



---

*Herzlich willkommen!*

---



---

*Hauptversammlung*

*20. Juni 2011*

---



---

*Alexander Margaritoff, Vorstandsvorsitzender*

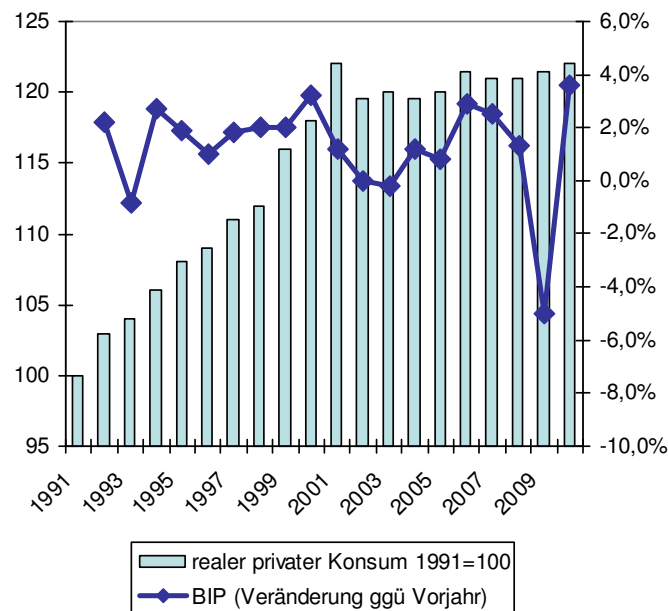
---



20. Juni 2011

4

## Wirtschaftliche Rahmenbedingungen 2010



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

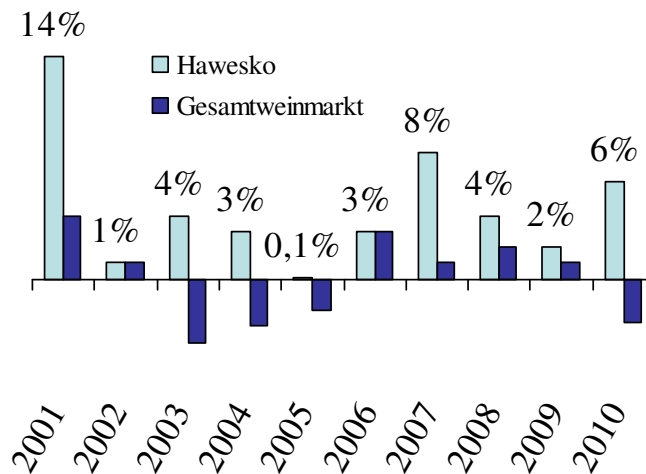


20. Juni 2011

5

## *Hawesko schlägt 2010 erneut den deutschen Weinmarkt*

Hawesko-Inlandsumsatzentwicklung vs.  
Deutschem Weinmarkt



- Deutscher Weinmarkt –2,9 %
- Hawesko-Inlandsumsatz +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*

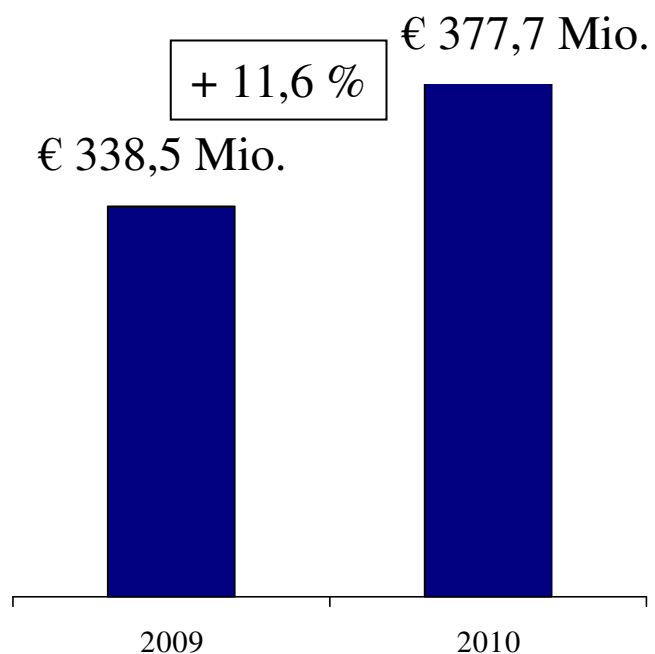
- Ursprüngliche Planung sah vor:  
2010 noch schwierig, Verbesserung erst 2011
- Sukzessive Belebung der Konjunktur,  
kräftiger Aufschwung des Bordeauxweinmarkts bereits 2010
- Großhandel erholte sich besonders kräftig



