

Zwischenmitteilung Q3 2022

CEWE Stiftung & Co. KGaA



11. November 2022



Die CEWE-Gruppe

EUROPAS FÜHRENDER FOTO-SERVICE UND ONLINE-DRUCK-ANBIETER

Aus den Anfängen im Jahr 1912 hat sich CEWE als erste Adresse im Foto-Service für alle entwickelt, die mehr aus ihren Fotos machen wollen. Dafür steht insbesondere das vielfach ausgezeichnete CEWE FOTOBUCH mit jährlich weit mehr als sechs Millionen verkauften Exemplaren. Weitere personalisierte Fotoprodukte erhalten Kunden z. B. unter den Marken CEWE, WhiteWall und Cheerz – sowie bei vielen führenden europäischen Einzelhändlern. Rund um ihre persönlichen Fotos werden sie in diesen Markenwelten zu vielfältigen kreativen Gestaltungen inspiriert und vertrauen dem Unternehmen jährlich mehr als 2 Mrd. Fotos an.

Zusätzlich hat die CEWE-Gruppe für den noch jungen Online-Druck-Markt eine hocheffiziente Produktion für Werbe- und Geschäftsdrucksachen aufgebaut. Über die Vertriebsplattformen SAXOPRINT, LASERLINE und viaprinto erreichen jährlich Milliarden Qualitätsdruckprodukte zuverlässig ihre Kunden.

Die CEWE-Gruppe ist auch durch die Gründerfamilie Neumüller als Ankeraktionär auf nachhaltige Unternehmensführung ausgerichtet und wurde dafür bereits mehrfach ausgezeichnet: wirtschaftlich langfristig orientiert; partnerschaftlich und fair mit Kunden, Mitarbeitern sowie Lieferanten; gesellschaftlich verantwortlich und umwelt- sowie ressourcenschonend. So werden beispielsweise alle CEWE-Markenprodukte klimaneutral hergestellt.

Die CEWE-Gruppe ist mit 4.000 Mitarbeitern in 21 Ländern präsent. Die CEWE-Aktie ist im SDAX notiert.

Unternehmenskennzahlen CEWE-Gruppe



21

EUROPÄISCHE LÄNDER



27

VERTRIEBS-
NIEDERLASSUNGEN

692,8

MIO. EURO
UMSATZ IM JAHR 2021



>20.000

CEWE FOTOSTATIONEN



5,65

MIO.
CEWE FOTOBUCH
EXEMPLARE
IM JAHR 2021



4.000

MITARBEITER



14

BETRIEBSSTÄTTEN



20.000

HANDELSPARTNER



2,18

MRD.
FOTOS IM JAHR
2021

Brief an die Aktionäre

Liebe Aktionärinnen, liebe Aktionäre,

Sie konnten hoffentlich die wieder möglichen Sommer-Reisen genießen

Internationale Reisen, Feiern, Hochzeiten, Konzerte und andere Events konnten in den vergangenen Monaten endlich wieder stattfinden. Auch Sie haben diese Möglichkeiten hoffentlich persönlich genießen können.

Besonders auch diese Reisen bescheren CEWE eine starke Ausgangsbasis für das entscheidende Q4

Für das Hauptgeschäft Fotofinishing Ihres Unternehmens sind diese klassischen Fotoanlässe entscheidend. Sie haben ganz wesentlich dazu beigetragen, dass nach nun drei Quartalen ein Umsatzwachstum von 6,9% auf 151,4 Mio. Euro gemeldet werden kann und das EBIT mit -1,1 Mio. Euro sogar stärker ist als noch in der Vor-Corona-Zeit (Q1-3 2018: -3,7 Mio. Euro, Q1-3 2019: -2,0 Mio. Euro). Eine starke Ausgangsposition, für das entscheidende, klassischerweise bei CEWE sehr gewinnträchtige Q4, das Weihnachtsquartal.

Während das Q1 2021 durch den Lockdown noch ein stärkeres Ergebnis geliefert hatte ...

Diese starke Position wurde erreicht, obwohl das erste Quartal im Vorjahr 2021 als letztes Corona-Lockdown-Quartal im Fotofinishing ein sehr positives Ergebnis lieferte. Diesen Sondereffekte konnte das vergleichsweise „normale“ Q1 2022 natürlich nicht wiederholen und lieferte so ein Ergebnis um 6,5 Mio. Euro unter dem außergewöhnlich starken Vorjahresquartal.

... haben nun in 2022 Q2 und Q3 dies nahezu aufgeholt

Dieser positive Sondereffekt endete mit dem Lockdown und das zweite und dritte Quartal 2021 zeigten dann einen eher typischen Verlauf. Gemessen an dieser, nun normalen Vergleichsbasis schneidet das zweite Quartal um +2,1 Mio. Euro und das dritte Quartal sogar um +3,1 Mio. Euro besser ab als das jeweilige Vorjahresquartal. Das Gesamtunternehmen CEWE hat im Jahresverlauf beständig an Ertragsstärke gewonnen. Damit liegt das EBIT zum Beginn des vierten Quartals nur noch 1,2 Mio. Euro unter der Vorjahresposition, aber +0,8 Mio. Euro bzw. sogar +2,6 Mio. Euro höher als noch in den Vor-Corona-Jahren 2019 bzw. 2018.

Hervorragend vorbereitet für das entscheidende Weihnachtsquartal

Die im Jahresverlauf steigende Ertragsstärke zeigt bereits, dass Ihr Unternehmen CEWE einen guten Anlauf nimmt auf das entscheidende vierte Quartal. Und auch die Vorbereitung für das vierte Quartal ist so stark wie nie: Im Fotofinishing wird eine erneut reichweitenstarke Weihnachtskampagne die CEWE-Kundinnen und Kunden erreichen. Auch das für CEWE und für viele Käuferinnen und Käufer wichtige Thema der Nachhaltigkeit wird weiter entwickelt. Im Vorjahr machte beispielsweise der Adventskalender von CEWE durch die Verwendung einer recyclingfähigen Innenaufteilung einen großen Sprung. Nun legen z.B. auch der Tischkalender Natur aus 100% recyceltem Papier oder die umweltschonend hergestellten Premium Fotopuzzles nach. Viel Detailarbeit. Aber es ist uns eine Herzensangelegenheit und wir werden beständig immer noch besser.

Genießen Sie Weihnachten: Mit den CEWE-Produkten ...

Alle diese individuellen Fotoprodukte werden gerne als sehr persönliche Weihnachtsgeschenke mit einem sehr hohen emotionalen Wert verschenkt. Machen auch Sie gerne von dieser Möglichkeit Gebrauch und verschenken Sie Freude an Ihre Liebsten mit Fotoprodukten von CEWE.

... und später auch mit den Ergebnissen von CEWE

Ganz besonders in wirtschaftlich schwierigen Zeiten wie heute wählen sehr viele Kundinnen und Kunden Fotoprodukte als Geschenk, da viele dieser Produkte neben Ihrer hohen emotionalen Bedeutung auch preislich sehr attraktiv sind. Dies sollte das – ohnehin typischerweise sehr ertragsstarke – vierte Quartal bei CEWE weiter kräftigen. Die Basis dafür ist vorhanden: Die mit Reisen, Feiern, Zusammentreffen etc. deutlich wieder gestiegenen Fotografieranlässe haben unser aller Foto-Speicher wieder mit tollen, aktuellen Aufnahmen gefüllt. Vieles spricht für ein gutes viertes Quartal 2022 bei CEWE und auf Basis der starken Position nach drei Quartalen wäre sogar mit einem Ergebnisrückgang von 6 Mio. Euro die untere Marke des Zielkorridors immer noch erreicht bzw. mit einem Ergebniszuwachs von 9 Mio. Euro sogar die obere Zielmarke erreicht ... und dies wäre dann das höchste EBIT, das CEWE jemals erzielt hat.

Alle Kolleginnen und Kollegen bei CEWE arbeiten konzentriert und hart dafür, auch 2022 ein starkes Ergebnis zu erzielen!
Seien Sie gespannt ...wir sind es auch!

Bis im Neuen Jahr!



Dr. Christian Friege

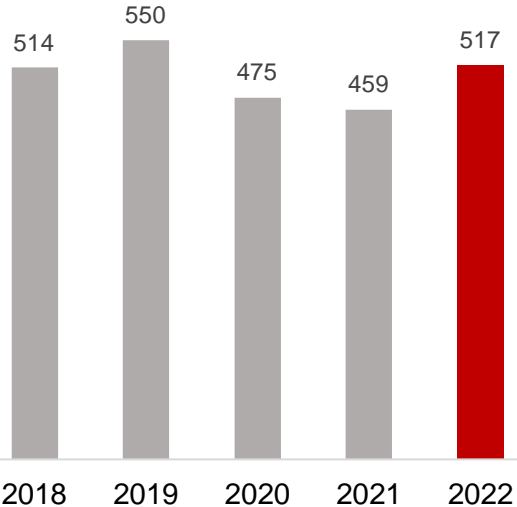
Agenda

- 1. Geschäftsfeld Fotofinishing**
2. Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck
3. Geschäftsfeld Einzelhandel
4. Geschäftsfeld Sonstiges
5. Ergebnisse CEWE-Gruppe
6. Finanzbericht
7. Anhang

