

Mein cewe kalender Ganz persönlich

Q1 Q2 Q3 2014
Zwischenbericht

CEWE – Europas Online Druck- und Foto-Service

CEWE beliefert Konsumenten sowohl über den stationären Handel als auch über den Internet-Handel mit Fotoarbeiten und Digitaldruckprodukten.

CEWE ist der Dienstleistungspartner für die Spitzen-Handelsmarken im europäischen Fotomarkt. 2013 entwickelte und produzierte das Unternehmen 2,4 Mrd. Fotos, auch in 5,8 Mio. CEWE FOTOBÜCHERN sowie Foto-Geschenkartikeln. Die europaweit führende Fotobuch-Marke „CEWE FOTOBUCH“, die leicht bedienbaren Bestellapplikationen (PC, Mac und mobil-iOS, Android und Windows), die hohe Digitaldruckkompetenz, die Skalenvorteile einer industriell-effizienten Produktion und Logistik, die breite Distribution über das Internet, die über 34.000 belieferten Handelsgeschäfte und die über 20.000 CEWE SOFORT FOTO-Stationen sind wesentliche Wettbewerbsvorteile des CEWE-Fotofinishings.

Neben diesen Fotoarbeiten vertreibt der CEWE-eigene Einzelhandel in einigen Ländern auch fotografische Hardware (z. B. Kameras).

Mit den Marken CEWE-PRINT, Saxoprint und viaprinto.de bedient CEWE zunehmend auch Kunden als Online Druck-Dienstleister mit über das Internet bestellbaren Werbedrucksachen wie Flyern, Plakaten, Broschüren, Visitenkarten etc.

HIGHLIGHTS Q3 2014

Geschäftsfeld Fotofinishing

- ▶ *Absatz, Umsatz und Gewinn auf Zielkurs*
- ▶ *CEWE FOTOBUCH: 1,413 Mio. Bücher im dritten Quartal 2014: +4,8 % zum Vorjahr*
- ▶ *CEWE innovativ: 95 % aller Fotos im dritten Quartal sind digital, 70 % aller Digitalfotos werden über das Internet bestellt*
- ▶ *Fotofinishing-Umsatz liegt im dritten Quartal mit 89,4 Mio. Euro über der erwarteten Bandbreite*
- ▶ *Fotofinishing-EBIT im dritten Quartal durch höhere Marketing-Intensität zur Vorbereitung des Weihnachtsgeschäfts bei 4,2 Mio. Euro*

Geschäftsfeld Online Druck

- ▶ *Online Druck-Umsatz wächst im dritten Quartal um +11,4 % auf 16,1 Mio. Euro*
- ▶ *EBIT um 0,6 Mio. Euro im Berichtsquartal verbessert: Bedingt durch Wachstums-Investitionen ins Marketing jetzt bei -0,7 Mio. Euro*

Geschäftsfeld Einzelhandel

- ▶ *Umsatz auch im dritten Quartal aufgrund Aufgabe des niedrigstmargigen Großhandelsgeschäfts rückläufig*
- ▶ *EBIT stabil etwa auf Vorjahresniveau, saisonbedingt negativ*

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

- ▶ *Konzernumsatz im dritten Quartal bei 121,8 Mio. Euro (Vorjahr: 124,0 Mio. Euro)*
- ▶ *EBIT maßgeblich durch höhere Marketing-Intensität im Fotofinishing bei 3,2 Mio. Euro (Vorjahr: 6,2 Mio. Euro)*

Bilanz und Finanzierung

- ▶ *Bilanzsumme verkürzt sich im Jahresvergleich um 9,1 Mio. Euro*
- ▶ *Sehr solide Bilanz: Eigenkapitalquote steigt auf 52,5 %*
- ▶ *Konzernverschuldung deutlich zurückgeführt*

Cash Flow

- ▶ *Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit auf 10,6 Mio. Euro gestiegen*
- ▶ *Cash Flow durch höhere Investitionen geprägt*
- ▶ *Free-Cash Flow sinkt investitionsbedingt*

Kapitalrentabilität

- ▶ *Durchschnittliches Capital Employed stabil bei 190,7 Mio. Euro*
- ▶ *ROCE auf 15,4 % deutlich gesteigert*

A woman with brown hair tied back, wearing a red hoodie over a white collared shirt, is smiling and looking towards the camera. She is in a server room, with rows of server racks and cables visible in the background. The lighting is soft and focused on her.

„Wer ‚best in print‘ sein will, muss vor allem die Technik beherrschen, die dahintersteckt. Meine Kollegen und ich sorgen für eine perfekt abgestimmte, reibungslose Infrastruktur – und wir tragen so unseren Teil zum Unternehmenserfolg bei.“

Karina Wiczowski, Zentrale IT Bereich SAP, CEWE-Aktionärin

AN DIE AKTIONÄRE	6
Brief an die Aktionäre	6
CEWE-Aktie	12
ZWISCHENLAGEBERICHT	18
Grundlagen des Konzerns	18
Organisation und Steuerungssysteme	19
Wirtschaftsbericht	20
Prognose-, Chancen- und Risikobericht	48
Die CEWE-Gruppe – Struktur und Organe	56
KONZERNABSCHLUSS	60
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	60
Konzern-Gesamtergebnisrechnung	61
Konzernbilanz	62
Konzern-Eigenkapitalspiegel	64
Konzern-Kapitalflussrechnung	66
Segmentberichterstattung	68
Ausgewählte erläuternde Anhangsangaben	70
Versicherung der gesetzlichen Vertreter	75
WEITERE INFORMATIONEN	78
Mehrjahresübersicht	78
Betriebsstätten und Vertriebsniederlassungen	86
Finanzterminkalender	87
Impressum	87
Glossar	88



Dr. Rolf Hollander, Vorsitzender des Vorstandes der Neumüller CEWE COLOR Stiftung

Sehr geehrte Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionäre,

Ihr Unternehmen ist klar ausgerichtet

Jeder Geschäftsbereich Ihres Unternehmens hat eine klare Entwicklungsrichtung und leistet einen entscheidenden Beitrag im Gesamtkonzern: Das Fotofinishing soll seine Marken-Mehrwertprodukte weiterentwickeln und durch eine hohe Profitabilität den Erfolgsweg der vergangenen Jahre fortsetzen. Der Online Druck als Wachstumsmotor von CEWE soll 2014 auf über 70 Mio. Euro Umsatz expandieren, die Kundenbasis kontinuierlich ausbauen und zugleich die Anschubverluste weiter reduzieren. Schrittweise wird CEWE mit einem wachsenden Bestand loyaler Kunden und einer steigenden Kapazitätsauslastung seiner effizienten Produktion im Online Druck ähnliche Größenvorteile realisieren wie bereits heute im Fotofinishing. Das macht den dynamischen Online Druck-Markt zu einem hochattraktiven strategischen Wachstumsfeld für CEWE. Und der Einzelhandel soll sich voll auf seine Kernfunktion konzentrieren und seinen Wertbeitrag steigern, indem er das Fotofinishing fördert. Alle Großhandelsaktivitäten, die immer geringste Margen erwirtschaftet haben, fahren wir dagegen aktiv zurück. Alle drei Geschäftsbereiche eint eine Leitidee: Wir wollen unsere Kunden begeistern.

Auch im dritten Quartal: Deutliche Fortschritte in allen Geschäftsbereichen

Auch 2014 hat sich Ihr Unternehmen anspruchsvolle Ziele gesetzt: So soll der Online Druck 2014 um rund 17 % wachsen, um mehr als 70 Mio. Euro Umsatz zu erwirtschaften. Nach den ersten drei Quartalen steht der Wachstums-Tacho bereits bei 20,1 %. Und das auch im Online Druck umsatzstärkste vierte Quartal kommt erst noch. Durch den Aufbau der Marke und die Investitionen in die Produktion sind wir dafür bestens gerüstet.

Der Einzelhandel hat sich 2014 darauf konzentriert, das niedrigstmargige Großhandelsgeschäft aktiv zurückzufahren und das Fotofinishing zu fördern. So ist es dem Geschäftsbereich gelungen, die Kapitalbindung zu reduzieren und bei einem um 36 % niedrigeren Umsatz nahezu das gleiche Ergebnis zu erzielen wie im Vorjahr. Diese Leistung ist sehr bemerkenswert, da Umsatz und Ertrag des Einzelhandels mit Fotofinishing-Produkten im Segment Fotofinishing ausgewiesen werden.

Besonders für das Fotofinishing ist das dritte Quartal – wie in allen vergangenen Jahren – das Quartal, in dem wir das wichtige Weihnachtsgeschäft vorbereiten, das den gesamten Jahresertrag erwirtschaftet. Die kräftigen Marketing-Investitionen zeigen: Wir nehmen Anlauf! Also auch hier stimmt die Richtung.

Saisonschiebung in das vierte Quartal hält weiter an

Die meisten von Ihnen kennen dieses Phänomen bereits bestens: Das vierte Quartal wird von Jahr zu Jahr wichtiger. Dieser Trend, den wir Ihnen auch am 7. November 2013 skizziert hatten, bleibt stabil: „Das zweite Quartal und vor allem das ehemalige Hauptquartal Q3 verlieren an Bedeutung, da die Konsumenten ihre Fotos bereits auf der Kamera oder auf dem Computer betrachten konnten und so weniger motiviert sind, sofort eine Bestellung aufzugeben. Erst im vierten Quartal, wenn das Wetter im Herbst schlechter wird, die Kunden mehr Zeit zu Hause verbringen und Fotoprodukte als Weihnachtsgeschenke ordern, werden die Bestellungen nachgeholt. Wie bereits mehrfach angekündigt, wird auch 2013 (und nun auch 2014) keine Ausnahme sein: Die Ergebnisse des zweiten und dritten Quartals gehen zurück. Der Anteil des vierten Quartals steigt weiter. Diesen Effekt in unserem Hauptsegment ‚Fotofinishing‘ wird auch der Online Druck nur leicht reduzieren, da auch er ein starkes viertes Quartal aufweist.“

CEWE weiter auf Zielkurs 2014

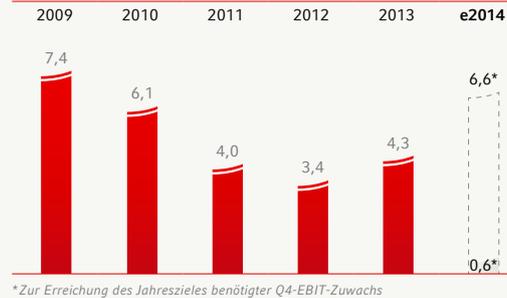
Diese Saisonschiebung im Fotofinishing trägt seit vielen Jahren den anhaltenden Q4-Gewinnzuwachs im Gesamtunternehmen CEWE, wie die Darstellung hier zeigt:

EBIT (Konzern gesamt)

Ergebnisverteilung Q1–3 vs. Q4 in Mio. Euro



EBIT-Zuwachs Q4 in Mio. Euro



Bestätigt sich dieser langjährige Trend auch nur zu einem geringen Teil, dann ist die Jahreszielmarke von 30 bis 36 Mio. Euro EBIT erreicht. Der dafür notwendige Mindestzuwachs im vierten Quartal beträgt auf EBIT-Ebene lediglich 0,6 Mio. Euro – angesichts der realisierten Zuwächse der Vorjahre scheint das mehr als realistisch. Wie schon in den vergangenen Jahren, ist dies rechnerisch mehr als plausibel, bedeutet in der Umsetzung jedoch eine echte Herausforderung. Abermals bereiten sich alle CEWE-Bereiche an allen Standorten darauf vor, auch 2014 wieder Rekorde zu brechen: mehr und ansprechendere Kommunikation mit unseren Kunden, datenintensivere Bestellungen von den Kunden und wieder neue Auslastungsspitzen auf unseren Servern, noch effizientere Produktion bei weiter sehr hoher Qualität und – zu Weihnachten besonders wichtig – rechtzeitiger Lieferung der Produkte.

photokina 2014: Freude am Foto – ein voller Erfolg!

Begeisterung und Freude am Foto verstärken oder wecken – das ist immer wieder ein wichtiges Ziel unseres photokina-Auftritts. Und das in alle Richtungen: Seien es Vertreter der Medien, Handelspartner, Konsumenten, aber ebenso Aktionäre, Analysten und – nicht zuletzt – alle Kolleginnen und Kollegen bei CEWE. Angesichts des positiven Feedbacks dürfen wir auch 2014 feststellen: Dies ist uns erneut eindrucksvoll gelungen! Sollten Sie in diesem Jahr nicht die Gelegenheit gefunden haben, so würden wir uns freuen, Sie bei unserer Hauptversammlung 2015 und der Produktshow in Oldenburg oder gerne auch bei der photokina 2016 begrüßen zu dürfen.

Ein besonderes Glücksgefühl war für uns der Besuch von 800 unserer Top-Kundinnen und -Kunden. Die Begeisterung dieser Experten für das CEWE FOTOBUCH und auch für CEWE KALENDER, CEWE WANDBILDER und CEWE CARDS hat uns motiviert und bestätigt, dass wir mit diesen Marken-Mehrwertprodukten auf dem richtigen Weg sind.

Produkt- und Software-Innovationen stützen das Weihnachtsgeschäft

Und so wurden auf der photokina auch 2014 wieder viele Innovationen vorgestellt, die uns im Weihnachtsgeschäft unterstützen werden: Viele Design-Trends gaben Ideen zur Gestaltung von Foto-Produkten – direkt dargestellt in den Lebenswelten der Konsumenten. Neue Produktverfeinerungen – wie die aufwendige Geschenkbox für das CEWE FOTOBUCH – heben die Wertigkeit der Produkte. Unsere Software – z. B. MEIN CEWE FOTOBUCH, die Hauptsoftware für das CEWE FOTOBUCH – wurde in deutlich weiterentwickelten Versionen gezeigt. Ebenso haben wir neue, besonders benutzerfreundliche Apps präsentiert.

Die ganz große Neuigkeit, die die Innovationskraft Ihres Unternehmens wieder einmal belegt, ist die Lösung CEWE MYPHOTOS, die bald allen interessierten Konsumenten zum Test freigegeben wird. Damit stellen wir Ihnen eine Heimat für Ihre Fotos zur Verfügung – gleich mit welchem Gerät die Aufnahmen gemacht wurden. Dies bietet

Ihnen echte „Ubiquität“ Ihrer Fotos: Sie haben Zugriff – immer, überall, mit jedem Gerät. Und Sie können so natürlich sehr einfach CEWE-Fotoprodukte bestellen.

Freude schenken – Freude am Foto!

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre, Ihr ganzes Unternehmen arbeitet hart daran, das vierte Quartal – und damit das gesamte Jahr 2014 – auch wieder zu einem Erfolg für CEWE zu machen.

Lassen Sie uns die Arbeit machen. Erfreuen Sie sich in dieser Jahreszeit an Ihrer zweiten Rolle, der einer Konsumentin oder eines Konsumenten. Gönnen Sie sich die Freude am Gestalten der CEWE-Fotoprodukte. Empfinden Sie noch mal die Freude des Moments, als Sie die Fotos gemacht haben. Und schenken Sie diese Freude zu Weihnachten den Menschen, die Ihnen am Herzen liegen.

Oldenburg, 13. November 2014



„Die Jahresziele sind in greifbarer Nähe. Alle Kolleginnen und Kollegen bei CEWE arbeiten mit Hochdruck daran, auch das Weihnachtsgeschäft 2014 zu einem vollen Erfolg zu machen!“ Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender

CEWE-AKTIE

CEWE-Aktie legt 2014 weiter kräftig zu: +22,3 % und damit deutlich besser als DAX und SDAX

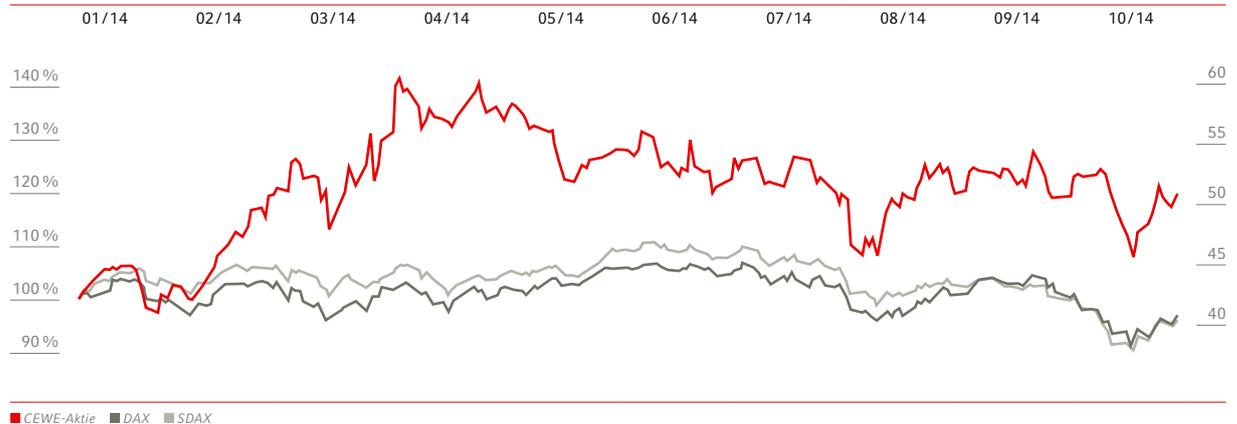
Die CEWE-Aktie verzeichnete im Vergleich zum Jahresschlusskurs 2013 (42,75 Euro) bis Ende September 2014 einen Zuwachs von 9,53 Euro auf 52,28 Euro (+22,3 %) und entwickelte sich damit weiter deutlich besser als der DAX, der im gleichen Zeitraum sogar um -0,8 % zurückgegangen war. Inklusive Dividende (1,50 Euro je Aktie) lag der Total Shareholder Return für die CEWE-Aktionäre sogar bei 25,8 %. Die CEWE-Aktie gewann auch wesentlich stärker an Wert als der SDAX, der in den ersten neun Monaten 2014 um nur +0,9 % gewachsen war. Das gleiche Bild ergibt sich auch im isolierten dritten Quartal 2014: Die

CEWE-Aktie entwickelte sich mit +0,4 % moderat positiv, der DAX schrumpfte um -3,6 %, der SDAX verlor sogar -7,2 %.

Täglich für fast 1 Million Euro CEWE-Aktien im Durchschnitt der ersten drei Quartale 2014 gehandelt

Das Stück-Handelsvolumen der CEWE-Aktie an den deutschen Börsenplätzen war in den ersten neun Monaten 2014 mit durchschnittlich 17.944 Aktien pro Tag in etwa auf dem Niveau des Vorjahreszeitraums (Q1-3 2013: 17.487 Aktien pro Tag). Dabei ist das tägliche Euro-Handelsvolumen aufgrund der positiven Kursentwicklung auf durchschnittlich über 935.000 Euro gestiegen (Q1-3 2013: rund 593.000 Euro

CEWE-Aktienkurs 01.01.2014 bis 31.10.2014 in Euro



pro Tag). So ist nun die für viele institutionelle Investoren anlageentscheidende Handelsgröße von 1 Mio. Euro pro Tag nahezu erreicht.

Platzierung eigener Aktien erhöht den Freefloat

Um das Handelsvolumen nachhaltig zu steigern, hatte sich CEWE im April 2014 dazu entschieden, im Rahmen eines beschleunigten Platzierungsverfahrens 500.000 eigene Aktien am Kapitalmarkt zu platzieren und damit den Freefloat zu erhöhen. Nach dieser Platzierung sowie der Ausübung des Aktienoptionsplans hält die CEWE Stiftung & Co. KGaA

nun 186.302 eigene Aktien im Bestand (2,5 % des Grundkapitals). Der Freefloat liegt jetzt bei 70,1 %. Mit der Veröffentlichung konnten nicht nur der Freefloat erhöht, sondern gleichzeitig die Eigenkapitalquote weiter gesteigert und die Verschuldung reduziert werden. Darüber hinaus hat CEWE so seine strategischen Freiräume vergrößert, sich sowohl im Geschäftsfeld Online Druck als auch im Fotofinishing sowie in weiteren benachbarten Geschäftsfeldern durch Akquisitionen zu verstärken. Sofern sich eine attraktive Gelegenheit bieten sollte, ist CEWE damit voll handlungsfähig.

