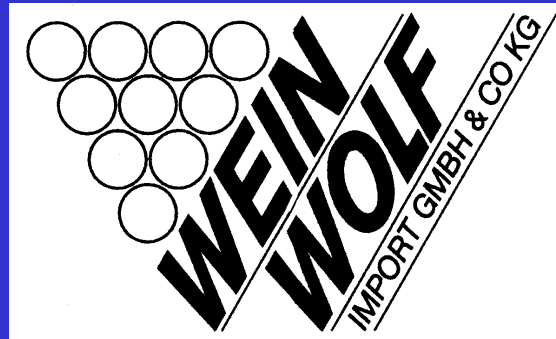


# Hawesko Holding AG



# Highlights 1999: Wein-Wolf



- Übernahme 90 % der Anteile im September
- Hawesko-Gruppe nun auch im Großhandelsbereich führend in Deutschland
- Weitreichende Erweiterung der Produktpalette



# Highlights 1999: Winegate



- Site-Relaunch im November 1999
- DM 1,2 Millionen Umsatz in 8 Wochen:  
übertraf unseren Best-Case um 10 %



# Highlights 1999

- Umsatz + 36 %
- Betriebsergebnis (EBIT) + 6%
- Konzernjahresüberschuss + 13,7 %
- Dividende unverändert bei 2,65 DM



# Geschäftsabschluss und Finanzen

**Sven Ohlzen**

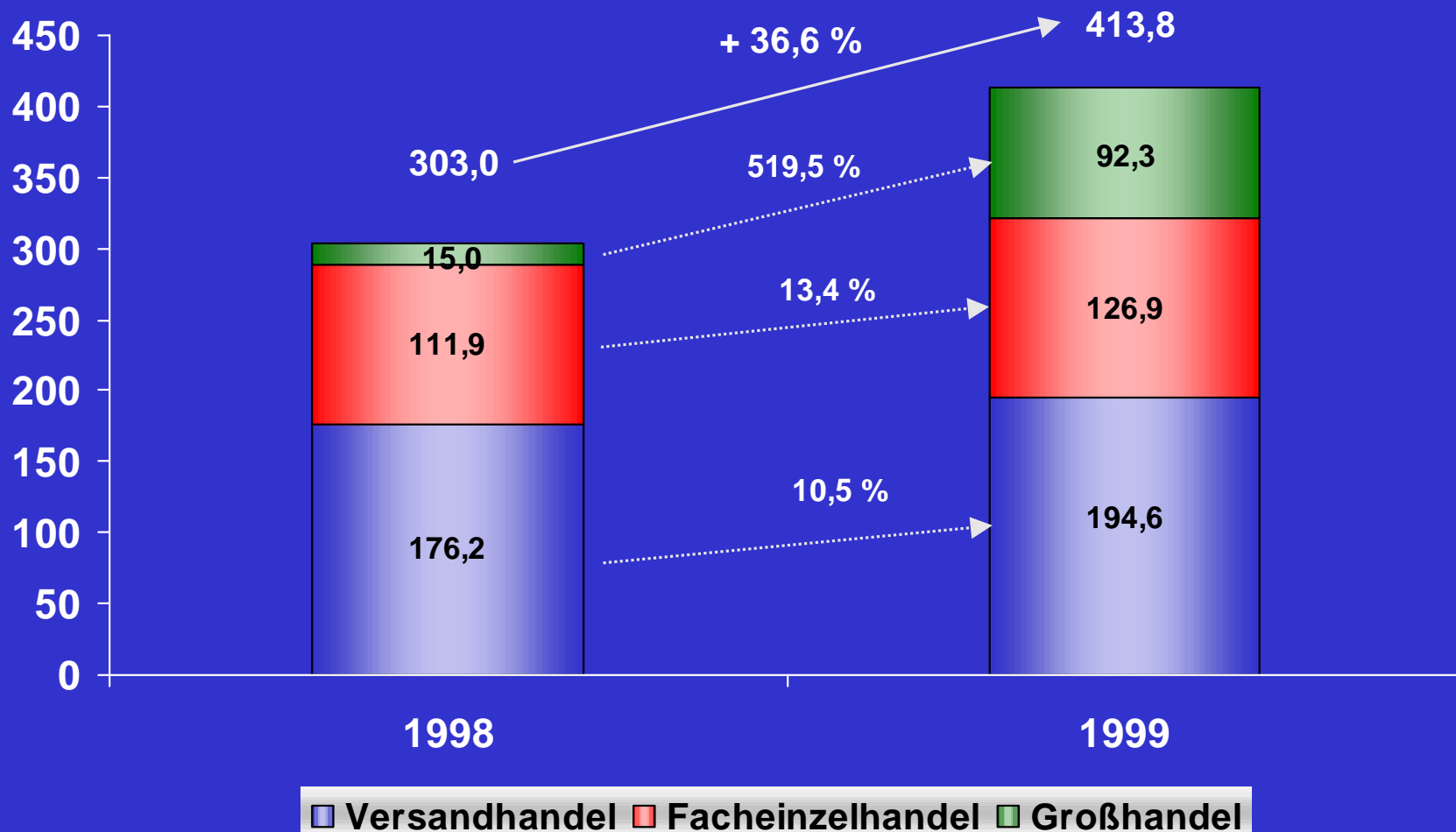
**Finanzvorstand**



# Entwicklung Netto-Umsätze 1999

Konsolidiert

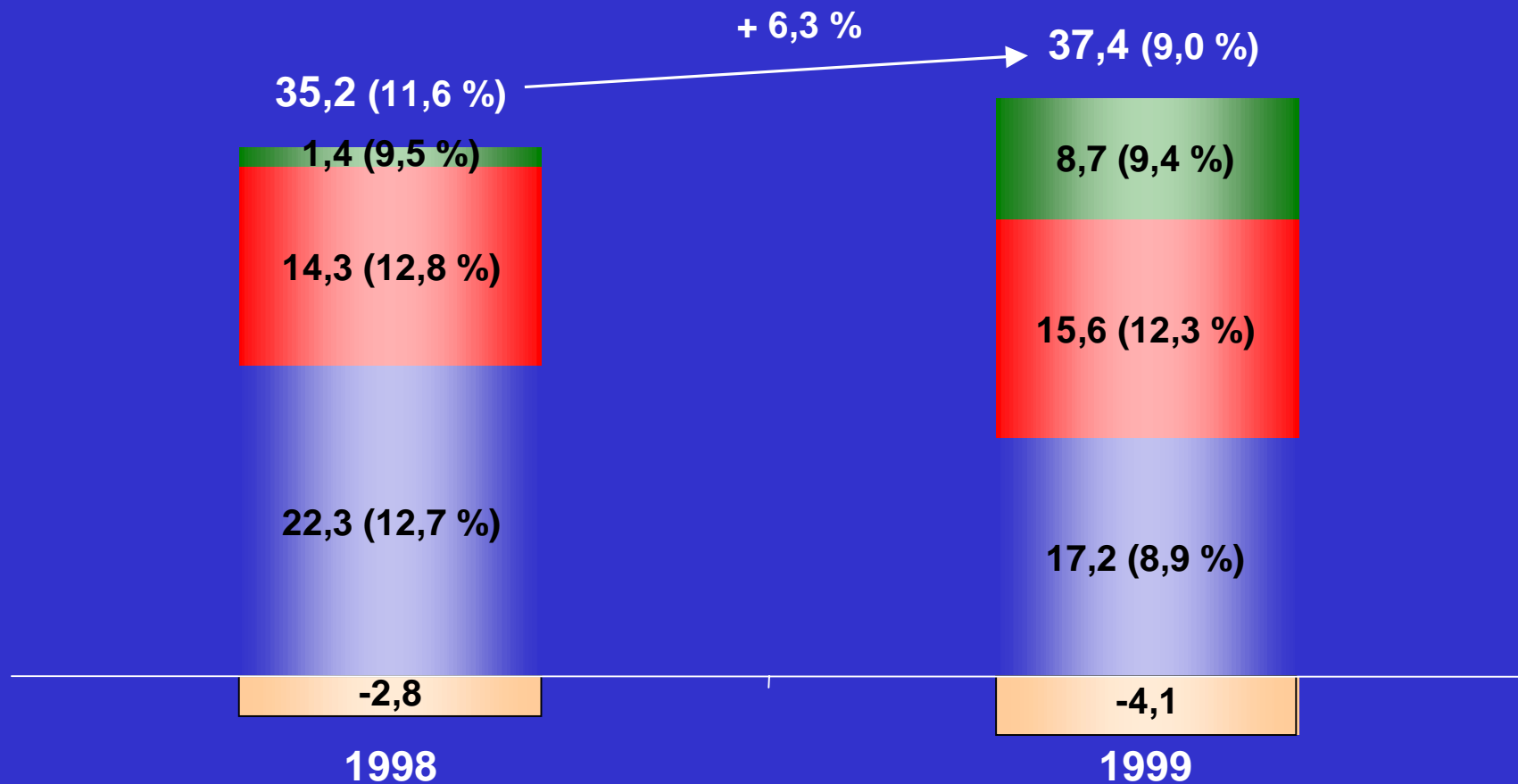
in Mio. DM



# EBIT - Entwicklung nach Segmenten

inkl. Wein Wolf Gruppe (in 1999)

in Mio. DM (Marge in %)

