaux-Tochter Château Classic
- Schweizerische Globalwine AG ein volles Geschäftsjahr konsolidiert (Erwerb zum 1.7.2009)
- Umsatzsteigerung und bessere Deckung von Fixkosten führten zu EBIT-Anstieg

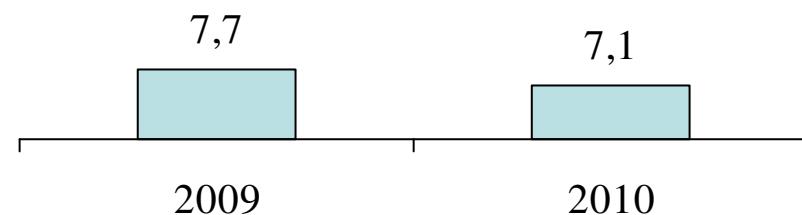


Versandhandel

Umsatz in Mio. €



EBIT in Mio. €

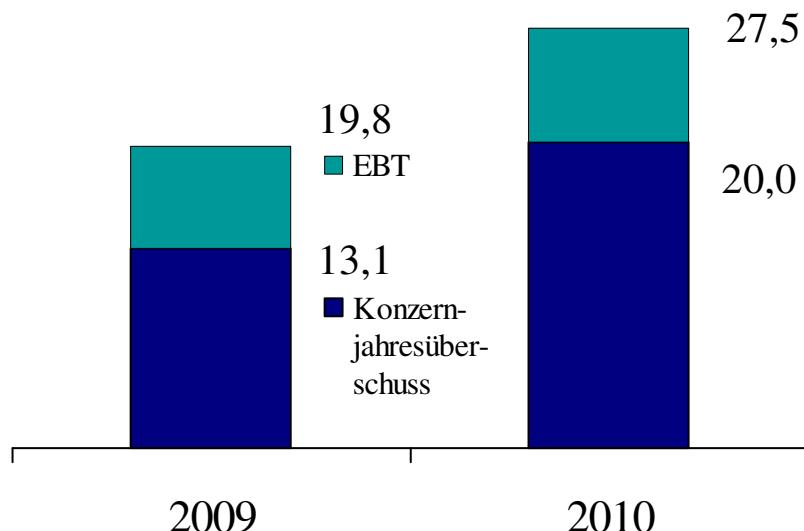


- Segmentumsatz +3,9 %
- Noch höhere Neukundenakquise und bessere Responsequoten
- EBIT reduzierte sich durch Kosten des Pilotprojekts Schweden



Konzernjahresüberschuss

Konzern-EBT und -jahresüberschuss
ohne Anteile nicht beherrschender Gesellschafter
(Mio. €)

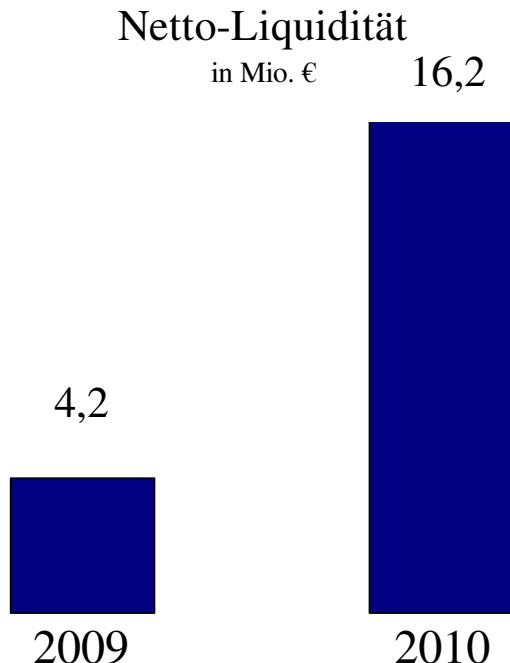


- Finanzergebnis positiv durch den Gewinn aus der Veräußerung der Beteiligung an Majestic Wine PLC: € 1,8 Mio. (Vorjahr: € –2,6 Mio.)
- Steueraufwandsquote: 26,3 % (Vorjahr: 33,5 %)
- Gewinn pro Aktie: € 2,24 (Vorjahr: € 1,48)