 <http://ir.cewe.de/cgi-bin/show.ssp?companyName=cewe&language=German&id=0>

Übersicht der aktuellen Analystenurteile	Analyseurteil	Datum
GSC Research	Halten	01.10.14
Berenberg Bank	Kaufen	29.09.14
BHF Bank	Overweight	14.08.14
NordLB	Kaufen	13.08.14
Warburg Research	Kaufen	13.08.14
CB Seydler Bank	Halten	13.08.14
Bankhaus Lampe	Halten	13.08.14
Deutsche Bank	Halten	13.08.14

Alle Analysten sehen CEWE weiterhin einheitlich positiv

Alle CEWE begleitenden Analysten sind sich in ihrem positiven Analyseurteil weiter einig. Vier Analysten stufen die CEWE-Aktie mit „Kauf“ oder „Overweight“ ein, weitere vier Analysten raten, die Aktie zu „halten“. Die ausführlichen Studien sind im Investor-Relations-Bereich der CEWE-Homepage als Download verfügbar.

CEWE-Aktie verbessert sich weiter im SDAX-Ranking

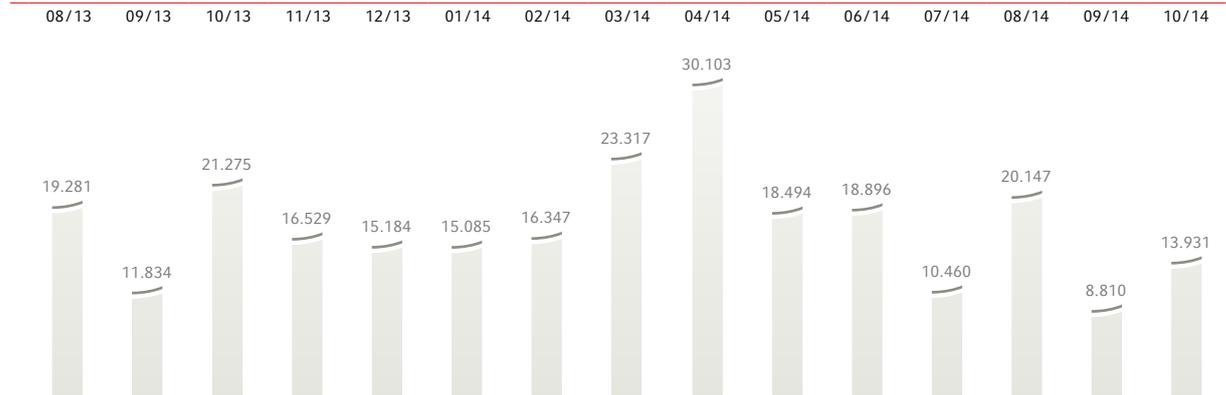
Nach dem Kriterium „Handelsvolumen“ belegte CEWE im September 2014 die 74. Position (Vorjahr: 78. Position), nach

der „Marktkapitalisierung“ die 84. Position (Vorjahr: 90. Position). Damit ist die CEWE-Aktie eine feste Größe im Index SDAX, der typischerweise Aktien ab der Position 110 – und besser – berücksichtigt.

Stabile Aktionärsstruktur stärkt den Kurs des Managements

CEWE hat mit dem Ankerinvestor, der Erbgemeinschaft nach Senator h.c. Heinz Neumüller (ACN Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG), der 27,4 % der Aktien hält, eine hohe Stabilität auf der Eigentümerseite.

Durchschnittliches Handelsvolumen in Aktien pro Tag



CEWE ist für seine Aktionäre da

Die Investor-Relations-Arbeit bei CEWE hat das klare Ziel, alle Marktteilnehmer nach den Prinzipien des „Fair Disclosure“ zeitnah, umfassend und gleichmäßig zu informieren sowie insgesamt eine hohe Transparenz sicherzustellen.

So veröffentlicht CEWE selbstverständlich sämtliche Geschäfts- und Zwischenberichte sowie Kapitalmarktinformationen auch im Internet unter www.cewe.de. Alle Analysten-Telefonkonferenzen werden als Web- und Audio-Cast unmittelbar nach Durchführung auf der CEWE-Internetseite bereitgestellt. Alle

wesentlichen Präsentationen des Unternehmens auf Konferenzen und anderen Veranstaltungen werden parallel auch im Internet veröffentlicht.

Der Vorstand und das Investor-Relations-Team präsentieren das Unternehmen auf den wichtigen Kapitalmarktkonferenzen und sind auf Road Shows in den europäischen und US-amerikanischen Finanzmarktzentren unterwegs. Den aktuellen Stand der Termine für 2014 finden Sie im Finanzterminkalender auf der vorletzten Seite dieses Berichts.

 www.cewe.de

Aktionärsstruktur (November 2014) in % (100 % beziehen sich auf 7,4 Mio. Aktien)



*„Als europäischer Marktführer im Foto-
finishing stehen wir für permanente
Innovationen. Auf der photokina 2014
haben wir das mit vielen Produktneu-
heiten und dem photokina Star Award für
unseren neuen Service CEWE MYPHOTOS
wieder unter Beweis gestellt.“*

Alf Meyer, Leiter Einkauf und Materialwirtschaft, CEWE-Aktionär



ZWISCHENLAGEBERICHT

GRUNDLAGEN DES KONZERNS **18**

Geschäftsmodell 18

Organisation und Steuerungssysteme 19

WIRTSCHAFTSBERICHT **20**

Geschäftsfeld Fotofinishing 20

Geschäftsfeld Online Druck 28

Geschäftsfeld Einzelhandel 30

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung 32

Mitarbeiter 37

Bilanz und Finanzierung 38

Cash Flow 42

Kapitalrentabilität 45

PROGNOSE-, CHANCEN- UND RISIKOBERICHT **48**

DIE CEWE-GRUPPE – STRUKTUR UND ORGANE **56**

GRUNDLAGEN DES KONZERNS

Geschäftsmodell

CEWE operiert in drei strategischen Geschäftsfeldern: Fotofinishing, Einzelhandel und Online Druck. Nach diesen strategischen Geschäftsfeldern richtet sich auch der Segmentbericht.

Fotofinishing – das klassische CEWE-Hauptgeschäft

Als Fotofinishing wird das Geschäft mit Foto-Produkten bezeichnet. CEWE ist europäischer Marktführer im Fotofinishing, früher auf Basis analoger Filme, heute auf Basis digitaler Daten. Dabei hat sich das CEWE FOTOBUCH als Hauptprodukt etabliert. Darüber hinaus hat CEWE das Produktsortiment konsequent erweitert, so dass inzwischen auch CEWE KALENDER, CEWE CARDS und CEWE WANDBILDER zu wichtigen Umsatzträgern geworden sind.

Eigener Einzelhandel mit wichtigen Funktionen

Mit einem Multi-Channel-Retailing für Foto-Hardware und Fotofinishing-Produkte ist CEWE in Polen, Tschechien, der Slowakei sowie Norwegen und Schweden aktiv. Neben dem Verkauf von Foto-Hardware sind die stationären Läden sowie die Online-Shops

eine wichtige Vertriebsschiene für CEWE-Fotoprodukte direkt zum Endkonsumenten. Diese Umsätze und Erträge mit Fotofinishing-Produkten werden im Fotofinishing-Segment gezeigt.

Online Druck – das Wachstumsfeld

Im neuen Geschäftsfeld Online Druck wächst CEWE momentan stark mit der Produktion und Vermarktung von Werbedrucksachen über die Vertriebsplattformen CEWE PRINT, Saxoprint und Viaprinto. In diesem Geschäftsfeld hatte CEWE 2012 die auf den Online-Offsetdruck spezialisierte Saxoprint-Gruppe akquiriert. Derzeit ist CEWE mit dem Online Druck für Werbedrucksachen noch vor allem in Deutschland aktiv, in vielen anderen europäischen Ländern sind jedoch bereits lokale Websites präsent und generieren dort zunehmend Geschäft.

Weiterführende Informationen zum CEWE-Geschäftsmodell finden Sie im Geschäftsbericht 2013 oder im Internet unter www.cewe.de>Investor Relations>Geschäftsberichte>Geschäftsbericht 2013.

ORGANISATION UND STEUERUNGSSYSTEME

Organisationsstruktur



Kommanditgesellschaft auf Aktien

CEWE betreibt sein gesamtes operatives Geschäft innerhalb der CEWE Stiftung & Co. KGaA. Die Neumüller CEWE COLOR Stiftung nimmt die Stellung der persönlich haftenden Gesellschafterin und der alleinigen Geschäftsführerin ein. Die Neumüller CEWE COLOR Stiftung wird durch acht Vorstände vertreten. Die weiteren 3.187 Mitarbeiter des Konzerns sind in der CEWE Stiftung & Co. KGaA sowie in den nachgelagerten Konzerngesellschaften beschäftigt.

CEWE operiert in insgesamt 31 Tochtergesellschaften

Die CEWE Stiftung & Co. KGaA ist die Muttergesellschaft der gesamten CEWE-Konzernaktivitäten. Je nach spezieller Landessituation werden das Fotofinishing- und das Online

Druck-Geschäft in den verschiedenen Ländern Europas in einer rechtlichen und organisatorischen Einheit oder in verschiedenen Einheiten geführt.

Führung der CEWE-Gruppe durch Vorstand und Geschäftsführung

Der Vorstand und die Geschäftsführung der Neumüller CEWE COLOR Stiftung sind für die Gesamtplanung und Realisierung der Ziele der CEWE-Gruppe verantwortlich.

Weiterführende Informationen zu Organisation und Steuerungssystemen finden Sie im Geschäftsbericht 2013 oder im Internet unter www.cewe.de > Investor Relations > Geschäftsberichte > Geschäftsbericht 2013.

WIRTSCHAFTSBERICHT

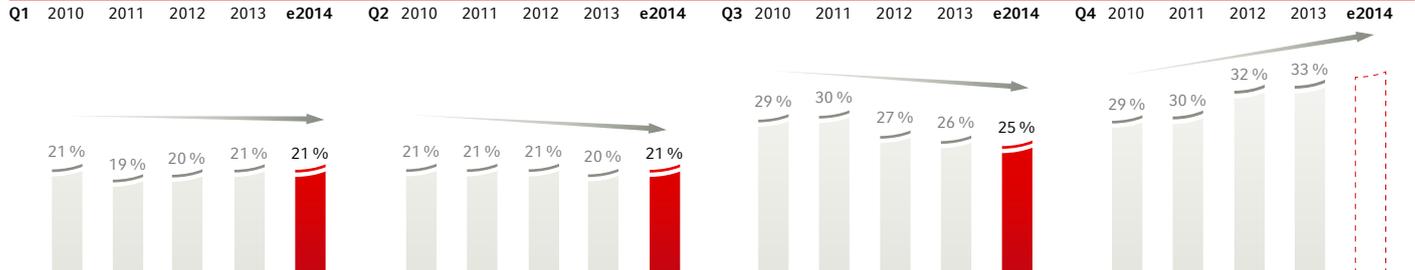
Geschäftsfeld Fotofinishing

- ▶ *Absatz, Umsatz und Gewinn auf Zielkurs*
- ▶ *CEWE FOTOBUCH: 1,413 Mio. Bücher im dritten Quartal 2014; +4,8 % zum Vorjahr*
- ▶ *CEWE innovativ: 95 % aller Fotos im dritten Quartal sind digital, 70 % aller Digitalfotos werden über das Internet bestellt*
- ▶ *Fotofinishing-Umsatz liegt im dritten Quartal mit 89,4 Mio. Euro über der erwarteten Bandbreite*
- ▶ *Fotofinishing-EBIT im dritten Quartal durch höhere Marketingintensität zur Vorbereitung des Weihnachtsgeschäfts bei 4,2 Mio. Euro*

Resultate Absatz Q3

	2014	2013	Veränderung
Umsatz (in Mio. Euro)	121,8	124,0	-1,8 %
Digitalfotos in Mio. Stück	567,2	579,9	-2,2 %
Fotos von Filmen in Mio. Stück	29,7	39,0	-23,8 %
Fotos gesamt in Mio. Stück	596,9	618,9	-3,6 %
CEWE FOTOBÜCHER in Tsd. Stück	1.413,3	1.348,5	+4,8 %

Fotos gesamt – Saisonverteilung in %



Grundsätzlich ist der Absatz der CEWE-Fotoprodukte weiterhin von zwei anhaltenden Konsumtrends geprägt: dem Trend zu höherwertigen Produkten und der Saisonverschiebung in das vierte Quartal.

Saisonverschiebung in das vierte Quartal hält weiter an

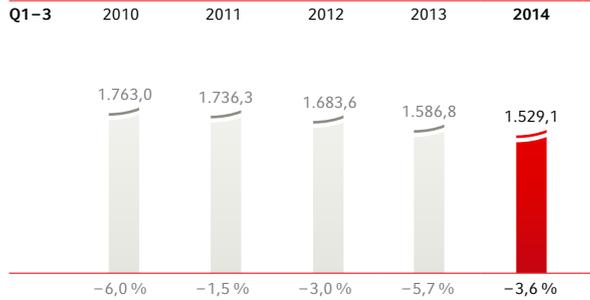
Die Absatz-, stärker noch die Umsatz- und vor allem die Ertragschwerpunkte der Digitalprodukte liegen im vierten Quartal. Viele Konsumenten schätzen das CEWE FOTOBUCH und auch CEWE KALENDER, CEWE CARDS und CEWE WANDBILDER

sowie weitere Foto-Geschenkartikel als Weihnachtsgeschenke. Daher hat sich das saisonale Profil des CEWE-Geschäfts sehr deutlich zum Jahresende hin verschoben. Wie die Grafik auf Seite 25/27 zeigt, hält diese Verschiebung derzeit noch weiter an.

Anteil der Mehrwertprodukte wächst

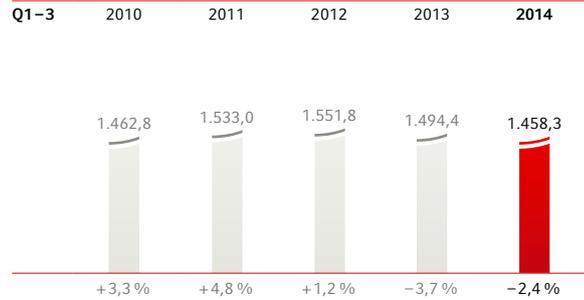
Konsumenten werden selektiver und verlangen höherwertige Fotoprodukte. Einzelne „einfache“ Fotoabzüge sind rückläufig – selbstverständlich auf analoger Basis, aber auch von digitalen Daten. Stärker nachgefragte Mehrwertprodukte mit hoher

Fotos gesamt in Mio. Stück



Veränderung zum Vorjahr

Digitalfotos (inkl. CEWE FOTOBUCH-Prints) in Mio. Stück



Veränderung zum Vorjahr

Wertigkeit kompensieren einen Teil dieses Rückgangs. So verändert sich der Produktmix von CEWE zunehmend zugunsten dieser Mehrwertprodukte: Der Anteil der Markenprodukte CEWE FOTOBUCH, CEWE KALENDER, CEWE CARDS oder CEWE WANDBILDER wird stetig größer. Diese Artikel begründen nicht nur – wie oben beschrieben – als typische Geschenkartikel die Saisonverschiebung. Sie steigern diese Verschiebung sogar auf Umsatz- und Ergebnisebene, da der Anteil der „einfachen“ einzelnen Fotoabzüge im ersten sowie gerade im zweiten und dritten Quartal eines jeden Jahres fällt, während der Anteil der Bilder in Mehrwertprodukten im vierten Quartal sehr stark zulegt. Da CEWE mit Mehrwertprodukten einen tendenziell höheren Umsatz und ein höheres Ergebnis pro Bild erzielt, ist

die Saisonverschiebung im Umsatz und vor allem im Ertrag noch ausgeprägter als im Volumen und setzt sich potenziell auch noch weiter fort: Der Trend von „Masse“ (weniger einzelne Fotos) zu „Klasse“ (mehr hochwertige Fotoprodukte) hält weiter an.

Q3-Absatz leicht besser als erwartet

Von dieser Verschiebung ist auch das dritte Quartal weiterhin betroffen. So ist von einem zum Vorjahr leicht fallenden Volumenanteil am Gesamtjahr von etwa 24,5 % auszugehen. Basierend auf dem Gesamtjahresziel von 2,23 bis 2,29 Mrd. Fotos für 2014 liegt das erwartete Volumen für das dritte Quartal damit bei 0,57 bis 0,58 Mrd. Fotos. Vor diesem Hintergrund liegt das dritte Quartal mit 0,597 Mrd. Fotos leicht oberhalb der erwarteten

Fotos vom Film in Mio. Stück



Veränderung zum Vorjahr

Anzahl CEWE FOTOBÜCHER in Tsd. Stück



Veränderung zum Vorjahr

Bandbreite. Da auch bereits das erste wie auch das zweite Quartal ihre jeweiligen Zielintervalle erreicht hatten, bestätigt damit auch das dritte Quartal die Jahreszielsetzung für 2014.

CEWE FOTOBUCH-Absatz weiter leicht über erwarteter Volumenbandbreite

Das Volumen der CEWE FOTOBÜCHER stieg im dritten Quartal um 4,8 % und rund 64.000 Bücher auf 1,413 Mio. Mit diesem Wert liegt die Steigerungsrate weiter oberhalb des für das Gesamtjahr 2014 erwarteten Wachstumskorridors von +1 % bis +2 %. Auch kumuliert liegt das CEWE FOTOBUCH mit einem Wachstum von 3,6 % in den ersten drei Quartalen 2014 über dieser erwarteten Bandbreite. Damit ist das CEWE FOTOBUCH

mit der Anzahl der in den Fotobüchern enthaltenen einzelnen Fotos der wesentliche Treiber der Gesamtfotomenge.

Fotos zu 95 % digital

Mit dem Erfolg des CEWE FOTOBUCHS und dem weiterer CEWE-Marken nähert sich die Digitalisierung immer mehr der 100 %-Marke. Nach 94 % im dritten Quartal 2013 waren im Berichtsquartal bereits 95 % der Gesamtzahl aller Fotos digitalen Ursprungs.

Digitalfoto-Bestellung im Geschäft in Mio. Stück



Veränderung zum Vorjahr

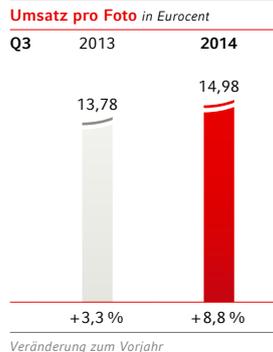
Digitalfoto-Bestellung über das Internet in Mio. Stück



Veränderung zum Vorjahr

Königsweg „Internet-Bestellung mit Ladengeschäft-Abholung“ bestätigt CEWE-Positionierung

Die Quote der über das Internet bestellten Digitalfotos wuchs von 69 % im Vorjahresquartal auf 70 % (395 Mio. Fotos) im Berichtsquartal. 49 % dieser Konsumenten entschieden sich dafür, ihre fertigen Aufträge im Ladengeschäft der von CEWE belieferten Händler abzuholen. 51 % wählten die Zustellung per Post nach Hause. Damit haben die Kunden insgesamt rund 65 % aller Fotos (analoge und digitale, bestellt über das Internet und im Ladengeschäft) in den Ladengeschäften der CEWE-Handelspartner abgeholt. Dies bestätigt die Stärke der CEWE-Positionierung „bricks and clicks“, nämlich die strategische Verbindung zwischen dem Verkauf über Ladengeschäfte und über das Internet.



