

# **Hauptversammlung**

## **der Hawesko Holding AG**

**am 16. Juni 2014**

**Operettenhaus, Hamburg**

(Es gilt das gesprochene Wort)

Alexander Margaritoff, Vorstandsvorsitzender:

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

herzlich willkommen zur diesjährigen Hauptversammlung der Hawesko Holding AG. Meine Kollegen – Herr Bernd Hoolmans, verantwortlich für den stationären Facheinzelhandel, Herr Bernd Siebdrat, der den Großhandel führt, und Herr Ulrich Zimmermann, Finanzvorstand – und ich freuen uns darüber, dass wir die Gelegenheit haben, Sie über das Geschäftsjahr 2013 sowie über die ersten drei Monate des laufenden Geschäftsjahres 2014 zu informieren.

Unser Geschäftsbericht mit den detaillierten Zahlen für 2013 liegt Ihnen vor. Die wichtigste Botschaft ist die gleiche wie im Vorjahr: Wir sind wiederum schneller gewachsen als der deutsche Weinmarkt – und zwar auf allen unseren Vertriebswegen. Der Hawesko-Konzern hat damit erneut Marktanteile in Deutschland hinzugewonnen. Denn unser deutsches

Kerngeschäft, das etwa 88 % zum Konzernumsatz beiträgt, hat um 2,4 % zugelegt, während der deutsche Weinmarkt wertmäßig um 1,4 % geschrumpft ist. Insgesamt stieg der Konzernumsatz um 4,2 % auf € 465 Mio. Es ist uns somit abermals gelungen, einen neuen Höchststand zu markieren!

Der Konzernumsatz stieg im Wesentlichen

- 1) weil wir unsere Bestandskunden noch enger an uns binden konnten,
- 2) weil wir den Ausbau unseres Online-Geschäfts konsequent fortgeführt haben,
- 3) weil wir auch 2013 bei der Neukundengewinnung nicht nachgelassen haben und
- 4) weil wir unsere Marktauftritte in der Schweiz und in Schweden weiter erfolgreich vorangetrieben haben.

Diese organischen Wachstumsquellen trugen mit knapp 3 Prozentpunkten zum Anstieg des Konzernumsatzes bei. Hinzu kommt die erstmalige Einbeziehung des in der Schweiz ansässigen Weinhändlers *Vogel Vins*.

Zur Umsatz- und Ergebnisentwicklung unserer Geschäftssegmente im Einzelnen:

Jacques' Wein-Depot hat seine langjährige Erfolgsserie auch 2013 fortgesetzt und den Umsatz erneut gesteigert, und zwar um 3,7 % auf € 131,6 Mio. Einen spürbaren Positiveffekt brachte unser Cross-Channel-Ansatz bei der Entwicklung der Online-Umsätze. Diese haben einen

halben Prozentpunkt zum Wachstum beigetragen. Von den 2013 akquirierten 109.000 neuen Kunden wurde eine zunehmende Anzahl über den *Jacques'*-Onlineshop gewonnen. Die Zahl der aktiven Käufer konnte um mehr als 5 % auf 750.000 gesteigert werden.

Das EBIT bei *Jacques'* nahm leicht ab – um 2,7 % – und betrug € 14,0 Mio. Dies ist primär auf den Ausbau des Online-Shops zurückzuführen. Darüber hinaus wurde die sukzessive Umstellung der Depots auf das neue Markenbild fortgesetzt.

Der Großhandel hat mit € 184,2 Mio. ein Umsatzwachstum von 5,8 % erzielt. Dieses Wachstum beruht in erster Linie auf der flächendeckenden Ausdehnung in die französischsprachige Schweiz durch *Vogel Vins* und der weiteren Expansion in den anderen Schweizer Regionen. Aber auch auf unserem Heimatmarkt Deutschland konnte ein leichtes Wachstum erzielt werden. Hier half natürlich die stabile Inlandskonjunktur. Vor allem aber hat sich die Stärkung unseres Vertriebsaußendienstes bezahlt gemacht.