20. Juni 2011

8

## *Hawesko-Konzernumsatz*



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



20. Juni 2011

9

## *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 %

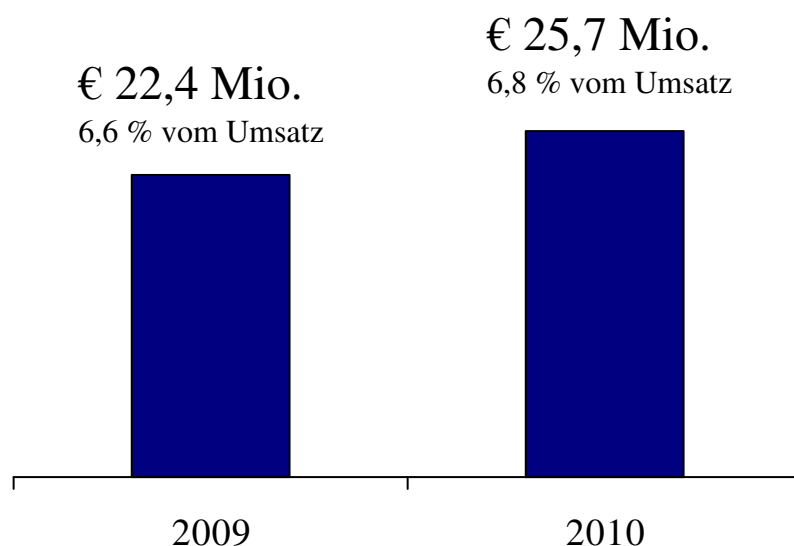
- Personalaufwandsquote blieb unverändert
- Werbeaufwandsquote ebenfalls, trotz höherer Kundenakquise
- Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen gingen insgesamt als Anteil des Umsatzes zurück



20. Juni 2011

10

## ***Konzern-EBIT: € 25,7 Mio. in 2010***



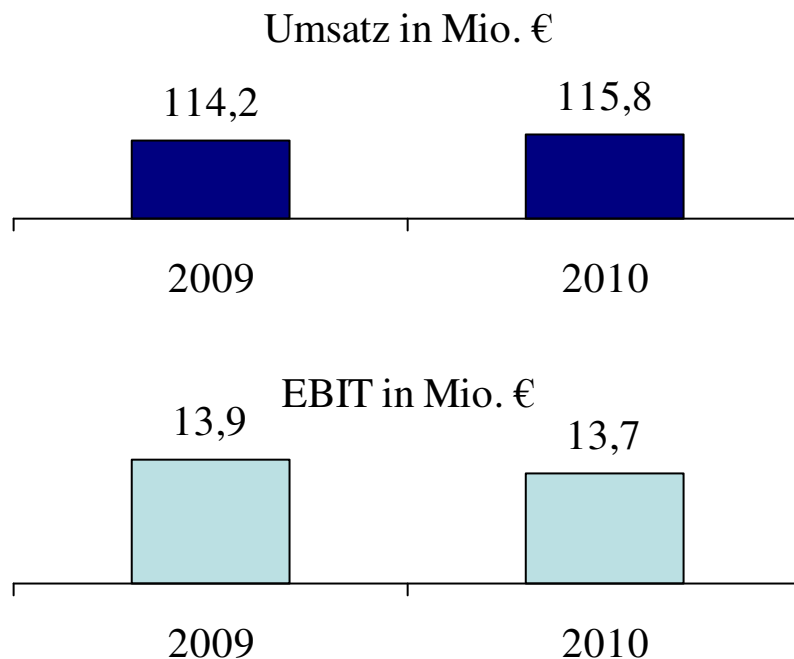
- Langfristige Zielrendite (7 %) wurde mit 6,8 % nur leicht unterschritten
- Umsatzausweitungen im Groß- und Versandhandel wirkten sich positiv aus
- Marketingaufwendungen aufrechterhalten, insbesondere für Kundenakquise