Mehrwertprodukte stärken Fotofinishing-Umsatz weiter

Auch im Berichtsquartal stieg der Umsatzanteil der CEWE-Marken- bzw. Mehrwertprodukte am Gesamtumsatz. Damit stärkt der Trend zu höherwertigen Fotoprodukten weiterhin die Umsatzentwicklung. So ist der Umsatz pro Foto im Berichtsquartal erneut gestiegen: von 13,78 Eurocent pro Foto im dritten Quartal 2013 um 8,8 % auf 14,98 Eurocent pro Foto im dritten Quartal 2014. Die ersten neun Monate 2014 bestätigen den positiven Trend: Auch für diesen Zeitraum stieg der Umsatz pro Foto, und zwar von 14,30 Eurocent im Vorjahreszeitraum um 5,2 % auf 15,04 Eurocent.

Fotofinishing-Umsatz oberhalb der erwarteten Bandbreite

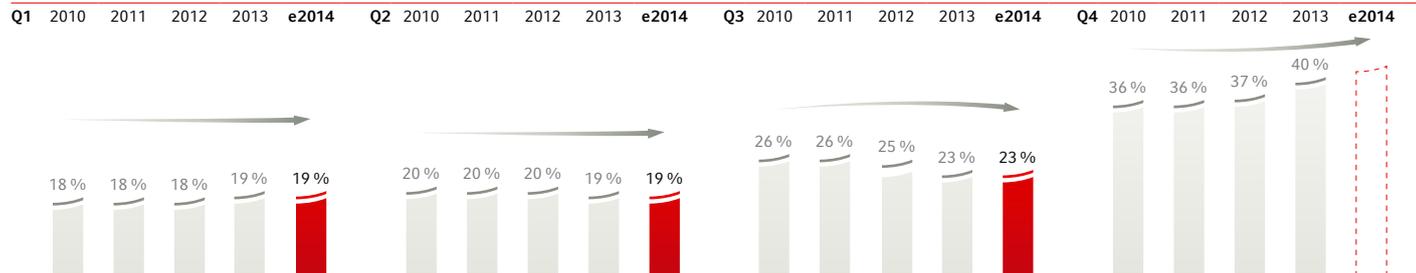
Der Fotofinishing-Umsatz im dritten Quartal 2014 übertraf mit 87,8 Mio. Euro den Vorjahreswert (Q3 2013: 83,6 Mio. Euro), da sich sowohl die Gesamtzahl der Fotos als auch der durchschnittliche Umsatz pro Foto besser entwickelt haben als erwartet. Auch im Rahmen der Saisonverschiebung übertrifft dieser Umsatz sogar leicht die Erwartungen: Geht man von einem leicht fallenden Umsatzanteil des dritten Quartals am Gesamtjahr in Höhe von rund 22,5 % aus, so ergibt sich (gerechnet auf den für 2014 geplanten Fotofinishing-Gesamtjahresumsatz von 365 bis 375 Mio. Euro) ein erwarteter Zielkorridor für das dritte Quartal 2014 zwischen 81,1 und 84,4 Mio. Euro. Der realisierte Fotofinishing-Umsatz von 87,8 Mio. Euro liegt damit oberhalb dieser Bandbreite. Diese Betrachtung basiert auf Umsatzzahlen vor der Ausweisänderung der Werbekostenzuschüsse, die im nächsten Absatz erläutert wird.

Ausweisänderung für Werbekostenzuschüsse: Darstellung ab sofort einheitlich als sonstiger betrieblicher Aufwand

Im Berichtsquartal hat CEWE den Ausweis der an Kunden gewährten Werbekostenzuschüsse konzernweit vereinheitlicht, da diese bisher aufgrund einer Regelungslücke im Rechnungslegungsstandard (IAS 18) teilweise in unterschiedlichen Positionen bilanziert worden waren. Ab sofort werden die mit Kunden verbindlich vereinbarten Werbekostenzuschüsse nicht mehr umsatzmindernd, sondern als Vertriebsaufwand innerhalb der Position „Sonstiger betrieblicher Aufwand“ ausgewiesen. Entsprechend ist diese Ausweisänderung ohne jegliche Auswirkung auf der Ertragebene: Der Umsatz erhöht sich lediglich um den Betrag der sonst dort abgezogenen Werbekostenzuschüsse, die jetzt exakt in gleicher Höhe den sonstigen betrieblichen Aufwand unterhalb des Rohergebnisses ansteigen lassen.

Im dritten Quartal 2014 waren so insgesamt 1.606 TEUR Werbekostenzuschüsse umzugliedern. Zur Anpassung der Vorjahreswerte wurden für das dritte Quartal 2013 1.682 TEUR vom Umsatz in den sonstigen betrieblichen Aufwand umgebucht. Somit ergibt sich ein ausgewiesener Fotofinishing-Umsatz für das Q3 2014 in Höhe von 89,4 Mio. Euro (Vorjahr Q3 2013: 85,3 Mio. Euro). Für den Zeitraum Q1–3 2014 wurden 4.642 TEUR und für den entsprechenden Vorjahreszeitraum (2013) insgesamt 4.538 TEUR umgegliedert. Damit ergibt sich ein ausgewiesener Fotofinishing-Umsatz Q1–3 2014 von 230,0 Mio. Euro sowie ein Vorjahresumsatz Q1–3 2013 in Höhe von 227,0 Mio. Euro.

Entwicklung der CEWE-Fotofinishingumsatz-Saisonverteilung in % vom Umsatz



Die beschriebene Ausweisänderung betrifft ausschließlich das Segment Fotofinishing. Für die Geschäftsfelder Einzelhandel und Online Druck mussten keine Anpassungen vorgenommen werden.

Fotofinishing in ersten neun Monaten eines Jahres grundsätzlich mit negativen Ergebnissen

Aufgrund der fortschreitenden Saisonverschiebung in das vierte Quartal gilt bereits seit 2012 die Regel, dass CEWE den mit Abstand größten Ergebnisbeitrag im Weihnachtsquartal erwirtschaftet. Wie die Grafik der Ergebnis-Saisonverteilung zeigt, steuerte das Urlaubsquartal (Q3) in der Analog-Ära mit den größten Teil des Jahresgewinns bei, während die Saisonverschiebung inzwischen zu einem noch größeren Ertragschwerpunkt im Weihnachtsquartal (Q4) geführt hat. In den ersten beiden Quartalen standen schon immer aufgrund der starken Saisonschwerpunkte in den anderen Quartalen den Fixkosten keine entsprechenden Erträge gegenüber, so dass zwangsläufig negative Ergebnisse entstehen. Das isolierte dritte Quartal erwirtschaftet weiterhin positive, jedoch abnehmende Ergebnisbeiträge, die den saisonbedingten Verlust der ersten beiden Quartale nicht mehr vollständig ausgleichen können.

Fotofinishing-Ergebnis trägt mehr Marketingkosten und photokina-Sonderaufwand

Im Berichtsquartal trug das Geschäftsfeld Fotofinishing mit 4,2 Mio. Euro zum Konzern-EBIT bei (Vorjahr Q3 2013: 7,8 Mio. Euro). Der Ergebnisrückgang um rund 3,5 Mio. Euro beruht maßgeblich auf den deutlich höheren Marketingaktivitäten. So führte der CEWE-Messeauftritt auf der diesjährigen photokina zu Mehrkosten von rund 1,2 Mio. Euro, die im Vorjahr nicht angefallen waren, da die Kölner Messe nur alle zwei Jahre stattfindet. Darüber hinaus hat CEWE seine Marketingintensität mit Mehraufwänden von rund 1,4 Mio. Euro im dritten Quartal weiter ausgebaut, um das Weihnachtsgeschäft vorzubereiten. So hat CEWE zum Beispiel in mehreren Fußballbundesliga-Stadien auf Banden für das CEWE FOTOBUCH geworben. Neben dem bereits oben beschriebenen erfreulichen Umsatzeffekt aus diesen Aktivitäten erhöhen diese Marketing-Investitionen die Bekanntheit der CEWE-Markenprodukte mit dem Ziel, den Absatz in der anstehenden Saisonspitze zu steigern.

Während die Personalkosten im Geschäftsfeld Fotofinishing absolut um 0,3 Mio. Euro über dem Vorjahreswert lagen, verringerte sich die Personalkostenquote von 29,6 % auf 29,0 %. Dieser Personalaufbau – hauptsächlich in den Zentralbereichen Forschung und Entwicklung sowie Marketing – erfolgt im gesamten Jahresverlauf, um das wichtige Jahresendgeschäft mit Marketing zu unterstützen und technisch zur Zufriedenheit der Kunden abzuwickeln. Dadurch ist der Fixkostenanteil

insbesondere der ersten drei – saisonbedingt ergebnisschwächeren – Quartale erhöht. Darüber hinaus sind im aktuellen Berichtsquartal einige operative Aufwandspositionen geschäftstrieber um 0,6 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahresquartal gestiegen, so u. a. die Kosten für den Mailorderversand oder auch IT-Kosten.

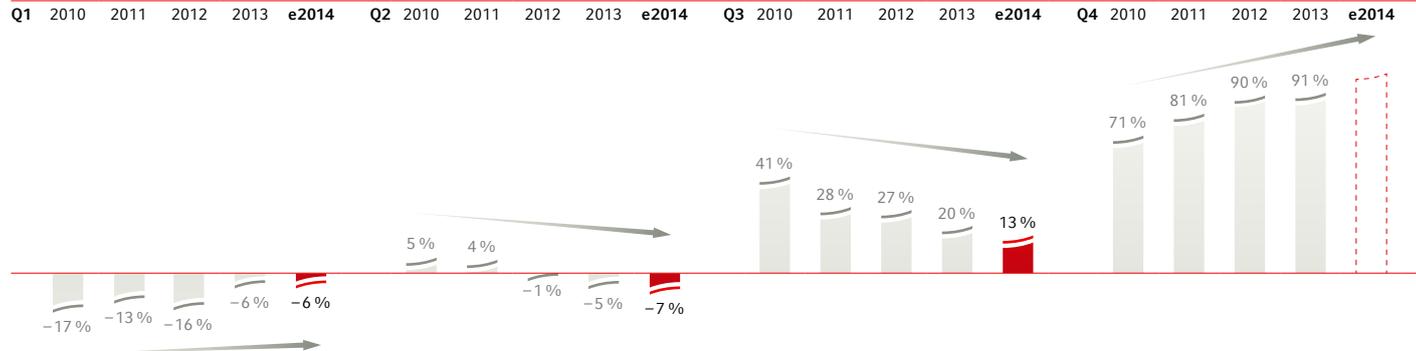
Fotofinishing-EBIT im Q3 erfüllt die Erwartungen und bestätigt die EBIT-Jahreszielsetzung

Auch im Rahmen der Überlegungen zur Saisonverschiebung erfüllt das Q3-EBIT im Geschäftsfeld Fotofinishing die Erwartungen: Geht man von einem wie in den Vorjahren weiter fallenden Ergebnisanteil des dritten Quartals am Gesamtjahr auf nun rund 12,5 % aus, so ergibt sich (gerechnet auf das für

2014 geplante Fotofinishing-Gesamtjahres-EBIT von 33,5 bis 38,0 Mio. Euro) ein erwarteter Zielkorridor für das dritte Quartal 2014 zwischen 4,2 und 4,8 Mio. Euro. Das realisierte Fotofinishing-EBIT im aktuellen Berichtsquartal in Höhe von 4,2 Mio. Euro liegt damit bedingt durch die höhere Marketingintensität am unteren Ende dieser Bandbreite und bestätigt die Jahreszielsetzung.

Kumuliert liegt das Geschäftsfeld Fotofinishing für die ersten drei Quartale 2014 mit einem EBIT in Höhe von 0,0 Mio. Euro nahezu auf dem Niveau des Vorjahres (Q1–3 2013: 0,4 Mio. Euro). Im ersten Halbjahr 2013 waren noch insgesamt 3,3 Mio. Euro Restrukturierungskosten für Standortzusammenlegungen in Dresden und Polen angefallen.

EBIT vor Restrukturierung – Fotofinishing-Saisonverteilung in % vom EBIT



Geschäftsfeld Online Druck

- ▶ *Online Druck-Umsatz wächst im dritten Quartal um +11,4 % auf 16,1 Mio. Euro*
- ▶ *EBIT um 0,6 Mio. Euro im Berichtsquartal verbessert: Bedingt durch Wachstums-Investitionen ins Marketing jetzt bei -0,7 Mio. Euro*

CEWE PRINT in sechs Ländern aktiv

Zusammen mit den sechs Saxoprint Onlineshops bietet CEWE aktuell in neun verschiedenen Ländern Produkte im Online Druck an. Neben dem starken Wachstum in Deutschland bedient CEWE-PRINT auch Österreich, die Niederlande, Belgien, Italien und Polen. Mit der Marke Saxoprint ist beispielsweise CEWE in UK und Frankreich aktiv. Darüber hinaus ist die Expansion in weitere Länder Europas geplant. Im Fokus steht dabei, die vorhandenen CEWE-Vertriebsstrukturen in den einzelnen Ländern zu nutzen, um einen schnellen und erfolgreichen Markteintritt zu erreichen.

Fußball im Marketing-Fokus

Die deutlich gestiegene Markenbekanntheit erreichte CEWE-PRINT insbesondere mit der bereits 2012 gestarteten Werbung im Bundesliga-Fußball: Bandenwerbung in den Stadien der 1. Fußballbundesliga sowie Werbeschaltungen im Umfeld der ARD-Sportschau. Die hohe Reichweite nutzt CEWE auch 2014, um die Marke CEWE-PRINT weiter bekannt zu machen. Darüber hinaus stehen gezielte Ansprachen von Neukunden mittels Internet-Werbung, aber auch die Bestandskunden-Bindung per Newsletter und Mailing auf der Marketing-Agenda.

Online Druck-Umsatz legt im dritten Quartal auf 16,1 Mio. Euro zu

Im dritten Quartal 2014 wuchs der Umsatz des Geschäftsfeldes Online Druck von 14,4 Mio. Euro im Vorjahresquartal auf 16,1 Mio. Euro – ein Plus von 11,4 %.

Auch im Online Druck liegt der Saisonschwerpunkt im vierten Quartal. Daher werden im dritten Quartal eines Jahres grundsätzlich weniger Marketingmaßnahmen durchgeführt als im vierten Quartal, da die Effizienz der eingesetzten Werbemaßnahmen entsprechend geringer ist. Im potenzialstarken vierten Quartal wird die Marketingintensität wieder gesteigert, um das Jahresendgeschäft effektiv zu fördern.

Damit liegt das Geschäftsfeld Online Druck auf Kurs, die Jahreszielsetzung 2014 von mehr als 70 Mio. Euro zu erreichen: Für den Zeitraum Q1–3 2014 stieg der Umsatz von 41,6 Mio. Euro im Vorjahr um 20,1 % auf 50,0 Mio. Euro im aktuellen Jahr. Dies übertrifft die geplante Wachstumsrate. Um das Jahresziel zu erreichen, ist ein Wachstum von 17 % im Vergleich zum Vorjahr notwendig.

Wachstumsinvestitionen ins Marketing zahlen sich aus

Die für den oben beschriebenen Markenaufbau notwendigen Wachstumsinvestitionen werden zunächst noch die Gewinn- und Verlustrechnung dieses Geschäftsfeldes prägen. Denn CEWE nutzt die Ertragskraft des etablierten Geschäftsfeldes Fotofinishing, um das vielversprechende Wachstumfeld Online Druck durch intensives Marketing auszubauen. So generiert CEWE eine wachsende Kundenbasis, von der das Unternehmen künftig profitieren wird. Trotz geschäftsgestiegenen Personal- und Auslands-Versandkosten sowie einer erhöhten Abschreibungsbasis – Ende 2013 war eine zusätzliche Fertigungsstraße bei Saxoprint in Dresden in Betrieb genommen worden – lag das EBIT des Geschäftsbereichs Online Druck bei im Vergleich zum Vorjahresquartal leicht reduzierten Marketingaufwendungen mit –0,7 Mio. Euro um 0,6 Mio. Euro besser als im Vorjahresquartal

(Q3 2013: –1,3 Mio. Euro). Relativ zum deutlich gestiegenen Umsatz verbesserte sich die EBIT-Marge von –9,0 % im Vorjahresquartal auf –4,2 % im dritten Quartal 2014.

Die Wirkung dieser Effekte und Maßnahmen gilt gleichgerichtet auch für die ersten neun Monate 2014: Mit einem EBIT von –2,6 Mio. Euro erzielte der Geschäftsbereich Online Druck bei etwa konstanten Marketingaufwendungen ein um 0,7 Mio. Euro verbessertes EBIT im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (Q1–3 2013: –3,3 Mio. Euro).



Geschäftsfeld Einzelhandel

- ▶ *Umsatz auch im dritten Quartal aufgrund Aufgabe des niedrigmargigen Großhandelsgeschäfts rückläufig*
- ▶ *EBIT stabil etwa auf Vorjahresniveau, saisonbedingt negativ*

Eigener Einzelhandel mit wichtigen Funktionen

CEWE betreibt in Polen, Tschechien, der Slowakei sowie Norwegen und Schweden Multi-Channel-Retailing in Form stationärer Läden und Online-Shops (Marken z. B. Fotojoker, Fotolab, Japan Photo). Dieser Einzelhandel erfüllt für CEWE wichtige Funktionen: Erstens ist er eine wichtige Vertriebschiene für CEWE-Laborleistungen direkt an Endkonsumenten. Die entsprechenden Umsätze und Erträge werden im Fotofinishing-Segment gezeigt. Zweitens hat CEWE die Möglichkeit, neue Vermarktungsstrategien für die CEWE-Markenprodukte im Internet wie in Ladengeschäften unmittelbar zu testen und weiterzuentwickeln. Drittens kann dieses Wissen dann an die Handelspartner weitergegeben werden. Dafür liefert der CEWE-Einzelhandel wichtige Erkenntnisse und Referenzen.

Umsatz sinkt im dritten Quartal wegen Verzicht auf Großhandelsgeschäft auf 16,3 Mio. Euro

Auch im dritten Quartal waren das große und attraktive Sortiment sowie die hohe Kundenorientierung des CEWE-Einzelhandels ein entscheidender Wettbewerbsfaktor. So konnte das Geschäftsfeld Einzelhandel in Tschechien und der Slowakei Umsatzzuwächse vermeiden, in Skandinavien wurden leichte Umsatzrückgänge verzeichnet. In Polen trennte sich der dortige CEWE-Einzelhandel vom Großhandelsgeschäft, das insbesondere im vergangenen Jahr erhebliche Umsätze, aber kaum Ergebnisbeiträge brachte. Der Verzicht auf niedrigmarginige Postengeschäfte wird auch den Gesamtjahresumsatz 2014 des Geschäftsfelds Einzelhandel signifikant unter den Gesamtjahresumsatz 2013 fallen lassen. Ergebnisseitig wird sich dieser Umsatzrückgang jedoch nicht negativ auswirken. Vor diesem Hintergrund erzielte das Geschäftsfeld Einzelhandel im dritten Quartal einen Umsatz in Höhe von 16,3 Mio. Euro, ein Rückgang von 8,0 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahresquartal (Q3 2013: 24,3 Mio. Euro).

Kumuliert wurde das Geschäftsfeld Einzelhandel in den ersten neun Monaten 2014 – überwiegend durch den Verzicht auf die Großhandelsaktivitäten in Polen – um rund 27,5 Mio. Euro auf 49,0 Mio. Euro im Umsatz zurückgefahren (Q1–3 2013: 76,5 Mio. Euro). Dieser Wert versteht sich inklusive negativer Währungseffekte in Höhe von 2,2 Mio. Euro, die den Einzelhandelsumsatz in den ersten drei Quartalen zusätzlich reduzierten.

Einzelhandelsergebnis trotz Umsatzrückgang fast auf Vorjahresniveau

Wie das Geschäftsfeld Fotofinishing erwirtschaftet auch der Einzelhandel seinen größten Ergebnisanteil im vierten Quartal eines Jahres. Das EBIT des Geschäftsfelds Einzelhandel lag im Berichtsquartal trotz des oben beschriebenen, überwiegend nicht ergebniswirksamen Umsatzrückgangs erwartungsgemäß bei –0,4 Mio. Euro und damit fast auf Vorjahresniveau (Q3 2013: –0,3 Mio. Euro). Auch für die aufgelaufenen EBIT-Werte der ersten drei Quartale ergibt sich ein ganz ähnliches Bild: Nach –1,2 Mio. Euro im kumulierten Vorjahreszeitraum erzielt das Geschäftsfeld Einzelhandel ein um nur 243 TEuro schwächeres EBIT von –1,5 Mio. Euro in den ersten neun Monaten 2014.