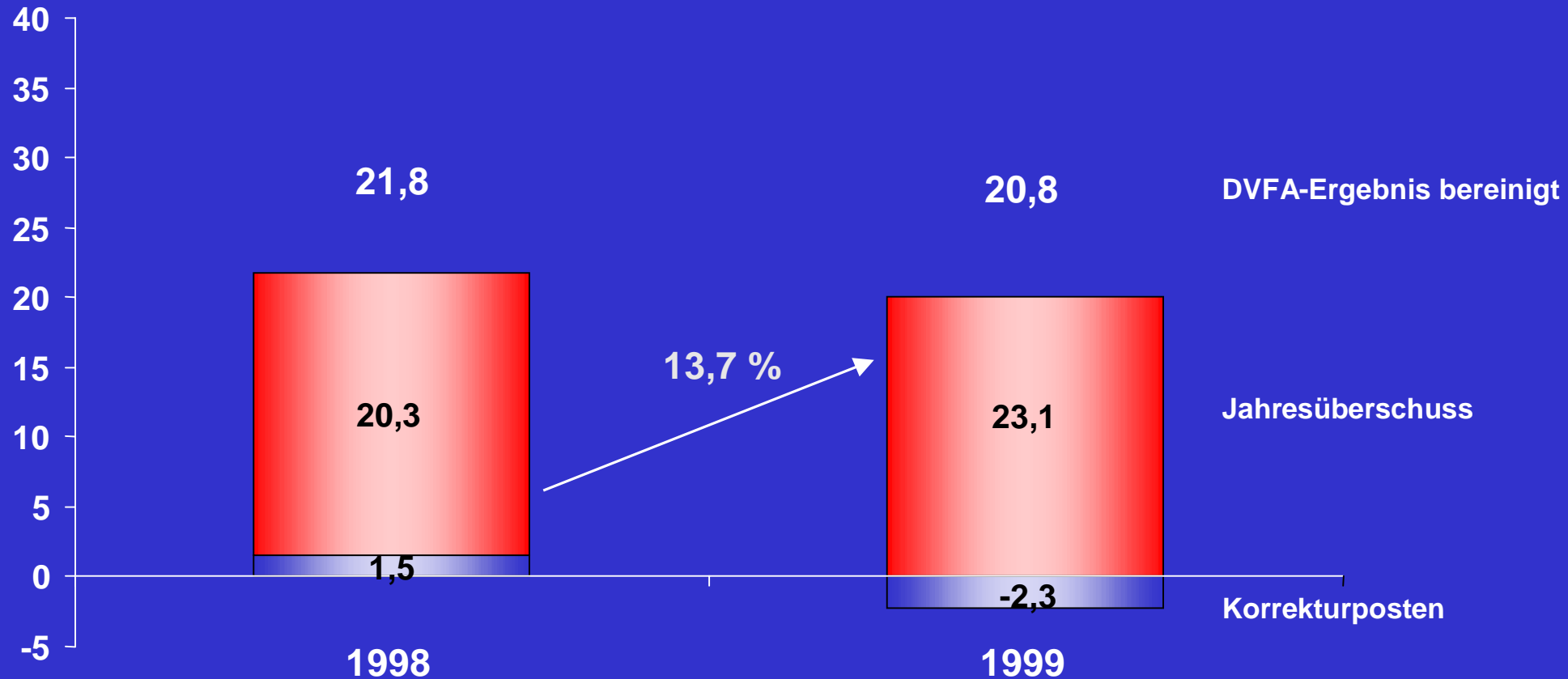


■ Versandhandel ■ Facheinzelhandel ■ Großhandel ■ Sonstige



# Entwicklung Konzern- Jahresüberschuss/ DVFA-Ergebnis

in Mio. DM

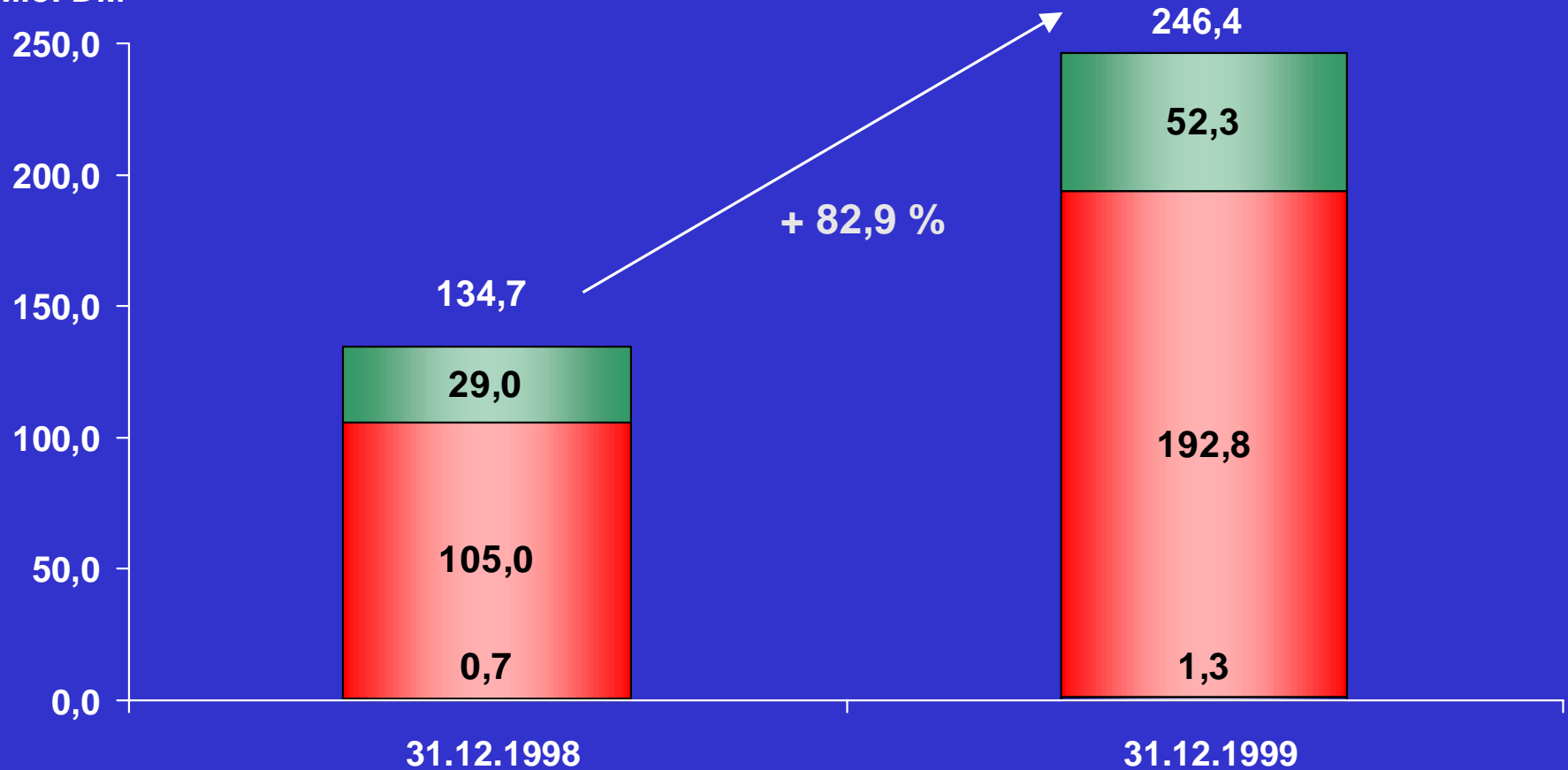


■ Korrekturposten Wein Wolf ■ Konzernjahresüberschuss vor Ausgleichsposten



# Bilanzstruktur „Aktiva“

in Mio. DM

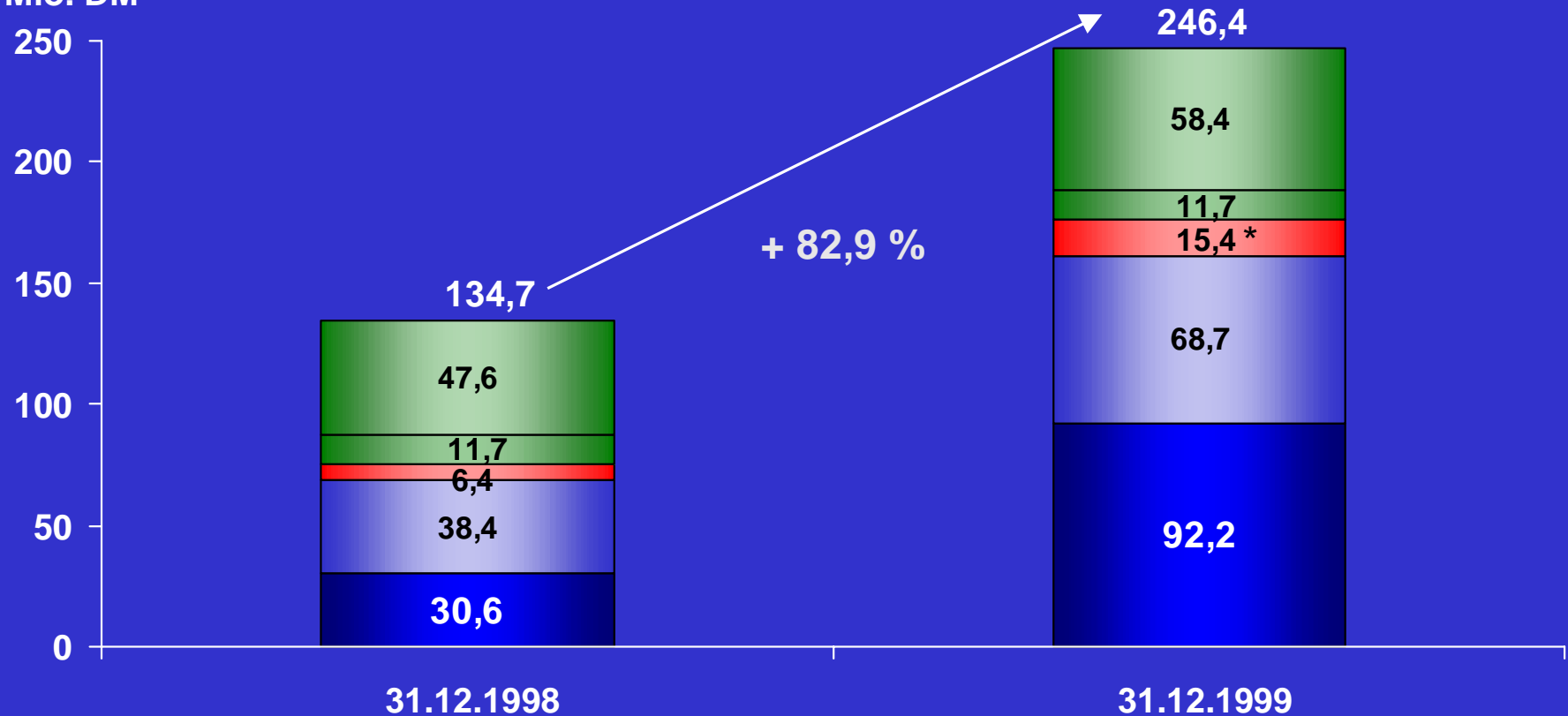


■ Rechnungsabgrenzung ■ Umlaufvermögen ■ Anlagevermögen



# Bilanzstruktur „Passiva“

in Mio. DM



■ Finanzverbindlichkeiten    ■ Sonstige Verbindlichkeiten    ■ Rückstellungen \* inkl. Sopo  
■ Ausschüttung    ■ Eigenkapital



# Kennzahlen Geschäftsjahr 1999

in Mio. DM	1998	1999
<b>Konzernjahresüberschuss</b>	<b>20,3</b>	<b>23,1</b>
<b>DVFA-Ergebnis in Mio. DM</b>	<b>21,8</b>	<b>20,8</b>
<b>Ergebnis pro Aktie ohne Bereinigung in DM</b>	<b>4,60</b>	<b>5,12</b>
<b>DVFA-Ergebnis je Aktie in DM</b>	<b>4,96</b>	<b>4,73</b>
<b>Dividende pro Aktie (in DM)</b>	<b>2,65</b>	<b>2,65</b>
<b>Steuergutschrift pro Aktie (in DM)</b>	<b>0,83</b>	<b>0,79</b>
<b>Ausschüttungsquote</b>	<b>55,0 %</b>	<b>56,0 %</b>



# Kennzahlen Geschäftsjahr 1999

	1998	1999
<b>Eigenkapitalquote nach Gewinnverwendung</b>	<b>35,3 %</b>	<b>23,2 %</b>
<b>Sachinvestitionen in Mio. DM</b>	<b>5,5</b>	<b>7,2</b>
<b>Free Cash Flow in Mio. DM</b>	<b>-5,7</b>	<b>3,6</b>
<b>Finanzinvestitionen in Mio. DM</b>	<b>0,0</b>	<b>20,4</b>
<b>RoCE in %</b>	<b>43,3%</b>	<b>29,4%</b>
<b>Gesamtkapitalrentabilität in %</b>	<b>27,9%</b>	<b>19,6%</b>
<b>Anzahl Mitarbeiter</b>	<b>353</b>	<b>455</b>