20. Juni 2011

11

## *Facheinzelhandel (Jacques' Wein-Depot)*



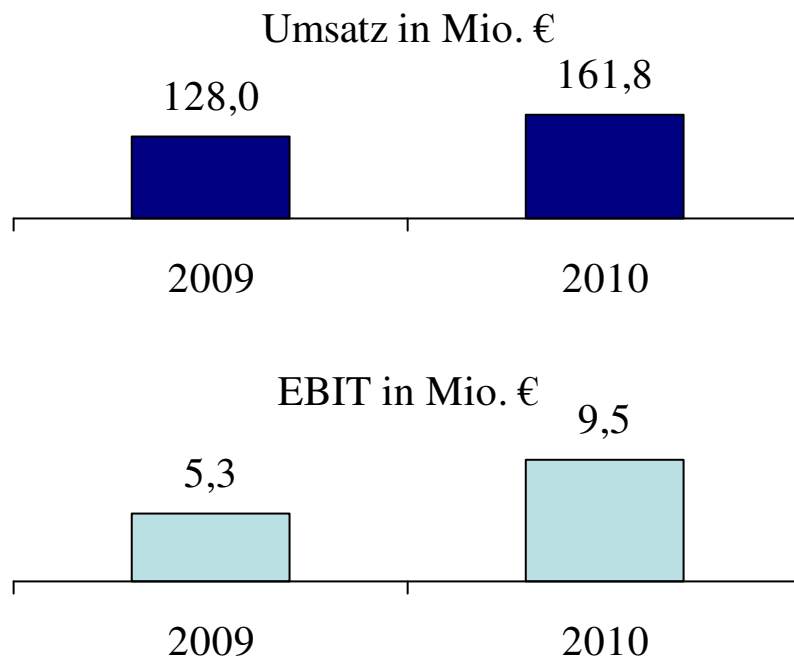
- Umsatzsteigerung um 1,5 %  
(flächenbereinigt +1,3 %)
- Standortanzahl: 274 (Vorjahr: 272);  
4 Neueröffnungen, 5 Verlegungen,  
Standortnetz wurde weiter optimiert
- Höhere Aufwendungen für  
Kundenakquise und -reaktivierung