Die fast sechsprozentige Umsatzausweitung im Großhandel ist umso bemerkenswerter, weil wir hier ein „Problemkind“ haben. Der Umsatz der auf den Handel mit Bordeaux-Spitzenweinen spezialisierten Tochtergesellschaft *Château Classic* schrumpfte auch 2013. Die am Jahresanfang 2013 noch bestehenden Hoffnungen auf Besserung haben sich nicht erfüllt. Da auch weiterhin keinerlei Erholungstendenzen im wichtigen Fernostgeschäft absehbar sind, haben wir beschlossen,

*Château Classic* nicht weiter fortzuführen. Den aktuellen Stand bei *Château Classic* wird Ihnen Herr Zimmermann erläutern.

Das EBIT im Großhandel lag insbesondere wegen der Einmalaufwendungen im Zusammenhang mit *Château Classic* mit € 2,5 Mio. deutlich unter dem Vorjahresniveau. Darüber hinaus konnte das Geschäft mit dem mengen- und margenschwächeren Bordeaux-Subskriptionsjahrgang 2010 nicht mit dem Vorgängerjahrgang 2009 mithalten. Auch unsere Zukunftsinvestitionen zur Zusammenführung von *Vogel Vins* und *Globalwine* führten zu einer zwischenzeitlichen Belastung, die beim Umsatz aber, wie erwähnt, bereits Früchte trägt.

Der Versandhandel hat 2013 um 2,8 % auf € 149,3 Mio. zugelegt. Dieser Anstieg wurde mit einem Plus von 13 % vor allem von *Wein & Vinos* getragen – und zwar hauptsächlich von der erneut gestiegenen Anzahl aktiver Kunden im Online-Handel. Aber auch *The Wine Company* – das ist der im Ausbau befindliche Versandhandel nach Schweden – legte um beachtliche 14 % zu. Im Versandhandelssegment gewinnt der Online-Handel damit insgesamt immer stärker an Bedeutung. Der Anteil des Internets am gesamten Umsatz des Versandhandels kletterte erneut deutlich: Er stieg von 39 % im Vorjahr auf 44 % in 2013.

Insgesamt konnten alle Gesellschaften des Versandhandelssegments die Anzahl ihrer Kunden erhöhen. Hier griffen unsere Maßnahmen zur Neukundenakquise, insbesondere die Zeitungs- und Zeitschriftenwerbung, aber auch die Werbung in Online-Medien. Damit haben wir 2013 im Versandhandel 200.000 neue Kunden gewonnen.

Das EBIT des Versandhandelssegments stieg 2013 um 26 % auf € 11,1 Mio. Hierzu trug die Umsatzausweitung im Stammgeschäft ebenso bei wie die Optimierung der Werbeaufwendungen und die verbesserte IT bei *Wein & Vinos*. Dort war es im Vorjahr im Zuge einer Umstellung zu Engpässen im vorweihnachtlichen Geschäft gekommen.

Insgesamt beläuft sich das Konzern-EBIT im Geschäftsjahr 2013 auf € 22,6 Mio., nach € 25,6 Mio. im Vorjahr. Ich möchte betonen, dass dieser Rückgang ausschließlich auf die Sondereffekte durch die beabsichtigte Trennung von *Château Classic* zurückzuführen ist. Hier haben wir eine bilanzielle Vorsorge von ca. € 3 Mio. vorgenommen. Das Konzern-Nettoergebnis beläuft sich entsprechend auf € 16,3 Mio., nach € 22,7 Mio. im Jahr davor. Auch hierzu wird Herr Zimmermann Auskunft geben.