# Rückblick 4. Quartal 1999

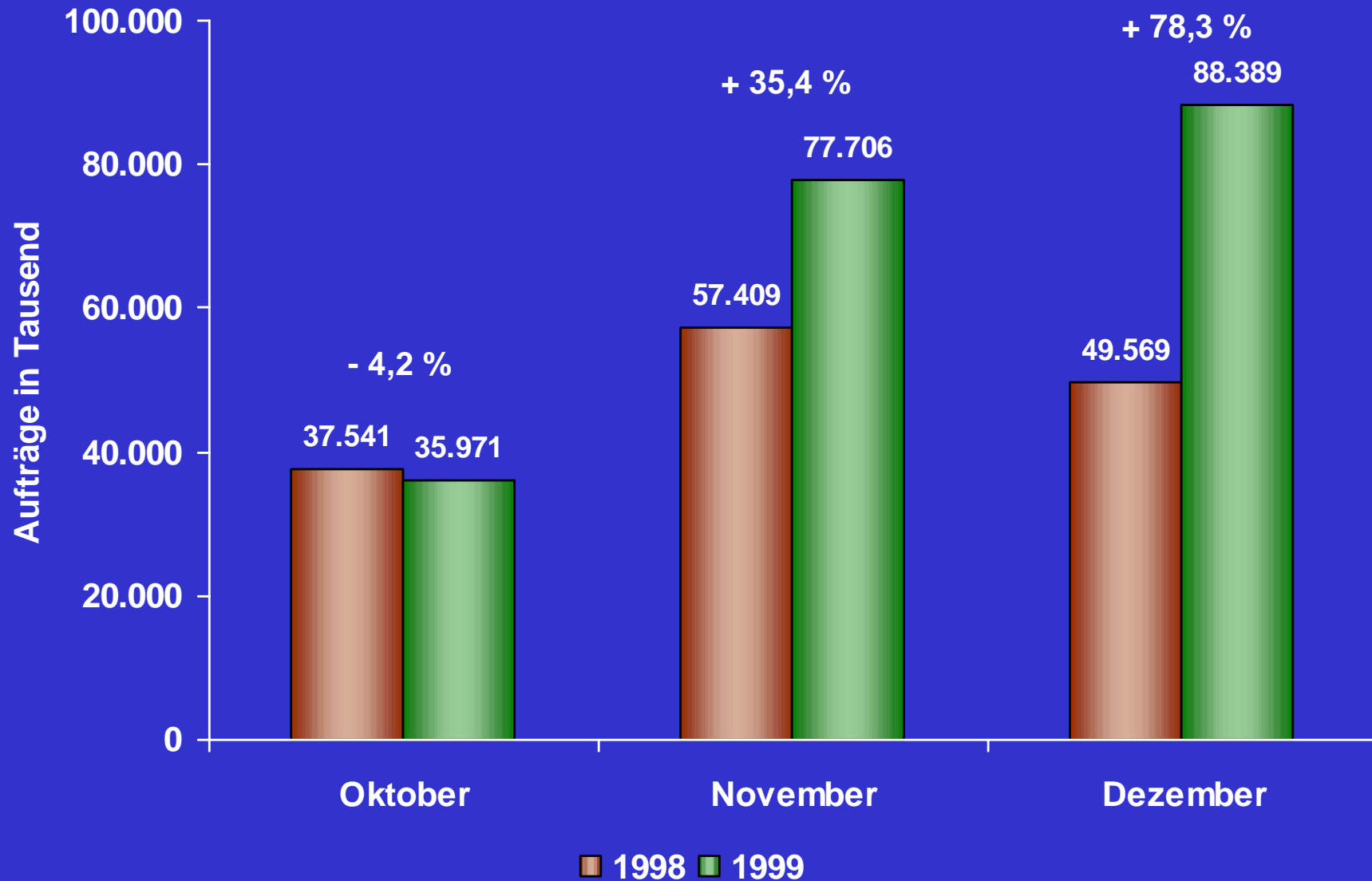
Mio. DM

	<u>Q4 1999</u>	<u>Q4 1998</u>	
Umsatz	168,6	114,2	+47,6%
bereinigt um Wein Wolf	137,8		+20,7%



# Rückblick 4. Quartal

## Versandhandel: ENFA Normal + Präsent



# 1. Quartal 2000

Mio. DM

	<u>Q1 2000</u>	<u>Q1 1999</u>	
Umsatz	92,3	76,2	+21,2%
- bereinigt*	72,0		- 5,5 %
EBIT	2,7	7,8	- 64,8%
- bereinigt*	1,5		- 80,9%
Perioden-Überschuss	0,9	4,3	- 80,1%

\* ohne Wein Wolf



# Ausblick 2000

- Umsatzerwartung 2000: 470 - 490 Millionen DM

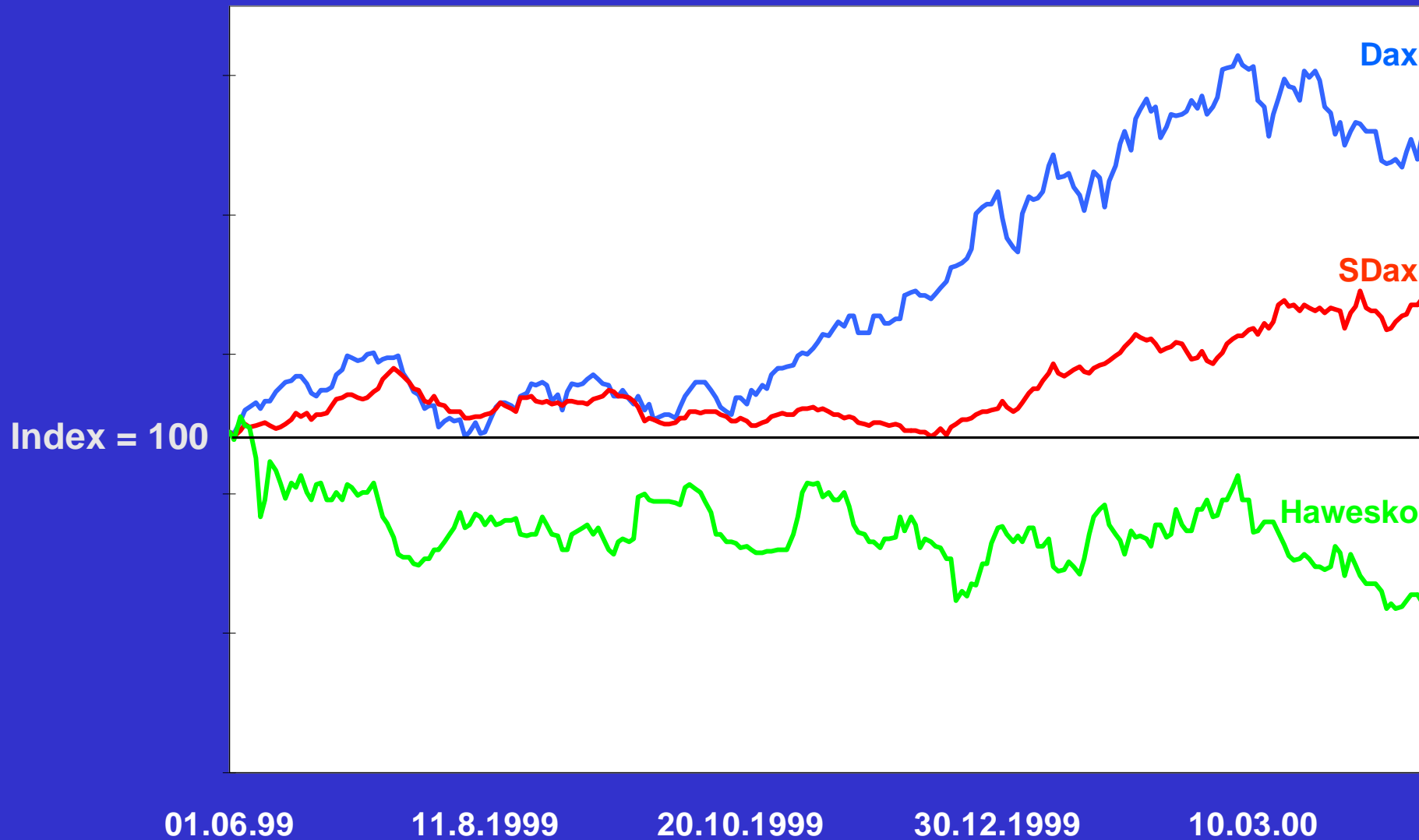
- Expansionsaktivitäten 2000 (Millionen DM):

	<u>Umsatz</u>	<u>EBIT-Effekt</u>
Österreich	4 bis 5	- 1 bis - 2
Carl Tesdorpf Premium	9 bis 10	- 1
Winegate Internet	> 10	- 10

- Investitionen in Sachanlagen: ca. 9 Millionen DM



# Aktienkursentwicklung



# Aktienrückkauf

- Start des Aktienrückkaufes
- Erneute Ermächtigung
- Eröffnet Möglichkeiten
  - neue Aktionärsgruppen im In- und Ausland zu gewinnen
  - eigene Aktien als Gegenleistung für Akquisitionen zu verwenden



# Weinmarkt und Strategie

**Alexander Margaritoff**

**Vorstandsvorsitzender**



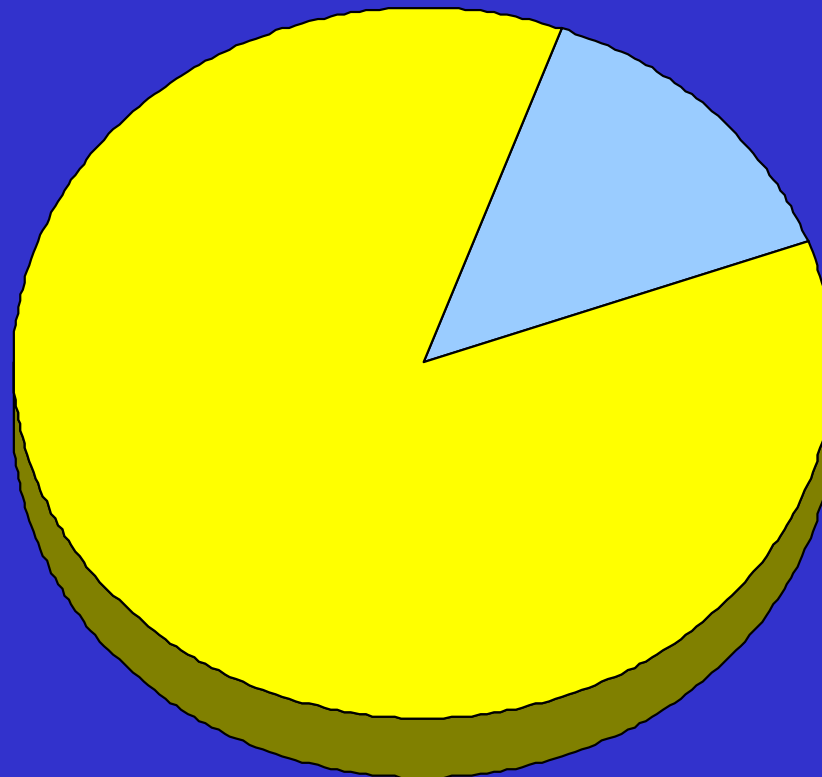
# Weltweinmarkt

- 
- Der Weltweinmarkt wird auf ca. 150 bis 200 Mrd. DM geschätzt.
  - Das Premium-Segment beläuft sich auf ca. 30 Mrd. DM weltweit.