20. Juni 2011

12

## *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

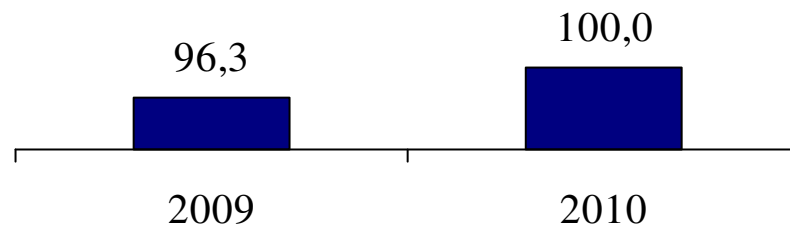


20. Juni 2011

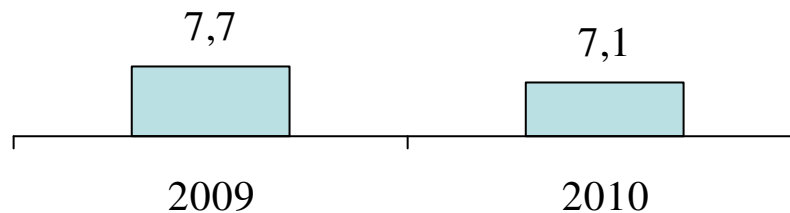
13

## *Versandhandel*

Umsatz in Mio. €



EBIT in Mio. €



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

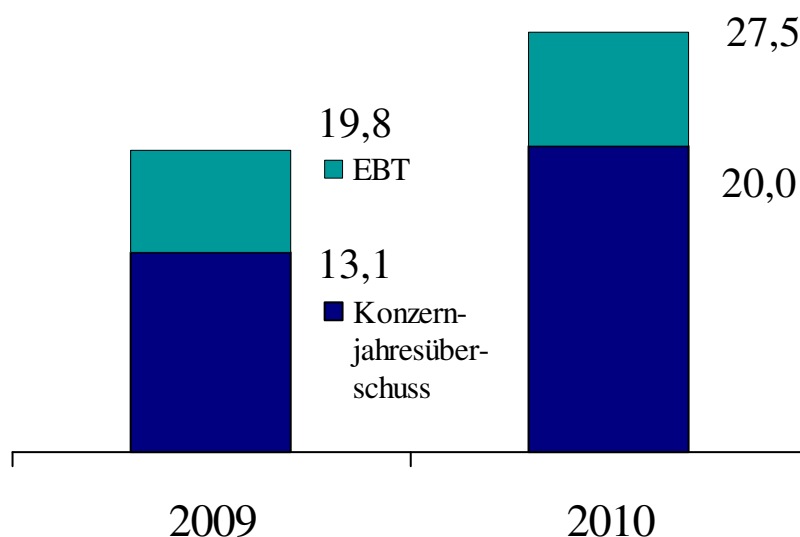


20. Juni 2011

14

## Konzernjahresüberschuss

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



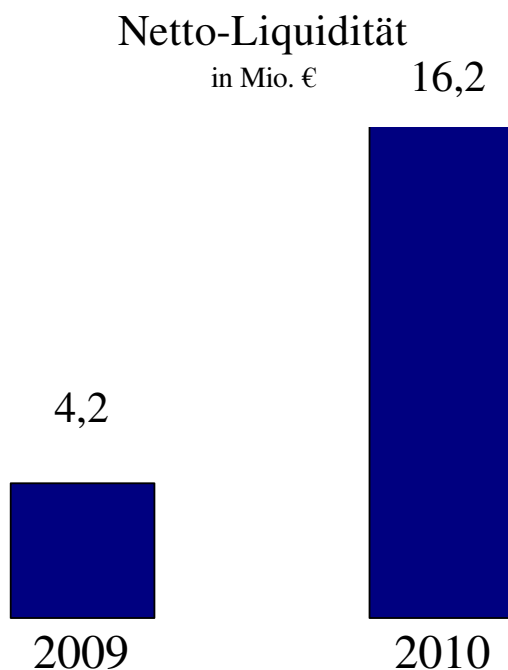
- Finanzergebnis positiv durch den Gewinn aus der Veräußerung der Beteiligung an Majestic Wine PLC: € 1,8 Mio. (Vorjahr: € –2,6 Mio.)
- Steueraufwandsquote: 26,3 % (Vorjahr: 33,5 %)
- Gewinn pro Aktie: € 2,24 (Vorjahr: € 1,48)



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.)