Anzahl Fotos und Umsatz Fotofinishing Q3

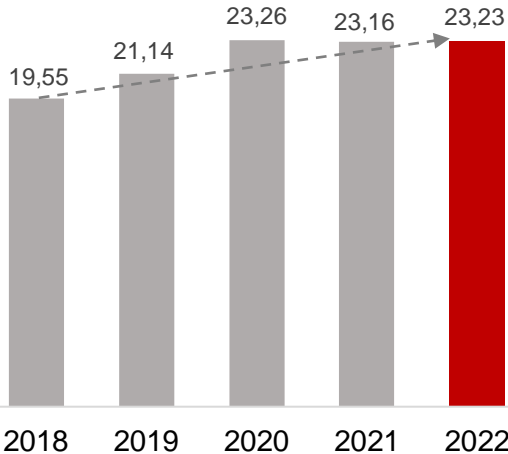
Fotos gesamt
in Mio. Stück

+12,6%
Ziel 2022:
-7% bis +4%



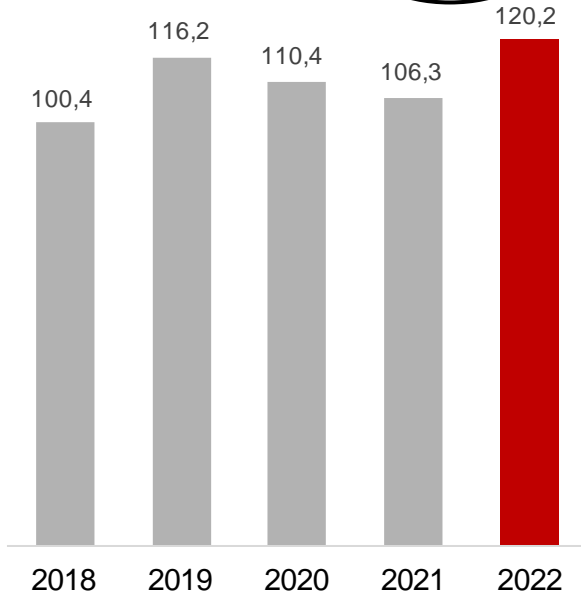
Umsatz pro Foto
in Eurocent

+0,3%



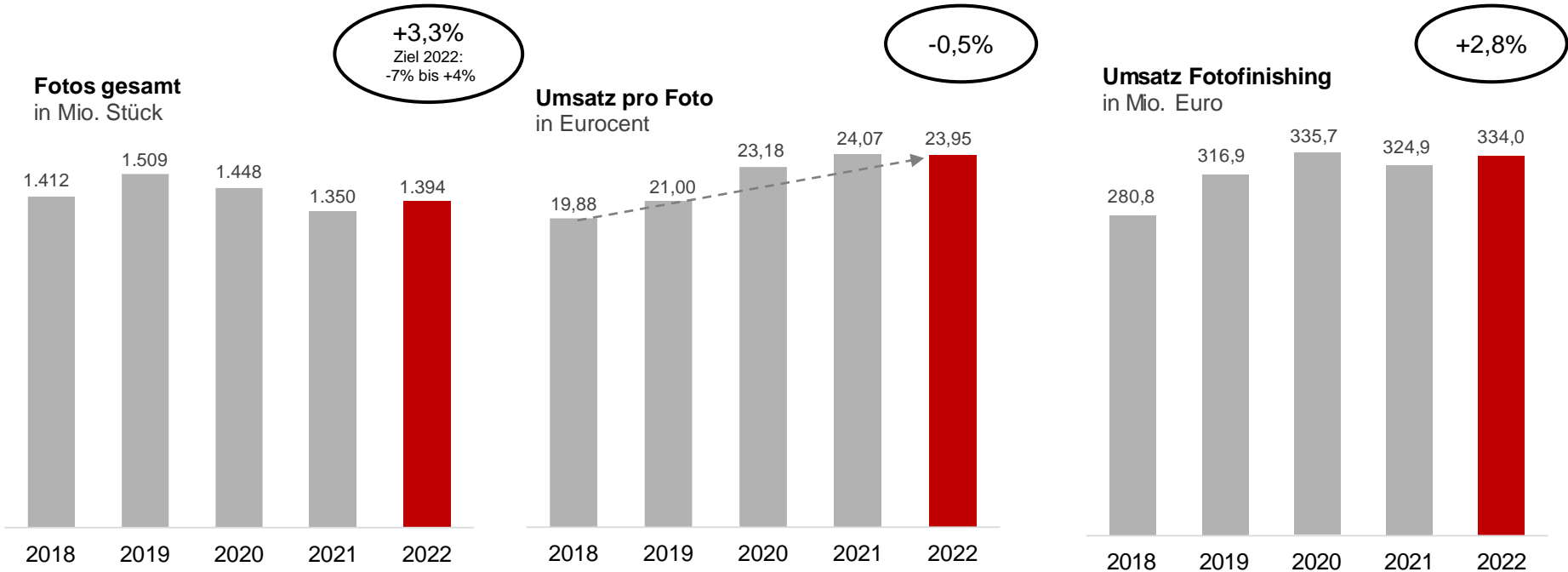
Umsatz Fotofinishing
in Mio. Euro

+13,0%



- » Corona-Normalisierung ermöglicht wieder Fotografier-Gelegenheiten (v.a. Reisen, Feiern, ...) und damit Anlässe für Fotoprodukt-Bestellungen: Fotovolumen und Umsatz legen deutlich zu
- » Auch der Umsatz pro Foto legt wieder zu

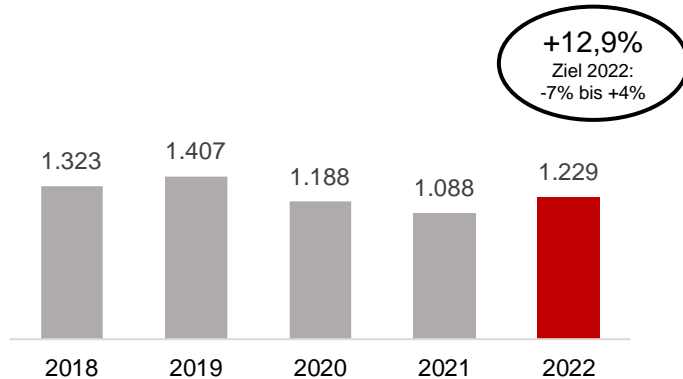
Anzahl Fotos und Umsatz Fotofinishing Q1-3



- » „Stay-at-home“-Effekte mit besonders positiver Wirkung auf die Nachfrage der Corona-Sonderjahre 2020 (hier besonders im Q2) und 2021 (hier besonders im Q1) erschweren die Vorjahresvergleichbarkeit
- » Umsatz pro Foto legt gegenüber dem letzten Vor-Corona-Zeitraum in 2019 erfreulich zu

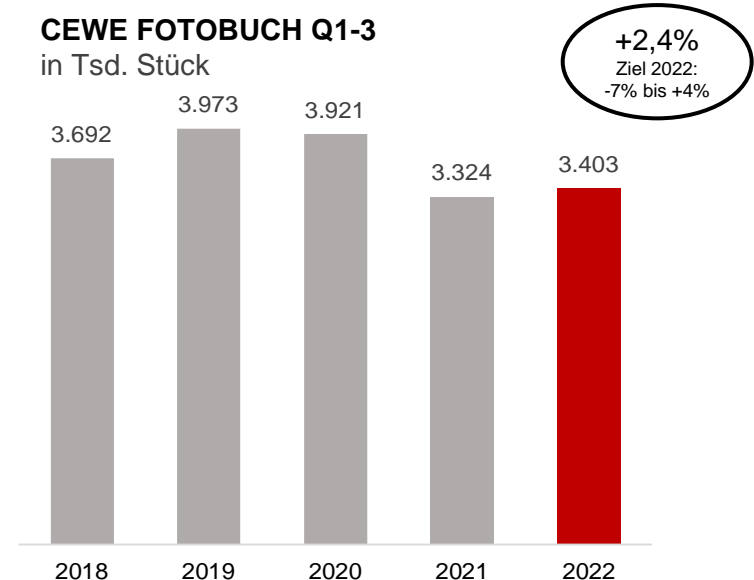
Volumen CEWE FOTOBUCH Q3 und Q1-3

CEWE FOTOBUCH Q3
in Tsd. Stück



» Auf dem Weg Richtung „Back to normal“: Corona-Normalisierung und v.a. Rückkehr von internationalen Urlaubsreisen lässt Nachfrage nach CEWE FOTOBUCH auch im Q3 weiter deutlich steigen (jedoch Fernreise-Fotobücher noch nicht wieder da)

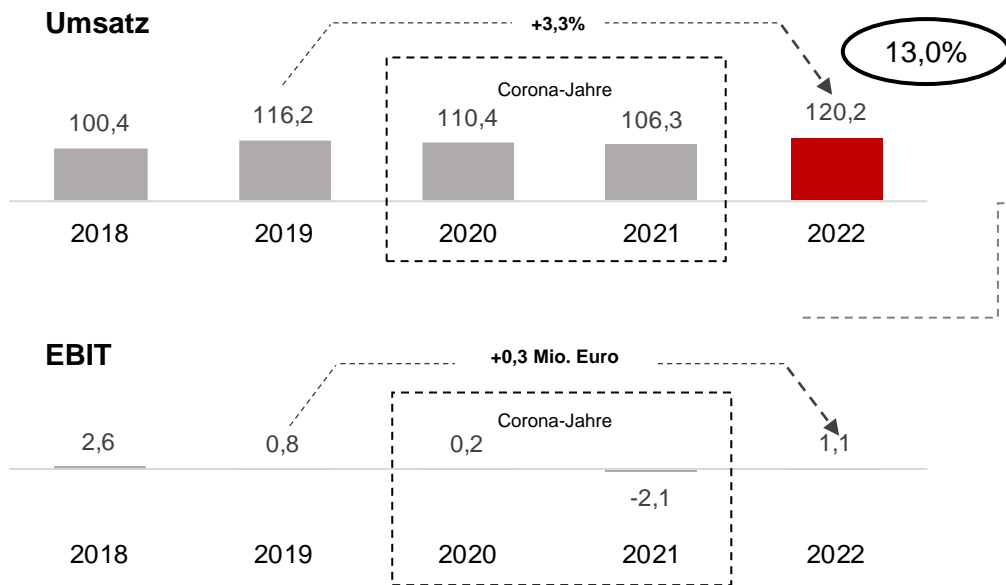
CEWE FOTOBUCH Q1-3
in Tsd. Stück



» Auch aufgelaufen wieder Wachstum, jedoch noch nicht wieder auf Vor-Corona-Niveau: Das klassische Multi-Foto-Produkt fühlt noch den Corona-bedingten, temporären Bildermangel