# Marktanteil der Hawesko Gruppe

3 Mrd. DM Umsatz in Deutschland (gehobene Weine)  
Hawesko: 414 Mio. Umsatz in 1999



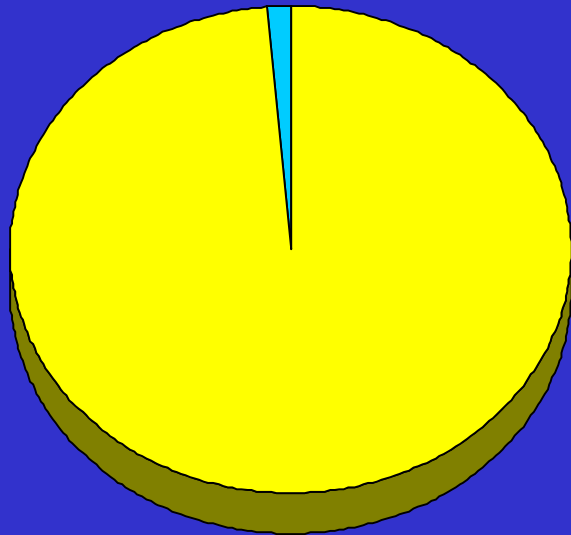
ca. 14%



# 2010 - Ziel der Hawesko Gruppe

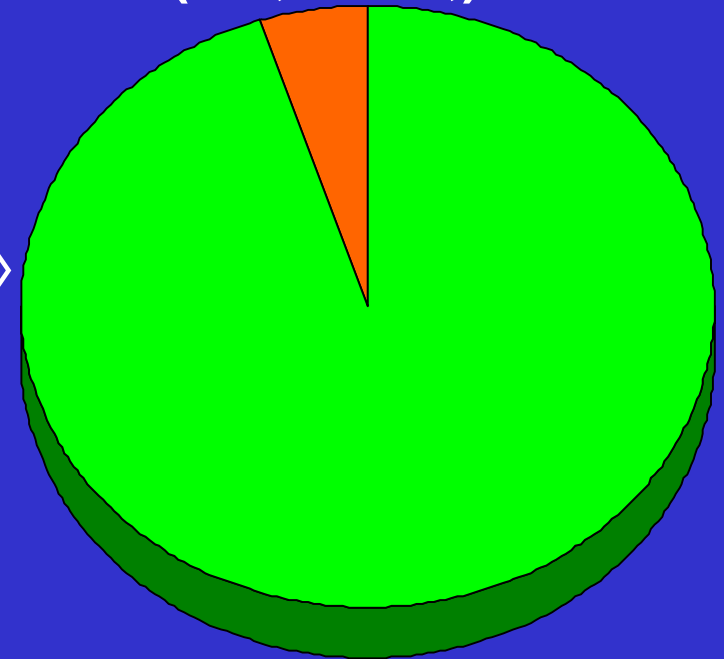
## Entwicklung des Weinmarktes bis 2010

Marktanteil Hawesko  
1,5% (414 Mio.)

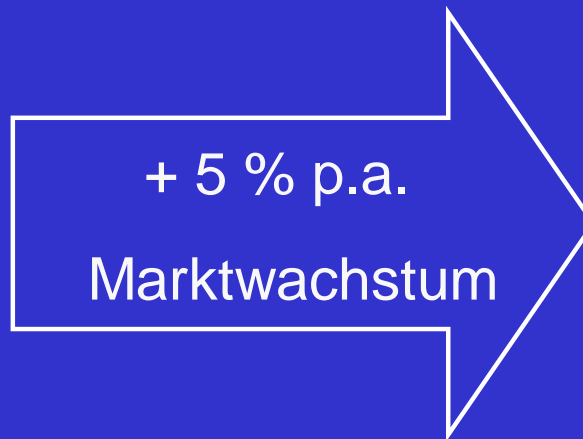


30 Mrd. DM

Marktanteil Hawesko  
5% (2-2,5 Mrd.,)



40 - 50 Mrd. DM



# Ziele Hawesko-Gruppe

- Führende Marktposition in Deutschland ausbauen
- Auslandsaktivitäten aufbauen
- Internet-Aktivitäten massiv verstärken.

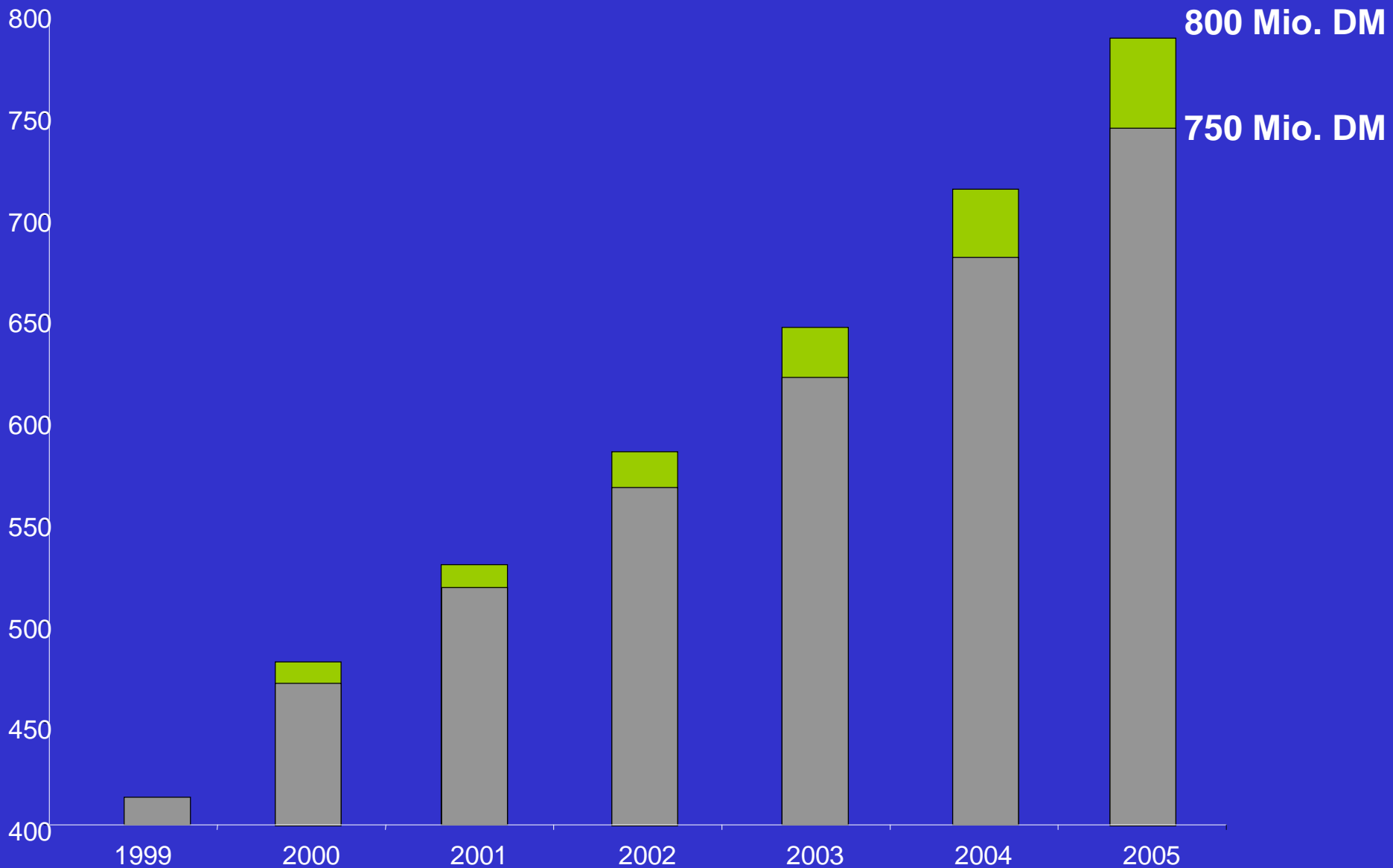


# Stärke als Key Player

- erfolgreiche, diversifizierte Vertriebskanäle
- Markt Know-how
- langjährige Beziehungen zu Top-Lieferanten
- logistische Kompetenz
- engagierte, motivierte und erfahrene Mitarbeiter