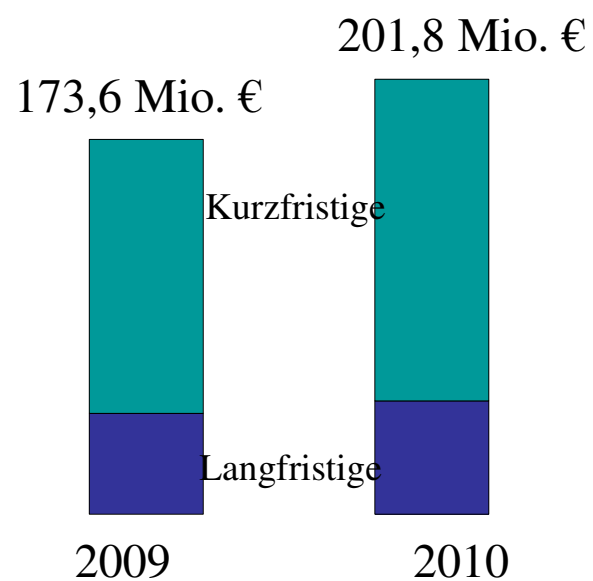


20. Juni 2011

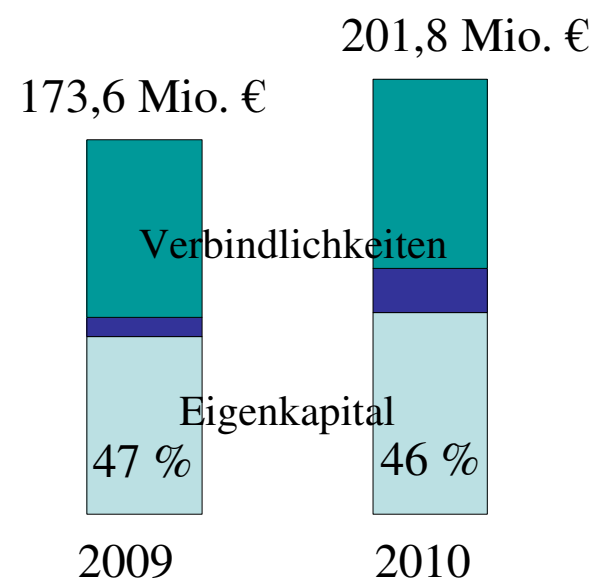
16

# Konzernbilanz

## Aktiva



## Passiva





20. Juni 2011

17

## *Cashflow und Investitionen*

Cashflow aus laufender  
Geschäftstätigkeit  
in Mio. €

28,8

21,8

2009

2010

Investitionen in Sachanlagen und  
immaterielle  
Vermögensgegenstände  
in Mio. €

