

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40

Presse-Information
60. ordentliche Generalversammlung
am 26. Juni 2009
Bürgerhaus Möglingen

Jahresbericht 2008
WZG Möglingen e. G.
WSG Möglingen GmbH

Anhaltend stabile Entwicklung

Die deutsche Trinkweibilanz ist im vergangenen Berichtsjahr 2008 nahezu unverändert geblieben, der Deutschweinanteil stieg dank günstiger Rotweinangebote auf knapp 50 %.

In den einzelnen Vertriebschienen unseres Hauses sind keine gravierenden Änderungen eingetreten, die Abweichungen zum Vorjahr sind marginal. Leicht höhere Durchschnittserlöse trugen zum zufriedenstellenden Gesamtergebnis bei. Die Rotweine behaupteten ihre dominante Stellung, die Ertragsziele wurden erreicht.

Der Weinmarkt

Das weltweite Ungleichgewicht zwischen Produktion und Konsumtion hielt weiter an. Bei kaum verändertem Produktionsniveau ging der Verbrauch insbesondere in den traditionell weinbautreibenden Ländern mit hohem Pro-Kopf-Konsum Italien, Spanien und Frankreich erneut deutlich zurück. Die Lücke zwischen Angebot und Nachfrage hat sich weltweit auf rund 26,5 Mio. hl erhöht, so die aktuelle Schätzungen der OIV.

Mit einem theoretischen Pro-Kopf-Verbrauch von 20,7 Liter ist in Deutschland keine nennenswerte

41 Veränderung eingetreten (2007 20,6 Liter). Nach
42 den Marktforschungsdaten der GfK war die Ein-
43 kaufsmenge der Privathaushalte mit -1,3 % sogar
44 leicht rückläufig, während der Umsatz 2,2 % über
45 dem Vorjahr lag. Deutscher Wein konnte sich in
46 diesem Umfeld recht gut behaupten und legte im
47 Absatz um 4,0 %, im Umsatz um 7,4 % zu. Der
48 Durchschnittspreis für die im Lebensmittelhandel
49 gekauften Weine stieg im Vergleich zu 2007 um
50 12 Cent auf 2,49 € je Liter; für deutsche Weine
51 wurden durchschnittlich 2,67 € je Liter ausgegeben.
52 Auch das Anbaugebiet Württemberg konnte von
53 dieser Entwicklung profitieren.

54

55

56 **Absatzentwicklung**

57

58 Ein leichter Rückgang der Rotweinverkäufe durch
59 den Verlust eines Großauftrages, der nicht voll-
60 ständig durch Neuakquisitionen kompensiert wer-
61 den konnte, führte zu einem Absatzminus von we-
62 niger als 1 %. Demgegenüber haben die WG-
63 Weine im LEH nochmals um 1,5 % zugelegt. Die
64 Rücklieferungen an unsere vollabliefernden Betrie-
65 be haben um 2,1 % nachgegeben. In der Summe
66 ist somit ein marginaler Rückgang von 0,2 % einge-
67 treten.

68

69 Trotz erhöhter Durchschnittserlöse stieg der Absatz
70 des Nationalen Sortimentes in der 0,75-Literflasche
71 nochmals um 4,7 %. Eine ähnliche Entwicklung
72 nahm die gehobene Serie Eiserne Hand, während
73 der Absatz der Edition Gourmet-Weine bei eben-
74 falls besseren Erlösen aufgrund reduzierter Aktio-
75 nen etwas rückläufig war. Die Bedeutung der Liter-
76 flasche als Hauptumsatzträger ist unbestritten. Das
77 Rot-/Weiß-Verhältnis ist mit 3:1 stabil und ist damit
78 Richtschnur für die Anbaupolitik.

79 **Umsatzentwicklung**

80

81 Die von unserem Hause verantworteten Umsätze
82 konnten um 1,5 % angehoben werden und lagen
83 bei 87,6 Mio. €. Die Durchschnittserlöse haben sich
84 zwar leicht verbessert, konnten die gestiegenen
85 Kosten jedoch nur teilweise auffangen.

86

87 Absatz und Umsatz der WZG-Weine haben sich
88 außerhalb Baden-Württembergs erneut besser
89 entwickelt als im Kernabsatzgebiet, sodass der
90 heimische Markt zugunsten unserer Mitgliedsge-
91 nossenschaften zusätzlich entlastet werden konnte.

92

93 Die Zahlen des laufenden Geschäftsjahres bestäti-
94 gen unsere Planungen weitgehend.

95

96

97 **Bilanzstruktur**

98

99 Das Anlagevermögen ist abschreibungsbedingt
100 von 14,4 auf 14,2 Mio. € zurückgegangen. Die
101 Investitionen lagen mit 1,4 Mio. € etwas über Vor-
102 jahr. Der Wert der Weinbestände betrug 57,6
103 Mio. € und liegt damit 0,7 Mio. € unter Vorjahr.
104 Aufgrund verbesserter Zahlungsmodalitäten und
105 struktureller Umsatzverschiebungen sind die For-
106 derungen von 16,9 auf 15,1 Mio. € gesunken. Die
107 Bilanzsumme erhöhte sich dank höherer liquider
108 Mittel auf knapp 100 Mio. €.