# Umsatzperspektive bis 2005



# Versandhandel

- Verstärkte Neukundengewinnung
- Verbesserte Kundenbindung
- Ausbau der Firma Carl Tesdorpf



# Facheinzelhandel: Jacques' Wein-Depot

- Höheres Expansionstempo:  
Jahr 2000: 30 neue Depots (Erhöhung auf insgesamt 200)
- Erfolgreiche Einführung der Kundenkarte:
  - erhöht Kundenbindung
  - optimierte Werbekosten



# Großhandel

- Verbesserter Kundenservice
- Optimierung der Logistik
- Verbessertes Angebot



# Ausschöpfung von Synergien

- Optimierung Lagerhaltung und Logistik im Versandhandel- und Großhandelsbereich
  - Bündelung Logistik-Aktivitäten in der IWL - Internationale Wein Logistik GmbH
- Database-Marketing-Know-How-Transfer
- Zunehmend gruppenübergreifender Einkauf



# Antinori



# Schritte ins Ausland

- The Wine Company, Wien
  - gegründet im Januar
  - erstes AQ-Mailing im März
  - Marktführerschaft in 3 Jahren angestrebt
- Jacques' Wein Depot, Österreich
  - voraussichtlich 4 Depots bis Herbst in Wien
- Expansion in 2-3 weitere europäische Länder bis Ende 2001



