

## Fünf Prozent Wachstum



Foto: Henkell & Co. Gruppe

Die Henkell & Co.-Gruppe schloss ihr Geschäftsjahr 2017 mit einem Umsatz von 526,5 Millionen Euro ab. Das entspricht einem Umsatzzuwachs von fünf Prozent. Kursbereinigt lag das Wachstum bei 5,6 Prozent.

Inklusive Verbrauchssteuern beträgt der Umsatz 702 Millionen Euro. In Deutschland wurde ein Plus von 4,2 Prozent auf 156,9 Millionen Euro erwirtschaftet. Der Anteil des Inlandsgeschäfts am Gruppenumsatz belief sich auf 29,8 Prozent. Das Auslandsgeschäft wuchs um 5,4 Prozent (kursbereinigt plus 6,3 Prozent) auf 369,6 Millionen Euro. Wachstumstreiber waren die Marken Mionetto, Henkell und i heart Wines. Einen zweistelligen Zuwachs erzielte das Geschäft in Westeuropa, das um 12,8 Prozent auf 151,4 Millionen Euro zulegte. Außerhalb Europas erzielte Henkell & Co. eine Umsatzsteigerung von 5,9 Prozent auf 63,5 Millionen Euro. Hierzu trug vor allem das gute Prosecco-Geschäft unter der Marke Mionetto bei. Das Osteuropageschäft ging leicht um 1,3 Prozent auf 154,8 Millionen Euro zurück, was auf den Verkauf der Spirituosensparte in Tschechien zurückzuführen ist.

### Positiver Geschäftsverlauf in Deutschland

Das Inlandsgeschäft entwickelte sich in einem stagnierenden Gesamtmarkt positiv. Im Segment der Premiumsekte erzielte Henkell & Co. mit den Marken Fürst von Metternich, Mionetto und Menger-Krug einen Marktanteil von 53,6 Prozent. Fürst von Metternich Chardonnay trug dazu mit einem zweistelligen Wachstum bei. Ergänzt wird das Sortiment in diesem Jahr um den neuen Fürst von Metternich Riesling Brut als Black Edition in der

schwarzmatt lackierten Flasche. Mit der Eröffnung der Sektmanufaktur stellt das Unternehmen an seinem Standort in Wiesbaden das traditionelle Sekthandwerk in den Fokus und macht es für jährlich zehntausende Besucher erlebbar.

Henkell wuchs als meistexportierter Sekt auch auf seinem deutschen Heimatmarkt und machte zum Saisongeschäft in Zusammenarbeit mit dem Künstler Robert Weber mit einer limitierten Goldedition auf sich aufmerksam. Zweistellig im Plus lag zudem Mionetto Prosecco. Im Spirituosen-Segment legte Wodka Gorbatschow abermals leicht zu.

Überdurchschnittlich positiv entwickelte sich der Kokoslikör Mangaroca Batida de Côco, den die Henkell & Co.-Gruppe Anfang 2017 übernommen hatte.

In Westeuropa und in Übersee verzeichnete das Unternehmen ein deutliches Wachstum. Motor waren vor allem die Prosecco-Marke Mionetto sowie die Weinmarke i heart Wines. Auch im außereuropäischen Geschäft setzen die internationalen Kernmarken Mionetto Prosecco und Henkell ihren Erfolgskurs fort. Das Osteuropa-Geschäft war von den Tochterunternehmen Bohemia in Tschechien, Törley in Ungarn und Hubert in der Slowakei geprägt, die jeweils über mehr als 60 Prozent Marktanteil auf ihren heimischen Märkten verfügen.

Mitarbeiter, Investitionen und Ausblick

Mit Tochterunternehmen in 22 Ländern verfügt die Wiesbadener Unternehmensgruppe über Herstellerkompetenz für nahezu alle Schaumweingattungen von deutschem Sekt über Champagner, Crémant und Cava bis hin zu Prosecco. Die Anzahl der Beschäftigten der Henkell & Co.-Gruppe wuchs 2017 auf 1.934 (2016: 1.922). Die Gruppe investierte 15 Millionen Euro in Weinberge in Tschechien, die neue Kellerei von Mionetto in Valdobbiadene, Italien sowie den Bau der Sektmanufaktur im Stammhaus in Wiesbaden. Im März 2018 hat Henkell & Co. den Kauf von 50,67 Prozent der Aktien der Freixenet S.A. unterzeichnet und eine internationale Kooperation mit den verbleibenden Freixenet-Gesellschaftern vereinbart. Mit diesem Schritt bündeln beide Unternehmen ihre Kräfte zum weltweit führenden Anbieter in der Schaumwein-Branche. Der Kauf steht unter dem Vorbehalt der Genehmigung durch die Kartellbehörden. Im April des Jahres ging zudem der Litauische Vertriebspezialist Filipopolis mehrheitlich (75 Prozent) in die Henkell & Co.-Gruppe ein. Filipopolis mit Sitz in Kaunas ist in Litauen einer der führenden Importeure und Vertreiber alkoholischer Getränke.