20. Juni 2011 | 15

Erneut verbesserte Finanzierungs- und Liquiditätssituation

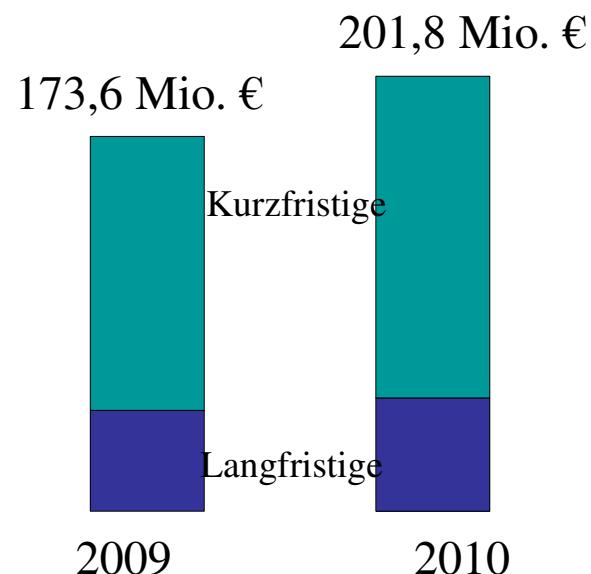


- Anstieg der Liquiditätsreserven um € 11,7 Mio. bzw. 90 %
- Free-Cashflow: € 23,8 Mio.
(Vorjahr: € 20,8 Mio.)

