

# HAUPT- VERSAMMLUNG 2016

---

Stage Operettenhaus, Hamburg, 13. Juni 2016





# **VORSITZENDER DES VORSTANDS, CEO**

---

# **THORSTEN HERMELINK**

**FINANZVORSTAND,  
CFO**

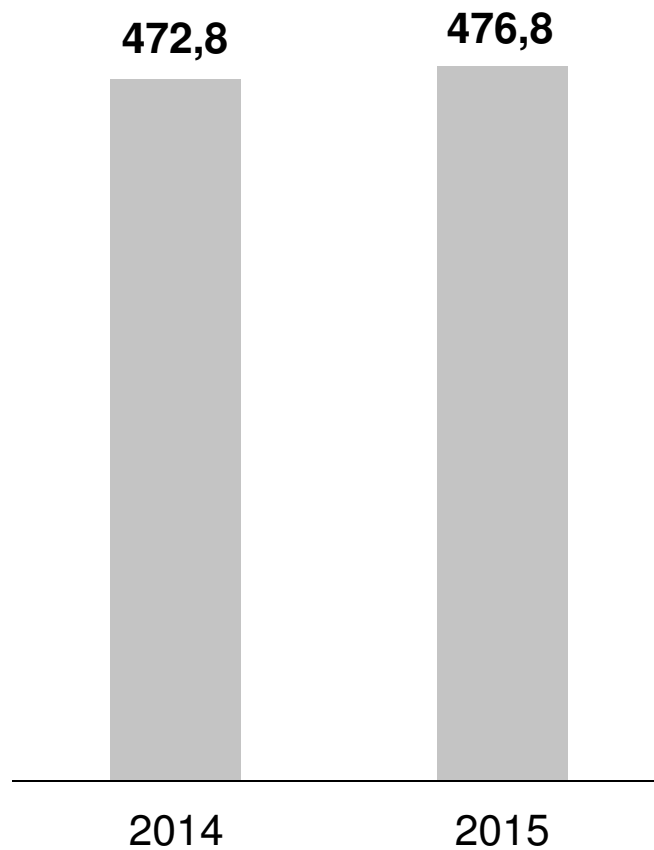
---



**ULRICH ZIMMERMANN**

# KONZERN- UMSATZ

---



## POSITIVE IMPULSE

- Großhandel im Inland
- Jacques' Wein-Depot
- Wein & Vinos

## GEGENWIND

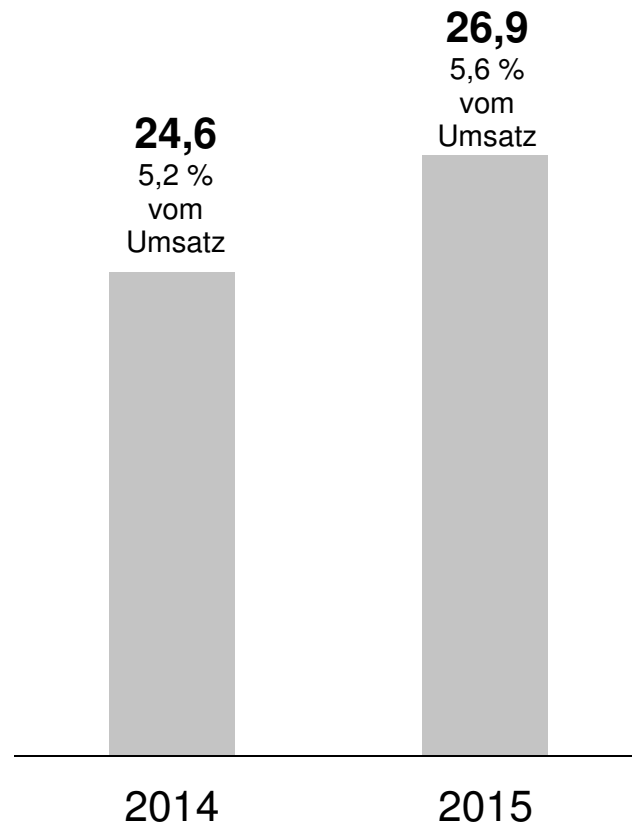
- Jubiläumsjahr im Vorjahr
- Beendigung Aktivitäten in Frankreich