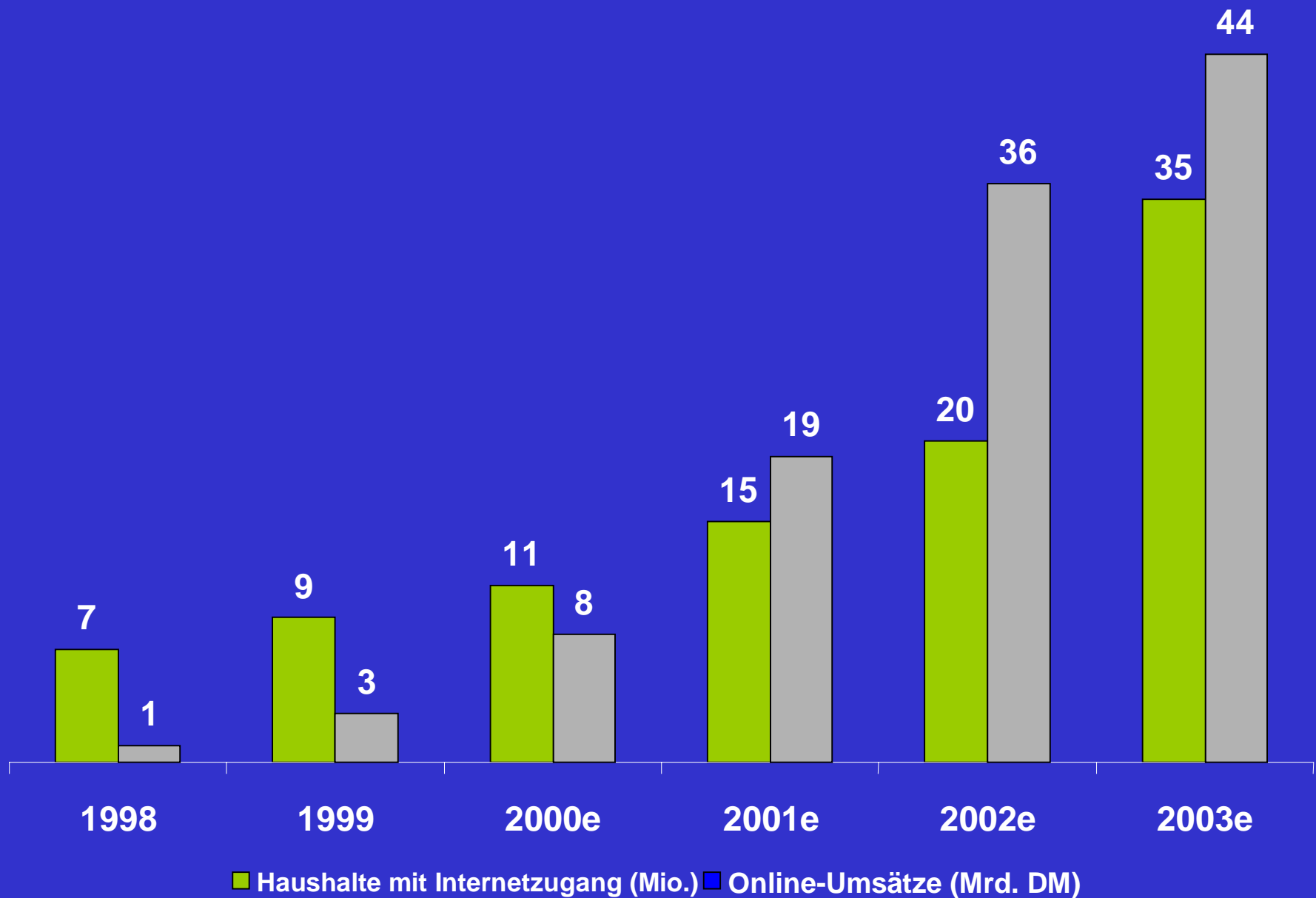
*the good*

***WINEGATE.DE***

*site of life*



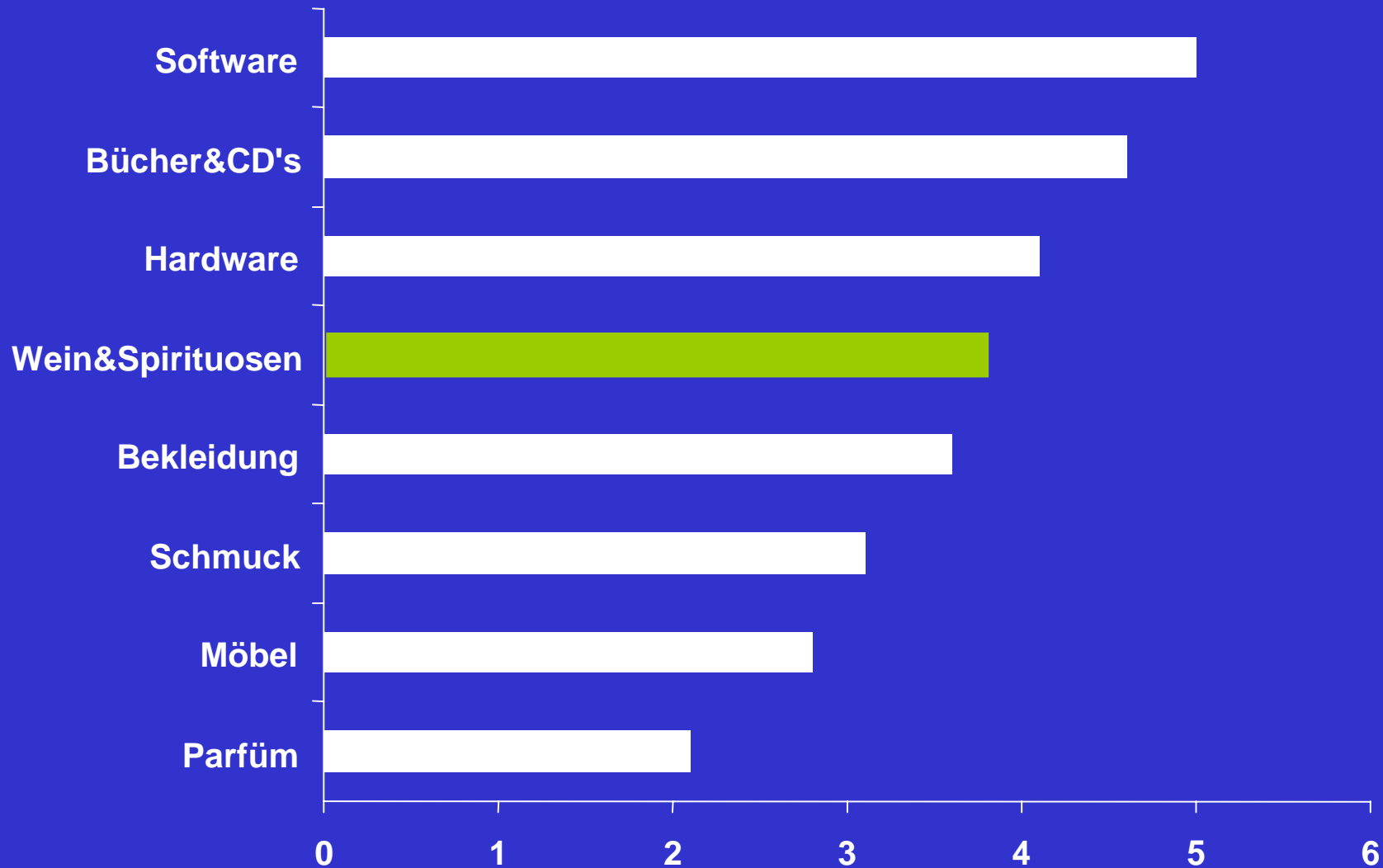
# Deutscher Online-Markt



Quelle: Focus „Der Markt der Online-Kommunikation“ 2000



# Produkteignung im Online-Vertrieb

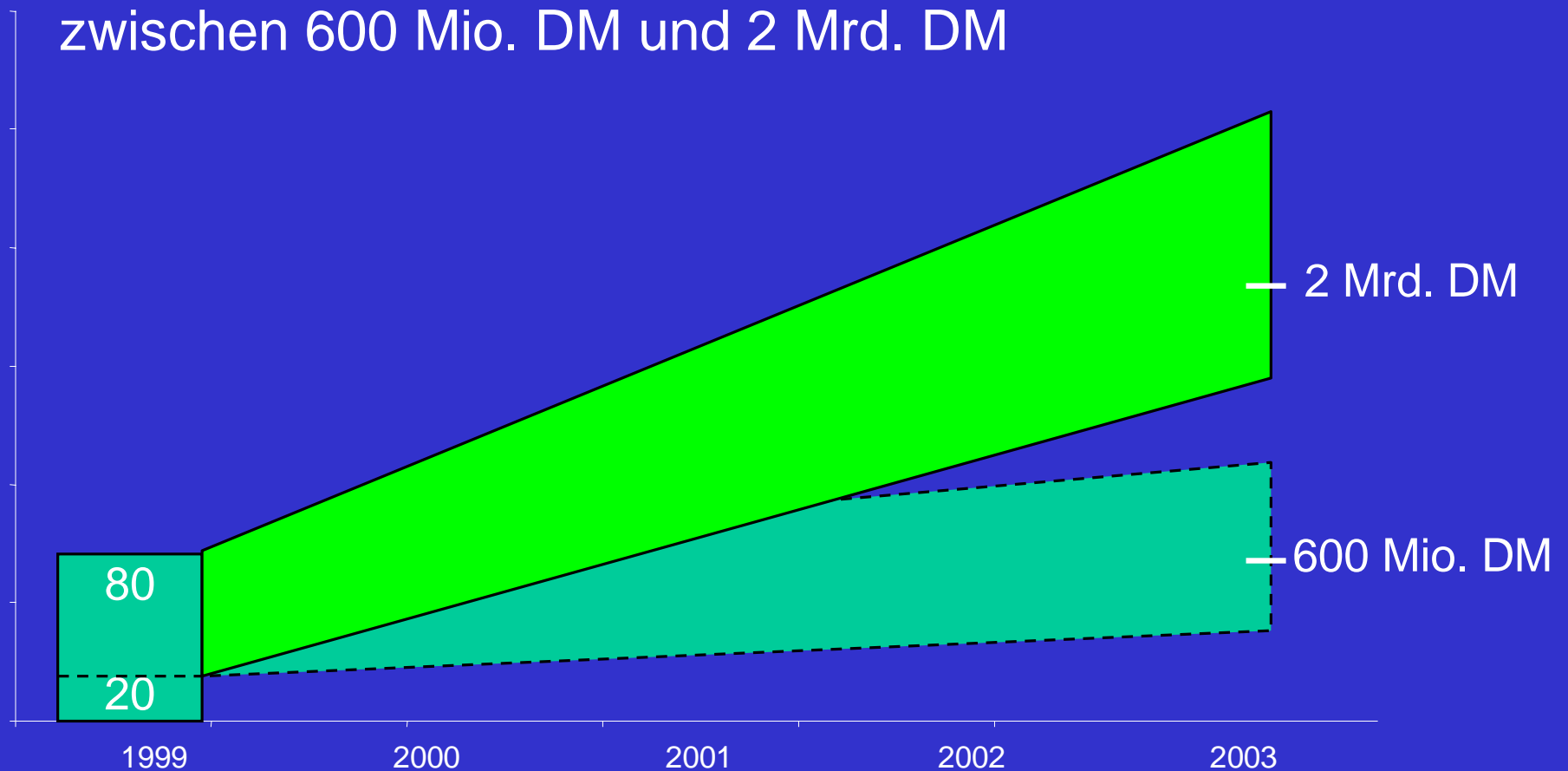


Quelle: EHI, Köln 2000



# Internet Weinmarkt: Zwei Szenarien

Weinmarkt online in Europa:  