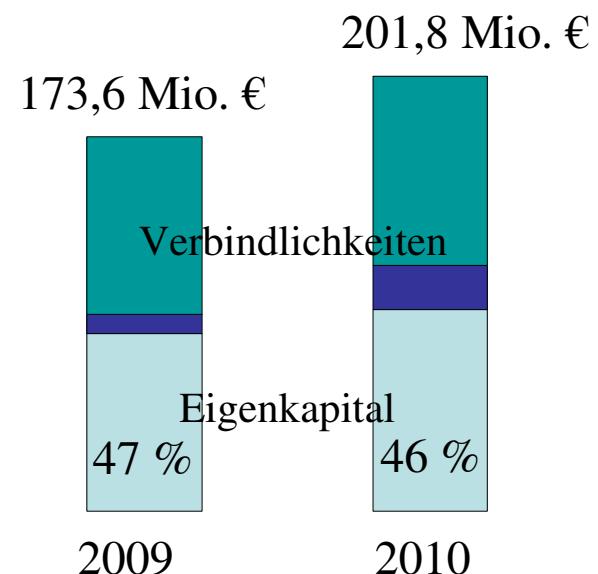


Konzernbilanz

Aktiva



Passiva





Cashflow und Investitionen

Cashflow aus laufender
Geschäftstätigkeit

in Mio. €

28,8

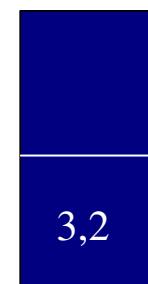


21,8

Investitionen in Sachanlagen und
immaterielle
Vermögensgegenstände

in Mio. €

7,5



in
Sachanlagen

3,7

2009

2010

2009

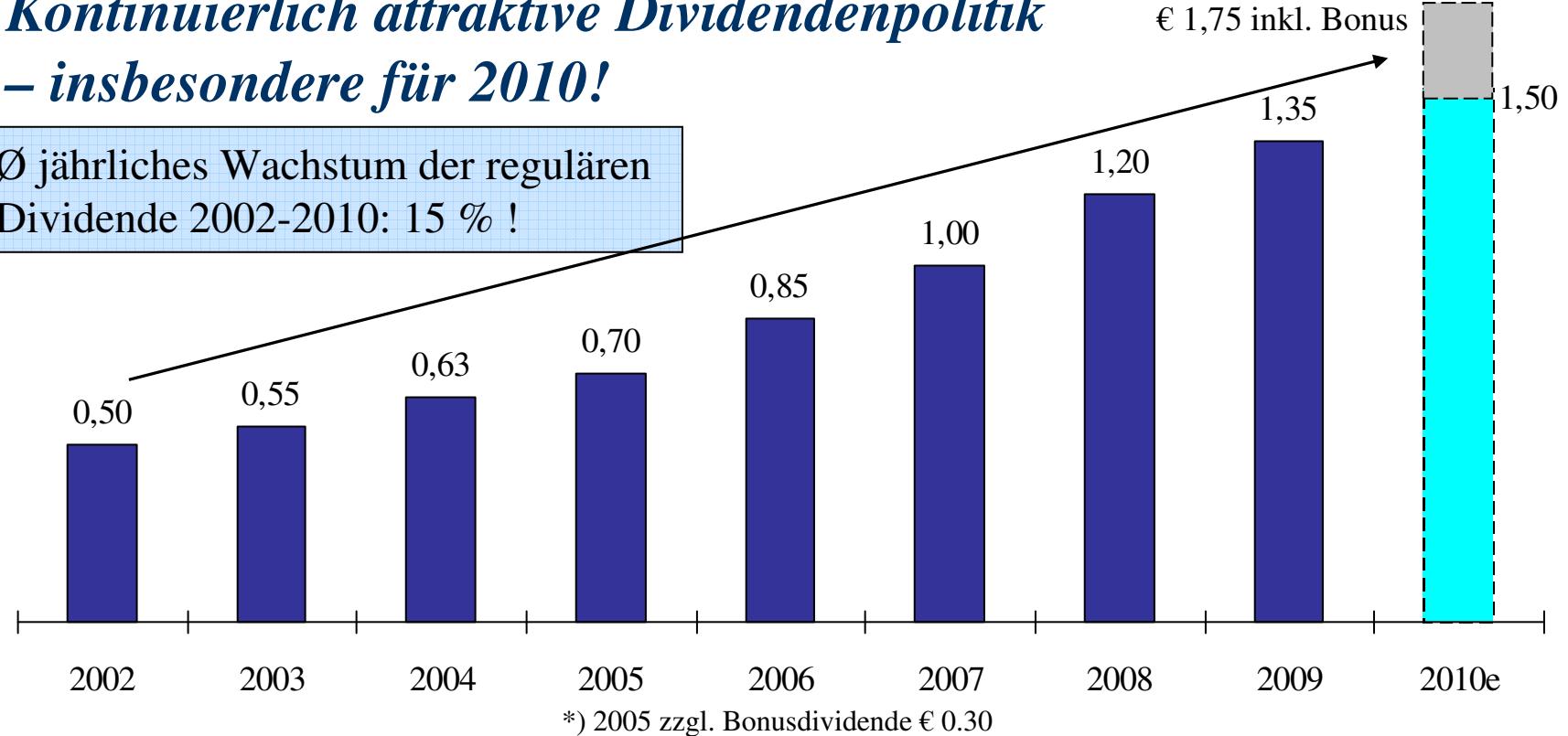
2010



20. Juni 2011 18

Kontinuierlich attraktive Dividendenpolitik – insbesondere für 2010!

Ø jährliches Wachstum der regulären
Dividende 2002-2010: 15 % !





Finanzienter Ausblick

- Konjunkturlage weiterhin freundlich, dynamischer Bordeauxweinmarkt
- Ausblick 2011
 - Umsatzanstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich
– aktuell erscheint eine Steigerung am oberen Ende wahrscheinlicher
 - EBIT auf dem hohen 2010er Niveau (€ 24–26 Mio.),
trotz Vorlaufkosten (Versandhandel Schweden) und Aufbaukosten (Großhandel)
 - Wegfall 2010er Finanzertrags, deshalb Konzernjahresüberschuss unterhalb 2010
 - Free-Cashflow weiterhin auf hohem Niveau, ca. € 15 Mio.
- 2012: Umsatz-, Ertrag- und Cashflowsteigerung



Alexander Margaritoff, Vorstandsvorsitzender



Premiumbereich des Weinmarkts wieder gewachsen

- GfK: Weinmarkt insgesamt –2,9 %
- Positiver Trend 2010 bei Champagnern, Bordeaux
- Demografische und soziologische Entwicklungen unterstützen langfristigen Wachstumstrend im Premiumbereich
- Hawesko profitiert von diesen Entwicklungen