# KONZERN- ERGEBNIS

---



KONZERN-EBIT (BEREINIGT)  
IN MIO. €



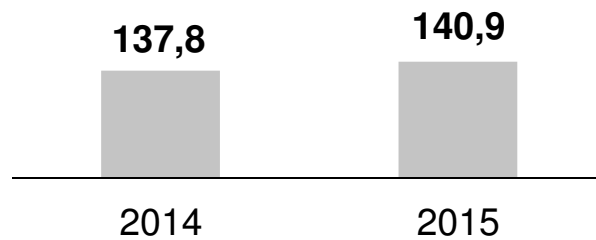
- Gesteigerte Kosteneffizienz im Distanzhandel
- Profitables Wachstum bei *Jacques'*
- Gutes B2B-Geschäft im Inland
- Nicht um Sonderfaktoren bereinigtes EBIT: € 20,1 Mio. (Vorjahr ebenso)
- Ergebnis je Aktie, bereinigt: € 1,95 (Vorjahr: € 1,73)

# FACH- EINZELHANDEL

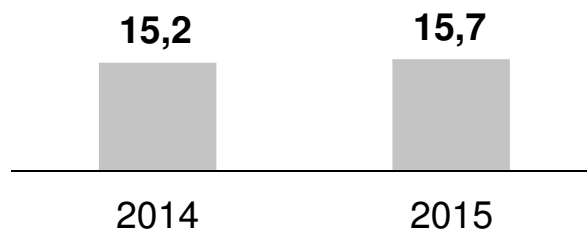
---



UMSATZ IN MIO. €



EBIT IN MIO. €



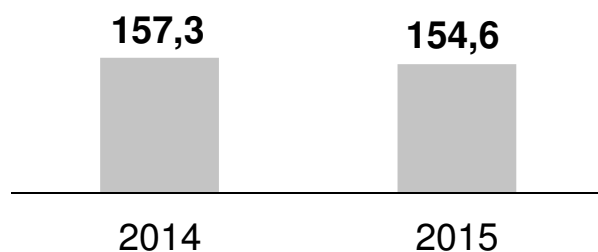
- Umsatzsteigerung um 2,3 %  
flächenbereinigt +1,5 %
- Erneut mehr Kunden
- EBIT stieg überproportional  
zum Umsatz

# DISTANZ- HANDEL

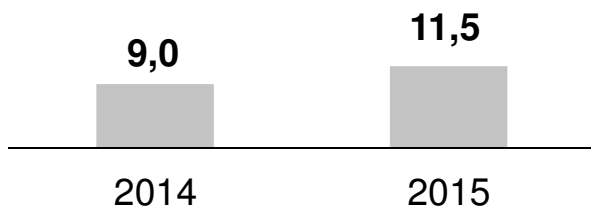
---



UMSATZ IN MIO. €



EBIT IN MIO. €



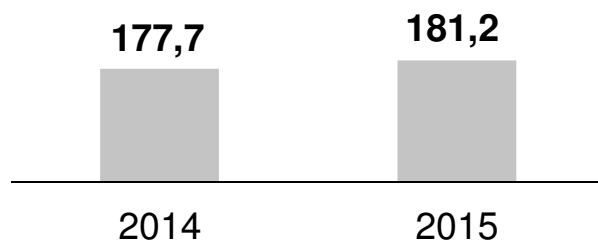
- Umsatz lag 1,7 % unter Vorjahr nach Jubiläumsofferten 2014
- *Wein & Vinos, The Wine Company* und *Carl Tesdorpf Weinhandel* über Vorjahr
- Online-Anteil auf 48 % vom Umsatz angestiegen
- EBIT stieg um 30 %

## B2B-MARKEN (GROSSHANDEL)

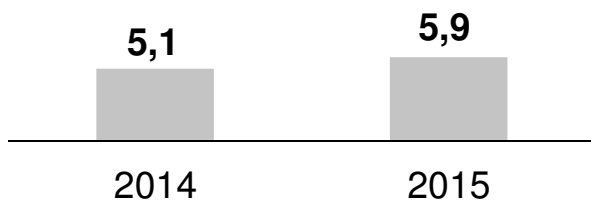
---



UMSATZ IN MIO. €



EBIT IN MIO. €



- Umsatzanstieg 2,0 %:  
Rege Inlandsnachfrage,  
verstärkter Außendienst
- Umsatzrückgang in der Schweiz  
nach Aufwertung CHF
- EBIT stieg überproportional  
zum Umsatz



# FINANZIERUNGS- UND LIQUIDITÄTSSITUATION

---

## SCHULDENFREI

- Finanzverbindlichkeiten stehen liquide Mittel in gleicher Größe gegenüber (Vorjahr: € 7 Mio. Netto-Verschuldung)

## EIGENKAPITALQUOTE

- fast 42 % (vor Ausschüttung, Vorjahr ebenso)