109

110 Auf der Passivseite konnte das Eigenkapital wei-
111 ter gestärkt werden, beträgt nunmehr 25,9 Mio. €
112 und liegt eine Mio. € über dem Vorjahr. Der Bi-
113 lanzgewinn in Höhe von 934 T€ ist darin enthal-
114 ten.

115

116 Die Summe aus Rückstellungen und Verbindlich-
117 keiten beträgt 74 Mio. € und ist unwesentlich hö-
118 her als im letzten Jahr. Die Weingeldzahlungen

119 erfolgten wie bisher vierteljährlich. Das Auszah-
120 lungsvolumen lag etwas über dem Planwert. Im
121 Berichtsjahr wurde der Jahrgang 2005 endabge-
122 rechnet. Die harten Fakten entsprachen nicht im-
123 mer den Erwartungen der Mitglieder. Die Inan-
124 spruchnahme von Fremdmitteln war nicht not-
125 wendig.

126

127 Die Vermögens- und Finanzlage sind geordnet.

128

129

130 **Weinherbst 2008**

131

132 Ein ausgeglichener Wärme- und Wasserhaushalt
133 hat zu einem mengen- und gütemäßig erfreuli-
134 chen Jahrgang 2008 geführt. Das gesunde Lese-
135 gut erlaubte eine problemlose Vinifizierung und
136 lieferte konsumentenfreundliche Weine für einen
137 unbeschwerten Genuss.

138

139 Die Einlagerungsmenge betrug 22,5 Mio. Liter und
140 lag 11 % unter dem Durchschnitt der Vorjahre.
141 Der Rotweinanteil ist mit 71,8 % bewusst etwas
142 zurückgeführt worden, Weißweine hatten einen
143 Anteil von 24,1 % und auf Schillerweine entfielen
144 4,1 %.

145

146 Mit 79 % dominierten die QbA-Weine, die restli-
147 chen 21 % verteilten sich auf die Prädikate, wobei
148 die Einbringung von 4 Eisweinen den krönenden
149 Abschluss bildete. Der Jahrgang passt ideal.

150

151

152 **Zukunftssicherung**

153

154 Der nationale Ausbau unserer Feldorganisation für
155 die regelmäßige und intensive Betreuung der Ver-
156 kaufsflächen über 800 qm² zur Hebung zusätzlicher
157 Absatzpotenziale ist eingeleitet und wird im laufen-
158 den Jahr umgesetzt. Die Aktivitäten des Weinex-

159 portkontors zur Ankurbelung von Ausfuhren werden
160 von uns voll unterstützt.

161

162 Zur Gewinnung jüngerer Konsumentenschichten
163 und der Verbreiterung unseres Angebots wurde
164 eine neue Produktlinie unter der Markenbezeich-
165 nung „Süß & Fruchtig“ entwickelt.

166

167 Durch die strategische Allianz mit der Unterneh-
168 mensgruppe Winkels haben wir unsere Mehrweg-
169 logistik unter ökonomischen wie ökologischen Ge-
170 sichtspunkten langfristig abgesichert.

171

172 Das neu eingeführte Weingeldauszahlungssystem,
173 das eine qualitätsorientierte Traubenerzeugung
174 unter Einhaltung von Ertragsvorgaben noch stärker
175 akzentuiert, lässt ein bereits deutlich verändertes
176 Anlieferungsverhalten unserer Mitglieder erkennen.

177

178

179 **WSG Möglingen**

180

181 In der konsolidierten Bilanz sind die Geschäftsbe-
182 reiche Flaschenspülbetrieb, EDV/Verwaltungs-
183 dienstleistung, Lkw-Waschanlage, Weinexport-
184 kontor und Sektgrundwein zusammengefasst.
185 Zum guten Ergebnis trägt vornehmlich der Spül-
186 betrieb bei, obwohl die Spültätigkeit aufgrund
187 struktureller Veränderungen beim Weinabsatz
188 erneut leicht rückläufig war. Insgesamt wurden 44
189 Mio. Flaschen gespült und sortiert.

190

191 Das Bilanzergebnis liegt bei 910 T€ und trägt da-
192 mit zum Gesamtergebnis der WZG entscheidend
193 bei. Die Perspektiven sind ermutigend.

194 **Schlussbetrachtung**

195

196 Am Wettlauf der schlimmsten Unkenrufe beteiligen
197 wir uns nicht. Wir setzen darauf, dass der private
198 Konsum auch künftig eine wesentliche konjunkturelle
199 Stütze sein wird. Klar formulierte Zielvorgaben mit
200 daraus abgeleiteten Handlungsmaximen halten das
201 württembergische Flaggschiff auch in schwerem
202 Fahrwasser auf sicherem Kurs.

203

204 Diese Zuversicht gewinnen wir aus unserer eigenen
205 Leistungsstärke, die den langfristigen Erfolg auf der
206 Basis vertrauensvoller Zusammenarbeit mit unseren
207 Erzeugern und Abnehmern sichert.

208

209 Für weitere Informationen:

210

211 Dieter Weidmann Tel. 07141 4866-65

212 Joachim Sommer Tel. 07141 4866-22

213

214

215

216 Möglingen, 24. Juni 2009