Umsatzentwicklung nach Geschäftsfeldern in Mio. Euro	Q1–3 2014	Q1–3 2013	Veränderung
Fotofinishing	230,0	227,0	+1,3 %
Einzelhandel	49,0	76,5	–35,9 %
Online Druck	50,0	41,6	+20,1 %
Konzern	329,0	345,0	–4,7 %

Umsatzentwicklung nach Geschäftsfeldern in Mio. Euro	Q3 2014	Q3 2013	Veränderung
Fotofinishing	89,4	85,3	+4,9 %
Einzelhandel	16,3	24,3	–33,0 %
Online Druck	16,1	14,4	+11,4 %
Konzern	121,8	124,0	–1,8 %

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

- *Konzernumsatz im dritten Quartal bei 121,8 Mio. Euro (Vorjahr: 124,0 Mio. Euro)*
- *EBIT maßgeblich durch höhere Marketing-Intensität im Fotofinishing bei 3,2 Mio. Euro (Vorjahr: 6,2 Mio. Euro)*

Konzernumsatz erreicht 121,8 Mio. Euro im dritten Quartal

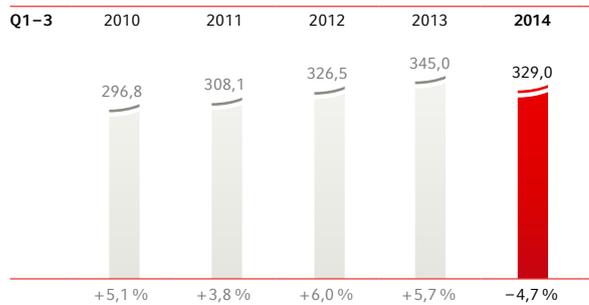
Wie in der Diskussion der strategischen Geschäftsfelder beschrieben, ließ der bewusste Verzicht auf das Großhandels-geschäft die Umsätze des dritten Quartals im Einzelhandel signifikant um 8,0 Mio. Euro zurückgehen. Dieser Effekt wirkt auch auf die Entwicklung des Konzernumsatzes, der sich maß-

geblich dadurch im Vergleich zum Vorjahresquartal um 1,8 % auf 121,8 Mio. Euro reduzierte (Q3 2013: 124,0 Mio. Euro). Die Umsatzzuwächse in den Geschäftsfeldern Fotofinishing und Online Druck von zusammen +5,8 Mio. Euro konnten den Umsatzrückgang im Einzelhandel nicht gänzlich kompensieren.

Konzern-EBIT bei 3,2 Mio. Euro im dritten Quartal

Durch die seit Jahren anhaltende Saisonverschiebung des Fotofinishing-Geschäfts in das vierte Quartal verlieren die ersten drei Quartale an Ertragskraft. Daher verzeichnet CEWE in diesem Zeitraum eines Jahres zunehmend negative Ergebnisse, während der Gewinnanteil und der absolute Ertrag des vierten

Umsatz in Mio. Euro



Veränderung zum Vorjahr

Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in Mio. Euro



Veränderung zum Vorjahr

Quartals stetig zulegen. Das Fotofinishing prägt als derzeitiges CEWE-Hauptgeschäft mit dieser Entwicklung maßgeblich die Saisonalität des Gesamtkonzerns. Auch der Online Druck wird diesem wenig entgegenwirken, da auch er seine Saisonspitze im vierten Quartal hat.

Vor diesem Hintergrund – verbunden mit den im Segment Fotofinishing beschriebenen Mehraufwendungen vor allem für Marketing – erreichte CEWE im dritten Quartal 2014 ein Konzern-EBIT in Höhe von 3,2 Mio. Euro (Q3 2013: 6,2 Mio. Euro).

Reduzierte sonstige betriebliche Erträge durch operative Stärke kompensiert

Bei diesen Ergebnisvergleichen ist auch zu beachten, dass bisher im Jahr 2014 weniger unregelmäßige sonstige betriebliche Erträge erwirtschaftet wurden: Im dritten Quartal trugen die sonstigen betrieblichen Erträge 2,7 Mio. Euro, in den ersten neun Monaten 2014 insgesamt 4,3 Mio. Euro weniger zum Ergebnis bei als im Vorjahr.

Entwicklung der Geschäftsfelder beeinflusst GuV-Struktur

Der Beitrag der verschiedenen Geschäftsfelder zur Gewinn- und Verlustrechnung hat jeweils eine andere Struktur: Im wichtigen Fotofinishing bewirkt der Trend zu Mehrwertprodukten tendenziell eine Reduktion des Materialeinsatzes, während der Personaleinsatz und die sonstigen betrieblichen Aufwendungen

zulegen. Wachstumsbedingt steigt der Anteil des Online Drucks an der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung. Im Vergleich zum Fotofinishing ist der Online Druck durch einen höheren Materialaufwand und etwas geringere Personal- und sonstige betriebliche Aufwendungen gekennzeichnet. Der Einzelhandel hingegen weist im Vergleich zu den beiden anderen Geschäftsfeldern deutlich höhere Materialaufwendungen, aber geringere Personal- und sonstige betriebliche Aufwendungen auf. Bei den Abschreibungen überkompensieren momentan noch die über die letzten Jahre rückläufigen Investitionen des Geschäftsfelds Fotofinishing die im Bereich Online Druck steigende Abschreibungsbasis und führen so zu einer auch im Konzern sinkenden Abschreibung. In der folgenden Diskussion der Struktur der Gewinn- und Verlustrechnung werden diese Effekte an den wesentlichen Positionen erläutert.

Aufgabe des Großhandelsgeschäfts beeinflusst Aufwandsquoten vom Umsatz

Der Konzernumsatz ist im Berichtsquartal hauptsächlich durch die im Kapitel „Geschäftsfeld Einzelhandel“ beschriebene Aufgabe des niedrigmargigen Großhandelsgeschäfts zurückgegangen. Dieser deutliche Umsatzrückgang ist bei der Betrachtung der Aufwandsquoten zu berücksichtigen: Die Wareneinsatzquote verbessert sich durch diesen Effekt, da die Großhandelsgeschäfte nur eine sehr niedrige Rohmarge erwirtschafteten. Alle anderen Aufwandsquoten erhöhen sich tendenziell, da die Großhandelsaufgabe keine relevante Aufwandsreduktion in diesen Positionen bewirkt.

Materialaufwandsquote sinkt auf 31,8 % vom Umsatz

Maßgeblich durch die Aufgabe des niedrigmargigen Großhandelsgeschäfts im Einzelhandel sinkt auch die Konzern-Materialaufwandsquote im Berichtsquartal von 37,2 % im Vorjahresquartal signifikant auf 31,8 %. Die Großhandelsaktivitäten des Geschäftsfelds Einzelhandel gingen im Vorjahr mit einer sehr hohen Wareneinsatzquote in den Konzernumsatz ein. Auch im Fotofinishing wird durch die verstärkte Nachfrage nach gedruckten Fotoprodukten und weniger im Silber-Halogenid-Verfahren produzierten Fotos die Wareneinsatzquote tendenziell verringert. Leicht entgegengesetzt wirkt das Wachstum des Online Drucks. Zusätzlich wird, wie in der Online Druck-Branche üblich, der Mailorderaufwand für die Zustellung der Druckprodukte zum Kunden als Materialaufwand ausgewiesen. Auch daher liegt der Materialaufwand höher als im Fotofinishing und geht mit steigendem Umsatz etwas stärker in den Konzerndurchschnitt ein.

Personalaufwandsquote liegt bei 25,5 % vom Umsatz

Im Personalaufwand wirken zwei Effekte, die zusammen zu einer tendenziell steigenden Personalaufwandsquote vom Umsatz führen: Zum einen sind die Personalkosten im Wachstumssegment Online Druck durch die dortigen Neueinstellungen sowie durch den gestiegenen Personalbedarf im Bereich der Zentralfunktionen Marketing sowie Forschung und Entwicklung absolut gestiegen. Zum anderen führt die signifikante Umsatzreduzierung durch den Verzicht auf das Großhandels-geschäft per se rechnerisch zu einer höheren Quote vom Umsatz bei allen Aufwandspositionen außer dem Materialaufwand. Nach 32,4 Mio. Euro Personalkosten im zweiten Quartal 2014 wurden im dritten Quartal 2014 mit 31,1 Mio. Euro etwas weniger Aufwände in dieser Kostenposition gebucht (Q3 2013: 29,6 Mio. Euro).

Sonstige betriebliche Aufwendungen steigen auf 37,2 % vom Umsatz

Mit 45,3 Mio. Euro lagen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen absolut um 4,3 Mio. Euro höher als im entsprechenden Vorjahreszeitraum (Q3 2013: 40,9 Mio. Euro). Grund waren die bei den Abschnitten zu den Geschäftsfeldern Fotofinishing und Online Druck bereits beschriebenen Mehraufwendungen für den Geschäftsaufbau, v. a. für das Marketing. Die Quote vom Umsatz bei den sonstigen betrieblichen Aufwendungen legt zudem auch aufgrund des Einzelhandel-induzierten Umsatzrückgangs von 33,0 % im Vorjahresquartal auf 37,2 % im Berichtsquartal zu.

Abschreibungen gehen absolut weiter zurück

Seit Jahren gehen die Abschreibungen auf Konzernebene bei CEWE zurück, da die Investitionen der vergangenen Jahre im Stammgeschäft Fotofinishing deutlich unter den Spitzen-Investitionsjahren der Analog/Digital-Transformation (2003 bis 2008) lagen. Durch die Akquisition von Saxoprint im Geschäftsfeld Online Druck und die damit verbundenen Abschreibungen war dieser Trend 2012 kurzfristig unterbrochen worden. Im

Ergebnis Q3 in Mio. Euro	2014	2013	Veränderung
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	3,2	6,2	-48,7 %
Ergebnis vor Steuern	3,0	5,7	-47,1 %
Ergebnis nach Steuern	2,7	4,7	-42,5 %

dritten Quartal 2014 ging jedoch die absolute Abschreibungssumme nochmals leicht von 8,4 Mio. Euro im Vorjahr auf 8,3 Mio. Euro zurück. Aufgelaufen zeigt sich diese Entwicklung noch deutlicher: In den ersten drei Quartalen 2014 verringerten sich die Abschreibungen von insgesamt 26,1 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum auf 24,5 Mio. Euro.

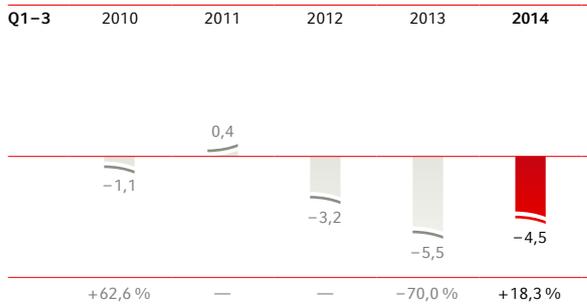
Finanzierungsaufwand weiter auf niedrigem Niveau

Die Belastungen aus dem Finanzergebnis liegen mit 0,2 Mio. Euro weiter auf niedrigem Niveau (Q3 2013: 0,5 Mio. Euro).

Steuerertrag im dritten Quartal

Das saisonbedingt negative Ergebnis im Zeitraum Q1–3 2014 führt zu einem Steuerertrag aus der Aktivierung von latenten Steuern auf die aufgelaufenen Verluste. Der zum Vorjahr um 0,9 Mio. Euro gestiegene Steuerertrag lässt sich mit dem Ergebnisverlauf begründen. Darüber hinaus haben sich periodenfremde Effekte aus dem Vorjahr im Berichtsjahr nicht wiederholt. Zur veränderten Methodik der Berechnung des Steuerergebnisses wird auf den Anhang verwiesen.

Ergebnis nach Steuern in Mio. Euro



Veränderung zum Vorjahr

Mitarbeiter

Mitarbeiterzahl wächst leicht auf 3.195

Die Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der CEWE-Gruppe lag per Ende September 2014 mit 3.195 leicht über dem Niveau des Vorjahres (3.114 Mitarbeiter).

Der Personalaufbau resultiert aus dem um 99 Mitarbeiter gestiegenen Personalbedarf im Geschäftsfeld Online Druck. Das neue Geschäftsfeld Online Druck legte im Geschäftsjahr 2013 im Umsatz um 39,2 % im Vergleich zum Vorjahr zu und ist damit der Wachstumsmotor des Konzerns. Auch in den ersten neun Monaten 2014 wächst dieser Geschäftsbereich im Umsatz mit +20,1 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum weiter stark.

Daneben hat sich CEWE in den Zentralfunktionen Forschung und Entwicklung sowie Marketing/Produktmanagement im Vergleich zum Vorjahr personell weiter verstärkt.

Gegenläufig verringerte sich die Mitarbeiterzahl in den Produktionsbetrieben des Geschäftsfelds Fotofinishing sowie im Geschäftsfeld Einzelhandel.

Q1–3: Mitarbeiter nach Segmenten	2014	2013	Veränderung
Fotofinishing	2.012	2.035	–1,1 %
Einzelhandel	631	626	+0,8 %
Online Druck	552	453	+21,9 %
Konzern	3.195	3.114	+2,6 %

Bilanz und Finanzierung

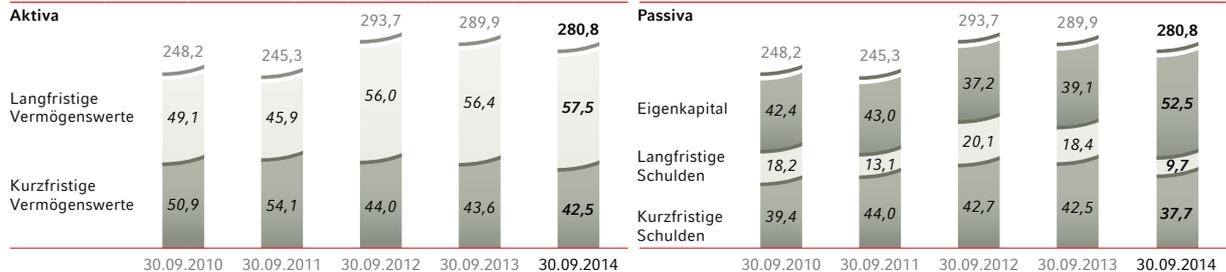
- ▶ *Bilanzsumme verkürzt sich im Jahresvergleich um 9,1 Mio. Euro*
- ▶ *Solide Bilanz: Eigenkapitalquote steigt auf 52,5 %*
- ▶ *Konzernverschuldung deutlich zurückgeführt*

Die Kommentierung der Bilanz bezieht sich aufgrund der ausgeprägten Saisonalität im Wesentlichen auf den Vergleich zum 30. September 2013. Die Entwicklung innerhalb des Berichtsquartals wird zusätzlich durch den Vergleich der Bilanzen vom 30. September 2014 und 30. Juni 2014 kommentiert. Dies sind vor allem die Elemente des operativen Working Capital sowie das Eigenkapital.

Bilanzsumme verkürzt sich im Jahresvergleich um 9,1 Mio. Euro

Im Jahresvergleich, d. h. vom 30. September 2013 zum 30. September 2014, hat sich die Bilanzsumme um 9,1 Mio. Euro verkürzt. Diese Veränderung ist zu einem wesentlichen Teil auf die aktive Reduktion des operativen Brutto-Working Capital um 9,3 Mio. Euro zurückzuführen. Im Vergleich zum Quartalsstart, d. h. vom 30. Juni 2014 zum 30. September 2014, hat sich die Bilanzsumme um 9,6 Mio. Euro erhöht. Die Ursachen hierfür werden im Rahmen der folgenden Diskussion der Management-Bilanz erläutert.

Bilanz in Mio. Euro (Summe) und in % (Aufteilung)



Capital Employed sinkt um 1,2 Mio. Euro

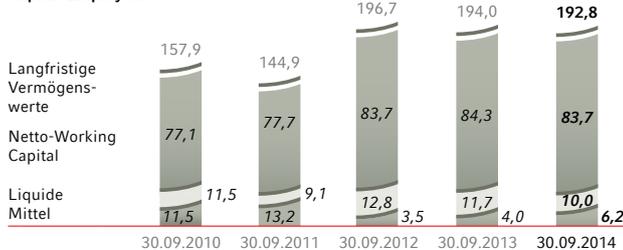
Das Capital Employed lag am 30. September 2014 bei 192,8 Mio. Euro und damit um 1,2 Mio. unter dem Vorjahreswert. Wie in den folgenden Absätzen erläutert wird, sind die darin enthaltenen langfristigen Vermögenswerte um 2,0 Mio. Euro auf 161,5 Mio. Euro und das operative Netto-Working Capital sogar um 3,3 Mio. Euro auf 19,3 Mio. Euro gesunken. Das sonstige Netto-Working Capital lag mit –16,2 Mio. Euro weniger als 2,5 Mio. Euro unter dem Vorjahreswert. Die Position der liquiden Mittel ist um 4,2 Mio. Euro wieder auf den üblichen Wert von 12,0 Mio. Euro gestiegen, wie im Absatz zum Cash Flow erläutert wird.

Langfristiger Vermögenseinsatz reduziert

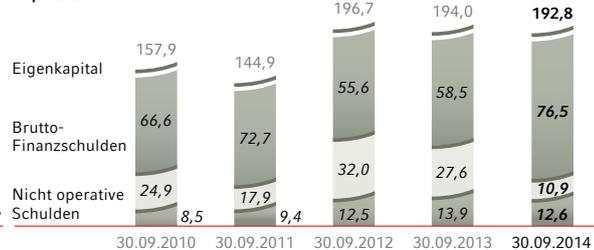
Die langfristigen Vermögenswerte gehen im Jahresvergleich um 2,0 Mio. Euro auf 161,5 Mio. Euro zurück. Dieser Effekt ist hauptsächlich auf das Anlagevermögen zurückzuführen. Zwar lagen die Investitionen dabei mit 33,3 Mio. Euro nur um 0,1 Mio. Euro über den planmäßigen Abschreibungen von 33,2 Mio. Euro, jedoch wurden im Rahmen der nach IFRS vorgeschriebenen regelmäßigen Werthaltigkeitstests Geschäfts- oder Firmenwerte um 3,2 Mio. Euro auf 25,4 Mio. Euro reduziert. Im Berichtsquartal ist das langfristige Vermögen um 3,9 Mio. Euro gestiegen – vor allem durch saisonale Investitionen für technische Anlagen und Maschinen in Höhe von 11,3 Mio. Euro bei Abschreibungen in Höhe von 6,5 Mio. Euro.

Management-Bilanz in Mio. Euro (Summe) und in % (Aufteilung)

Capital Employed



Capital Invested



Niedrigere Forderungen lassen operatives Netto-Working Capital sinken

Im Jahresvergleich haben sich die Vorräte um 0,4 Mio. Euro auf 49,3 Mio. Euro und vor allem die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 8,9 Mio. Euro auf 43,3 Mio. Euro reduziert. Der Vorratsrückgang ergab sich hauptsächlich durch die Aufgabe des kapitalintensiven und niedrigmargigen Großhandelsgeschäfts. Auch der Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wurde wesentlich durch den Forderungsrückgang im Einzelhandel infolge des deutlich verringerten Großhandelsgeschäftes getrieben. Versicherungsentschädigungen für Altforderungen aus Insolvenzfällen sowie Forderungen aus dem Verkauf von Anlagevermögen führten zusätzlich zu einem Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Gegenläufig wirkt der Rückgang der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 8,5 Mio. Euro auf 57,1 Mio. Euro, der ebenfalls das deutlich reduzierte Einkaufsvolumen des Einzelhandels widerspiegelt. Einhergehend mit der Zurückführung des operativen Netto-Working Capitals um 0,8 Mio. Euro auf 35,5 Mio. Euro, hat sich die Reichweite des operativen Netto-Working Capital im Jahresvergleich von 27 Tagen auf 26 Tage verringert. Treiber ist der planmäßige Umsatzrückgang des Einzelhandels.