Trotz der bilanziellen Vorsorge ist die Eigenkapitalquote im Übrigen leicht gestiegen – und zwar auf 39 %. Auch die Verzinsung des eingesetzten Kapitals hat erneut unsere langfristige Zielgröße von mindestens 16 % erreicht. Daher kann man sagen, dass wir im vergangenen Jahr trotz des punktuellen Problems *Château Classic* eine zufriedenstellende Entwicklung verzeichnen konnten, insbesondere wenn man berücksichtigt, dass wir auch in 2013 unvermindert in neue Systeme, neue Kunden und neue Vertriebskanäle investiert haben.

In dieser Hinsicht stimmen uns insbesondere unsere Erfolge im Online-Geschäft besonders optimistisch.

Nach unserer Kenntnis ist der Hawesko-Konzern inzwischen der größte Online-Weinhändler der Welt. Diese Positionierung bauen wir

systematisch weiter aus – zum Beispiel mit einem responsiven Design unserer Internetauftritte, das die optimale Darstellung von Inhalten unabhängig vom jeweils verwendeten Endgerät erlaubt.

Dass wir im E-Commerce permanent die neuesten Entwicklungen im Auge behalten, zeigt auch unsere jüngste Innovation: Bei den neuen internettähigen Fernsehern von Samsung kann man sich direkt in den *Hawesko*-Online-Shop einklicken. Die *Hawesko*-Smart-TV-Anwendung basiert auf demselben Konzept wie unsere Apps für Tablets oder Smartphones. Dass diese Vertriebsform Potenzial aufweist, sieht man daran, dass heute bereits jeder vierte Fernseher in Deutschland internettätig ist.

Wir sind also auf das hohe Innovationstempo im Internet eingestellt und können es mitgehen: Ebenso schnell wie das Netz und damit die Kaufgewohnheiten im Online-Bereich sich wandeln, werden auch wir uns wandeln. Das unterscheidet uns übrigens ganz wesentlich von den zahlreichen Start-ups in unserer Branche. Mittlerweile gibt es in Deutschland ca. 150 Online-Weinhändler, die versuchen, durch günstige Angebote einen Teil des Marktes für sich zu erobern. Diesen Anbietern fehlt es aber oft an einer langfristig ausgerichteten Geschäftspolitik, an den logistischen Fähigkeiten und auch am Direktmarketing-Know-how. Bei Hawesko hingegen profitieren wir von unseren langjährigen Erfahrungen im Wein- wie im Distanzhandel.

Dabei vergessen wir keinesfalls unsere traditionellen Vertriebswege, denn wir glauben weiterhin fest an den Erfolg unseres Cross- und Multi-

Channel-Konzepts. So verzahnen wir On- und Offline-Handel bei *Jacques'* immer stärker. Außerdem bringt das Online-Geschäft auch bemerkenswerte Rückkopplungen von der virtuellen zurück in die reale Welt. TVino startete beispielsweise 2009 als reines Online-Konzept. 2013 ging TVino dann aber mit einem Popup-Store im Hamburger Schanzenviertel sehr erfolgreich in den stationären Handel. Hier erschließen wir vor allem neue jüngere Kundengruppen. Auszeichnungen wie die Berliner Wein Trophy als „Bester Fachhändler Online“ sowie „Bester Importeur Italien“ oder als „Versandhändler des Jahres 2013“ von Mundus vini, helfen uns ebenfalls.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

Vorstand und Aufsichtsrat sind gleichermaßen zuversichtlich, was den nachhaltigen Erfolg des Hawesko-Konzerns betrifft. Als klares Zeichen hierfür hat sich die Verwaltung hinsichtlich der Dividendenausschüttung für das Geschäftsjahr 2013 entschieden, die Kontinuität in den Vordergrund zu stellen. Wir schlagen daher den Aktionären eine unveränderte Dividende in Höhe von € 1,65 je Aktie vor.

Ich möchte nun Herrn Zimmermann bitten, uns die finanziellen Details des letzten Jahres zu erläutern.

Ulrich Zimmermann, Finanzvorstand:

Sehr geehrte Damen und Herren,

auch ich darf Sie sehr herzlich zur Hauptversammlung der Hawesko Holding AG begrüßen.