Geschäftsfeld Fotofinishing Q3

in Mio. Euro



» FF legt im Q3 deutlich zu, Q3-Umsatz übertrifft sogar letztes Vor-Corona-Q3 in 2019

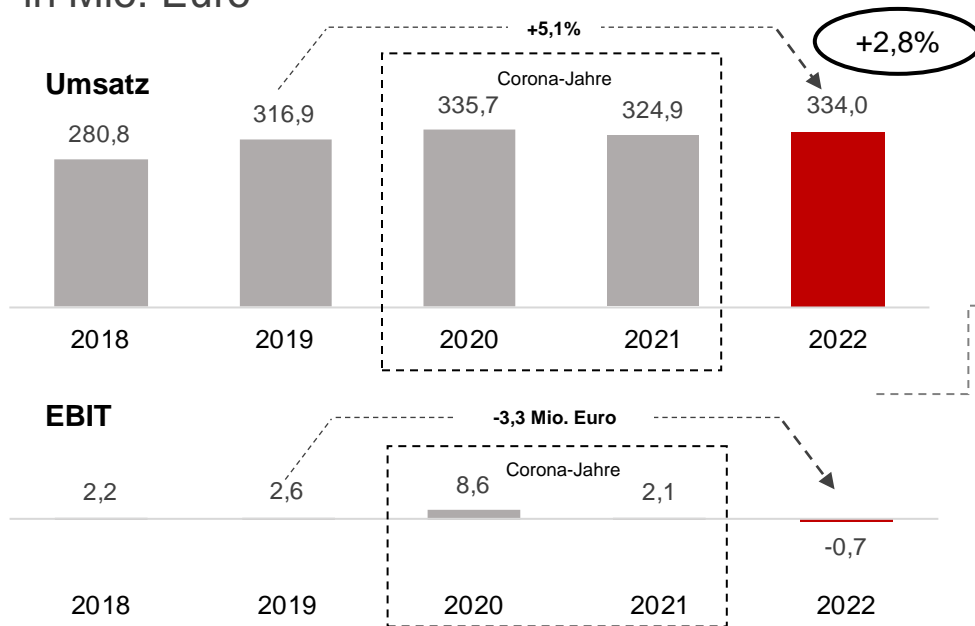
» FF-EBIT im Q3 verbessert sich um starke 3,2 Mio. Euro

- Der Fotofinishing-Umsatz steigt unter dem Eindruck der sich fortsetzenden Corona-Normalisierung deutlich um +13,0%. V.a. die starke Urlaubsreiseaktivität bringt viele neue Fotoaufnahmen hervor und lässt Konsumenten verstärkte Fotoprodukte bestellen.
- Zusätzlich unterstützen umgesetzte Preiserhöhungen den Umsatzzuwachs und liefern zusätzliche Deckungsbeiträge.
- Mit dem jetzt erreichten Umsatz legt das FF auch im Vergleich zum letzten Vor-Corona-Q3 in 2019 um +3,3% erfreulich zu.

- Das Fotofinishing-EBIT verbessert sich nachfrage- und preisbedingt um starke +3,2 Mio. Euro.
- Dabei sind nur noch Sozialversicherungsleistungen in Form von Kurzarbeitergeld in Höhe von 40 TEuro erfolgt (Q3 2021: 343 TEuro Kurzarbeitergeld).
- Weitere Preiserhöhungen werden v.a. im wichtigen Weihnachtsgeschäft des vierten Quartals 2022 zusätzliche Deckungsbeiträge erbringen.
- Sondereffekte Q3 2022: -0,9 Mio. Euro
 - Effekte aus der Kaufpreisallokation von Cheerz: -0,4 Mio. Euro
 - Effekte aus der Kaufpreisallokation von WhiteWall: -0,5 Mio. Euro
- Sondereffekte Q3 2021: -1,0 Mio. Euro
 - Effekte aus der Kaufpreisallokation von Cheerz: -0,5 Mio. Euro
 - Effekte aus der Kaufpreisallokation von WhiteWall: -0,5 Mio. Euro

Geschäftsfeld Fotofinishing Q1-3

in Mio. Euro



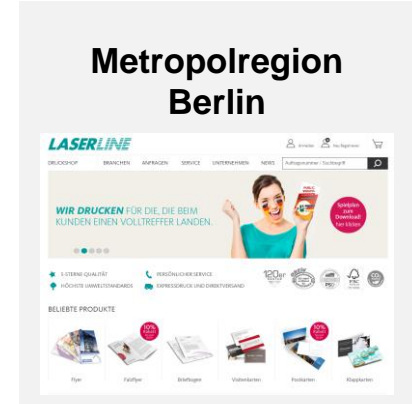
- » FF auch aufgelaufen wieder mit Wachstum
- » Ergebnismrückstand aus Q1 (Corona-Sonderkonjunktur im Vorjahr) wird weiter reduziert

- Q1 noch mit erwartetem Umsatzrückgang (-9,9% wegen Sonderkonjunktur durch "Stay-at-home"-Effekt im Vorjahres-Q1), Q2 und Q3 mit deutlichem Umsatzplus: Im Q2 (+8,2%) und Q3 (+13,0%) steigt der Fotofinishing-Umsatz unter dem Eindruck der sich fortsetzenden Corona-Normalisierung. V.a. die starke Urlaubsreiseaktivität bringt viele neue Foto-aufnahmen hervor und lässt Konsumenten verstärkte Fotoprodukte bestellen. Zusätzlich unterstützen umgesetzte Preiserhöhungen den Umsatzzuwachs und liefern zusätzliche Deckungsbeiträge.
- Mit dem jetzt erreichten Umsatz legt das FF auch im Vergleich zum letzten Vor-Corona-Zeitraum in 2019 um +5,1% zu.
- Der Q1-Egebnismrückstand (-7,3 Mio. Euro im Vgl. zum Vorjahres-Q1 mit Corona-Sonderkonjunktur) wird mit guten Q2 und Q3 reduziert auf -2,8 Mio. Euro.
- Dabei haben nur noch 217 TEuro Leistungen der Sozialversicherung in Form von Kurzarbeitergeld, die ohne Arbeitsleistung angefallenen Personalkosten teilweise kompensiert (Q1-3 2021: 909 TEuro).
- V.a. aufgrund der im Vergleich zu 2019 natürlich gestiegenen Kostenstruktur (auch in Vorbereitung des stets zulegenden Weihnachtsgeschäfts) liegt das aktuelle EBIT dabei unter dem letzten Vor-Corona-EBIT aus 2019 (2,6 Mio. Euro). Weitere Preiserhöhungen werden v.a. im Weihnachtsgeschäft des vierten Quartals zusätzliche Deckungsbeiträge erbringen.
- Sondereffekte Q1-3 2022: -2,8 Mio. Euro
 - Effekte aus der Kaufpreisallokation von Cheerz: -1,3 Mio. Euro
 - Effekte aus der Kaufpreisallokation von WhiteWall: -1,6 Mio. Euro
- Sondereffekte Q1-3 2021: -3,1 Mio. Euro
 - Effekte aus der Kaufpreisallokation von Cheerz: -1,5 Mio. Euro
 - Effekte aus der Kaufpreisallokation von WhiteWall: -1,6 Mio. Euro

Agenda

1. Geschäftsfeld Fotofinishing
- 2. Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck**
3. Geschäftsfeld Einzelhandel
4. Geschäftsfeld Sonstiges
5. Ergebnisse CEWE-Gruppe
6. Finanzbericht
7. Anhang

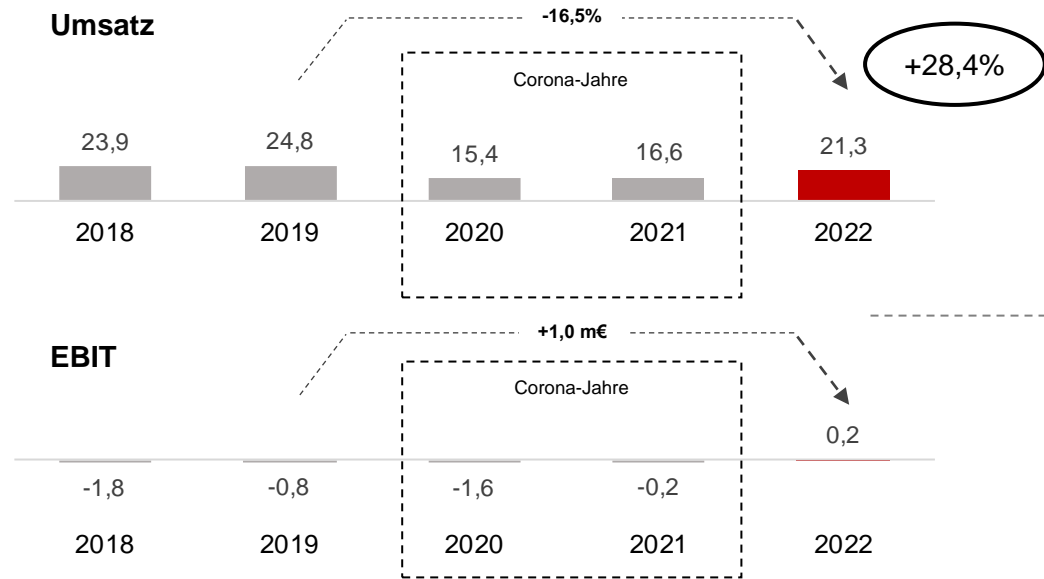
Kommerzieller Online-Druck



» **Geschäfts- und Werbedruck: Flyer, Visitenkarten, Briefpapier, Verpackungen, Werbeartikel, etc.**

Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck Q3

in Mio. Euro

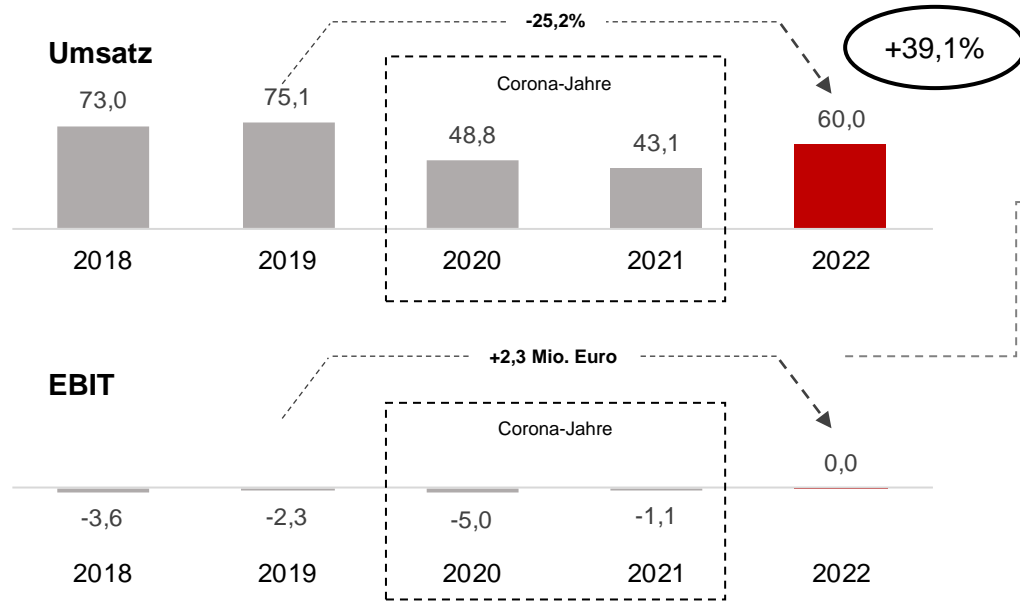


- Der KOD profitiert auch im Q3 weiter von der anhaltenden Corona-Normalisierung und legt mit der „Best-Preis-Strategie“ im Umsatz deutlich zu.
- Damit ist der KOD zwar noch nicht wieder auf dem Vor-Corona-Umsatzniveau aus Q3 2019 (24,8 Mio. Euro) ...
- ... zeigt aber v.a. durch die optimierte Kostenstruktur vs. Q3 2019 (EBIT -0,8 Mio. Euro) ein stark verbessertes Ergebnis und insgesamt niedrigere Break-Even-Schwelle.
- Der Umsatzzuwachs und das weiter straffe Kostenmanagement verbessern das EBIT auch im Vgl. zum Vorjahr.
- Sondereffekte Q3 2022: -0,1 Mio. Euro
 - Effekte aus der Kaufpreisallokation von Laserline: -0,1 Mio. Euro
- Sondereffekte Q3 2021: -0,1 Mio. Euro
 - Effekte aus der Kaufpreisallokation von Laserline: -0,1 Mio. Euro

- » Der KOD profitiert von der (Post-Corona-)Belebung und steigert Umsatz und Ergebnis
- » Obwohl der Umsatz noch nicht wieder das Vor-Corona-Niveau erreicht, wird ein deutlich besseres Ergebnis erzielt

Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck Q1-3

in Mio. Euro



- » Der KOD profitiert von der (Post-Corona-)Belebung und steigert Umsatz und Ergebnis
- » Obwohl der Umsatz noch nicht wieder das Vor-Corona-Niveau erreicht, wird ein deutlich besseres Ergebnis erzielt

- Der KOD profitiert von der anhaltenden Corona-Normalisierung und legt mit der „Best-Preis-Strategie“ im Umsatz deutlich zu (Q1 2022: +38,8%; Q2 2022: +52,5%; Q3 2022: +28,4%).
- Damit ist der KOD zwar noch nicht wieder auf dem Vor-Corona-Umsatzniveau aus 2019 (75,1 Mio. Euro) ...
- ... zeigt aber v.a. durch die optimierte Kostenstruktur vs. 2019 (EBIT -2,3 Mio. Euro) ein stark verbessertes Ergebnis und insgesamt niedrigere Break-Even-Schwelle.
- Der Umsatzzuwachs und das weiter straffe Kostenmanagement verbessern das EBIT auch im Vgl. zum Vorjahr.
- Dabei kompensiert der KOD noch im Vorjahreszeitraum erfolgte Sozialversicherungsleistungen in Form von Kurzarbeitergeld in Höhe von 688 TEuro vollständig (EBIT Q1-3 2021 ohne Kurzarbeitergeld: -1,7 Mio. Euro; Q1-3 2022: kein KUG).
- Sondereffekte Q1-3 2022: -0,2 Mio. Euro
 - Effekte aus der Kaufpreisallokation von Laserline: -0,2 Mio. Euro
- Sondereffekte Q1-3 2021: -0,2 Mio. Euro
 - Effekte aus der Kaufpreisallokation von Laserline: -0,2 Mio. Euro

Agenda

1. Geschäftsfeld Fotofinishing
2. Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck
- 3. Geschäftsfeld Einzelhandel**
4. Geschäftsfeld Sonstiges
5. Ergebnisse CEWE-Gruppe
6. Finanzbericht
7. Anhang

Einzelhandel mit Fokus auf Fotofinishing-Geschäft

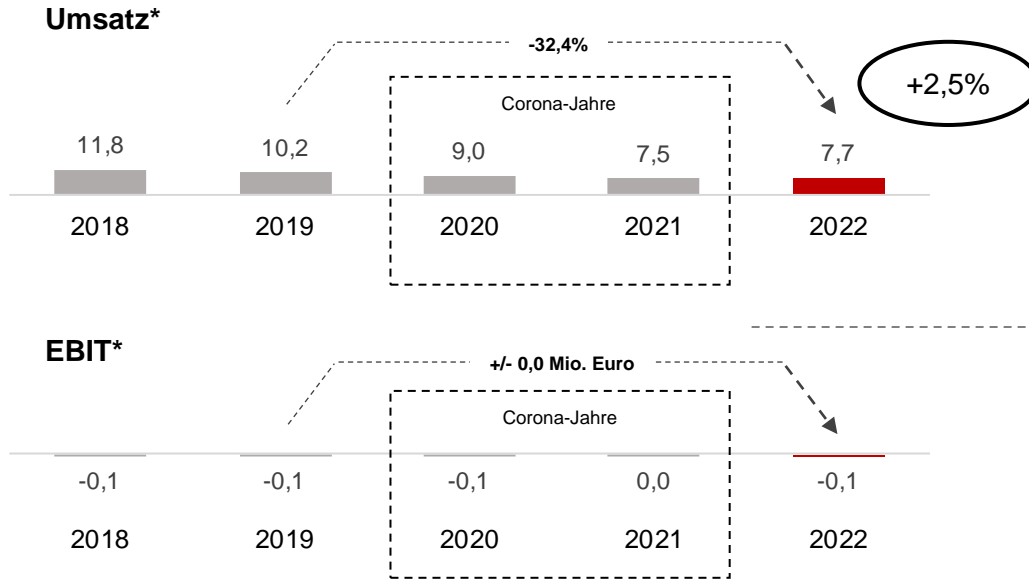
The diagram consists of two main grey rectangular areas. The left area contains four logos stacked vertically: 'cewe' with '物 JAPAN photo' below it, 'FOTOJOKER' above 'cewe', 'FOTOLAB' above 'cewe', and 'wöltje' at the bottom. A white circle with a red arrow points from the center of these logos to the right area. The right area contains a bulleted list of three items.

- 101 eigene Läden in NO, PL, CZ, SK
- Strategischer Fokus auf Fotofinishing und Online-Geschäft
- 31,2 Mio. Euro Umsatz (2021) mit Foto-Hardware (Kameras, Objektive, ...)

» Im Segment Einzelhandel sind nur Umsatz und Ertrag aus dem Hardware-Geschäft enthalten, das Fotofinishing-Geschäft des Einzelhandels wird im Segment Fotofinishing gezeigt

Geschäftsfeld Einzelhandel* Q3

in Mio. Euro



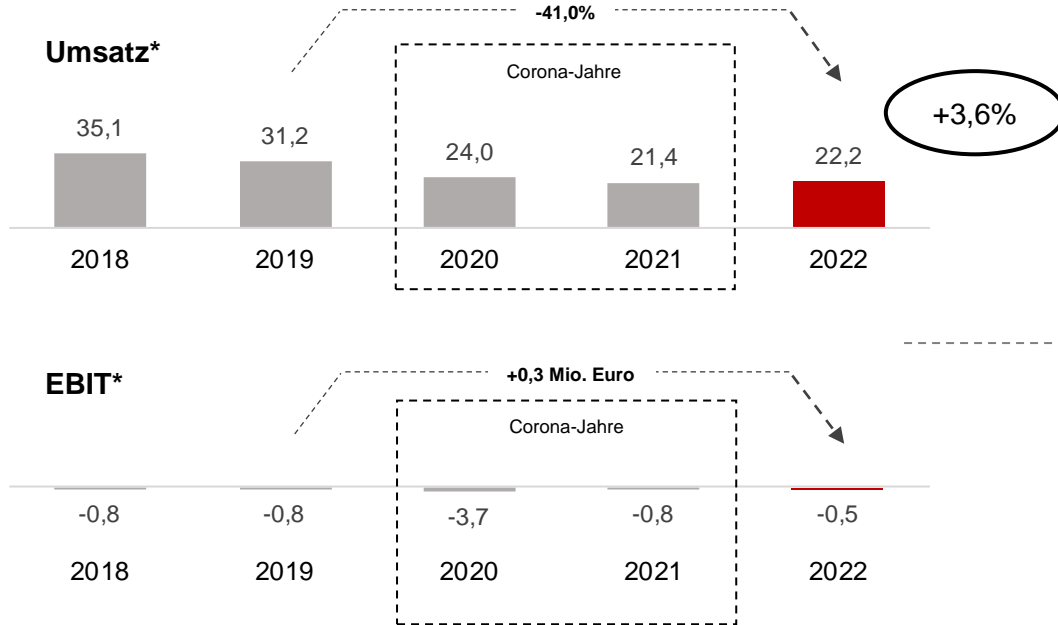
» Einzelhandel zeigt sich mit optimierter Filialstruktur gut aufgestellt

