

## PRESSEMITTEILUNG

### Henkell Freixenet erzielt deutliches Umsatzplus

- Zweistelliges Wachstum auf 1,3 Mrd. Euro
- Umsatz über Vor-Corona-Jahr 2019
- Rekordabsätze Freixenet, Mionetto und Fürst von Metternich
- Marktanteilzuwachs in Deutschland

Geschäftsjahr  
2021

(Wiesbaden, den 28. April 2022) Henkell Freixenet, die Sekt-, Wein- und Spirituosen-Sparte der Geschwister Oetker Beteiligungen KG, schloss das Geschäftsjahr 2021 mit einem Umsatzplus von 11,0 % auf 1.326 Mio. Euro (inkl. Verbrauchsteuern) ab. Mit diesem Rekordumsatz liegt der globale Schaumwein-Marktführer (Marktforschungsinstitut IWSR) mit Marken wie *Freixenet*, *Mionetto*, *Henkell*, *Mangaroca Batida de Côco* und *i heart Wines* über dem Umsatzniveau vor der Coronakrise.

„Trotz großer Herausforderungen war das zurückliegende Geschäftsjahr überaus erfolgreich. Angeführt von unseren weltweit distribuierten Top-Marken konnten wir in praktisch allen Regionen deutlich wachsen. Unser House of Brands, mit dem wir unsere Fokussierung auf starke globale und lokale Marken konsequent fortsetzen, war der Treiber für das zweistellige Umsatzwachstum. *Freixenet* setzte erstmals über 100 Mio. Flaschen ab, *Mionetto* konnte um beachtliche 33 % auf 35 Mio. 1/1-Flaschen zulegen. Auch *Henkell* wuchs im Jahr 2021 zweistellig, allen voran in den internationalen Märkten (+ 21 %, primär in Österreich und Australien). Wir sind laut IWSR in 98 Ländern Marktführer für Cava, in 34 Ländern



Marktführer für Prosecco und in 29 Ländern Sektmarktführer“, kommentiert Dr. Andreas Brokemper, Vorsitzender der Geschäftsführung von Henkell Freixenet, die Veröffentlichung der Jahreszahlen.



Angetrieben von den House of Brands-Marken wurde der **Schaumweinumsatz um + 15,2 % auf 843 Mio. Euro** gesteigert. Dies führte zu Marktanteilsgewinnen u.a. in Deutschland und Spanien. Der weltweite Umsatz im **Weinsegment konnte um + 1,4 % auf 226 Mio. Euro** wachsen, der **Spirituosenumsatz stieg um + 5,6 % auf 232 Mio. Euro**. Meistverkaufte Spirituose in der Gruppe war abermals Wodka Gorbatschow.

Region DACH

In **Deutschland, Österreich und der Schweiz (DACH)**, schloss Henkell Freixenet das Geschäftsjahr 2021 mit einem stabilen **Umsatz von 464 Mio. Euro ab (+ 0,3 % zum Vorjahr)**.

In **Deutschland** verzeichnete *Fürst von Metternich*, der führende deutsche Premium-Sekt, mit einem Plus von + 18 % abermals einen Rekordabsatz (13,6 Mio. 1/1-Flaschen).



Auch *Mionetto Prosecco* und *Henkell* legten deutlich zu. *Wodka Gorbatschow*, der meistverkaufte deutsche Wodka, wuchs um + 2,8 % auf 22,5 Mio. 1/1-Flaschen und *Mangaroca Batida de Côco* glänzte abermals mit einem zweistelligen Wachstum.

In **Österreich** verteidigte Henkell Freixenet als Nummer 1 am Markt seine deutliche Marktführerschaft im Schaumweimbereich. Mit einem Marktanteil von 15 % steht dabei *Henkell* an der Spitze, dicht gefolgt von *Kupferberg* als zweitstärkste Marke in Österreich. In der **Schweiz** konnten *Mionetto* und *Wodka Gorbatschow* zweistellig wachsen. Auch **Schloss Johannisberg** im Rheingau ist im Jahr 2021 deutlich zweistellig gewachsen und konnte sein weltweites Renommee mit internationalen Qualitäts-Auszeichnungen weiter ausbauen.

#### Region Westeuropa

Die **Region Westeuropa** ist die zweitstärkste Region der Gruppe und umfasst die Länder UK, Spanien, Frankreich Italien, Benelux und Skandinavien. Geprägt von der 2021 einsetzenden Erholung der Gastronomie in den südeuropäischen Märkten verbuchte das **Westeuropa-Geschäft** im Geschäftsjahr ein **zweistelliges Plus von + 16,9 %** und konnte seinen Umsatz auf **402 Mio. Euro** steigern.