zwischen 600 Mio. DM und 2 Mrd. DM



# Neuer Internet-Auftritt: [www.winegate.de](http://www.winegate.de)

- umfangreiches Weinangebot
- moderne Infrastruktur für Kommissionierung und Auslieferungslogistik
- Know-How in Database-Marketing und Versandhandel
- langjährige Internet-Erfahrung



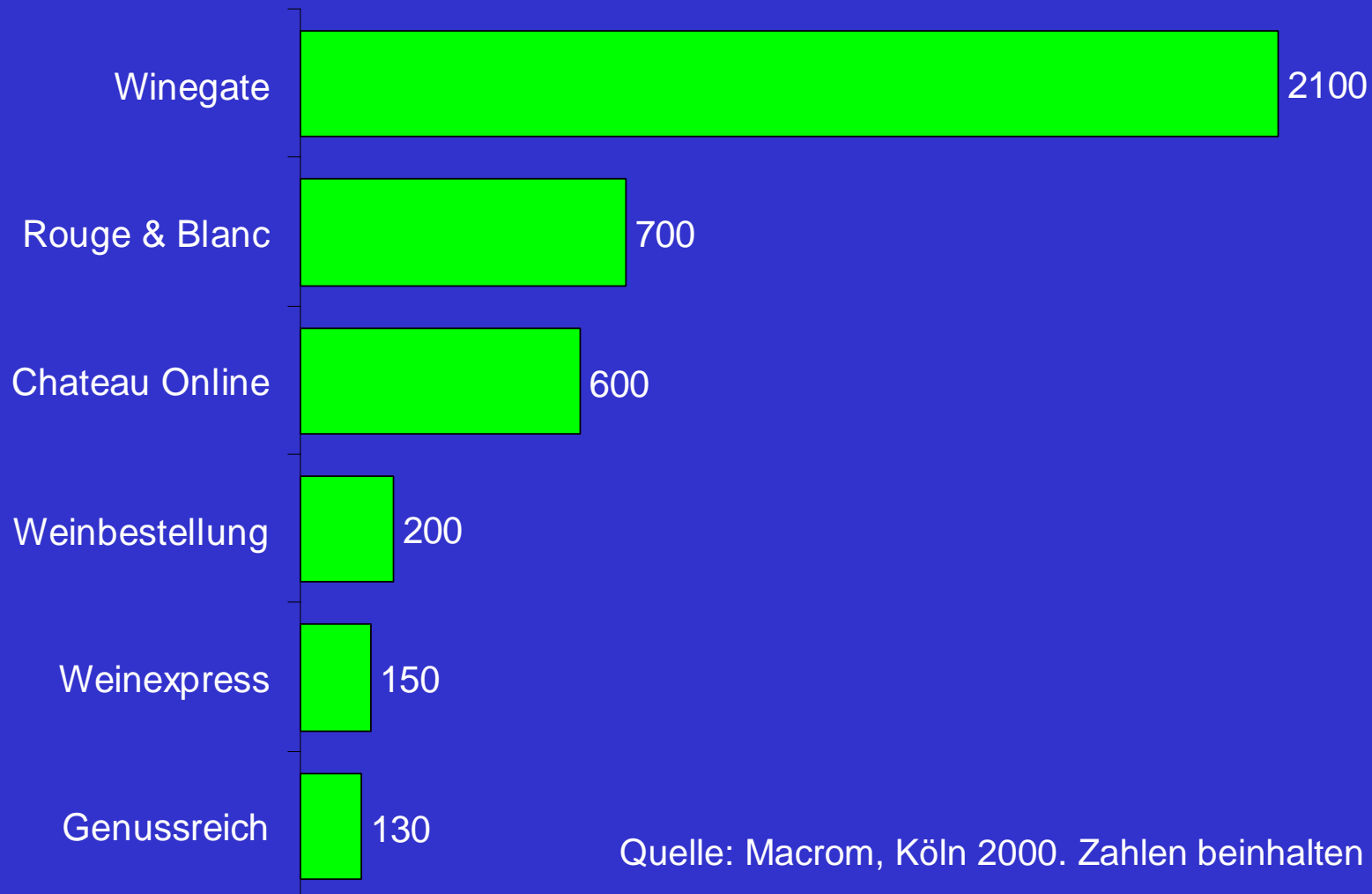
# Neuer Internet-Auftritt: [www.winegate.de](http://www.winegate.de)