Nachdem Herr Margaritoff Ihnen bereits einen Überblick über die operative Entwicklung des Geschäftsjahres 2013 gegeben hat, möchte ich nun einige ergänzende Ausführungen zum Jahresabschluss machen.

Der Netto-Umsatz des Hawesko-Konzerns stieg 2013 um 4,2 % von € 446,4 Mio. auf € 465,2 Mio. Herr Margaritoff hatte bereits die wesentlichen Treiber genannt: Die noch engere Kundenbindung, die Gewinnung neuer Kunden, der Ausbau des Online-Geschäfts und die Intensivierung der Marktauftritte in Schweden und in der Schweiz. Zu letzterem gehört die Ersteinbeziehung der Firma *Vogel Vins*, die im französischsprachigen Teil der Schweiz tätig ist.

Das operative Ergebnis – EBIT – wurde stark durch die Entscheidung beeinflusst, uns von der im Bordeaux ansässigen Tochtergesellschaft *Château Classic* zu trennen. Damit ergaben sich negative Einmaleffekte in Höhe von € 4,4 Mio., die im Geschäftsjahr 2013 einen Rückgang des EBIT auf € 22,6 Mio. verursachten (Vorjahr: € 25,6 Mio.). *Château Classic* ist im weltweiten Markt für Bordeauxweine der absoluten Spitzenklasse tätig und weist eine sehr wechselhafte Entwicklung auf, die zuletzt stark unter dem Baisse gelitten hat, nachdem chinesische Käufer den Markt abrupt verlassen hatten. Wir haben uns Ende 2013 entschieden, uns von dieser

Firma zu trennen und sind dabei, die dafür notwendigen Maßnahmen umzusetzen, so dass die Gesellschaft bis zum Ende des Jahres entweder abgewickelt oder verkauft ist.

Bei den bedeutendsten Aufwandpositionen – nämlich denjenigen für Personal, Werbung und Versand – haben wir weitgehend Stabilität gegenüber dem Vorjahr erzielt.

Der Personalaufwand nahm im Berichtsjahr von € 45,8 Mio. auf € 51,9 Mio. zu, bedingt durch die Erstkonsolidierung von *Vogel Vins* sowie durch zusätzliches Personal in Zusammenhang mit der Entwicklung von Projekten im E-Commerce und in Auslandsmärkten. Die Personalaufwandsquote erhöhte sich von 10,3 % vom Umsatz im Vorjahr auf 11,1 % im Geschäftsjahr 2013.

Die Werbeaufwendungen erreichten € 39,7 Mio. (Vorjahr: € 39,6 Mio.) und verbesserten sich damit in Relation zum Umsatz um 0,4 Prozentpunkte auf 8,5 % im Jahr 2013. Dabei standen der etablierten Neukundengewinnung auf hohem Niveau und der Reaktivierung ehemaliger Kunden geringere Marketingkosten in anderen Bereichen gegenüber.

Die Versandkosten stiegen im Hawesko-Konzern umsatzbedingt um € 1,1 Mio. auf € 20,2 Mio. Die Versandkostenquote konnte trotz der erweiterten Aktivitäten in Schweden bei 4,3 % gehalten werden.

Ich komme nun zum Konzernergebnis:

Der Rückgang des operativen Ergebnisses (EBIT) schlug bis in den Konzernjahresüberschuss durch – wenn auch dank eines positiven Finanzergebnisses nicht ganz so stark.