Im **Vereinigten Königreich** konnte der Umsatz erneut zweistellig gesteigert werden. Besonders erfreulich entwickelten sich Freixenet und Mionetto, d.h. das italienische Portfolio mit Prosecco, Rosé-Schaumwein und italienischen Stillweinen unter der Marke Freixenet.

**SPARKLING  
WINE****STILL  
WINE**

SPAIN

ITALY

Freixenet ist damit die führende Schaumweinmarke auf dem englischen Markt. Überproportional positiv entwickelten sich Spanien und Italien dank der Wiedereröffnung der Gastronomie. Während in **Spanien** *Freixenet* und *Segura Viudas* deutlich zweistellig zulegen, ist es in **Italien** *Mionetto*, der um 25 % zulegen kann. Auch **Frankreich** konnte dank *Freixenet* und *Mionetto* zulegen aber auch bei *Champagne Alfred Gratien* und *Gratien & Meyer Crémant* signifikante Zuwächse erzielen. Auch **Skandinavien** und **Benelux** trugen mit erfolgreichen Absatzentwicklungen von *Mionetto* (Nordics) sowie *Mionetto* und *Freixenet* (Benelux) zu der positiven Entwicklung bei.

**Region  
Osteuropa**

Die **Region Osteuropa** ist geprägt von den starken lokalen Marken Bohemia in Tschechien, Törley in Ungarn und Hubert in der Slowakei, die jeweils über mehr als 60% Marktanteil auf dem nationalen Sektmarkt verfügen sowie dem dynamisch



wachsenden Importgeschäft mit den Marken Mionetto und Freixenet in Polen. Hinzu kommen die Distributionsgesellschaften in den baltischen Staaten, sowie in Rumänien und der Ukraine. Im Jahr 2021 stieg der Umsatz der Region um **16,0 % auf 240 Mio. Euro**. Erfolgreiche Beiträge leisteten unter anderem *Bohemia Sekt* und *Mionetto Prosecco* in **Tschechien** sowie *Törley* und *Hungaria* in **Ungarn**. Hubert de Luxe und Mionetto zählen zu den Wachstumsmarken in der Slowakei. In **Polen** konnte sich *Mionetto Prosecco* überaus dynamisch entwickeln und avanciert zur führenden Prosecco-Marke. Auch die **baltischen Staaten** legten in Summe zweistellig zu. Wachstumstreiber hierbei war **Litauen** mit den Marken Mionetto und *Freixenet*. Ebenso zweistellig entwickelte sich **Rumänien** mit seiner lokalen Marke *Angelli* sowie mit *Mionetto* und den Spirituosen. In der Ukraine konnte das Geschäft mit unseren internationalen Kernmarken deutlich ausgebaut werden.

#### Region Amerika

Die Nettoumsätze in der **Region Amerika** stiegen um beachtliche **26,1 % auf 169 Mio. Euro**. Die wichtige Wachstumsregion Nord- und Südamerika profitierte von der Wiedereröffnung der Gastronomie auch an den eigenen Standorten.

In den **USA** konnten sowohl die globalen Marken *Freixenet*, *Mionetto* als auch die Prestige Brands *Segura Viudas* und *Gloria Ferrer* zweistellig zulegen. Die Weingüter Gloria Ferrer in Sonoma und Finca Sala Vivé in **Mexiko** begrüßten wieder mehr als 200.000 Besucher und konnten dadurch die Umsätze signifikant steigern. In **Kanada** stellt Henkell Freixenet mit den Marken *Henkell*, *Mionetto*, *Freixenet* und *Segura Viudas* den Marktführer auf dem Schaumweinmarkt. Das noch junge



Gruppenunternehmen in Brasilien konnte den Umsatz annähernd auf 10 Mio. € verdoppeln, insbesondere dank des Erfolges von *Freixenet Cava*, der *Freixenet Wine Collection* und *Freixenet Mia*.