- Aufnahme in den „E-Commerce Performance Index“ von McKinsey
- Zertifizierung als geprüfter Online-Shop durch das Europäische Handelsinstitut (EHI), Köln
- 11. Platz im Test der WV-Verlagsgruppe (Test von 100 der besten Sites)
- beste Wein-Internet-Site im Test von online Today



# winegate - Deutschlands führende Online-Wein Site

Umsätze Online-Wein Sites in Deutschland 1999 (in DM '000)



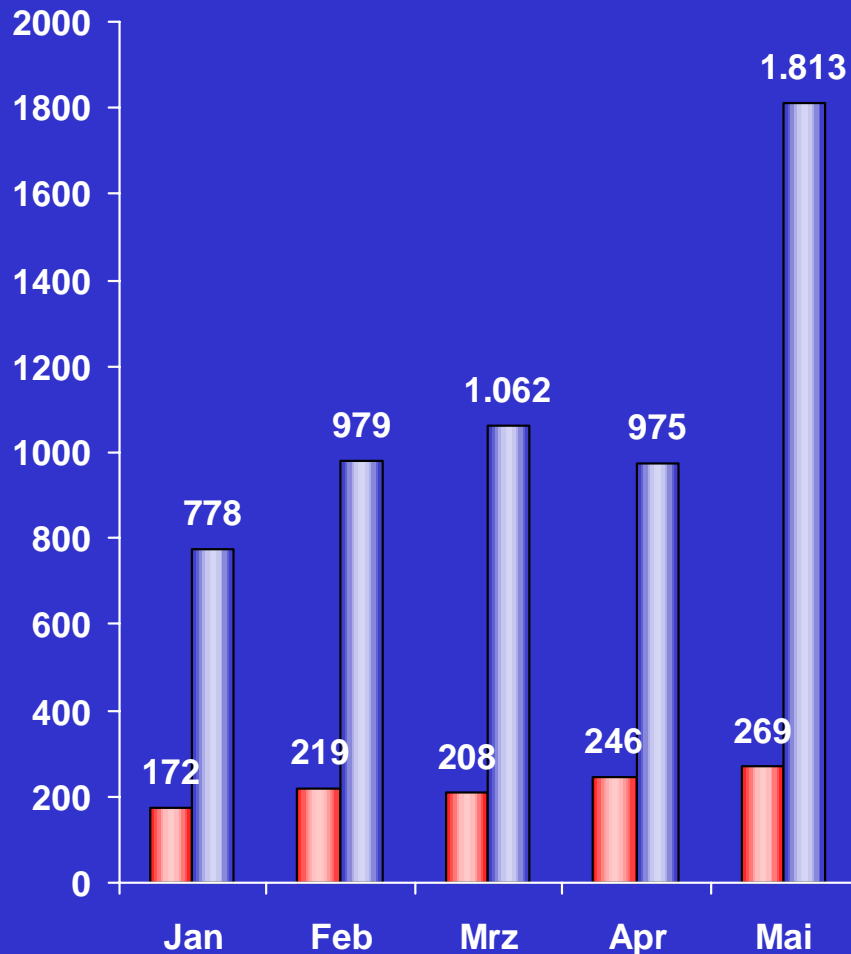
Quelle: Macrom, Köln 2000. Zahlen beinhalten Umsatzsteuer



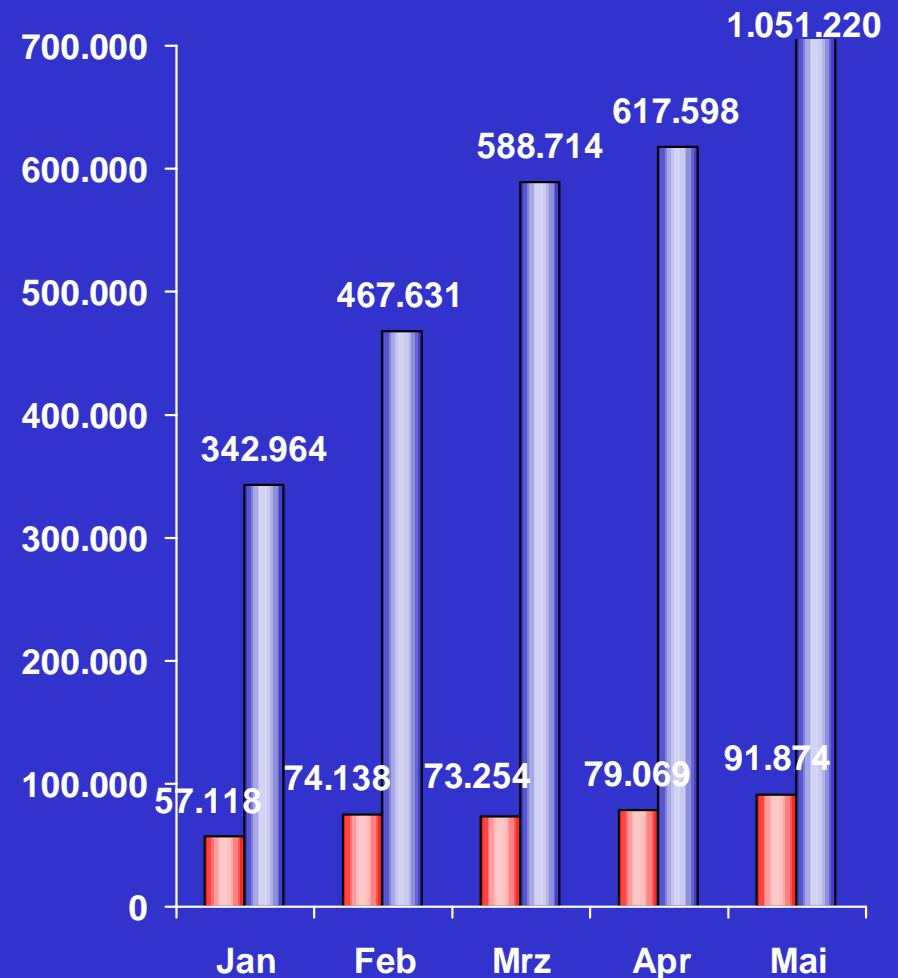
# Internet-Umsatz und Auftragseingangsvergleich

ENFA 1999 / 2000 Normal + Präsent

Aufträge



Umsatz



■ 1999 ■ 2000

■ 1999 ■ 2000



# Hawesko ins neue Jahrtausend

- **Schwerpunkte:**
  - Deutscher Markt
  - Ausland
  - E-Commerce
- Chancen der guten Ausgangsposition noch schneller wahrnehmen
- Ziel: Weltweit führender Anbieter für hochwertige Weine



# Hawesko Holding AG