- Auch der Einzelhandel profitiert weiter von der anhaltenden Corona-Normalisierung und steigert im Q3 den Hardware-Umsatz.
- Durch die Fokussierung auf das Fotofinishing-Geschäft und den Verzicht auf margenschwachtes Hardwaregeschäft lag die aktive Umsatzreduktion vor Einsetzen der Corona-Krise strategiegemäß bei rund -10%.
- Betrachtet man auch den EH gegen das letzte Vor-Corona-Q3 in 2019, so hat er den Hardware-Umsatz mit reduzierter Filialanzahl strategiegemäß um gut 30% deutlich reduziert ...
- ... und dabei das Ergebnisniveau verteidigt (EH-EBIT Q3 2019: -0,1 Mio. Euro).
- Saisonbedingt ist das Q3-EBIT im EH traditionell meist leicht negativ (Q3 2021: -18 TEUR; Q3 2022: -79 TEUR).
- Dabei kompensiert der Einzelhandel noch im Vorjahresquartal erfolgte Sozialversicherungsleistungen in Form von Kurzarbeitergeld in Höhe von 65 TEuro vollständig (EBIT Q3 2021 ohne Kurzarbeitergeld: -0,1 Mio. Euro; Q3 2022: kein KUG).
- Sondereffekte Q3 2022: keine
- Sondereffekte Q3 2021: keine

* nur Hardware, kein Fotofinishing.
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben.

Geschäftsfeld Einzelhandel* Q1-3

in Mio. Euro



» Einzelhandel zeigt sich mit optimierter Filialstruktur gut aufgestellt

- Schon im Q1 2022 konnte der EH mit der Corona-Normalisierung seinen Umsatz um +4,0% steigern, diese positive Entwicklung setzt sich im Q2 mit +4,4% und im Q3 mit +2,5% fort: In den ersten neun Monaten legt der EH um +3,6% zu.
- Betrachtet man auch den EH gegen den letzte Vor-Corona-Zeitraum in 2019, so hat er den Hardware-Umsatz mit reduzierter Filialanzahl strategiegemäß um gut 40% deutlich reduziert ...
- ... und dabei die Ergebnissituation dennoch verbessern können (EH-EBIT Q1-3 2019: -0,8 Mio. Euro).
- Das EBIT im EH verbessert sich auch im VJ-Vergleich.
- Dabei kompensiert der Einzelhandel noch im Vorjahreszeitraum erfolgte Sozialversicherungsleistungen in Form von Kurzarbeitergeld in Höhe von 734 TEuro vollständig (EBIT Q1-3 2021 ohne Kurzarbeitergeld: -1,5 Mio. Euro; Q1-3 2022: kein KUG).
- Sondereffekte Q1-3 2022: keine
- Sondereffekte Q1-3 2021: keine

* nur Hardware, kein Fotofinishing.
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben.

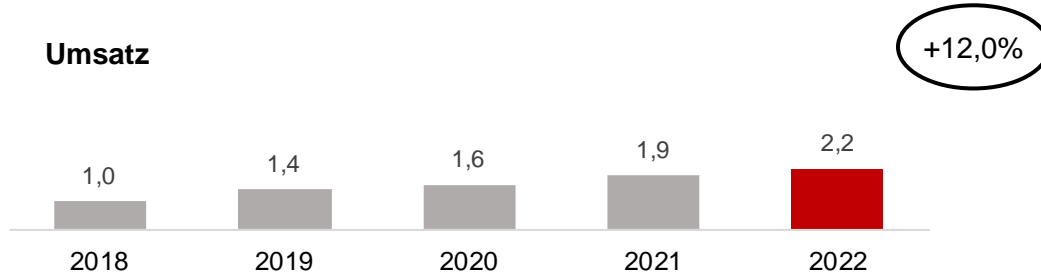
Agenda

1. Geschäftsfeld Fotofinishing
2. Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck
3. Geschäftsfeld Einzelhandel
- 4. Geschäftsfeld Sonstiges**
5. Ergebnisse CEWE-Gruppe
6. Finanzbericht
7. Anhang

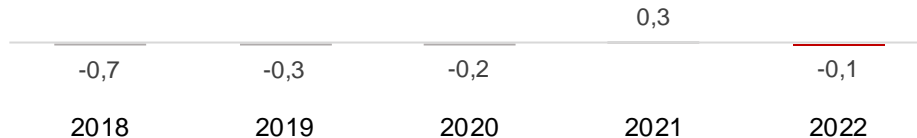
Geschäftsfeld Sonstiges Q3

in Mio. Euro

Umsatz



EBIT



Struktur- und Gesellschaftskosten sowie das Ergebnis aus Immobilienbesitz und Beteiligungen werden im Geschäftsfeld Sonstiges gezeigt.

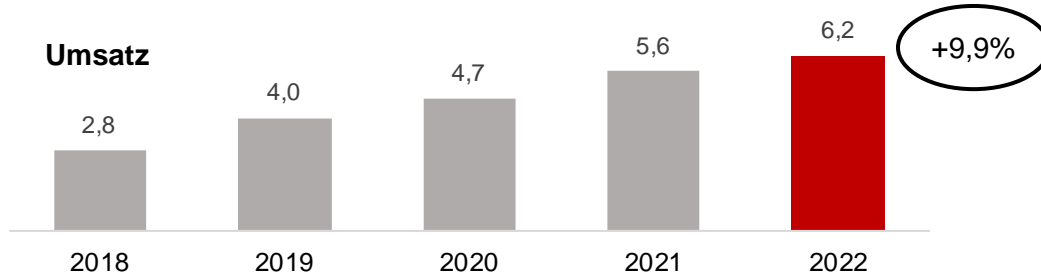
- Die 2,2 Mio. Euro Umsatz sind ausschließlich fiktal zuzuordnen (Q3 2021: 1,9 Mio. Euro).

- Im Vorjahres-Q3-EBIT hatte die Auflösung einer Rückstellung in Höhe von 0,3 Mio. Euro für eine potenzielle Grundsteuernachzahlung für den Saxopark in Dresden einen besonders positiven Ergebniseffekt.

» Geschäftsfeld Sonstiges steigert den Umsatz weiter

Geschäftsfeld Sonstiges Q1-3

in Mio. Euro



Struktur- und Gesellschaftskosten sowie das Ergebnis aus Immobilienbesitz und Beteiligungen werden im Geschäftsfeld Sonstiges gezeigt.

- Die 6,2 Mio. Euro Umsatz sind ausschließlich futalis zuzuordnen (Q1-3 2021: 5,6 Mio. Euro).
- Der EBIT-Beitrag des Segments verbessert sich v.a. durch ein besseres Ergebnis aus Immobilienbesitz als im Vorjahreszeitraum.

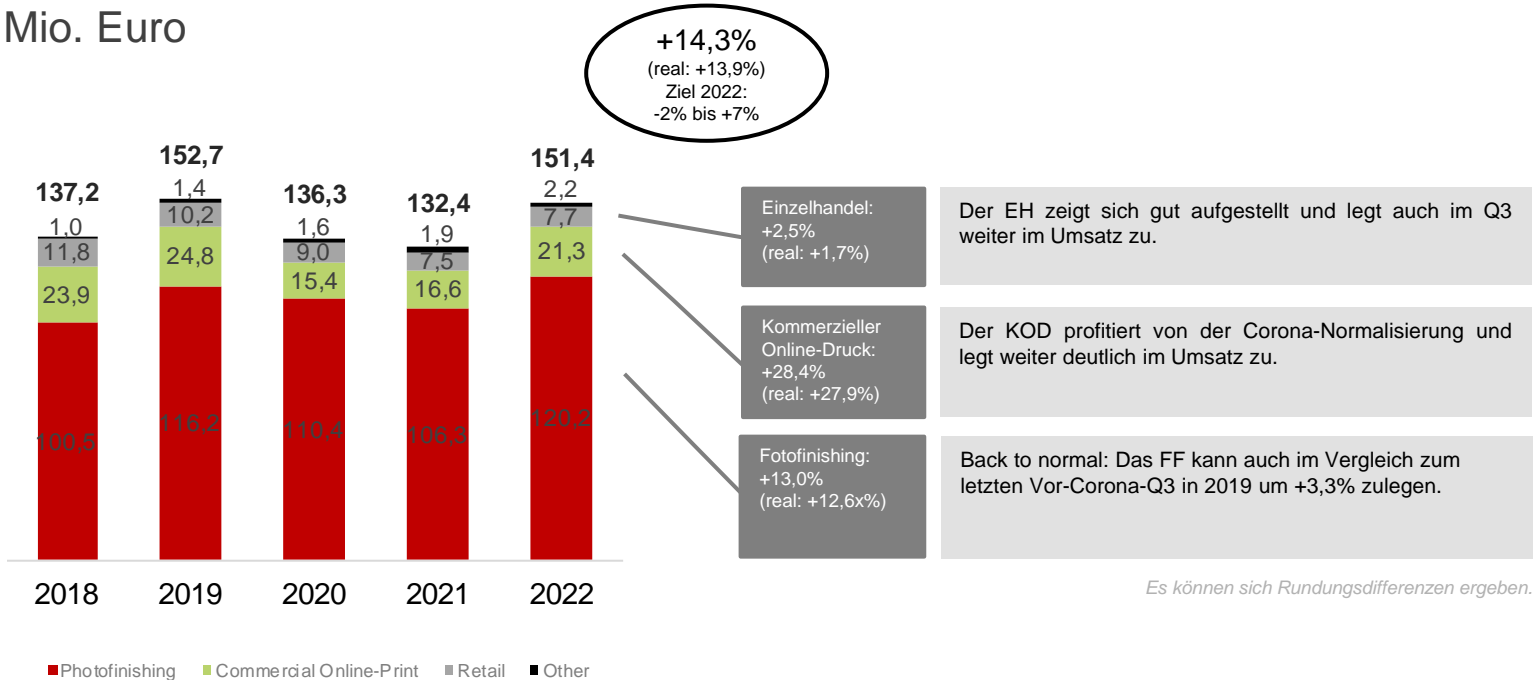
» Geschäftsfeld Sonstiges steigert den Umsatz und verbessert Ergebnis