Innerhalb des Berichtsquartals hat sich das operative Netto-Working Capital um 1,4 Mio. Euro auf 35,5 Mio. Euro erhöht. Die Reichweite des operativen Netto-Working Capital lag im selben Zeitraum mit 26 Tagen unter den 30 Tagen des Vorquartals. So hat CEWE die Vorräte mit –0,1 Mio. Euro

stabil auf 49,3 Mio. Euro gehalten und gegenläufig die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 5,7 Mio. Euro auf 43,3 Mio. Euro erhöht. Die durchschnittliche Außenstandsdauer der Forderungen ist aufgrund der im Vergleich zum 2. Quartal gestiegenen Umsätze von 33 Tagen zum 30. Juni 2014 auf 32 Tage gesunken. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen wurden im Gegenzug – wie saisonal üblich – um 4,2 Mio. Euro auf 57,1 Mio. Euro erhöht.

Sonstiges Netto-Working Capital trägt weiter zur Finanzierung bei
Das sonstige Netto-Working Capital lag zum 30. September 2014 bei –16,2 Mio. Euro (Vorjahr: –13,6 Mio. Euro) und konnte – wie schon im 2. Quartal – stärker zur Finanzierung beitragen.

Während das sonstige Brutto-Working Capital um 2,0 Mio. Euro auf 14,8 Mio. Euro durch den Eingang von Steuerforderungen sowie einen Rückgang kurzfristiger finanzieller Vermögenswerte gesunken ist, stiegen die kurzfristigen übrigen Schulden leicht um 0,6 Mio. Euro auf 30,9 Mio. Euro.

Innerhalb des Berichtsquartals ist das sonstige Netto-Working Capital um 2,0 Mio. Euro auf –16,2 Mio. Euro gestiegen. Die Hauptgründe für diesen Anstieg werden im Abschnitt „Cash Flow“ erläutert.

Capital Invested: Eigenkapitalanstieg reduziert Konzernverschuldung

Das Capital Invested lag – identisch mit dem Capital Employed – zum 30. September 2014 bei 192,8 Mio. Euro und damit nur um 1,2 Mio. Euro über dem Vorjahreswert. Dabei hat sich die Struktur des Capital Invested verändert: Wie in den folgenden Absätzen erläutert wird, ist das darin enthaltene Eigenkapital um 34,0 Mio. Euro auf 147,5 Mio. Euro gestiegen. Im Gegenzug sind die nicht operativen Schulden um 2,7 Mio. Euro auf 24,3 Mio. Euro und die Brutto-Finanzschulden um 32,5 Mio. Euro auf 21,0 Mio. Euro gesunken.

Solide Bilanz: Eigenkapitalquote steigt auf 52,5 %

Im Jahresvergleich legte das Eigenkapital von 113,4 Mio. Euro auf 147,5 Mio. Euro zu. Die Dividendenausschüttung in Höhe von 10,6 Mio. Euro wurde durch das Gesamtergebnis von 21,7 Mio. Euro mehr als ausgeglichen. Hierin sind hauptsächlich das Ergebnis nach Steuern von 23,6 Mio. Euro sowie erfolgsneutrale Aufwendungen und Erträge in Höhe von –1,9 Mio. Euro enthalten. Die eigentümerbezogenen Eigenkapitalveränderungen werden neben der Dividendenzahlung durch den Verkauf eigener Anteile mit 26,5 Mio. Euro und die Ausübung des Aktienoptionsplanes 2010 mit –3,6 Mio. beeinflusst. In Summe lagen die eigentümerbezogenen Eigenkapitalveränderungen bei 13,4 Mio. Euro. Das gestiegene Eigenkapital sowie die niedrigere Bilanzsumme führten zu einem Anstieg der Eigenkapitalquote von 39,1 % zum 30. September 2013 auf 52,5 % zum Ende des Berichtsquartals.

Innerhalb des Berichtsquartals ist die Erhöhung des Eigenkapitals um 2,6 Mio. Euro hauptsächlich einerseits durch das positive Gesamtergebnis von 3,4 Mio. Euro und andererseits negativ durch Ausübungen des Aktienoptionsplanes 2010 in Höhe von –0,7 Mio. Euro zu erklären.

Nicht operative Schulden sinken um 2,7 Mio. Euro auf 24,3 Mio. Euro

Die nicht operativen Schulden sind im Jahresvergleich um 2,7 Mio. Euro auf 24,3 Mio. Euro gesunken. Neben einem Rückgang der langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten aufgrund von Tilgungen und Umgliederung in den Kurzfristbereich um 3,8 Mio. Euro ist darin ein Anstieg der Pensionsrückstellungen von 2,2 Mio. Euro enthalten. Innerhalb des Berichtsquartals ergab sich ein Anstieg um 0,4 Mio. Euro.

Netto-Finanzschulden sinken um 36,7 Mio. Euro auf 9,0 Mio. Euro

Die Konzernverschuldung insgesamt ist im Jahresvergleich um 43,2 Mio. Euro auf 133,3 Mio. Euro gesunken. Hier wirkte sich hauptsächlich die Tilgung der Finanzschulden um 32,5 Mio. Euro aus. Die Brutto-Finanzschulden lagen nunmehr bei 21,0 Mio. Euro (Vorjahr: 53,5 Mio. Euro). Seit dem 30. September 2013 hat CEWE die Netto-Finanzschulden um 36,7 Mio. Euro auf 9,0 Mio. Euro zurückgeführt.

Cash Flow

- ▶ *Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit auf 10,6 Mio. Euro gestiegen*
- ▶ *Cash Flow durch höhere Investitionen geprägt*
- ▶ *Free-Cash Flow sinkt investitionsbedingt*

Ausgehend von einem um 3,0 Mio. Euro auf 3,2 Mio. Euro gesunkenen EBIT des Berichtsquartals waren in der Cash Flow-Rechnung des dritten Quartals von CEWE zahlungsunwirksame Abschreibungen in Höhe von 8,3 Mio. Euro (Vorjahr: 8,4 Mio. Euro) zu eliminieren – das EBITDA ist um 3,2 Mio. Euro auf 11,4 Mio. Euro gesunken. Die sonstigen zahlungsunwirksamen Anpassungen, die keine Auswirkungen auf den Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit haben, lagen bei 1,0 Mio. Euro (Vorjahr: –1,9 Mio. Euro).

Aufgabe des Großhandelsgeschäfts führt zu Working-Capital-Aufbau

Der Working Capital-induzierte Cash Flow verringerte sich im Berichtsquartal um 1,2 Mio. Euro auf 1,8 Mio. Euro.

Das geänderte Geschäftsvolumen des Einzelhandels in Polen führte dazu, dass CEWE im Berichtsquartal das operative Netto-Working Capital um 1,4 Mio. Euro aufgebaut hat, so dass sich hieraus ein Cash Flow-Nachteil gegenüber dem

Vorjahresquartal von –1,8 Mio. Euro ergab. Der Haupttreiber dieses Netto-Working-Capital-Effekts waren Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, die im Berichtsquartal umsatzgetrieben um 5,7 Mio. Euro stiegen und somit für einen Cash Flow-Nachteil von –1,5 Mio. Euro sorgten. Der gestiegene Fotofinishing-Umsatz hat im Vergleich zum aufgegebenen Einzelhandelsumsatz eine längere Forderungsreichweite. Auch aus den Vorräten ergab sich ein Cash Flow-Nachteil von –1,1 Mio. Euro, da der Abbau sich aufgrund des geringeren Einzelhandelsvolumens verringerte.

Das sonstige Working Capital hat im Berichtsquartal mit 0,4 Mio. Euro um 0,6 Mio. Euro weniger Cash aufgenommen als im Vorjahresquartal, indem stichtagsbedingt kurzfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte wie Umsatzsteuerforderungen aufgebaut wurden.

Mit –0,1 Mio. Euro sind im Berichtsquartal 1,7 Mio. Euro weniger Ertragsteuern abgeflossen als im dritten Quartal 2013. Dies ist eine Folge der Nutzung von Verlustvorträgen im Zuge des Formwechsels, die zu geringeren Steuervorauszahlungen führen.

In Summe lag der Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit bei 10,6 Mio. Euro und somit 0,4 Mio. über dem des Vorjahresquartals.

Seit Jahresbeginn sprang der Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit um 15,7 Mio. Euro auf 22,8 Mio. Euro. Hier wirkte der Working Capital-induzierte Cash Flow mit 13,2 Mio. Euro als wesentlicher Treiber: Der durch die Saisonspitze im vierten Quartal bedingte hohe Forderungsbestand wurde – wie in den vorangegangenen Quartalen bereits erläutert – weiter abgebaut. Ebenso hat die Aufgabe des Großhandelsgeschäfts des polnischen Einzelhandels das operative Working Capital weiter reduziert.

CEWE investiert in Wachstum

Abflüsse aus Investitionen in das Anlagevermögen lagen mit 12,4 Mio. Euro um 0,8 Mio. Euro über denen des Vorjahresquartals. Dabei hat das Unternehmen 3,7 Mio. Euro in den Digitaldruck und seine Weiterverarbeitung, 2,5 Mio. Euro in den Offsetdruck und dessen Weiterverarbeitung, 2,3 Mio. Euro in die Präsenz am Point of Sale, 0,9 Mio. Euro in immaterielle Vermögenswerte, 0,9 Mio. Euro in die IT-Infrastruktur und 1,9 Mio. Euro in diverse Sachanlagen investiert. Darüber hinaus

hat CEWE 0,1 Mio. Euro in den Erwerb von Beteiligungen investiert. Im Berichtsquartal wurde eine nachgelagerte Kaufpreiskomponente für den Erwerb der Saxoprint-Gruppe in Höhe von 1,1 Mio. Euro gezahlt.

Free-Cash Flow sinkt investitionsbedingt

Der Free-Cash Flow im Berichtsquartal lag investitionsbedingt um 2,2 Mio. Euro unter dem Vorjahreswert und erreichte –3,4 Mio. Euro. Seit Jahresbeginn stieg der Free-Cash Flow im Vergleich zum selben Vorjahreszeitraum um 13,2 Mio. Euro von –17,3 Mio. Euro auf –4,1 Mio. Euro. Dies lässt sich auf den oben bereits erläuterten Sprung im betrieblichen Cash Flow zurückführen, der in diesem Zeitraum um 15,7 Mio. Euro auf 22,8 Mio. Euro angestiegen ist.



SAXOPRINT

Wir sind ein Qualitätsfaktor.

Jeder gute Druck braucht eine Basis. Deshalb gewährleistet unsere Druckvorstufe, dass Ihre Daten genau geprüft und in bester Qualität auf unsere hochmodernen Druckmaschinen wandern. Das Ergebnis ist brillant und präzise.

Jeder Druck überzeugt mit: ♦ persönlicher Beratung ♦ Servicequalität ♦ modernsten Drucktechnologien ♦ Termintreue ♦ Druckbrillanz ♦ Preis-Leistung

www.saxoprint.de

Kapitalrentabilität

- ▶ *Durchschnittliches Capital Employed stabil bei 190,7 Mio. Euro*
- ▶ *ROCE auf 15,4 % deutlich gesteigert*

Durchschnittliches Capital Employed stabil bei 190,7 Mio. Euro

Wie im Bilanzkapitel erläutert, lag das Capital Employed zum 30. September 2014 bei 192,8 Mio. Euro und damit um 6,3 Mio. Euro über dem Wert zum 30. Juni. Dies resultiert aus dem Saisonverlauf des Geschäfts. Das auf Basis der vier Quartalsstichtage eines 12-Monats-Zeitraums ermittelte durchschnittliche Capital Employed lag zum 30. September 2014 mit 190,7 Mio. Euro mit +0,6 Mio. Euro leicht über dem Wert des Vorjahres.

ROCE deutlich gesteigert auf 15,4 %

Der Return on Capital Employed (ROCE) als Kennzahl der Kapitalrentabilität hat sich seit dem 30. September 2013 von 13,2 % (nach Restrukturierungen) bzw. 14,9 % (vor Restrukturierungen) auf 15,4 % verbessert. Der Wert von 15,4 % ergibt sich aus einem 12-Monats-EBIT von 29,4 Mio. Euro und einem durchschnittlichen Capital Employed von 190,7 Mio. Euro. Haupttreiber dieser Verbesserung ist insbesondere die starke Ergebnisentwicklung des Geschäftsfelds Fotofinishing.

EBIT rollierend 12 Monate in Mio. Euro



Veränderung zum Vorjahr

ROCE in %



Veränderung zum Vorjahr

Deutschlands schnellste Online-Druckerei.

Heute bis 18.00 Uhr bestellt – morgen bis 10.30 Uhr geliefert.

Mit der Online-Druckerei von CEWE.

viaprinto macht aus Ihren Unterlagen im Handumdrehen erstklassige Print-Produkte:

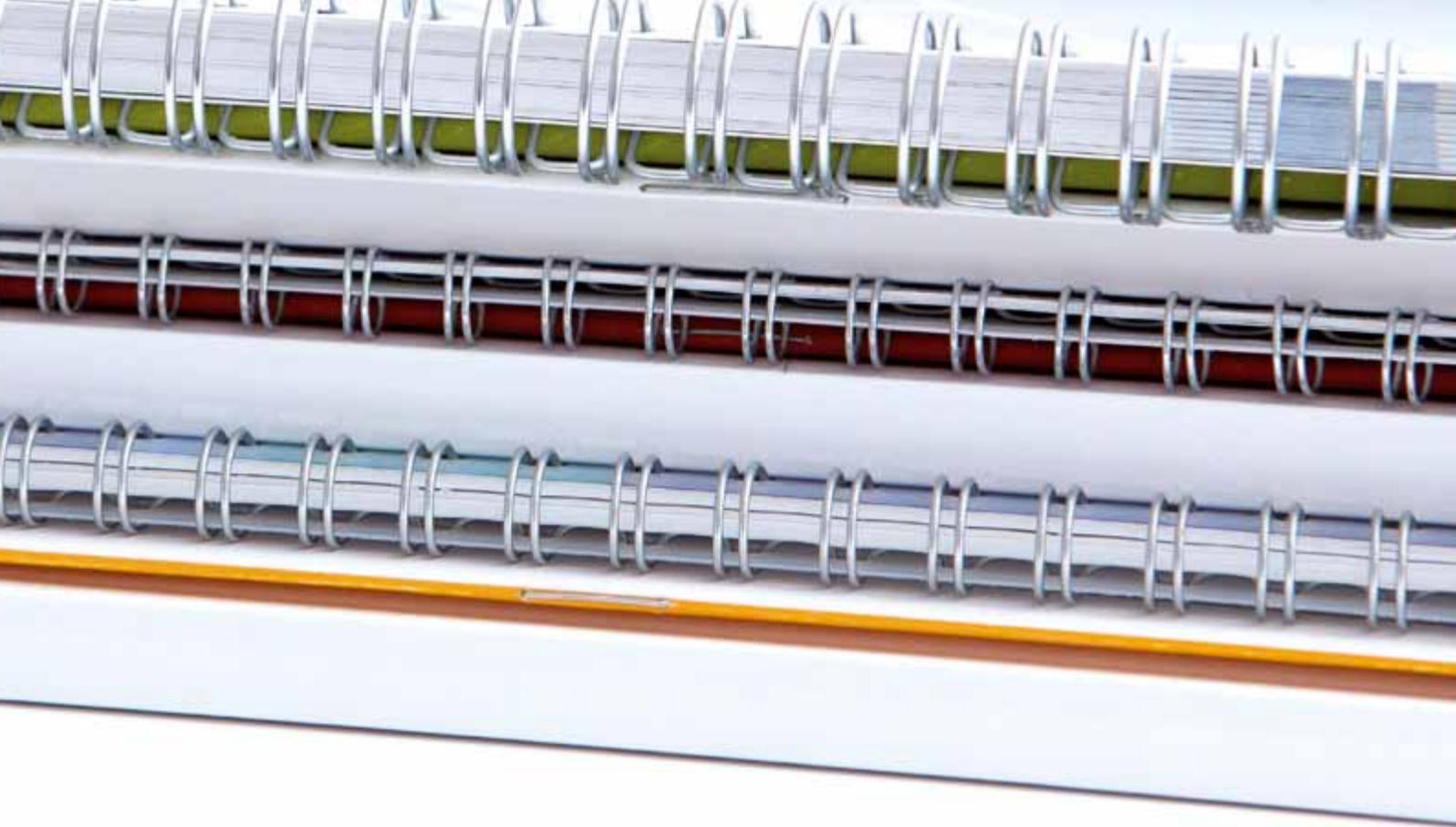
- ▶ **Perfekte Qualität** - immer schnell und zuverlässig gedruckt
- ▶ **Absolut flexibel** - sämtliche Produkte ohne Mindestbestellmengen
- ▶ **Verblüffend einfach** - Dokumente hochladen, Vorschau prüfen, bestellen und zügig geliefert

www.viaprinto.de

viaprinto ist ausgezeichnet:

Druck & Medien
AWARDS
2011
FINALIST





Wir freuen uns auf Sie:
Tel. +49(0)251 - 203 111 101 00

 **viaprinto**
Erfolg hat schöne Seiten.

PROGNOSE-, CHANCEN- UND RISIKOBERICHT

Risiken und Chancen

Wesentliche Risiken und Chancen für die voraussichtliche Entwicklung der CEWE-Gruppe sind im Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2013 beschrieben. Im Rahmen der fortlaufenden systematischen Erfassung und Steuerung von Risiken durch das Risikomanagement des Konzerns sind weiterhin keine Risiken erkennbar, die für sich genommen oder in ihrer Gesamtheit eine Bestandsgefährdung für den Konzern bedeuten könnten.

Wachstum im Online Druck – Markenstärkung im Fotofinishing

Um die Basis für künftiges Wachstum im Online Druck zu legen, hatte CEWE im Februar 2012 die Saxoprint GmbH, Dresden, übernommen. Damit verfügt CEWE zusätzlich zum Digitaldruck auch über online verfügbare Offsetdruck-Kapazitäten zur effizienten industriellen Produktion größerer Auflagen.

Im Fotofinishing setzt CEWE seine Ausrichtung fort, mit dem CEWE FOTOBUCH ein Markenprodukt aufzubauen, das im Premiumsegment positioniert ist und beworben wird. Neben das etablierte CEWE FOTOBUCH werden seit 2013 mit CEWE KALENDER, CEWE CARDS und CEWE WANDBILD weitere Produktmarken mit gleicher Positionierung gestellt. Ziel ist es, die positive Konsumentenhaltung gegenüber dem CEWE FOTOBUCH auch auf die übrigen Produkte wirken zu lassen.

Die Differenzierungsvorteile der Leistungs- und Qualitätsversprechen, für die die Marke CEWE steht, sollen schrittweise für ein wachsendes Produktportfolio genutzt werden. Ferner steigt damit die Werbeeffizienz, und die CEWE-Produkte können bei Konsumenten „vorverkauft“ werden, auch zum Nutzen der CEWE-Handelspartner.

Weiterhin Fokus auf Europa

CEWE betreibt sein Geschäft zu nahezu 100 % in Europa und plant derzeit keine Veränderung der regionalen Präsenz. Zur Zeit gilt es, das neue Geschäftsfeld Online Druck im Heimatmarkt aufzubauen und zu stärken und die Marken im Fotofinishing zu entwickeln. Dies nimmt praktisch die vollständige Management-Kapazität der CEWE-Gruppe in Anspruch.

Permanente Arbeit an der Technologiebasis

Wie in der Vergangenheit wird CEWE auch in den nächsten Jahren daran arbeiten, Effektivitäts- und Effizienzpotenziale vor allem der Produktions- und Datentransfertechnologie zu heben. Anstöße dafür entstehen sowohl innerhalb des Unternehmens durch Best-Practice-Transfers zwischen den Betrieben als auch von außen, z. B. durch regelmäßige Benchmarks und den gezielten Einsatz externer Berater.