7,5

5,1

3,2

in  
Sachanlagen

3,7

2009

2010



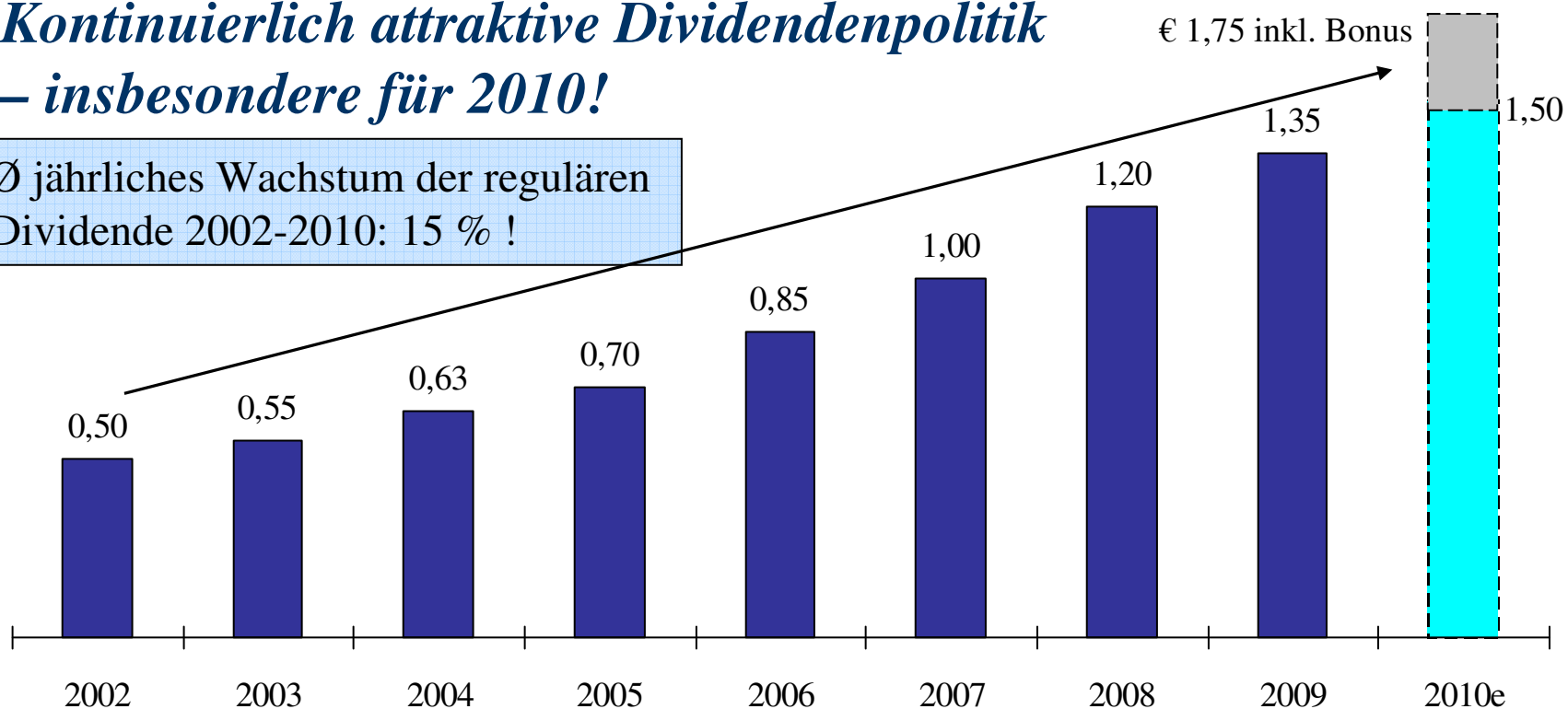
HAWESKO  
HOLDING AG

20. Juni 2011

18

## *Kontinuierlich attraktive Dividendenpolitik – insbesondere für 2010!*

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



\*) 2005 zzgl. Bonusdividende € 0.30



20. Juni 2011

19

## *Finanzieller 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*

---



20. Juni 2011

21

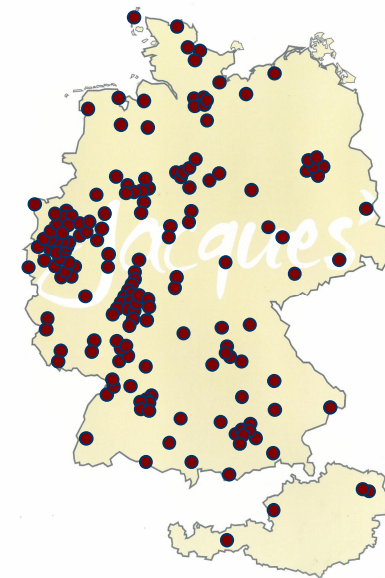
## *Premiumbereich des Weinmarkts wieder gewachsen*

- GfK: Weinmarkt insgesamt –2,9 %
- Positiver Trend 2010 bei Champagnern, Bordeaux
- Demografische und sozialogische 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





20. Juni 2011

25

## *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

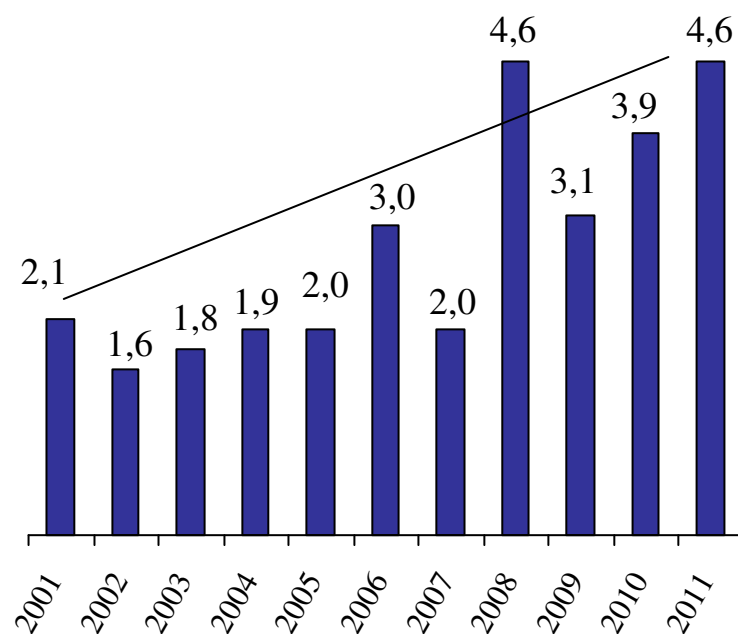


20. Juni 2011

26

## *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*

---