Jacques' baut Marktposition aus

- Dialogsmöglichkeiten mit Kunden verbessert: Online-Auftritt, Terminals in jedem Depot
- Markenbild optimiert
- Vier neue Depots eröffnet, fünf Verlegungen an neue Standorte, weitere Anpassungen an die Kundenstruktur
- 92.000 neue Kunden (aktive Käufer = 637.000)



274 *Jacques'*-Standorte in
Deutschland und Österreich



20. Juni 2011 | 23

Großhandel

- Vertreternetzwerk optimiert und verstärkt
- Neue Weinexklusivitäten (z.B. Mondavi, Hardys, Marco Felluga) erfolgreich am Markt etabliert
- Wiederbelebung in Gastronomie und Handel, Aufschwung im Bordeaux kommt uns zugute

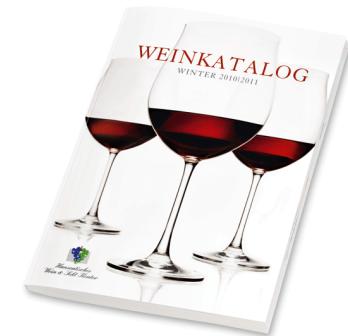


20. Juni 2011 | 24

Versandhandel

- Weitere 120.000 Erstkunden in 2010
(aktive Kunden = 420.000)
- Marketing-Kooperationen mit namhaften Firmen, z.B. Lufthansa
»Miles & More«
- Internetumsatz um 24 % gesteigert

Partner of
Miles & More
 Lufthansa





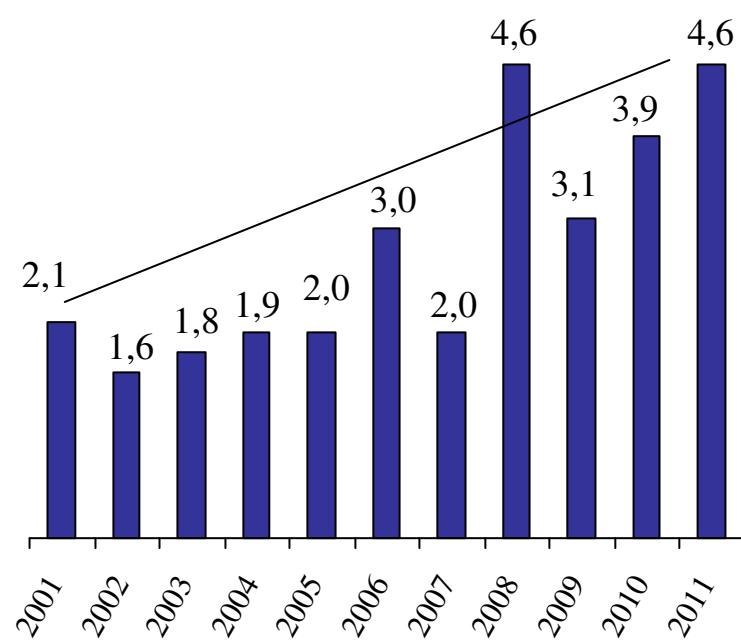
Wachstumsstrategie

- In Deutschland: durchschnittlich 4–5 % p.a. möglich auf ca. € 500 Mio. in 8 bis 10 Jahren
- Auslandsexpansion rückt zunehmend in den Mittelpunkt: Größere Wachstumschancen
- Stärken im Inland bieten solide Plattform für Auslandsexpansion
- Bereits erste Erfahrungen im Ausland stimmen positiv



Erstes Quartal 2011: Guter Auftakt

Q1-Konzern-EBIT in Mio. €



- Q1-Umsatz: +15 % ggü Vorjahr (+5 % Inland, Verdoppelung Ausland)
- Q1-EBIT: +16 % ggü dem Vorjahr
- Alle drei Vertriebskanäle arbeiten profitabel
- Stimmt positiv für Entwicklung in 2011
- 2012: Weiterer Aufwärtsschub durch 2009er Bordeauxjahrgang



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Hauptversammlung

20. Juni 2011