Permanente Innovation umfasst auch Produkte und Dienstleistungen

Das Portfolio der von CEWE angebotenen Produkte und Dienstleistungen wird dauerhaft weiterentwickelt werden. Innovationen waren in den vergangenen Jahren die wesentliche Triebkraft der Analog/Digital-Transformation. CEWE strebt danach, die gewonnene Innovationsdynamik aufrechtzuerhalten, um auf dieser Basis die marktführende Position zu erhalten und auszubauen. Die aktuellen Innovationen im Fotofinishing wurden auf der Messe photokina im September 2014 vorgestellt: Zum Beispiel umfassende Software-Updates, neue Apps, diverse Produktverfeinerungen und die Foto-Management-Lösung CEWE MYPHOTOS. Innovationen im Online Druck fließen permanent in das Angebot ein.

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen: Weltwirtschaft ist weiterhin auf Erholungskurs

Die globale Konjunktur wird voraussichtlich im zweiten Halbjahr wieder auf ihren Erholungskurs zurückkehren. Getragen werden sollte die höhere Wirtschaftsdynamik insbesondere von der expansiven Geldpolitik, den günstigeren Finanzmarktbedingungen und der weltweiten Stimmungsaufhellung. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Erholung in der Eurozone stagniert. In der ersten Jahreshälfte hatte sich das internationale Wachstum

leicht abgeschwächt. Der Internationale Währungsfonds IWF hat deshalb im Oktober seine Wachstumsprognose für das reale Bruttoinlandsprodukt (BIP) leicht um 0,1 Prozentpunkte auf 3,3 Prozent im laufenden Jahr gesenkt. 2013 erreichte die Wachstumsrate ebenfalls 3,3 Prozent.

Die Volkswirtschaften der Industriestaaten sollten insbesondere von der expansiven Geldpolitik und einer weniger strikten Haushaltskonsolidierung profitieren. Die Wirtschaftsdynamik in den Schwellenländern wird voraussichtlich durch die strukturellen Hindernisse und geopolitischen Unsicherheiten gebremst. Im Euroraum dürfte sich zwar die Konjunktorentwicklung zunächst etwas abschwächen, aber im letzten Quartal wieder zulegen, so dass die Europäische Zentralbank (EZB) mit einem moderaten Wachstum in der zweiten Jahreshälfte rechnet. Der Einkaufsmangerindex (EMI-Gesamtindex) für die Produktion und weitere Indikatoren sind im dritten Quartal gesunken, wenngleich sie ein moderates Wachstum für das Gesamtjahr 2014 signalisieren. Der IWF prognostiziert ein BIP-Wachstum im Eurogebiet von 0,8 Prozent, nachdem im Vorjahr die Wirtschaftsleistung um 0,4 Prozent geschrumpft war.

Prognose: Dynamischeres Wachstum der Weltkonjunktur – mäßige Erholung in der Eurozone

Für das kommende Jahr 2015 erwartet der Internationale Währungsfonds IWF ein weltweites Wirtschaftswachstum von 3,8 Prozent und damit eine etwas geringere Dynamik als noch im Sommer (4,0 Prozent). Der IWF hat seine Prognose im Oktober wegen der unerwartet schwächeren Konjunktorentwicklung in den ersten sechs Monaten des laufenden Jahres leicht gesenkt und warnt vor Risiken durch steigende Energiepreise und überhitzte Finanzmärkte.

Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) soll laut IWF-Prognose im Eurogebiet 2015 mit einer Rate von 1,3 Prozent deutlich stärker steigen als 2014 (0,8 Prozent). Auch die Europäische Zentralbank (EZB) sieht weiterhin Perspektiven für eine mäßige Erholung im Euro-Währungsgebiet, weist aber darauf hin, dass auch die relevanten Schlüsselfaktoren genau beobachtet werden müssten. Nach Ansicht der EZB sind die wichtigsten konjunkturstützenden Entwicklungen die weiterhin expansive Geldpolitik, die andauernde Verbesserung der Finanzierungsbedingungen, die Fortschritte bei der Haushaltskonsolidierung und den Strukturreformen, die niedrigen Energiepreise und

die anziehende Exportnachfrage aufgrund der globalen Wirtschaftserholung. Belastungsfaktoren sind weiterhin die hohe Arbeitslosigkeit, ungenutzte Kapazitäten, die rückläufige Kreditvergabe der Banken und die notwendigen Bilanzanpassungen im öffentlichen und privaten Sektor. Mit der höheren Konjunkturdynamik wird die Inflationsrate im Jahresverlauf 2015 voraussichtlich wieder steigen.

Unabhängig davon sieht CEWE aufgrund der soliden Finanzierungsstruktur keine nennenswerten Finanzierungsrisiken. Die hohe Eigenkapitalausstattung des Unternehmens und die Liquiditätsausstattung ermöglichen es CEWE auch in Zukunft – selbst in Phasen einer restriktiveren Kreditvergabe –, organisches und anorganisches Wachstum aus eigener Kraft zu finanzieren. Das Risiko für Schuldenschnitte einzelner Staaten innerhalb des Euroraums hat sich weiter reduziert, bleibt aber grundsätzlich bestehen. Für CEWE führt dies jedoch nicht zu materiellen Risiken. Mit Blick auf die ausstehenden Forderungen erwartet das Management derzeit keine nennenswerten Belastungen, da Forderungen gegenüber Fachhandelspartnern weitestgehend über Kreditversicherungen abgesichert sind.

CEWE-Absatz stabil auch in schwieriger Gesamtwirtschaft

Auf Basis der Erfahrung der vergangenen Jahre hat sich gezeigt, dass die konjunkturelle Entwicklung insgesamt, aber auch die generelle Konsumneigung der Kunden nur äußerst schwach mit der Nachfrage nach den Fotofinishing-Produkten von CEWE korrelieren. Der Einfluss der Konjunktorentwicklung könnte theoretisch steigen, wenn der Anteil von Unternehmenskunden am Umsatz von CEWE wächst. Derzeit sieht das Management im Geschäftsfeld des Online Drucks allerdings sogar in konjunkturellen Schwächephasen eher zusätzliche Opportunitäten, da die günstige Kosten-Nutzen-Relation der Online Druck-Produkte für Geschäftskunden gegenüber den bei stationären Druckereien bezogenen Druckleistungen vor diesem Hintergrund ein noch wichtigeres Differenzierungsmerkmal sein dürfte. Einzig der Einzelhandel dürfte sich nach Einschätzung des Managements – abgesehen von den in diesem Bericht ausführlich beschriebenen Schritten der gezielten Umsatzreduktion – eher parallel zur Gesamtwirtschaft entwickeln.

Fotofinishing zukünftig eher konstant

CEWE fördert den wachsenden Marktanteil von Mehrwertprodukten, um den Rückgang der produzierten Fotos im klassischen chemischen Silber-Halogenid-Verfahren auszugleichen. Neben dem inzwischen weit fortgeschrittenen Rückgang der Analog-Fotos von Filmen betrifft dies auch den Rückgang der Einzel-Fotos von digitalen Daten. Mit dem europäischen Marktführer CEWE FOTOBUCH sowie den weiteren Mehrwertprodukten und den starken Internet-Kompetenzen ist CEWE hervorragend positioniert, um diesen Wandel aktiv zu fördern und möglicherweise sogar davon zu profitieren.

Im Ergebnis dürfte der Trend zu Mehrwertprodukten das Fotofinishing 2014 also weiterhin stärken und bietet die Chance für eine stabile, evtl. nochmals leicht steigende Marge.

Saisonverschiebung in das vierte Quartal hält voraussichtlich weiter an

Innerhalb eines Jahres nimmt die Bedeutung des zweiten und des dritten Quartals – des ehemaligen Saisonschwerpunktes – weiter ab. Ausgeglichen wird dies durch die wachsende Bedeutung des vierten Quartals für das Jahresgeschäft, auf das sich der Absatz der margenstärkeren Mehrwertprodukte zunehmend konzentriert.

Dieser Trend im Hauptgeschäft Fotofinishing hält seit Jahren an, scheint sich auch 2014 fortzusetzen und bestimmt die große Linie im Gesamtkonzern. Auch der wachsende Online Druck wird dieser Entwicklung nur mäßig gegensteuern: Wenn auch weniger ausgeprägt, so bildet sich beim Online Druck ebenfalls ein Schwerpunkt im vierten Quartal heraus, der auf die Werbematerialien für das Weihnachtsgeschäft der Druckkunden zurückzuführen ist, die vor allem zu Beginn des vierten Quartals bestellt werden.

Einzelhandel fokussiert auf Ergebnis

Grundsätzlich geht das Management für 2014 im Foto-Einzelhandel von einer etwa an der allgemeinen Konsumstimmung orientierten Entwicklung aus. Der Absatz der Digitalkameras dürfte jedoch weiter nennenswert zurückgehen. An alternativen Produkten und Segmenten wird gearbeitet. Die Aufgabe des unprofitablen Export-Großhandelsgeschäfts in Polen, das insbesondere im Jahr 2013 erhebliche Umsätze, aber kaum Ergebnisbeiträge erwirtschaftete, wird auch den Gesamtjahresumsatz 2014 signifikant unter den Gesamtjahresumsatz 2013 fallen lassen. Ergebnisseitig wird sich dieser Umsatzrückgang aus Großhandelsaktivitäten jedoch kaum negativ auswirken.

In Summe wird dies 2014 zu einem deutlich rückläufigen Einzelhandelsumsatz für CEWE führen. Das EBIT-Ergebnis des Einzelhandels könnte weiter schwach bleiben. An der Steigerung wird gezielt gearbeitet. Wie bei der Beschreibung des CEWE-Geschäftsmodells erläutert, ist in diese Aussagen nur das Handelsgeschäft mit Foto-Hardware einbezogen, nicht die über die Websites und die Ladengeschäfte des CEWE-Einzelhandels verkauften Fotoprodukte, die zum strategischen Geschäftsfeld des Fotofinishings gehören und die im Rahmen dieser Neuausrichtung des Einzelhandels auch noch stärker gefördert werden.

Wachstum im Online Druck unabhängig von Wirtschaftslage

Der Online Druck bei CEWE bietet eine Reihe von Vorteilen für den Besteller: Qualitätsgewinn durch hochprofessionelle Druckprodukte, produziert in modernsten Großanlagen, die mit ihrer konstanten Qualität niedergelassenen Druckereien typischerweise überlegen sind, zusätzlich einen Zeitgewinn durch bedienerfreundliche Internet-Bestellung, schnelle Produktion und zügige Lieferung. Darüber hinaus haben Kunden auch die Möglichkeit, Kosten zu reduzieren. Die Besteller wollen sich diese Vorteile erschließen – mindestens unabhängig von der gesamtwirtschaftlichen Lage, vielleicht sogar gerade in wirtschaftlich schwierigen Situationen. Daher erwartet das Management für 2014 im Bereich Online Druck weiter eine deutlich positive Umsatzentwicklung, nahezu unabhängig von der wirtschaftlichen Lage.

Weitere Marketinginvestitionen in den Online Druck

Die für den Aufbau des Online Drucks notwendigen Marketingaufwendungen werden voraussichtlich auch 2014 die Gewinn- und Verlustrechnung des Geschäftsfeldes Online Druck beeinflussen und zu einem negativen, wenn auch gegenüber dem um die Firmenwertabschreibung bereinigten EBIT 2013 nennenswert verbesserten operativen Ergebnis führen. Auch für 2014 wird voraussichtlich gelten, dass – vor Marketingaufwendungen – das Geschäftsfeld Online Druck ein positives EBIT ausweisen wird. Vor allem die hohe Ertragskraft des etablierten Geschäftsfeldes Fotofinishing soll genutzt werden, um das potenzialstarke Geschäftsfeld Online Druck schnell und entschlossen auszubauen.

Ergebniszielkorridor 2014: +3 Mio. Euro

Das zu Jahresbeginn 2014 kommunizierte Umsatzziel liegt nach 528,6 Mio. Euro im Vorjahr zwischen 525 Mio. Euro und 540 Mio. Euro. Ziel ist es, bei einem etwa stabilen Umsatz im Fotofinishing einen rückläufigen Umsatz im Einzelhandel durch die angepeilte Umsatzsteigerung im Online Druck möglichst mehr als auszugleichen – im Mittelpunkt stehen jedoch die Ertragsziele. Nach einem Umsatz im Online Druck von 59,8 Mio. Euro im Jahr 2013 und dem Wachstum um 20,1 % in den ersten neun Monaten des Jahres 2014 hält das Management im Gesamtjahr einen Umsatz von über 70 Mio. Euro im Online Druck für erzielbar. Es gilt weiterhin das Ziel, 2016 die 100-Mio.-Euro-Marke im Online Druck-Umsatz zu erreichen. Durch die sehr aktive Reduktion der margenschwachen Großhandels-Umsatzteile des Einzelhandels ist derzeit unklar,

ob dies den Gesamtumsatz des Jahres 2014 nicht stärker als ursprünglich angenommen reduzieren wird. Auch durch die Ausweisänderung der Werbekostenzuschüsse (siehe dazu auch Abschnitt „Geschäftsfeld Fotofinishing“) wird der Konzernumsatz in einer bei der Zielformulierung nicht absehbaren Art und Weise beeinflusst. Aufgrund dieser sehr stark umsatzbeeinflussenden, jedoch – im Falle der Großhandelsreduktion – nur marginal ergebnisrelevanten Faktoren, die sich im Jahresverlauf 2014 ergeben haben, kann der für 2014 ausgewiesene Gesamtumsatz auch unterhalb des zu Jahresbeginn angenommenen Korridors liegen – ohne jedoch das Ergebnisziel zu gefährden. Am Ergebnisziel hält das Management daher unverändert fest.

Das EBIT soll 2014 im Korridor von 30 Mio. Euro bis 36 Mio. Euro liegen, das EBT zwischen 28 Mio. Euro und 34 Mio. Euro und das Nachsteuerergebnis zwischen 19 Mio. Euro und 23 Mio. Euro. Dies entspricht einer Anhebung jedes Ergebniskanals um rund 3 Mio. Euro gegenüber der Zielsetzung für 2013. Aufgrund der starken Ausgangsposition nach den ersten drei Quartalen bestätigt CEWE das Ergebnisziel für 2014. Das Management ist sehr zuversichtlich, dass auch 2014 das vierte Quartal durch die Saisonverschiebung im Fotofinishing abermals einen Ergebniszuwachs verzeichnen wird.

Saisonverschiebung wird Ergebnis weiter in Q4 verlagern

Die seit vielen Jahren zu beobachtende Saisonverschiebung wird voraussichtlich auch 2014 anhalten. Die Umsatz- und besonders die Ergebnisbedeutung des vierten Quartals legen also weiter zu. Dieser Effekt wird im Kapitel „Wirtschaftsbericht“

bei den Geschäftsfeldern ausführlich behandelt. Im Gegenzug verlieren das zweite und das dritte Quartal seit Jahren an Bedeutung. Das vierte Quartal wird dann voraussichtlich diese Entwicklung wieder wettmachen.

Zielsetzung für 2014		Veränderung zum Vorjahr
Digitalfotos	2,15–2,20 Mrd. Stück	–4 % bis –2 %
Fotos von Filmen	0,075–0,085 Mrd. Stück	–34 % bis –25 %
Fotos gesamt	2,23–2,29 Mrd. Stück	–6 % bis –3 %
CEWE FOTOBÜCHER	5,8–5,9 Mio. Stück	+1 % bis +2 %
Investitionen	36 Mio. Euro	+3 %
Umsatz	525–540 Mio. Euro	–1 % bis +2 %
EBIT	30–36 Mio. Euro	+2 % bis +23 %
Ergebnis vor Steuern (EBT)	28–34 Mio. Euro	+1 % bis +22 %
Nachsteuerergebnis	19–23 Mio. Euro	–12 % bis +6 %
Ergebnis je Aktie	2,84–3,45 Euro/Stück	–14 % bis +5 %

Mindestens Dividenden-Kontinuität angestrebt

CEWE verfolgt grundsätzlich das Ziel der Dividendenkontinuität, soweit dies angesichts der wirtschaftlichen Situation des Unternehmens und der vorhandenen Investitionsmöglichkeiten

opportun erscheint. Gleichzeitig sollen die Aktionäre an Ertragssteigerungen des Unternehmens teilhaben. Die absolute Höhe der Dividende ist dabei klar im Fokus, die Ausschüttungsquote ist ein Residuum dieser Politik.

Oldenburg, 13. November 2014
CEWE Stiftung & Co. KGaA

Für die persönlich haftende Gesellschafterin Neumüller CEWE COLOR Stiftung
– Der Vorstand –



Dr. Rolf Hollander
(Vorstandsvorsitzender)



Dr. Reiner Fageth



Carsten Heitkamp



Andreas F.L. Heydemann



Dr. Olaf Holzkämper



Thomas Mehls



Harald H. Pirwitz



Frank Zweigle

DIE CEWE-GRUPPE – STRUKTUR UND ORGANE

Neumüller CEWE COLOR Stiftung

Kuratorium

Wilfried Mocken, Rheinberg (Vorsitzender)

Otto Korte, Oldenburg (stellv. Vorsitzender)

Maximilian Ardel, München

Helmut Hartig, Oldenburg

Dr. Peter Nagel, Bad Kreuznach

Hubert Rothärmel, Oldenburg

Vorstand

Dr. Rolf Hollander, Oldenburg (Vorsitzender)

Dr. Reiner Fageth, Oldenburg

Carsten Heitkamp, Oldenburg (seit 1. Januar 2014)

Andreas F. L. Heydemann, Bad Zwischenahn

Dr. Olaf Holzkämper, Oldenburg

Thomas Mehls, Oldenburg (seit 1. Januar 2014)

Harald H. Pirwitz, Oldenburg

Frank Zweigle, Oldenburg

Geschäftsführung

Patrick Berkhouwer, Tours (seit 1. Januar 2014)

CEWE Stiftung & Co. KGaA

Aufsichtsrat

Otto Korte, Oldenburg (Vorsitzender)

Rechtsanwalt/Steuerberater/Fachanwalt für Steuerrecht und Partner der Anwaltskanzlei Korte Dierkes Künnemann & Partner, Oldenburg

Prof. Dr. Dr. h. c. Hans-Jürgen Appelrath, Oldenburg
Universitätsprofessor für Informatik an der
Universität Oldenburg

Prof. Dr. Christiane Hipp, Berlin
Professorin für Organisation, Personalmanagement
sowie Unternehmensführung an der Brandenburgischen
Technischen Universität Cottbus

Corinna Linner, Baldham
Wirtschaftsprüfer und Dipl.-Ökonom

Prof. Dr. Michael Paetsch, Willich
Professor an der Hochschule Pforzheim

Dr. Hans-Henning Wiegmann, Schlangenbad
Dipl.-Kaufmann, Mitglied verschiedener Aufsichts- und Beiräte

Durch Beschluss des Amtsgerichts Oldenburg vom
29. Oktober 2013 gemäß § 104 AktG bestellt:

Vera Ackermann, Hude
(Stellvertretende Vorsitzende)
Gewerkschaftssekretärin der IG BCE

Michael Bühl, Münstertal
Technischer Leiter der CEWE Stiftung & Co. KGaA, Eschbach

Angelika Eßer, Mönchengladbach
Laborhelferin, freigestellte Betriebsratsvorsitzende
der CEWE Stiftung & Co. KGaA, Mönchengladbach

Udo Preuss, Aichach
Technischer Angestellter, freigestellter Betriebsratsvorsitzender
der CEWE Stiftung & Co. KGaA, München

Stefan Soltmann, Hannover
Gewerkschaftssekretär der IG BCE

Thorsten Sommer, Wardenburg
Stellvertretender Abteilungsleiter / Angestellter,, freigestellter
Betriebsratsvorsitzender der CEWE Stiftung & Co. KGaA,
Oldenburg

Persönlich haftende Gesellschafterin
der CEWE Stiftung & Co. KGaA
Neumüller CEWE COLOR Stiftung