## OPERATIVER CASHFLOW

- auf € 26,1 Mio. gestiegen (Vorjahr: € 13,1 Mio.)
- Free Cashflow gestiegen auf € 19,7 Mio. bzw. € 2,19 je Aktie (Vorjahr: € 1,46)

## DIVIDENDENVORSCHLAG

- € 1,30 je Aktie

# PROGNOSE 2016

---

## KONZERNUMSATZ

- stabil gegenüber dem Vorjahr
- weiterhin Fokus auf profitable Umsätze

## KONZERN-EBIT

- Steigerung auf ca. € 28-29 Mio.
- Verbesserung der EBIT-Marge auf ca. 6 %

## STEIGERUNG WICHTIGER KENNZAHLEN

- Netto-Ergebnis, ROCE und Free Cashflow

# GELUNGENER JAHRESAUFTAKT

---

## KONZERNUMSATZ Q1 2016

- trotz hoher Vergleichsbasis in etwa auf Vorjahresniveau

## KONZERN-EBIT Q1 2016

- positive Entwicklung auf € 4,8 Mio. nach € -2,6 Mio.
- Anstieg auf vergleichbarer Basis um 15,3 %

## PROGNOSE FÜR 2016 BESTÄTIGT

# FAST ALLE FINANZZIELE ERREICHT



	Zielsetzung	2015	Zielerreichung
<b>UMSATZ</b>	Umsatzwachstum in der Größenordnung von ca. 1% gegenüber dem Vorjahreswert (€ 473 Mio.)	€ 476,8 Mio.	✓
	Stärkeres Wachstum als der deutsche Weinmarkt (2015: -1 %)	gesamt: + 0,8%; im Inland: + 2,0 %	✓
<b>EBIT</b>	Größenordnung von € 26–27 Mio. bereinigt um Einmalaufwendungen (€ 19–20 Mio. wie berichtet)	€ 26,9 Mio. (+9,1%) wie berichtet: € 20,1 Mio. (+0,4%)	✓
<b>EBIT-MARGE</b>	Nachhaltige Marge von 7 % vom Umsatz bzw. für 2015 (bereinigt) zwischen 5,5 % und 5,7 %	5,6%	–
		(wie berichtet: 4,2%)	✓
<b>ROCE</b>	Mindestzielrendite (16%)	bereinigt: 20% (wie berichtet: 15%)	✓ –
<b>FREE CASHFLOW</b>	Größenordnung von € 17–20 Mio.	€ 20 Mio.	✓

# STRATEGISCHE NEUAUS- RICHTUNG

---

Thorsten Hermelink



---

# **Generation X und die Digital Natives werden den Handel im Premium- Weinmarkt verändern**

# DIGITALISIERUNG VERÄNDERT KAUFVERHALTEN

---

## KONSUMENTEN WISSEN MEHR

- Preistransparenz
- Schwarmwissen

## KONSUMENTEN KAUFEN ANDERS

- ohne Druck
- es gibt alles immer irgendwo und im Zweifel günstiger

## KONSUMENTEN ORIENTIEREN SICH ANDERS

- Social Commerce
- „Die Follower“

## **WEIN- MEGATRENDS**

---

- **Low alcohol**
- **Bio & Co.**
- **Regionalität**
- **Authentizität**



## WETTBEWERB NIMMT ZU

---

- **Lebensmittelhandel verkauft höherwertige Weine**
- **Online-Shops sprießen wie Pilze aus dem Boden**
- **Grenzen verschwinden**
- **Digitale Geschäftsmodelle drängen in den Markt**

## **HERAUSFORDERUNGEN IN DEN NÄCHSTEN 5 JAHREN**

---

- **Transformation der Unternehmens-DNA ins digitale Zeitalter**
- **Relevanz von Technik nutzen**
- **Maximale Kosteneffizienz**

## UNSER ZIEL

---

**»Europas  
größter,  
innovativster und  
profitabelster  
Weinhändler im  
Premiumbereich«**

## HAWESKO-GRUPPE

---

**Starke Händlermarken**  
**+**  
**Leistungsfähige Plattformen**  
**=**  
**eine Gruppe**

## MITTELFRISTIGE FINANZIELLE ZIELE

---

- **Durchschnittliches Umsatzwachstum  
CAGR  $\approx$  5 %**
- **EBIT-Zielrendite 7 %**
- **ROCE mindestens 16 %**
- **Adäquate Dividendenzahlungen**

# HAUPT- VERSAMMLUNG 2016

---

Stage Operettenhaus, Hamburg, 13. Juni 2016