Region  
Asien-Pazifik

Die Region **Asien/Pazifik** umfasst die Aktivitäten der Henkel Freixenet-Gesellschaften in Japan, Australien und China sowie alle weiteren Exportaktivitäten in der Region. Insgesamt erzielte die Region im Jahr 2021 einen **Umsatz von 39 Mio. Euro** und lag damit - **6,8 % unter Vorjahr**. Aufgrund von Corona-bedingten Restriktionen kam es in **Japan** zu den Saisonhöhepunkten zu Geschäftsausfällen. In **Australien** konzentriert sich die Gruppe nach dem Verkauf der Weingüter Deakin und Katnook auf das sich trotz bestehender Container-Lieferengpässe positiv entwickelnde Importgeschäft mit *Henkel*, *Freixenet* und *Mionetto Prosecco*. Henkel konnte im letzten Jahr erstmals mehr als 1 Mio. 1/1-Flaschen in Australien absetzen.

Global  
Export

Im **Global Export** vereint die Gruppe das Geschäft mit Importeuren und Distributoren sowie das Global Travel Retail-Geschäft. Der Umsatz konnte dank starker Zuwächse in unterschiedlichen Märkten um + **128,1 % auf 12 Mio. Euro** wachsen. Getrieben wurde die positive Entwicklung vom Wachstum der Marken *i heart Wines*, *Mionetto* und *Freixenet*.

Globale  
Kernmarken

Die **globalen Kernmarken** entwickelten sich 2021 durchgehend positiv und bildeten somit die Basis des insgesamt erfolgreichen Geschäftsverlaufs der Gruppe.

Die mit Abstand stärkste Marke **Freixenet** übertraf erstmals die 100-Mio.-Flaschen-Marke. Zum Jahresende lag der Absatz bei



107,7 Mio. 1/1-Flaschen (+ 8,5 %). Hierzu trugen die positiven Entwicklungen bei *Freixenet Prosecco* und *Italian Rosé* sowie im Weinsortiment die neu eingeführten italienischen und spanischen Weinlinien bei.

***Mionetto Prosecco***, die meistverkaufte internationale Prosecco-Marke, konnte im Jahr 2021 dynamisch um **+ 32,6 % auf insgesamt 35,2 Mio. 1/1-Flaschen** zulegen. Die Zuwächse verteilten sich auf nahezu alle Regionen und Länder. Besonders stark vielen die Zuwächse in den USA, Italien, Polen, Frankreich, Deutschland und England aus. Hierzu haben auch die Innovationen *Mionetto Prosecco Rosé* sowie *Mionetto 0,0 % Alkohol free* beigetragen.

Die meistexportierte deutsche Sektmarke ***Henkell*** wuchs ebenso zweistellig mit **+ 14,3 % auf 12,9 Mio. 1/1-Flaschen**. Zuwächse kamen neben Deutschland vor allem aus Österreich, Australien und Kanada. Als Namensgeber einer ganzen Kategorie trug vor allem der *Henkell Piccolo* mit einem überproportionalen Wachstum zum Erfolg der Marke bei.

Die Marke ***i heart Wines*** feierte 2021 ihr 10-jähriges Bestehen. Im Jubiläumsjahr verzeichnete die in England entwickelte Weinmarke mit **32,5 Mio. 1/1-Flaschen** und einem **Plus von 3 %** einen neuen Absatzrekord. Im Vereinigten Königreich ist *i heart Wines* mittlerweile eine der bedeutendsten Weinmarken und wird zudem erfolgreich in Skandinavien und im Duty-Free vermarktet.

Auch ***Mangaroca Batida de Côco*** konnte erneut zweistellig wachsen. Mit einem deutlichen **Plus von + 23,6 % legte der Kokoslikör auf 2,8 Mio. verkaufte 1/1-Flaschen** zu.



Insbesondere in Deutschland konnte die Marke deutlich zulegen und den Marktanteil im Bereich der Cremeliköre weiterhin ausbauen.

#### International Prestige Brands

Einen wichtigen Beitrag leisten zudem die **International Prestige Brands**, die sich im Geschäftsjahr durchgehend positiv entwickeln. **Champagne Alfred Gratien**, seit vier Generationen von einer Kellermeisterfamilie hergestellt, konnte ein ebenso dynamisches Wachstum aufweisen wie dessen Schwestermarke **Gratien & Meyer Crémant** aus Saumur an der Loire. Gleiches gilt für den spanischen Premium-**Cava Segura Viudas** und die Schaumweine des Weingutes **Gloria Ferrer** in Sonoma, USA. Last but not least erreichte das erste Riesling-Weingut der Welt, **Schloss Johannisberg**, einen zweistelligen Absatzzuwachs seiner weltweit hochprämierten Weinspezialitäten.