So weisen wir im Finanzergebnis einen Netto-Ertrag von € 2,7 Mio. aus, nach einem Netto-Ertrag von € 4,4 Mio. im Vorjahr. Der positive Betrag in beiden Jahren ergibt sich aus der Neubewertung einer finanziellen Verbindlichkeit nach IAS 39. Das Konzernergebnis vor Ertragsteuern betrug im Jahr 2013 € 25,3 Mio. und lag € 4,8 Mio. unter dem Vorjahreswert. Die Steuerquote war im Berichtsjahr durch die Auflösung der gebildeten aktiven latenten Steuern auf den Verlustvortrag von *Château Classic* belastet. Die Steuerquote stieg von 24,3 % im Vorjahr auf 35,4 % im Jahr 2013 vor allem deshalb, weil die Verluste von *Château Classic* voraussichtlich nicht steuerlich nutzbar sein werden. In Verbindung mit dem geringeren Ergebnis vor Ertragsteuern ergab sich ein Ergebnis nach Steuern von € 16,3 Mio. (Vorjahr: € 22,7 Mio.).

Der Konzernjahresüberschuss ohne Anteile nicht beherrschender Gesellschafter betrug im Berichtsjahr € 16,2 Mio. (Vorjahr: € 22,5 Mio.), entsprechend € 1,80 pro Aktie (Vorjahr: € 2,51).

Meine Damen und Herren, gestatten sie mir an dieser Stelle einige Ausführungen zur Finanzierungs- und Liquiditätssituation im Konzern:

Der Hawesko-Konzern verfügt weiterhin über eine solide finanzielle Basis. Durch die für ein Handelsunternehmen auf einem guten Niveau liegende

Eigenkapitalquote in Höhe von 39 % können wir unseren strategischen Fokus unverändert auf die weitere Stärkung der Marktposition und die Fortsetzung des Wachstums im In- wie im Ausland richten. Die finanzielle Stärke des Hawesko-Konzerns ermöglicht uns selbst in einem Ausnahmejahr wie 2013, die Dividende auf Vorjahresniveau zu halten. Trotz der Sonderbelastungen durch *Château Classic* wird die vorgeschlagene Dividende durch den Cashflow gedeckt und zehrt nicht an der Substanz des Konzerns.

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit nämlich stieg konzernweit von € 17,5 Mio. im Vorjahr auf € 31,1 Mio. im Berichtsjahr. Dies war vorwiegend die Folge einer Reduzierung des Working Capital gegenüber dem Vorjahr. Der Cashflow aus Investitionstätigkeit stellte sich mit € –7,5 Mio. im Berichtsjahr gegenüber dem Vorjahreswert (€ –25,4 Mio.) günstiger dar. Im Vorjahr war die Zahlung für *Wein & Vinos* enthalten. Die Investitionen in immaterielle Vermögenswerte 2013 (€ 1,3 Mio.) betreffen im Wesentlichen solche für die Optimierung des Internetgeschäfts. Die Sachanlageninvestitionen (€ 3,9 Mio.) beziehen sich in erster Linie auf die Expansion und Modernisierung der Depots im Segment Stationärer Weinfacheinzelhandel sowie konzernweite Erweiterungs- und Ersatzinvestitionen.

Zum Schluss meiner Ausführungen möchte ich Ihnen noch einen Ausblick auf das laufende Geschäftsjahr geben.

Der Hawesko-Vorstand setzt weiterhin auf langfristiges und profitables Wachstum. Im Geschäftsjahr 2014 kommen gegenüber dem Vorjahr zwei

größere negative Auswirkungen auf den Umsatz zum Tragen: Zum einen wird der Umsatz aus den zur Auslieferung anstehenden Bordeaux-Subskriptionsweinen aufgrund der geringeren Nachfrage nach dem neuen Jahrgang um ca. € 8 Mio. zurückgehen. Zum anderen wird sich der Umsatz von *Château Classic* um ca. € 5 Mio. reduzieren, da diese Gesellschaft im Konzern nicht mehr fortgeführt wird. Dagegen rechnet der Vorstand für das Gros des Konzerns mit weiterem Wachstum: Für die Konzern-Tochtergesellschaften im Inland – mit Ausnahme von *Wein & Vinos* – wird von einem Wachstum im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich ausgegangen. Im Segment Versandhandel erwartet der Vorstand bei *Wein & Vinos* eine Expansion im Bereich zwischen 10 % und 15 %, bei *The Wine Company* im Bereich zwischen 15 % und 20 %. Im Segment Großhandel wird 2014 von einem Wachstum von 10 % in der Schweiz ausgegangen. Insgesamt erwartet der Vorstand für das aktuelle Geschäftsjahr ein Umsatzwachstum im Hawesko-Konzern in der Größenordnung zwischen 1 % und 2 % – trotz der strukturell bedingten Belastungen von insgesamt € 13 Mio.