Agenda

1. Geschäftsfeld Fotofinishing
2. Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck
3. Geschäftsfeld Einzelhandel
4. Geschäftsfeld Sonstiges
- 5. Ergebnisse CEWE-Gruppe**
6. Finanzbericht
7. Anhang

Umsatz Q3

in Mio. Euro

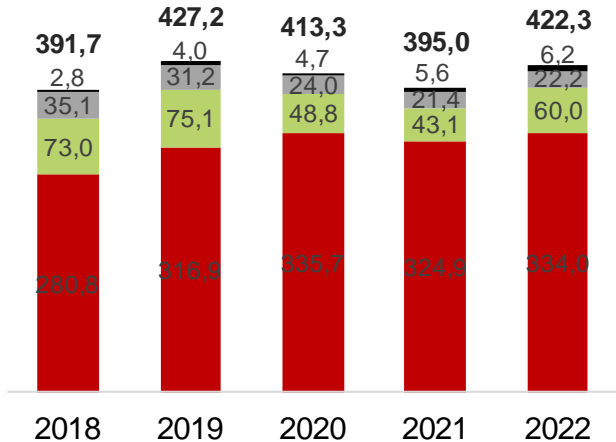


» Alle Geschäftsfelder im Q3 mit Umsatzzuwachs

Umsatz Q1-3

in Mio. Euro

+6,9%
(real: +6,4%)
Ziel 2022:
-2% bis +7%



Einzelhandel:
+3,6%
(real.: +2,3%)

Corona-Normalisierung unterstützt das Einzelhandelsgeschäft: Q1 mit 4,0%, Q2 mit 4,4% und Q3 mit 2,5% Umsatzzuwachs führen zu 3,6% mehr Umsatz in Q1-3 2022.

Kommerzieller Online-Druck:
+39,1%
(real: +38,7%)

Corona-Normalisierung unterstützt auch den Kommerziellen Online-Druck: Q1 mit 38,8%, Q2 mit 52,5% und Q3 mit 28,4% Umsatzzuwachs führen zu 39,1% mehr Umsatz in Q1-3 2022.

Fotofinishing:
+2,8%
(real:+2,3%)

Q1 mit -9,9% Umsatz (im Vergleich zu sehr starkem Lockdown-Q1 2021 mit „Stay-at-home“-Effekt), Q2 mit 8,2% und Q3 mit 13,0% Umsatzwachstum führen zu 2,8% mehr Umsatz in Q1-3 2022.

■ Photofinishing ■ Commercial Online-Print ■ Retail ■ Other

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben.

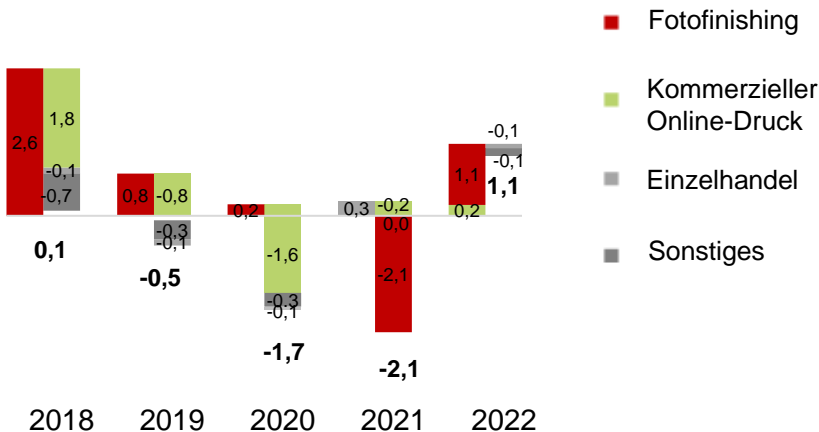
» **Alle Geschäftsfelder auch kumuliert in den ersten neun Monaten mit Umsatzzuwachs**



EBIT

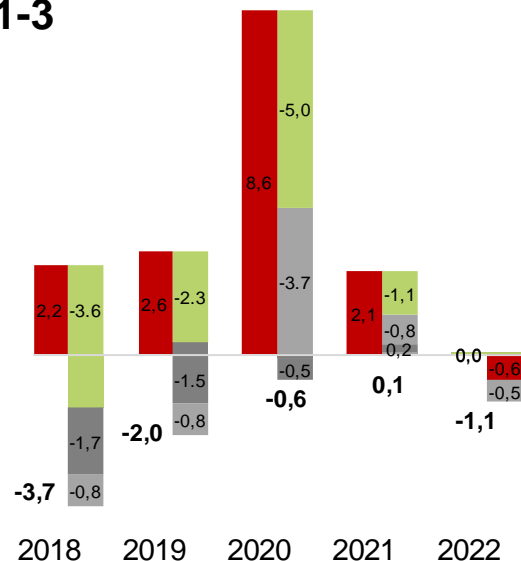
in Mio. Euro

Q3



- » FF und KOD tragen die Q3-Ergebnisverbesserung im Vergleich zum Vorjahresquartal
- » Bestes Q3-Gruppen-EBIT der letzten 5 Jahre

Q1-3



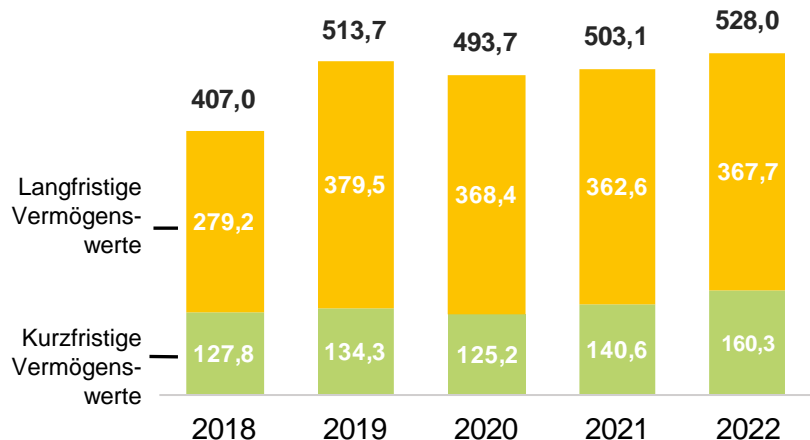
- » Gruppen-EBIT nach neun Monaten besser als in den Vor-Corona-Jahren 2018 und 2019

Agenda

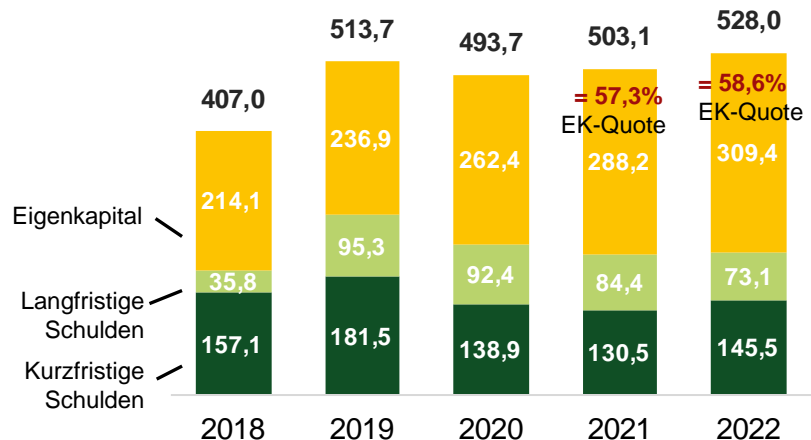
1. Geschäftsfeld Fotofinishing
2. Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck
3. Geschäftsfeld Einzelhandel
4. Geschäftsfeld Sonstiges
5. Ergebnisse CEWE-Gruppe
- 6. Finanzbericht**
7. Anhang

