

Im Geschäftsjahr 2003/2004 (30.04.) produzierte WAWI weltweit 24.000 Tonnen Schokolade. Dies entspricht einer Steigerung der Menge von 4%. Der Gesamtumsatz stieg leicht um 1% auf 79 Millionen €. Dieser geringere Anstieg war auf den rückläufigen Kakaomarkt zurückzuführen. Die Rohstoffschwankungen werden vor allem im Industriegeschäft voll in die Verkaufspreise eingerechnet. Die Zahl der Beschäftigten lag wie im Vorjahr wiederum bei ca. 500 Mitarbeitern.

Im Industriegeschäft verkaufte unser Tochterunternehmen Fuchs & Hoffmann innerhalb der europäischen Gemeinschaft 10 % mehr Schokolade. Völlig zusammengebrochen ist dagegen der Export in Länder außerhalb der EG. Grund hierfür ist die willkürliche europäische Zuckermarktpolitik. Fuchs & Hoffmann ist verpflichtet den teuren EG Zucker zu verwenden, der dreimal höher ist als der Weltmarktpreis. Früher war es so, dass die EG beim Export in Drittländer diesen Nachteil über Ausfuhrerstattungen ausgeglichen hat. Im Jahr 2003 wurden diese Erstattungen faktisch abgeschafft. Es ist heute unmöglich als mittelständischer Hersteller für den Export Zucker zu Weltmarktpreisen zu beziehen. Gleichzeitig verschleudert die europäische Zuckerindustrie auf direktem Wege ihre Überschüsse zu Dumping-Preisen auf den Weltmärkten. Es wäre wirklich höchste Zeit diesen protektionistischen Anachronismus der Zuckermarktordnung abzuschaffen. Den Schaden hat neben der Süßwarenindustrie der Verbraucher der jährlich 6 Milliarden Euro an Subventionen an leistungsschwache Landwirte und an das Kartell der Zuckerindustrie bezahlt.

Auf dem deutschen Markt war WAWI mit Jahresartikeln sehr erfolgreich. Die Distribution bei den Vollsortimentern mit dem Klassiker WAWI Schoko-Reis wurde weiter ausgebaut. Dafür verzichtet WAWI auf die Vermarktung bei den preisaggressiven Discountern. Als Neuheiten präsentierte WAWI die Variante SummerRice sowie Schoko-Reis in Zartbitter Schokolade. Ab Herbst diesen Jahres produziert WAWI die „leichteste Praline der Welt“: AIRY. Zufrieden ist WAWI auch mit der Vermarktung von Blockschokolade und Kuvertüre. Der große Vorteil besteht darin, dass WAWI den gesamten Prozess von der Kakaobohne bis zum fertigen 200g-Block beherrscht. Rückläufig war dagegen das Saisongeschäft. Dies ist zum einen durch den Gesamtmarkt bedingt, der im letzten Jahr zurück ging. Hinzu kommt dass sich viele Produkte einfach nicht mehr rechnen, da das vorhandene Preisniveau noch nicht mal ausreicht die variablen Kosten zu decken.

Sehr positiv entwickeln sich weiterhin die Auslandstöchter. In Russland fertigt WAWI neben Hohlfiguren und Überraschungseiern jetzt auch Blockschokolade. Auch die Schokoladen-Rohmassen hierfür werden selbst hergestellt.

Australien meldet ein Umsatzwachstum von über 20 %. WAWI ist neben den Discountern jetzt auch in allen Lebensmittelketten gelistet. Innerhalb von sechs Jahren hat es WAWI geschafft, in nahezu allen Outlets auf dem fünften Kontinent präsent zu sein.

Auch Kanada erreichte ein zweistelliges Umsatzplus. Das Sortiment umfasst Adventskalender sowie cellophanierte Hohlfiguren die zum Großteil als Lizenzthemen vermarktet werden. In diesem Jahr werden erstmals auch stanniolierte Figuren im kanadischen Markt eingeführt.

Große Freude bereitet das Werk in China. Dieses Jahr wird WAWI China zehn Jahre alt. Die Produktion konnte vom Beginn an jedes Jahr gesteigert werden und liegt jetzt über 1000 Tonnen. Besonders stolz ist man auf die Kontinuität in der Geschäftsführung. Herr Chen Changliu (General Managing Director), Herr Zhuang Yaohui (Production Managing Director) und Frau Bärbel Lellbach (Quality Managing Director) waren von der ersten Stunde an mit dabei. Für das weitere Wachstum wird die Produktinnovation Schoko-Pudding beitragen. Dieses Minidessert ist seit März 2004 ein Renner in den Convenience- Stores in Japan und Taiwan.

Die Neuinvestitionen im kommenden Geschäftsjahr werden zum Großteil in den Auslandsmärkten getätigt. Die Finanzierung erfolgt ausschließlich aus dem Cash-Flow. Im Stammwerk in Pirmasens wird WAWI im Oktober eine gläserne Fabrik eröffnen. Dabei kann jedermann vor Ort erleben wie Osterhasen und Weihnachtsmänner gefertigt werden. Dem Fabrikverkauf schließt sich auch ein Bistro sowie ein kleines Schokoladenmuseum an. Dieses Jahr wird im Museum alles über die Geschichte des Weihnachtsmannes zu sehen sein.