Was die EBIT-Marge im Konzern betrifft, wird für 2014 mit einer Verbesserung gegenüber dem Vorjahr gerechnet und eine Marge in der Bandbreite zwischen 5,7 % und 6,0 % (2013: 4,8 %) erwartet – vornehmlich durch den Wegfall von den Einmalaufwendungen in 2013. Dabei wird weiterhin in neue Kunden und in die Verfeinerung der Konzepte für den Online-Handel bzw. für den Cross-Channel-Ansatz von *Jacques'* investiert. Zum jetzigen Zeitpunkt ist für 2014 mit einem

operativen Ergebnis (EBIT) des Konzerns in der Größenordnung von € 27–28 Mio. (2013: € 22,6 Mio.) zu rechnen.

Der Konzernjahresüberschuss nach Steuern und Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter wird in der Größenordnung von € 17,0 Mio. (2013: € 16,2 Mio.) erwartet.

Der Free-Cashflow sollte in einer Größenordnung von € 17–22 Mio. liegen.

Meine Damen und Herren, ich bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit und übergebe nun wieder an Herrn Margaritoff.

Alexander Margaritoff, Vorstandsvorsitzender:

Vielen Dank, Herr Zimmermann. Meine sehr geehrten Damen und Herren, an unserer langfristigen Geschäftsstrategie hat sich nichts geändert. Wir wollen auch in Zukunft

- 1) unsere traditionellen Vertriebswege konsequent weiterentwickeln,
- 2) versuchen, auch mit neuen innovativen Methoden noch mehr Menschen auf unser Angebot aufmerksam zu machen und
- 3) externe Wachstumschancen mit strategisch passenden Akquisitionen im In- und Ausland wahrnehmen.

Dass dieses Wachstum solide und profitabel sein muss, versteht sich von selbst. Herr Zimmermann hat eben die Entwicklung des ersten Quartals skizziert und dieses stimmt uns durchaus positiv, was den weiteren Verlauf des Jahres angeht. Auch bis Ende Mai, also nach fünf Monaten, sind wir innerhalb unserer Zielbandbreite. So werden wir voraussichtlich den Umsatz des Jahres 2013 in diesem Jahr übertreffen. Beim EBIT erwarten wir eine Größenordnung von € 27–28 Mio. und damit ein neues Rekordergebnis.

Zusammenfassend kann ich sagen: Für die kommenden Jahre ist der Hawesko-Konzern sehr gut positioniert. Der Weinmarkt wächst, und unser Zielsegment im oberen Bereich des Weinmarkts wächst sogar besonders stark. Auf unserem Kernmarkt Deutschland sind wir Marktführer. Und wir

können auf einer langen und nachweisbar erfolgreichen Wachstumshistorie aufbauen. Vor allem in den Ländern außerhalb Deutschlands werden sich uns weitere vielversprechende Chancen eröffnen. Diese Chancen werden wir – genauso wie in der Vergangenheit – auch in Zukunft nutzen!

Das ist aber nur mit engagierten Menschen, die sich voll mit ihrem Unternehmen identifizieren, möglich. Deshalb danken Vorstand und Aufsichtsrat allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihren erneut außerordentlichen Einsatz bei der Weiterentwicklung des Unternehmens. Unser Dank gilt darüber hinaus unseren Partnern sowohl bei *Jacques' Wein-Depot* als auch im Großhandelsvertrieb sowie unseren Lieferanten, Kunden und Aktionären – die uns seit Jahren die Treue halten.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!