„Wir erleben in allen Märkten ein erhöhtes Qualitätsbewusstsein, ein größeres Interesse an der Herkunft und Vielfalt von Wein und Schaumwein. Und dieses zunehmende Genussinteresse wollen wir mit unserem internationalen Portfolio bedienen, das für fast alle Ursprünge und Methoden steht – von Cava über Champagner, Crémant, Prosecco bis hin zum deutschen Riesling“, kommentiert Dr. Andreas Brokemper, Vorsitzender der Geschäftsführung von Henkell Freixenet.

#### Investitionen

Die Investitionen stiegen im Geschäftsjahr 2021 deutlich um **+ 43,2 % auf 26,1 Mio. Euro**. Der Werksneubau bei Mionetto in Valdobbiadene im italienischen Veneto wurde abgeschlossen, derzeit entsteht auf dem Gelände am





historischen Standort ein repräsentatives Besucherzentrum. Weitere Investitionen folgen der Strategie der Gruppe zur Steigerung von Nachhaltigkeit und Effizienz.

#### Mitarbeiter

Die Anzahl der Beschäftigten belief sich im Jahr 2021 weltweit auf **3.499 Mitarbeiter (2020: 3.494)**. In Deutschland waren 669 Mitarbeiter tätig, was einem Anstieg um 54 Mitarbeitern entspricht. Auf die internationalen Gruppenunternehmen entfielen 2.830 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

#### Ausblick

Prägend für das Jahr 2022 werden die wirtschaftlichen Auswirkungen durch den russischen Angriffskrieg in der Ukraine sein. Neben der starken politischen Unsicherheit verursacht der Krieg signifikante Preissteigerungen und Versorgungsengpässe in der gesamten Supply Chain. Belastend sind vor allem die Preisentwicklungen bei Glas, Verpackungsmaterialien, Energie und in der Logistik. Darüber hinaus wurde Wein erntebedingt teurer, teilweise sind die Verfügbarkeiten eingeschränkt oder nicht gegeben. Hinzu kommt die mit der angespannten Gesamtsituation einhergehende Inflation.

„Entscheidend wird die Beherrschung der gesamten Supply Chain vom Trauben-, Wein-, Hüll und Packguteinkauf bis hin zur Auslieferung an unsere weltweiten Kunden sein. In Summe stellt uns damit das Jahr 2022 damit vor enorme Herausforderungen“, kommentiert Dr. Andreas Brokemper, Vorsitzender der Geschäftsführung. „Chancen sehen wir in dem anhaltenden Trend zu höherwertigem Konsum. Diese sehen wir insbesondere bei starken Marken wie *Freixenet*, *Mionetto* und *Henkell international* sowie *Fürst von Metternich* und *Wodka Gorbatschow* in Deutschland. Risiken bestehen in



mangelnder Verfügbarkeit von Spezialitäten, allen voran bei Champagner Alfred Gratien und Gratien & Meyer Crémant. Schließlich wird uns 2022 nach wie vor auch die Corona-Pandemie beschäftigen. Zwar gibt es Anzeichen, dass die Pandemie sich abschwächt, ob dies aber der Fall sein wird und was dies für die Wirtschaft und das Kaufverhalten bedeutet, lässt sich derzeit noch nicht final vorhersagen. Vor dem Hintergrund der derzeitigen Unsicherheiten ist eine verlässliche Prognose für das Gesamtjahr kaum möglich.“

**Über Henkell Freixenet:**

*Henkell Freixenet ist die deutsch-spanische Allianz der Familienunternehmen Henkell mit Sitz in Wiesbaden und der Freixenet mit Sitz in Sant Sadurni D'Anoia, Spanien. Das Unternehmen ist der weltweit führende Schaumweinanbieter und verfügt über ein einzigartiges Markenportfolio für Schaumwein, Stillwein und Spirituosen. Globale Marken wie Freixenet, Mionetto und Henkell zählen ebenso zur Gruppe wie I heart Wines, Mangaroca Batida de Còco sowie ein Portfolio an vielfach ausgezeichneten Weingütern und Marken. Höchste Ansprüche an Qualität und Handwerkskunst spornt das Team von Henkell Freixenet ebenso an wie die Vision, mittelfristig für jedes zehnte Glas Schaumwein weltweit zu stehen.*

Weitere Informationen unter [www.henkell-freixenet.com](http://www.henkell-freixenet.com)

**Pressekontakt:**

Henkell Freixenet  
Jan Rock  
Global Head Corporate Communications  
Biebricher Allee 142  
65187 Wiesbaden  
T. +49 (0)611 63-210  
E. [jan.rock@henkell-freixenet.com](mailto:jan.rock@henkell-freixenet.com)