Bilanz zum 30. September

Aktiva
in Mio. Euro

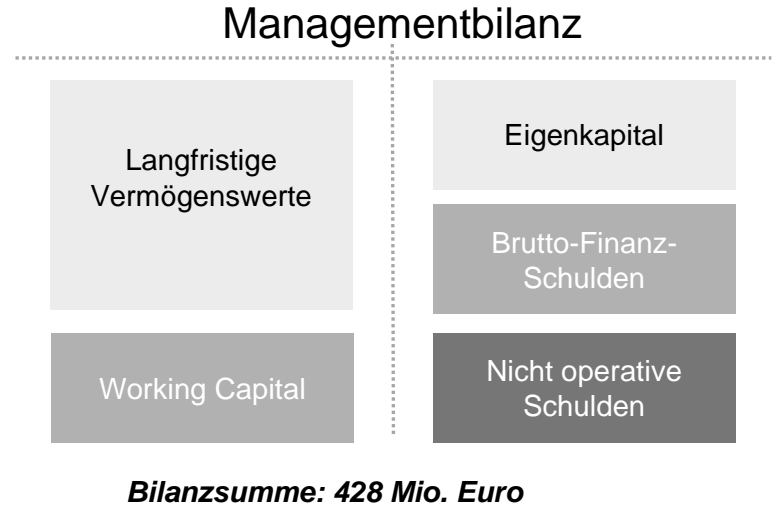
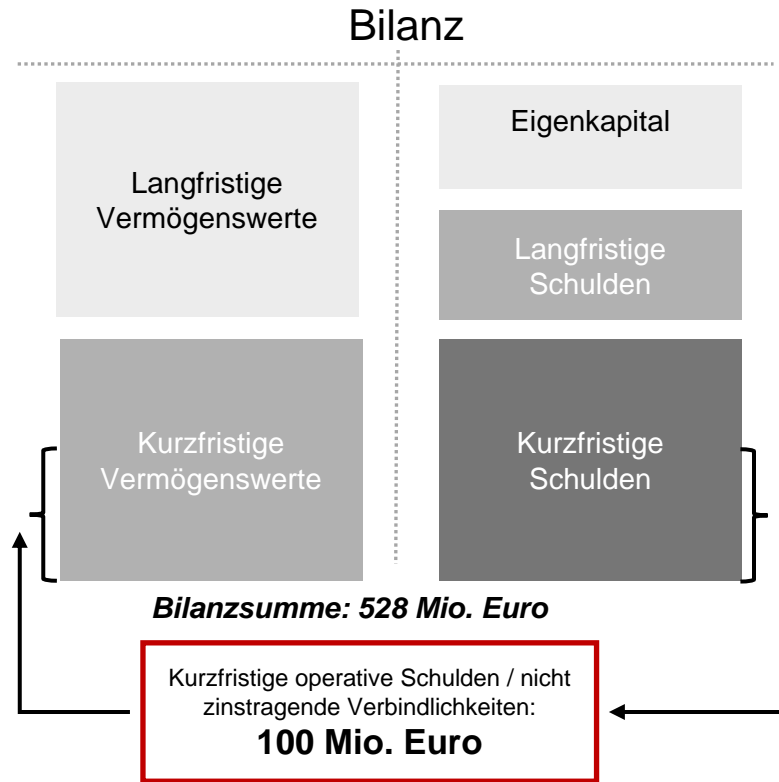


Passiva
in Mio. Euro



» Eigenkapitalquote steigt auf sehr solide 58,6%

Von der Bilanz zur Management-Bilanz



- » In der Management-Bilanz wird die Bilanzsumme auf die zu „bedienenden“ (durch Dividenden oder Zinsen) Kapitalelemente reduziert

Management-Bilanz zum 30. September

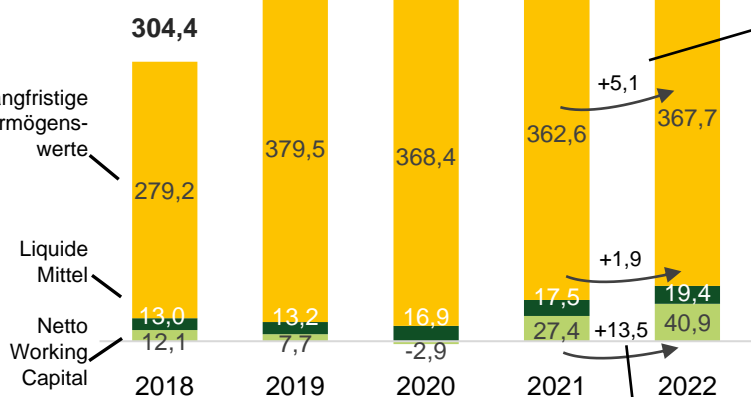
Operatives Anlagevermögen + 10,4 Mio. €: Erwerb eines Verwaltungsgebäudes am Firmensitz sowie Goodwill durch Kauf von Hertz
Aktive latente Steuern – 4,9 Mio. €: Verringerung der Pensionsrückstellungen

Positives Gesamtergebnis + 56,0 Mio. €
Dividende – 16,6 Mio. €
Erwerb eigener Anteile – 19,0 Mio. €

Capital Employed

in Mio. Euro

400,3 382,5 407,5 427,9

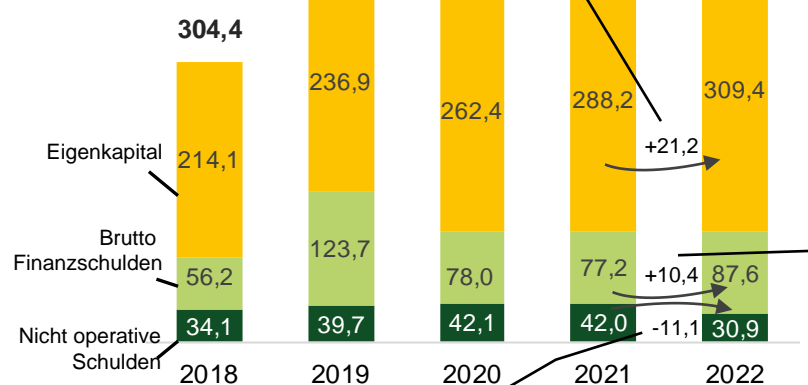


Sonstiges Netto Working-Capital + 10,8 Mio. €: Im Wesentlichen Wegfall von in den Steuerpositionen* enthaltenen Corona-Sondereffekten
Operatives Working-Capital + 2,7 Mio. €: Höheres Geschäftsvolumen

Capital Invested

in Mio. Euro

400,3 382,5 407,5 427,9



Pensionsrückstellungen – 10,4 Mio. €: signifikante Steigerung des Rechnungszinses
Passive latente Steuern – 0,6 Mio. €

Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten + 10,8 Mio. €: (+) Erwerb eigener Anteile (-) geringerer Finanzierungsbedarf aufgrund höherem Free-Cashflow

» **Höheres Geschäftsvolumen und Wegfall von Corona-Sondereffekten steigern das NWC und mit Immobilie zusammen das Capital Employed um 20 Mio. Euro**

Free cash flow Q3

Anstieg um 8,8 Mio. € durch

**Höheres
Geschäftsvolumen:**

+3,1 Mio. € Ergebnis (Summe EBITDA und zahlungsunwirksame Effekte)

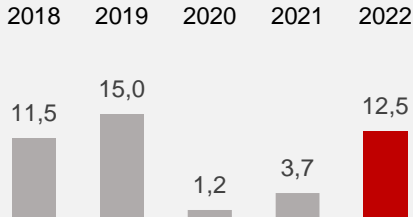
+3,9 Mio. € operatives Netto-Working Capital (Anstieg der Verbindlichkeiten durch Bevorratung sowie geschäftstreibener Anstieg von Verbindlichkeiten gegenüber Handelspartnern)

-1,1 Mio. € sonstiges Netto-Working Capital (Beschaffungsbedingter Anstieg von Umsatzsteuerforderungen)

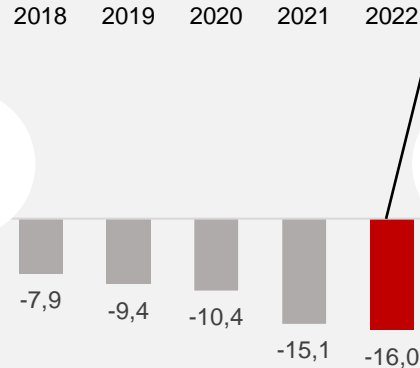
Ende von Corona-Sondereffekten:

+2,1 Mio. € besonders erhöhte Steuerzahlungen im Vorjahresquartal

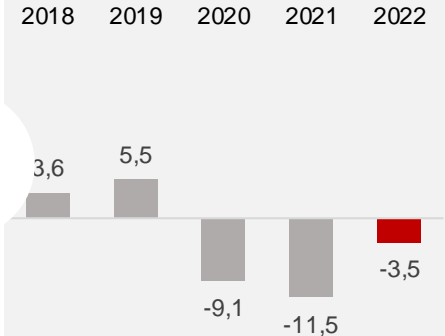
Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit
in Mio. Euro



Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit
in Mio. Euro



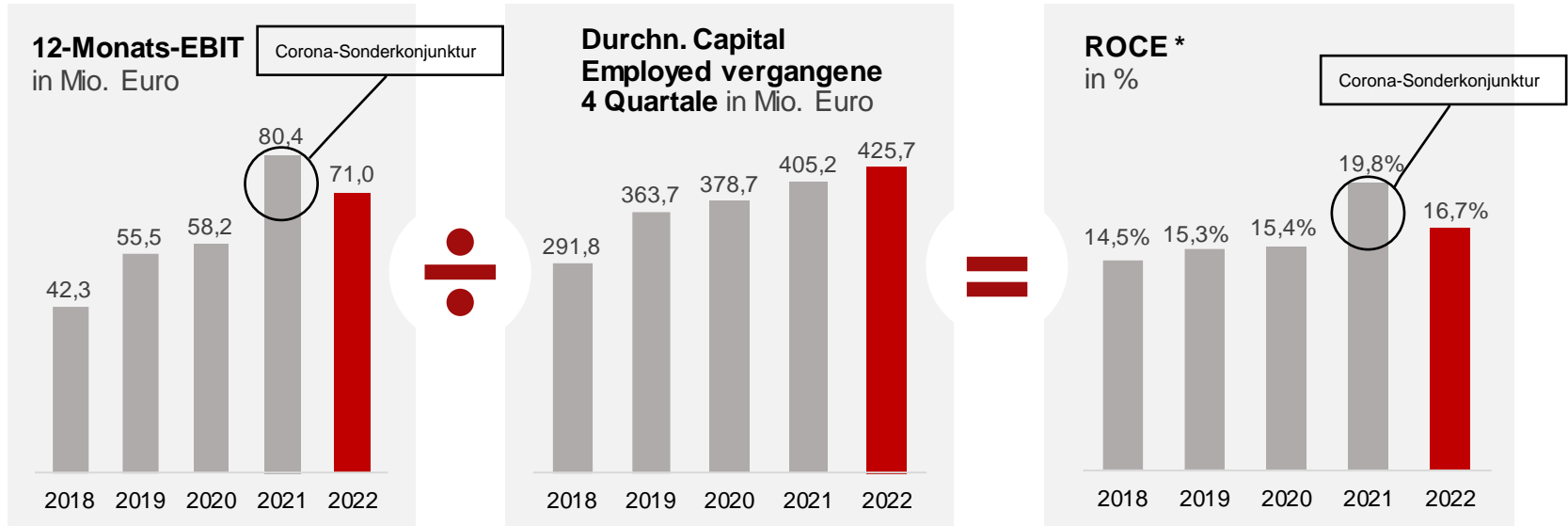
Free-Cash Flow
in Mio. Euro



Anstieg um -0,9 Mio. € durch -1,5 Mio. € für den Kauf von konsolidierten Anteilen (Hertz), +0,5 Mio. € geringere Abflüsse aus Investitionen in langfristige Finanzinstrumente