„Wir bei CEWE bewegen uns immer weiter. Mit der Verschiebung der Hauptnachfrage in das vierte Quartal stellen wir heute sicher, dass unsere Kunden die vielen CEWE FOTOBÜCHER, CEWE KALENDER, CEWE CARDS und CEWE WANDBILDER rechtzeitig vor Weihnachten erhalten.“

Stephan Reinicke, Technische Produktionsentwicklung,
CEWE-Aktionär

KONZERNABSCHLUSS

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	60
Konzern-Gesamtergebnisrechnung	61
Konzernbilanz	62
Konzern-Eigenkapitalspiegel	64
Konzern-Kapitalflussrechnung	66
Segmentberichterstattung	68
Ausgewählte erläuternde Anhangsangaben	70
Versicherung der gesetzlichen Vertreter	75

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

für Q1–3 2013 und 2014 der CEWE Stiftung & Co. KGaA, Oldenburg

Angaben in TEuro	Q1–4 2013	Q3 2014	Q3 2013*	Veränderung	Q1–3 2014	Q1–3 2013	Veränderung
Umsatzerlöse	534.849*	121.783	123.977*	-1,8 %	328.980	345.037*	-4,7 %
Erhöhung/Verminderung des Bestands an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	326	208	45	362 %	163	110	48,2 %
Andere aktivierte Eigenleistungen	1.034	181	225	-19,6 %	586	651	-10,0 %
Sonstige betriebliche Erträge	24.589	4.290	6.983	-38,6 %	12.497	16.831	-25,8 %
Materialaufwand	-190.017	-38.685	-46.061	16,0 %	-110.208	-134.031	17,8 %
Rohergebnis	370.781	87.777	85.169	3,1 %	232.018	228.598	1,5 %
Personalaufwand	-129.882	-31.053	-29.611	-4,9 %	-95.607	-93.259	-2,5 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-173.632*	-45.275	-40.943*	-10,6 %	-116.007	-113.361*	-2,3 %
Ergebnis vor Abschreibungen und Steuern (EBITDA)	67.267	11.449	14.615	-21,7 %	20.404	21.978	-7,2 %
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens und Sachanlagen	-37.902	-8.266	-8.412	1,7 %	-24.492	-26.067	6,0 %
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	29.365	3.183	6.203	-48,7 %	-4.088	-4.089	—
Finanzergebnis	-1.547	-181	-526	65,6 %	-1.015	-1.125	9,8 %
Ergebnis vor Steuern (EBT)	27.818	3.002	5.677	-47,1 %	-5.103	-5.214	2,1 %
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-5.462	-122	-777*	84,3 %	1.205	318*	279 %
Sonstige Steuern	-737	-178	-197	9,6 %	-560	-560	—
Ergebnis nach Steuern	21.619	2.702	4.703*	-42,5 %	-4.458	-5.456*	18,3 %
Ergebnis je Aktie (in Euro)							
unverwässert	-3,29	0,38	0,72*	-46,9 %	-0,65	-0,83	22,5 %
verwässert	-3,26	0,38	0,71*	-46,5 %	-0,64	-0,83	21,9 %

* Die Vergleichszahlen wurden angepasst, wie auf S.70 f. erläutert.

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

für Q1–3 2013 und 2014 der CEWE Stiftung & Co. KGaA, Oldenburg

Angaben in TEuro	Q1–4 2013	Q3 2014	Q3 2013	Veränderung	Q1–3 2014	Q1–3 2013	Veränderung
Ergebnis nach Steuern	21.619	2.702	4.703*	-42,5 %	-4.458	-5.456*	18,3 %
Unterschied aus Währungsumrechnung	-3.954	675	39	>1.000 %	498	-2.816	—
Beträge, die gegebenenfalls in künftigen Perioden in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden	-3.954	675	39	>1.000 %	498	-2.816	—
Versicherungsmathematische Gewinne	98	0	0	—	-1.392	0	—
Beträge, die nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden	98	0	0	—	-1.392	0	—
Erfolgsneutrale Aufwendungen und Erträge nach Steuern	-3.856	675	39	>1.000 %	-894	-2.816	68,3 %
Gesamtergebnis	17.763	3.377	4.742*	-28,8 %	-5.352	-8.272*	35,3 %

* Die Vergleichszahlen wurden angepasst, wie auf S.70 f. erläutert.

Konzernbilanz

zum 30. September 2014 der CEWE Stiftung & Co. KGaA, Oldenburg

AKTIVA	<i>Angaben in TEuro</i>	31.12.2013	30.09.2014	30.06.2014	Veränderung	30.09.2013	Veränderung
Sachanlagen		98.562	99.513	94.681	5,1 %	97.891	1,7 %
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien		4.277	4.920	4.887	0,7 %	4.149	18,6 %
Geschäfts- oder Firmenwerte		25.360	25.360	25.360	—	28.529	–11,1 %
Immaterielle Vermögenswerte		19.969	16.590	17.422	–4,8 %	19.918	–16,7 %
Finanzanlagen		1.153	1.685	2.054	–18,0 %	1.021	65,0 %
Langfristige Forderungen aus Ertragsteuererstattungen		1.557	996	1.557	–36,0 %	2.092	–52,4 %
Langfristige finanzielle Vermögenswerte		1.543	2.610	1.677	55,6 %	1.256	107,8 %
Langfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte		179	188	136	38,2 %	204	–7,8 %
Aktive latente Steuern		7.056	9.594	9.776	–1,9 %	8.437*	13,7 %
Langfristige Vermögenswerte		159.656	161.456	157.550	2,5 %	163.497	–1,2 %
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte		1.010	1.005	1.009	–0,4 %	1.007	–0,2 %
Vorräte		59.131	49.317	49.433	–0,2 %	49.700	–0,8 %
Kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		88.768	43.252	37.511	15,3 %	52.163	–17,1 %
Kurzfristige Forderungen aus Ertragsteuererstattungen		2.127	3.891	3.570	9,0 %	5.258	–26,0 %
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte		2.960	2.695	2.686	0,3 %	3.809	–29,2 %
Kurzfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte		3.793	7.176	6.399	12,1 %	6.672	7,6 %
Liquide Mittel		14.031	12.025	13.079	–8,1 %	7.838	53,4 %
Kurzfristige Vermögenswerte		171.820	119.361	113.687	5,0 %	126.447	–5,6 %
Aktiva		331.476	280.817	271.237	3,5 %	289.944*	–3,1 %

* Die Vergleichszahlen wurden angepasst, wie auf S.70 f. erläutert.

PASSIVA	<i>Angaben in TEuro</i>	31.12.2013	30.09.2014	30.06.2014	Veränderung	30.09.2013	Veränderung
Gezeichnetes Kapital		19.240	19.240	19.240	—	19.188	0,3 %
Kapitalrücklage		56.643	69.332	69.332	—	56.228	23,3 %
Sonderposten für eigene Anteile		-23.391	-8.950	-8.998	-0,5 %	-23.391	61,7 %
Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn		87.945	67.865	65.269	4,0 %	61.420*	10,5 %
Eigenkapital		140.437	147.487	144.843	1,8 %	113.445	30,0 %
Langfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen		178	143	157	-8,9 %	172	-16,9 %
Langfristige Rückstellungen für Pensionen		17.917	20.188	19.762	2,2 %	18.026	12,0 %
Langfristige passive latente Steuern		3.280	3.280	3.280	—	3.988*	-17,8 %
Langfristige übrige Rückstellungen		350	262	281	-6,8 %	426	-38,5 %
Langfristige Finanzverbindlichkeiten		4.212	3.057	3.459	-11,6 %	26.317	-88,4 %
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten		3.000	0	0	—	3.767	—
Langfristige übrige Verbindlichkeiten		660	424	384	10,4 %	611	-30,6 %
Langfristige Schulden		29.597	27.354	27.323	0,1 %	53.307	-48,7 %
Kurzfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen		25	25	25	—	45	-44,4 %
Kurzfristige Steuerrückstellungen		4.180	3.639	3.895	-6,6 %	3.044	19,5 %
Kurzfristige übrige Rückstellungen		5.627	3.161	3.323	-4,9 %	7.947*	-60,2 %
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten		26.111	17.947	14.324	25,3 %	27.191	-34,0 %
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		101.077	57.065	52.863	7,9 %	65.583	-13,0 %
Kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten		2.432	3.317	4.425	-25,0 %	1.141	191 %
Kurzfristige übrige Verbindlichkeiten		21.990	20.822	20.216	3,0 %	18.241*	14,1 %
Kurzfristige Schulden		161.442	105.976	99.071	7,0 %	123.192	-14,0 %
Passiva		331.476	280.817	271.237	3,5 %	289.944*	-3,1 %

* Die Vergleichszahlen wurden angepasst, wie auf S.70 f. erläutert.

Konzern-Eigenkapitalspiegel

für Q1–3 2013 und 2014 der CEWE Stiftung & Co. KGaA, Oldenburg

<i>Angaben in TEuro</i>	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Erwirtschaftetes Konzerneigen- kapital	Sonderposten für Aktien- optionspläne
Stand 01.01.2014	19.240	56.643	92.227	1.266
Ergebnis nach Steuern	—	—	-4.458	—
Erfolgsneutrale Aufwendungen und Erträge	—	—	—	—
Gesamtergebnis	—	—	-4.458	—
Gezahlte Dividende	—	—	-10.646	—
Verkauf eigener Anteile	—	12.689	—	—
Zuführung Aktienoptionsplan 2010	—	—	—	106
Ausübung Aktienoptionsplan 2010	—	—	-3.025	-1.163
Eigentümerbezogene Eigenkapitalveränderungen	—	12.689	-13.671	-1.057
Stand 30.09.2014	19.240	69.332	74.098	209
Stand 01.01.2013	19.188	56.228	80.148	947
Ergebnis nach Steuern	—	—	-5.456*	—
Erfolgsneutrale Aufwendungen und Erträge	—	—	—	—
Gesamtergebnis	—	—	-5.456*	—
Gezahlte Dividende	—	—	-9.540	—
Verkauf eigener Anteile	—	—	—	—
Zuführung Aktienoptionsplan 2010	—	—	—	239
Eigentümerbezogene Eigenkapitalveränderungen	—	—	-9.540	239
Stand 30.09.2013	19.188	56.228	65.152*	1.186

* Die Vergleichszahlen wurden angepasst, wie auf S.70 f. erläutert.

Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste	Ausgleichsposten aus Währungs-umrechnung	Erfolgsneutral berücksichtigte Ertragsteuern	Sonstige Korrekturen	Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn	Konzerneigenkapital vor Abzug eigener Anteile	Sonderposten auf eigene Anteile	Konzerneigenkapital
-5.934	-2.285	2.261	410	87.945	163.828	-23.391	140.437
—	—	—	—	-4.458	-4.458	—	-4.458
-1.392	498	—	—	-894	-894	—	-894
-1.392	498	—	—	-5.352	-5.352	—	-5.352
—	—	—	—	-10.646	-10.646	—	-10.646
—	—	—	—	—	12.689	13.850	26.539
—	—	—	—	106	106	—	106
—	—	—	—	-4.188	-4.188	591	-3.597
—	—	—	—	-14.728	-2.039	14.441	12.402
-7.326	-1.787	2.261	410	67.865	156.437	-8.950	147.487
-6.032	1.669	2.261	—	78.993	154.409	-23.939	130.470
—	—	—	—	-5.456*	-5.456*	—	-5.456*
—	-2.816	—	—	-2.816	-2.816	—	-2.816
—	-2.816	—	—	-8.272*	-8.272*	—	-8.272*
—	—	—	—	-9.540	-9.540	—	-9.540
—	—	—	—	—	—	548	548
—	—	—	—	239	239	—	239
—	—	—	—	-9.301	-9.301	548	-8.753
-6.032	-1.147	2.261	—	61.420*	136.836*	-23.391	113.445*

Konzern-Kapitalflussrechnung

für Q1–3 2013 und 2014 der CEWE Stiftung & Co. KGaA, Oldenburg

Angaben in TEuro	Q3 2014		Q3 2013		Veränderung	
EBIT		3.183		6.203		-48,7 %
+ Abschreibungen	8.266		8.412		-1,7 %	
= EBITDA		11.449		14.615		-21,7 %
+/- Zahlungenunwirksame Effekte		1.054		-1.943		—
+/- Abnahme (+)/Zunahme (-) Operatives Netto-Working Capital		-1.423		411		—
+/- Abnahme (+)/Zunahme (-) Sonstiges Netto-Working Capital (ohne Ertragsteuerposten)		-352		-991		64,5 %
= Working Capital- und steuerinduzierter Cash Flow		-1.775		-580		-206 %
- Gezahlte Steuern		-134		-1.873		92,8 %
+ Erhaltene Zinsen		31		24		29,2 %
= Sonstige betriebliche Cash Flows		-103		-1.849		94,4 %
= Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit		10.625		10.243		3,7 %
- Abflüsse aus Investitionen in das Anlagevermögen		-12.387		-11.604		-6,7 %
- Abflüsse aus Käufen von konsolidierten Anteilen/Akquisitionen		-1.108		-333		-233 %
- Abflüsse aus Investitionen in Finanzanlagen		-76		0		—
+/- Zuflüsse (+)/Abflüsse (-) aus Investitionen in langfristige Finanzinstrumente		-489		-994		50,8 %
+ Zuflüsse aus dem Verkauf von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten		38		1.499		-97,5 %
= Cash Flow aus Investitionstätigkeit		-14.022		-11.432		-22,7 %
= Free-Cash Flow		-3.397		-1.189		-186 %
- Gezahlte Dividenden	0		4		—	—
+ Verkauf von eigenen Anteilen	0		0		—	—
- Aktienoptionsplan 2010	-733		0		—	—
+/- Abflüsse an Anteilseigner		-733		4		—
+/- Zuflüsse (+)/Abflüsse (-) aus der Veränderung der Finanzschulden		3.221		-1.448		—
- Gezahlte Zinsen		-240		-572		58,0 %
+/- Sonstige zahlungenunwirksame Finanztransaktionen		7		-1		—
= Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit		2.255		-2.017		—
Liquide Mittel zum Beginn der Berichtsperiode		13.079		11.002		18,9 %
+/- Wechselkursbedingte Änderungen der liquiden Mittel		88		42		110 %
- Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit		10.625		10.243		-3,7 %
- Cash Flow aus Investitionstätigkeit		-14.022		-11.432		-22,7 %
+ Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit		2.255		-2.017		-212 %
= Liquide Mittel zum Ende der Berichtsperiode		12.025		7.838		53,4 %

Q1-3 2014		Q1-3 2013		Veränderung	
	-4.088		-4.089		0,0%
24.492		26.067		-6,0%	
	20.404		21.978		-7,2%
	285		-1.777		—
	11.318		-1.630		—
	-5.614		-5.859		4,2%
	5.704		-7.489		—
	-3.637		-5.658		35,7%
	69		89		-22,5%
	-3.568		-5.569		35,9%
	22.825		7.143		220%
	-22.194		-24.123		8,0%
	-3.283		-333		-88,6%
	-537		-482		-11,4%
	-1.067		-979		-9,0%
	190		1.483		—
	-26.891		-24.434		-10,1%
	-4.066		-17.291		76,5%
-10.646		-9.540		-11,6%	
26.539		548		>1.000%	
-3.597		0		—	
	12.296		-8.992		—
	-9.319		22.031		—
	-1.153		-1.279		9,9%
	7		79		-91,1%
	1.831		11.839		-84,5%
	14.031		13.370		4,9%
	229		-80		—
	22.825		7.143		-220%
	-26.891		-24.434		-10,1%
	1.831		11.839		-84,5%
	12.025		7.838		53,4%

Segmentberichterstattung nach Geschäftsfeldern*

für Q1–3 2013 und 2014 der CEWE Stiftung & Co. KGaA, Oldenburg

Q1–3 2014	<i>Angaben in TEuro</i>	Fotofinishing	Einzelhandel	Online Druck	Konsolidierung	CEWE-Konzern
Außenumsatz		229.988	49.017	49.975	—	328.980
Währungseffekte		789	2.210	–230	—	2.769
Außenumsatz währungsbereinigt		230.777	51.227	49.745	—	331.749
Innenumsatz		17.745	48	—	–17.793	—
Gesamtumsatz		247.733	49.065	49.975	–17.793	328.980
EBIT		–24	–1.470	–2.594	—	–4.088
Restrukturierung		—	—	—	—	—
EBIT vor Restrukturierung		–24	–1.470	–2.594	—	–4.088
Q1–3 2013	<i>Angaben in TEuro</i>	Fotofinishing	Einzelhandel	Online Druck	Konsolidierung	CEWE-Konzern
Außenumsatz		226.955	76.485	41.597	—	345.037
Innenumsatz		8.777	283	—	–9.060	—
Gesamtumsatz		235.732	76.768	41.597	–9.060	345.037
EBIT		385	–1.227	–3.247	—	–4.089
Restrukturierung		3.273	—	—	—	3.273
EBIT vor Restrukturierung		3.658	–1.227	–3.247	—	–816

* Die Segmentberichterstattung ist Bestandteil der ausgewählten erläuternden Anhangangaben und wird aufgrund der besseren Lesbarkeit hier ausgewiesen.

Segmentberichterstattung nach Geschäftsfeldern*

für Q3 2013 und 2014 der CEWE Stiftung & Co. KGaA, Oldenburg

Q3 2014	<i>Angaben in TEuro</i>	Fotofinishing	Einzelhandel	Online Druck	Konsolidierung	CEWE-Konzern
Außenumsatz		89.432	16.288	16.063	—	121.783
Währungseffekte		-257	-434	-76	—	-767
Außenumsatz währungsbereinigt		89.175	15.854	15.987	—	121.016
Innenumsatz		6.889	-20	—	-6.869	—
Gesamtumsatz		96.321	16.268	16.063	-6.869	121.783
EBIT		4.245	-391	-671	—	3.183

Q3 2013	<i>Angaben in TEuro</i>	Fotofinishing	Einzelhandel	Online Druck	Konsolidierung	CEWE-Konzern
Außenumsatz		85.258	24.299	14.420	—	123.977
Innenumsatz		3.151	72	—	-3.223	—
Gesamtumsatz		88.409	24.371	14.420	-3.223	123.977
EBIT		7.784	-290	-1.291	—	6.203

* Die Segmentberichterstattung ist Bestandteil der ausgewählten erläuternden Anhangsangaben und wird aufgrund der besseren Lesbarkeit hier ausgewiesen.

Ausgewählte erläuternde Anhangsangaben

Unternehmensinformation

Die CEWE Stiftung & Co. KGaA, Oldenburg (im Folgenden: CEWE KGaA), ist eine börsennotierte Kommanditgesellschaft auf Aktien deutschen Rechts mit Sitz in Deutschland. Sie ist Muttergesellschaft der CEWE-Gruppe (im Folgenden: CEWE). CEWE ist ein international tätiger Konzern, dessen Schwerpunkte als Technologie- und Marktführer im Bereich Foto-finishing, im Online Druck sowie im Fotoeinzelhandel liegen.

Grundlagen für die Aufstellung des Konzernzwischenabschlusses zum 30. September 2014

Der Konzernzwischenabschluss zum 30. September 2014 der CEWE KGaA ist in Übereinstimmung mit den am Stichtag geltenden International Financial Reporting Standards (IFRS) und den Interpretationen des International Accounting Standards Board (IASB) erstellt, wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind. Dieser Zwischenabschluss enthält sämtliche Angaben und Informationen, die gemäß IAS 34 für einen verkürzten Zwischenabschluss notwendig sind.

Bei der Erstellung des verkürzten Zwischenabschlusses müssen durch den Vorstand in Übereinstimmung mit den Rechnungslegungsgrundsätzen Schätzungen vorgenommen und Annahmen getroffen werden, die den Ausweis von Vermögenswerten und Verbindlichkeiten, die Erträge und Aufwendungen sowie die Offenlegung von Eventualverbindlichkeiten und -forderungen

betreffen. Die tatsächlichen künftigen Beträge können von diesen Schätzungen abweichen.