- » „Back to normal“ steigt der betriebliche Cashflow durch steigendes Ergebnis und durch steigende Verbindlichkeiten im Working Capital sowie durch nicht-Wiederholung von im Vorjahresquartal Corona-bedingt nachgeholten Steuerzahlungen um 8,8 Mio. Euro an
- » Weitere Kaufpreiszahlung für Hertz lässt den Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit um geringe 0,9 Mio. Euro steigen
- » Der Free Cash Flow des Q3 steigt um 8,0 Mio. Euro

ROCE per 30.09.



- » **Stärker als zu Vor-Corona-Zeiten: ROCE erreicht 16,7%**
- » **Rückgang im 12-Monats-EBIT (Corona-gestärkte Ergebnisse v.a. aus Q4-2020 und Q1-2021 sind Teil des Vorjahresbetrages per 30.09.2021) lässt ROCE im Vorjahresvergleich zurückgehen**

* ROCE = EBIT / ÷ Capital Employed. Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben.

Agenda

1. Geschäftsfeld Fotofinishing
2. Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck
3. Geschäftsfeld Einzelhandel
4. Geschäftsfeld Sonstiges
5. Ergebnisse CEWE-Gruppe
6. Finanzbericht
- 7. Anhang**

Konzern Gewinn- und Verlustrechnung

Angaben in TEuro	Q3 2021	Q3 2022	Δ in %	Δ in TEuro	Q1 - 3 2021	Q1 - 3 2022	Δ in %	Δ in TEuro
Umsatzerlöse	132.420	151.370	14,3%	18.950	395.006	422.275	6,9%	27.269
Vermind. des Bestands an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	245	-203	-	-448	-75	-350	367%	-275
Andere aktivierte Eigenleistungen	329	728	121%	399	840	1.709	103%	869
Sonstige betriebliche Erträge	6.174	6.491	5,1%	317	18.143	20.896	15,2%	2.753
Materialaufwand	-37.053	-43.259	16,7%	-6.206	-102.108	-116.983	14,6%	-14.875
Rohergebnis	102.115	115.127	12,7%	13.012	311.806	327.547	5,0%	15.741
Personalaufwand	-44.879	-47.240	5,3%	-2.361	-136.870	-141.831	3,6%	-4.961
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-45.933	-53.501	16,5%	-7.568	-135.574	-147.183	8,6%	-11.609
Ergebnis vor Abschreibungen und Steuern (EBITDA)	11.303	14.386	27,3%	3.083	39.362	38.533	-2,1%	-829
Abschreibungen auf immaterielle VW des AV und Sachanlagen	-13.367	-13.317	-0,4%	50	-39.291	-39.682	1,0%	-391
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	-2.064	1.069	-	3.133	71	-1.149	-	-1.220
Finanzerträge	9	11	22,2%	2	69	545	690%	476
Finanzaufwendungen	-488	-373	-23,6%	115	-1.179	-1.038	-12,0%	141
Finanzergebnis	-479	-362	-24,4%	117	-1.110	-493	-55,6%	617
Ergebnis vor Steuern (EBT)	-2.543	707	-	3.250	-1.039	-1.642	58,0%	-603
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	484	-266	-	-750	330	504	52,7%	174
Ergebnis nach Steuern	-2.059	441	-	2.500	-709	-1.138	60,5%	-429
Ergebnis je Aktie (in Euro)								
unverwässert	-0,28	0,06	-	0,34	-0,10	-0,16	-60,0%	-0,06
verwässert	-0,28	0,06	-	0,34	-0,10	-0,16	-60,0%	-0,06

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Konzern Bilanz: Aktiva

Angaben in TEuro	30.09.2021	30.06.2022	30.09.2022	Δ % zum 30.06.2022	Δ % zum 30.09.2021
Sachanlagen	209.849	215.874	218.416	1,2%	4,1%
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	17.211	17.258	16.729	-3,1%	-2,8%
Geschäfts- oder Firmenwerte	77.758	83.275	83.276	0,0%	7,1%
Immaterielle Vermögenswerte	26.993	24.096	23.447	-2,7%	-13,1%
Finanzanlagen	9.634	9.656	9.712	0,6%	0,8%
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	2.081	1.060	1.056	-0,4%	-49,3%
Langfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte	1.005	1.444	1.930	33,7%	92,0%
Aktive latente Steuern	18.041	12.951	13.129	1,4%	-27,2%
Langfristige Vermögenswerte	362.572	365.614	367.695	0,6%	1,4%
Vorräte	52.427	55.966	58.956	5,3%	12,5%
Kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	36.443	34.654	40.421	16,6%	10,9%
Kurzfristige Forderungen aus Ertragsteuererstattungen	20.522	19.855	26.262	32,3%	28,0%
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	2.581	2.705	2.728	0,9%	5,7%
Kurzfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte	11.136	12.318	12.596	2,3%	13,1%
Liquide Mittel	17.456	23.855	19.361	-18,8%	10,9%
Kurzfristige Vermögenswerte	140.565	149.353	160.324	7,3%	14,1%
Aktiva	503.137	514.967	528.019	2,5%	4,9%

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Konzern Bilanz: Passiva

Angaben in TEuro	30.09.2021	30.06.2022	30.09.2022	Δ % zum 30.06.2022	Δ % zum 30.09.2021
Gezeichnetes Kapital	19.302	19.349	19.349	0,0%	0,2%
Kapitalrücklage	73.579	73.889	73.640	-0,3%	0,1%
Eigene Anteile zu Anschaffungskosten	-8.944	-27.315	-27.225	-0,3%	204%
Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn	204.310	243.595	243.658	0,0%	19,3%
Eigenkapital der Aktionäre der CEWE KGaA	288.247	309.518	309.422	0,0%	7,3%
Langfristige Rückstellungen für Pensionen	38.462	27.692	28.102	1,5%	-26,9%
Langfristige passive latente Steuern	2.447	1.433	1.852	29,2%	-24,3%
Langfristige übrige Rückstellungen	393	405	401	-1,0%	2,0%
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	379	213	116	-45,5%	-69,4%
Langfristige Verbindlichkeiten aus Leasing	42.046	43.963	42.137	-4,2%	0,2%
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	81	0	0	0,0%	-100%
Langfristige übrige Verbindlichkeiten	626	526	526	0,0%	-16,0%
Langfristige Schulden	84.434	74.232	73.134	-1,5%	-13,4%
Kurzfristige Steuerschulden	4.844	3.627	3.273	-9,8%	-32,4%
Kurzfristige übrige Rückstellungen	3.085	2.185	2.405	10,1%	-22,0%
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	25.074	33.233	35.908	8,0%	43,2%
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Leasing	9.715	9.636	9.478	-1,6%	-2,4%
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	57.191	54.119	65.037	20,2%	13,7%
Kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	391	1.659	173	-89,6%	-55,8%
Kurzfristige übrige Verbindlichkeiten	30.156	26.758	29.189	9,1%	-3,2%
Kurzfristige Schulden	130.456	131.217	145.463	10,9%	11,5%
Passiva	503.137	514.967	528.019	2,5%	4,9%

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Finanzkalender

(soweit terminiert)

- 18.11.2022** Roadshow London mit Baader Bank
- 29.11.2022** Deutsches Eigenkapitalforum 2022
- 07.12.2022** Roadshow Zürich mit Baader Bank
- 08.12.2022** Roadshow Genf mit Baader Bank
- 09.01.2023** ODDO BHF Forum 2023
- 18.01.2023** GCC 2023 – UniCredit/Kepler Cheuvreux Konferenz
- 30.03.2023** CEWE Bilanzpresse- und Analystenkonferenz 2023
- 30.03.2023** Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2022

Verantwortlich

CEWE Stiftung & Co. KGaA
Meerweg 30-32
D – 26133 Oldenburg

Telefon: +49 441 404 0
Fax: +49 441 404 421

Internet: company.cewe.de
ir.cewe.de

Email: IR@cewe.de

Diese Präsentation enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Prognosen der CEWE-Unternehmensleitung beruhen. Bekannte und unbekannt Risiken, Unsicherheiten und andere Faktoren können zu wesentlichen Unterschieden zwischen den hier gemachten zukunftsgerichteten Aussagen und der tatsächlichen Entwicklung führen, insbesondere hinsichtlich der Ergebnisse, der Finanzlage und der Leistung des Unternehmens. Das Unternehmen übernimmt keine Verpflichtung, diese zukunftsgerichteten Aussagen zu aktualisieren oder an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen. Alle Zahlen werden so genau wie möglich berechnet und für die Präsentation gerundet. Prozentwerte können aufgrund der Rundung nicht 100 ergeben.

The logo for Cewe, featuring a stylized red 'M' icon followed by the word 'cewe' in a red, lowercase, cursive script font.

M cewe