Die Bilanzierungs-, Bewertungs- und Ansatzvorschriften sowie Konsolidierungsmethoden wurden für den Quartalsfinanzbericht zum 30. September 2014 mit Ausnahme der im Folgenden erläuterten Themen ohne wesentliche Änderungen im Vergleich zum 31. Dezember 2013 angewendet und sind dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2013 zu entnehmen. Seit dem Zwischenabschluss zum 30. Juni 2014 werden die Ertragsteuern nunmehr auf der Grundlage der Schätzung der für das Gesamtjahr zu erwartenden Ertragsteuerquote erfasst. Diese Steuerquote wird auf das Ergebnis vor Steuern des Zwischenabschlusses angewendet.

Die Änderungen haben folgende Auswirkungen auf die Vergleichszahlen:

Beträge	<i>Angaben in TEuro</i>	<u>30.09.2013</u>
Bilanz		
Aktive latente Steuern		1.282
Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn		994
Langfristige passive latente Steuern		288
Bilanzsumme		<u>1.282</u>

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	<i>Angaben in TEuro</i>	Q1–3 2013	Q3 2013
Steuern vom Einkommen und Ertrag		994	-519
Ergebnis nach Steuern		994	-519
Konzern-Gesamtergebnisrechnung			
Gesamtergebnis		994	-519
Ergebnis je Aktie (in Euro)			
unverwässert		0,33	-0,08
verwässert		0,34	-0,08

+ Posten in den angepassten Vergleichszahlen gegenüber den ursprünglichen Vergleichszahlen erhöht

- Posten in den angepassten Vergleichszahlen gegenüber den ursprünglichen Vergleichszahlen vermindert

Im Berichtsquartal hat CEWE den Ausweis der an Kunden gewährten Werbekostenzuschüsse konzernweit durch eine Fehlerkorrektur nach IAS 8 vereinheitlicht, da diese bisher teilweise netto im Umsatz bzw. brutto als sonstiger betrieblicher Aufwand

ausgewiesen wurden. Mangels eindeutiger Vorgaben innerhalb der IFRS ist nach IAS 8 auf die Regelungen des amerikanischen Standardsetters FASB zurückzugreifen. Danach besteht die widerlegbare Vermutung, dass Zahlungen an einen Kunden erlösmindernd zu erfassen sind. Bei Zahlungen hingegen, denen eine formell vereinbarte identifizierbare Gegenleistung zugrunde liegt, die auch bei Dritten beschafft werden könnte, erfolgt nicht mehr eine umsatzmindernde Erfassung, sondern ein Ausweis als Vertriebsaufwand innerhalb der Position „Sonstiger betrieblicher Aufwand“. Infolgedessen erhöht sich der Umsatz um den Betrag der bisher erlösmindernd gebuchten Werbekostenzuschüsse, die jetzt den sonstigen betrieblichen Aufwand unterhalb des Rohergebnisses in gleicher Höhe ansteigen lassen.

Die Grundlagen und Methoden der Schätzungen für den Quartalsfinanzbericht haben sich gegenüber den Vorquartalen nicht geändert.

Die Änderungen haben folgende Auswirkungen auf die Vergleichszahlen:

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	<i>Angaben in TEuro</i>	Q1–3 2014	Q3 2014	Q1–3 2013	Q3 2013
Umsatz		4.642	1.606	4.538	1.682
Sonstige betriebliche Aufwendungen		-4.642	-1.606	-4.538	-1.682

+ Posten in den angepassten Vergleichszahlen gegenüber den ursprünglichen Vergleichszahlen erhöht

- Posten in den angepassten Vergleichszahlen gegenüber den ursprünglichen Vergleichszahlen vermindert

Konsolidierungskreis

In den Konzernzwischenabschluss zum 30. September 2014 sind neben der CEWE KGaA die in- und ausländischen Gesellschaften einbezogen, bei denen die CEWE KGaA unmittelbar oder mittelbar die Möglichkeit eines beherrschenden Einflusses hat.

Der Konsolidierungskreis umfasst zum 30. September 2014 neben der CEWE KGaA als Obergesellschaft zehn inländische und 21 ausländische Gesellschaften. Daneben werden die auf die CEWE COLOR Versorgungskasse e. V., Wiesbaden, ausgelagerten Pensionsverpflichtungen weiterhin in den Konzernabschluss einbezogen. Insoweit die Versorgungskasse ihren Verpflichtungen nicht aus eigenen Mitteln nachkommen kann, werden ihr diese durch die CEWE KGaA zur Verfügung gestellt. Wegen untergeordneter wirtschaftlicher Bedeutung nicht in den Konsolidierungskreis einbezogen wurde die Bilderplanet.de GmbH, Köln, da der Anteil der Bilanzsumme an der Konzernbilanzsumme bei lediglich 0,01 % und der Anteil der Umsatzerlöse an den Konzernerlösen bei 0,00 % liegen.

Saisonale Einflüsse auf die Geschäftstätigkeit

Hinsichtlich der saisonalen und konjunkturellen Einflüsse auf den Zwischenabschluss zum 30. September 2014 wird auf die Erläuterungen im Zwischenlagebericht verwiesen.

Wesentliche Geschäftsvorfälle

Im dritten Quartal wurde ein den Erwerb der Saxoprint-Gruppe betreffender nachgelagerter Kaufpreis in Höhe von 1,2 Mio. Euro gezahlt.

Weitere nach Art, Ausmaß und Häufigkeit nennenswerte Sachverhalte, die die Bilanz, die Gewinn- und Verlustrechnung oder den Cash Flow beeinflussen, sind bis zum 30. September des laufenden Geschäftsjahres nicht angefallen.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach Art, Ausmaß und Häufigkeit nennenswerte Sachverhalte nach dem 30. September 2014 liegen nicht vor.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz, Kapitalflussrechnung

Ausführliche Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung finden sich im Zwischenlagebericht in den Kapiteln der Geschäftsfelder sowie in „Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung“; die Erläuterungen zur Bilanz und Kapitalflussrechnung in den Kapiteln „Bilanz und Finanzierung“ sowie „Cash Flow“. Die Entwicklung des Eigenkapitals wird durch den Eigenkapitalpiegel im Anschluss an Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung, Bilanz, Kapitalflussrechnung und Segmentberichterstattung gesondert dargestellt.

Eigenkapital

Zum 31. Dezember 2013 hielt die CEWE Stiftung & Co. KGaA, Oldenburg, 705.667 Stückaktien als eigene Anteile. Darüber hinaus hielt zu diesem Zeitpunkt die CEWE COLOR Versorgungskasse e. V., Wiesbaden, 112.752 Stückaktien der Gesellschaft. Letztere waren in den Konzernabschluss korrigierend einzubeziehen, so dass zum Stichtag 31. Dezember 2013 insgesamt 818.419 Stückaktien als eigene Anteile im Konzernabschluss der CEWE KGaA auszuweisen waren.

Zum 30. September 2014 betrug bei der CEWE KGaA der Bestand an eigenen Anteilen gemäß § 71 AktG 184.602 Stück (Gesamtbetrag 5.178 TEuro, durchschnittlicher Kaufkurs 28,05 Euro/Aktie; Vorjahr: 705.667 Stück, 19.630 TEuro, 27,82 Euro/Aktie) und für den Konzern insgesamt 297.354 Stück (Gesamtbetrag 8.950 TEuro, durchschnittlicher Kaufkurs 30,10 Euro/Aktie, Vorjahr: 818.419 Stück, 23.951 TEuro, 28,68 Euro/Aktie). Im Rahmen der Ausübung des Aktienoptionsplans wurden 1.700 eigene Aktien benötigt. Die dafür notwendigen Aktien wurden dem Bestand der CEWE Stiftung & Co. KGaA entnommen. Zum 13. November 2014 betrug der Bestand an eigenen Anteilen daher 297.354 Stück zu einem durchschnittlichen Kaufkurs von 30,10 Euro.

Zum 30. September 2014 betrug das Grundkapital der CEWE KGaA unverändert zum 31. Dezember 2013 19.240 TEuro, eingeteilt in 7.400.020 Aktien. Die Entwicklung des Eigenkapitals ist im Konzern-Eigenkapitalspiegel zu sehen und wird im Zwischenlagebericht im Kapitel „Bilanz und Finanzierung“ erläutert. Für das Geschäftsjahr 2013 wurde im 2. Quartal 2014 eine Dividende in Höhe von 10.646 TEuro gezahlt.

Finanzinstrumente

Mit Ausnahme der zum beizulegenden Zeitwert bilanzierten Derivate werden sämtliche Vermögenswerte und Schulden zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet. Bei den zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanzierten Vermögenswerten und Schulden stellen die Buchwerte der finanziellen Vermögenswerte und Schulden in der Bilanz eine gute Näherung an den beizulegenden Zeitwert dar.

Die bilanzierten ausgewiesenen Derivate sind zum beizulegenden Zeitwert bewertet.

Erläuterungen zur Segmentberichterstattung

Eine detaillierte Erläuterung zum Segmentbericht befindet sich im Zwischenlagebericht im Kapitel der Segmente.

Seite 20 ff.
Geschäftsfelder

Seite 60 ff.
Konzern-Gewinn- und
Verlustrechnung

Seite 38
Bilanz und Finanzierung

Seite 42
Cash Flow

Eventualverbindlichkeiten

Es bestanden Eventualschulden aus der Hingabe von Bürgschaften und Garantien für Dritte, aus möglichen Prozessrisiken und aus anderen Sachverhalten in Höhe von 1.781 TEuro (Ende Vorjahresquartal: 843 TEuro).

Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Als nahestehende Personen werden in der CEWE-Gruppe die Mitglieder des Vorstandes und des Aufsichtsrates sowie die Mitglieder der Erbgemeinschaft nach Senator h. c. Heinz Neumüller, Oldenburg, und mit der Erbgemeinschaft verbundene Unternehmen definiert. Geschäftsvorfälle mit sonstigen nahestehenden Unternehmen und Personen haben im ersten bis dritten Quartal 2014 stattgefunden. Wesentliche Transaktionen betreffen einzelne Mietverhältnisse zwischen dem Konzern und verbundenen Unternehmen der Erbgemeinschaft nach Senator h. c. Heinz Neumüller, Oldenburg, über betrieblich genutzte Immobilien. Art und Umfang der Geschäfte haben sich im Vergleich zum Konzernabschluss zum 31. Dezember 2013 nicht wesentlich verändert.

Ergebnis je Aktie	<i>Angaben in TEuro</i>	Q3 2014	Q3 2013	Q1–3 2014	Q1–3 2013
Konzernergebnis nach Ergebnisanteilen Dritter		2.702	4.703	-4.458	-5.456
Gewichteter Durchschnitt unverwässerte Aktienzahl (<i>in Stück</i>)		7.102.162	6.561.601	6.911.004	6.555.512
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (<i>in Euro</i>)		0,38	0,72	-0,65	-0,83
Konzernergebnis nach Ergebnisanteilen Dritter		2.702	4.703	-4.458	-5.456
+ Ergebnisanteil fremder Gesellschafter, denen die Bezugsrechte zustehen		—	—	—	—
+ Zinsaufwand aus Gesellschafterdarlehen der OHG		—	2	—	6
- Laufende und latente Steuern		—	—	—	—
Angepasstes Konzernergebnis		2.702	4.705	-4.458	-5.450
Gewichteter Durchschnitt verwässerte Aktienzahl (<i>in Stück</i>)		7.102.162	6.581.601	6.911.004	6.575.512
Verwässernder Effekt der ausgegebenen Aktienoptionen		13.973	50.403	13.922	41.614
Verwässertes Ergebnis je Aktie (<i>in Euro</i>)		0,38	0,71	-0,64	-0,82

Versicherung der gesetzlichen Vertreter

Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsver-

lauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Oldenburg, 13. November 2014
CEWE Stiftung & Co. KGaA

Für die persönlich haftende Gesellschafterin
Neumüller CEWE COLOR Stiftung
– Der Vorstand –

Dr. Rolf Hollander
(Vorstandsvorsitzender)

Dr. Reiner Fageth

Carsten Heitkamp

Andreas F. L. Heydemann

Dr. Olaf Holzkämper

Thomas Mehls

Harald H. Pirwitz

Frank Zweigle

*„Qualität kommt bei CEWE zuerst – egal ob
CEWE FOTOBUCH, CEWE KALENDER,
CEWE CARDS oder CEWE WANDBILDER.
Dazu arbeiten wir bei CEWE mit den
neusten und besten Produktionsverfahren
und Maschinen. So lösen wir unser
Qualitätsversprechen jederzeit ein.“*

Sonja Eden, CEWE FOTOBUCH-Produktion, CEWE-Aktionärin



WEITERE INFORMATIONEN

Mehrjahresübersicht	78
Betriebsstätten und Vertriebsniederlassungen	86
Finanzterminkalender	87
Impressum	87
Glossar	88



Mehrjahresübersicht

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

Angaben in Mio. Euro	Q3 2008	Q3 2009	Q3 2010
Umsatzerlöse	117,7	112,2	116,4
Erhöhung/Verminderung des Bestands an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	0,0	0,0	0,0
Andere aktivierte Eigenleistungen	0,5	0,2	0,4
Sonstige betriebliche Erträge	6,0	7,3	5,8
Materialaufwand	-43,8	-41,8	-42,9
Rohergebnis	80,4	77,9	79,7
Personalaufwand	-24,1	-23,6	-24,6
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-31,4	-29,3	-34,2
Ergebnis vor Abschreibungen und Steuern (EBITDA)	24,9	25,0	20,9
Abschreibung auf immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens und Sachanlagen	-9,2	-9,2	-8,6
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	15,6	15,8	12,3
Finanzergebnis	-0,6	-0,7	-0,6
Ergebnis vor Steuern (EBT)	15,0	15,1	11,7
Steuern von Einkommen und vom Ertrag	-2,9	-2,7	-2,0
Sonstige Steuern	-0,3	-0,2	-0,3
Ergebnis nach Steuern	11,9	12,2	9,4

* Die Vergleichszahlen wurden angepasst, wie auf S. 70 f. erläutert.

Q3 2011	Q3 2012	Q3 2013*	Q3 2014	Q1-3 2008	Q1-3 2009	Q1-3 2010	Q1-3 2011	Q1-3 2012	Q1-3 2013*	Q1-3 2014
121,8	126,0	124,0*	121,8	299,3	282,4	296,8	308,1	329,9	345,0*	329,0
0,0	0,1	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,2
0,3	0,2	0,2	0,2	1,6	1,1	1,2	1,0	0,6	0,7	0,6
3,5	7,8	7,0	4,3	18,3	20,1	16,3	13,9	19,4	16,8	12,5
-46,3	-47,9	-46,1	-38,7	-117,0	-110,0	-116,3	-119,2	-126,1	-134,0	-110,2
79,1	86,1	85,2	87,8	202,1	193,6	197,9	203,7	223,9	228,6	232,0
-26,5	-29,9	-29,6	-31,1	-80,3	-78,5	-74,2	-78,3	-88,2	-93,3	-95,6
-35,8	-39,7	-40,9*	-45,3	-87,4	-84,6	-88,7	-96,1	-108,2	-113,4*	-116,0
16,9	16,5	14,6	11,4	34,4	30,5	34,9	29,4	27,6	22,0	20,4
-8,0	-9,2	-8,4	-8,3	-30,3	-27,5	-28,6	-25,0	-27,6	-26,1	-24,5
8,9	7,3	6,2	3,2	4,1	3,0	6,4	4,4	0,0	-4,1	-4,1
-0,2	-0,8	-0,5	-0,2	-1,2	-1,4	-1,5	-0,8	-1,8	-1,1	-1,0
8,7	6,6	5,7	3,0	2,9	1,6	4,9	3,6	-1,8	-5,2	-5,1
-2,1	-1,8	-0,8*	-0,1	-1,5	-4,0	-5,3	-2,6	-0,8	0,3*	1,2
-0,2	-0,2	-0,2	-0,2	-0,9	-0,6	-0,7	-0,5	-0,6	-0,6	-0,6
6,4	4,5	4,7*	2,7	0,5	-3,0	-1,1	0,4	-3,2	-5,5*	-4,5

Mehrjahresübersicht

Konzernbilanz

AKTIVA	<i>Angaben in Mio. Euro</i>	30.09.2008	30.09.2009	30.09.2010	30.09.2011	30.09.2012	30.09.2013	30.09.2014
Sachanlagen		99,1	90,6	80,5	76,1	98,0	97,9	99,5
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien		0,0	3,5	4,9	4,9	4,5	4,1	4,9
Geschäfts- oder Firmenwerte		6,3	10,3	10,3	9,1	28,5	28,5	25,4
Immaterielle Vermögenswerte		22,3	20,1	16,8	14,0	22,1	19,9	16,6
Finanzanlagen		0,3	0,3	0,2	0,2	0,6	1,0	1,7
Langfristige Forderungen aus Ertragsteuererstattungen		3,5	3,0	3,2	2,4	2,0	2,1	1,0
Langfristige finanzielle Vermögenswerte		0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	1,3	2,6
Langfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte		0,6	0,3	0,3	0,5	0,2	0,2	0,2
Aktive latente Steuern		6,3	5,7	5,4	5,4	8,2	8,4*	9,6
Langfristige Vermögenswerte		138,3	133,7	121,7	112,6	164,6	163,5	161,5
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte		5,5	4,7	0,8	0,2	0,2	1,0	1,0
Vorräte		32,1	44,4	41,0	42,3	50,5	49,7	49,3
Kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		62,3	55,9	52,8	57,0	56,0	52,2	43,3
Kurzfristige Forderungen aus Ertragsteuererstattungen		3,7	4,2	2,5	5,1	5,8	5,3	3,9
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte		0,0	0,0	0,0	0,0	3,0	3,8	2,7
Kurzfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte		7,5	9,1	11,2	8,9	6,7	6,7	7,2
Liquide Mittel		6,0	8,8	18,1	19,2	6,9	7,8	12,0
Kurzfristige Vermögenswerte		117,2	127,0	126,4	132,7	129,1	126,4	119,4
		255,6	260,7	248,2	245,3	293,7	289,9*	280,8

* Die Vergleichszahlen wurden angepasst, wie auf S.70 f. erläutert.

PASSIVA	<i>Angaben in Mio. Euro</i>	30.09.2008	30.09.2009	30.09.2010	30.09.2011	30.09.2012	30.09.2013	30.09.2014
Gezeichnetes Kapital		19,2	19,2	19,2	19,2	19,2	19,2	19,2
Kapitalrücklage		56,2	56,2	56,2	56,2	56,2	56,2	69,3
Sonderposten für eigene Anteile		-15,2	-17,0	-17,3	-22,7	-23,9	-23,4	-9,0
Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn		53,3	43,7	47,0	52,7	57,8	61,4*	67,9
Den Anteilseignern zurechenbares Eigenkapital		113,6	102,2	105,1	105,3	109,3	113,4	147,5
Anteile Dritter		0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Eigenkapital		113,6	102,2	105,1	105,3	109,3	113,4	147,5
Langfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen		0,7	0,6	0,4	0,3	0,3	0,2	0,1
Langfristige Rückstellungen für Pensionen		9,9	9,9	10,1	10,6	15,8	18,0	20,2
Langfristige passive latente Steuern		2,5	1,4	1,7	1,6	4,3	4,0*	3,3
Langfristige übrige Rückstellungen		1,6	1,2	1,0	0,7	0,8	0,4	0,3
Langfristige Finanzverbindlichkeiten		2,7	34,2	31,9	18,5	34,7	26,3	3,1
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten		0,0	0,0	0,0	0,0	3,2	3,8	0,0
Langfristige übrige Verbindlichkeiten		0,5	0,1	0,1	0,3	0,1	0,6	0,4
Langfristige Schulden		17,9	47,3	45,2	32,1	59,1	53,3	27,4
Kurzfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen		0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0
Kurzfristige Steuerrückstellungen		3,5	3,0	3,7	3,8	4,5	3,0	3,6
Kurzfristige übrige Rückstellungen		10,9	13,3	7,7	8,3	8,5	7,9*	3,2
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten		33,7	19,1	7,5	7,4	28,2	27,2	17,9
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		49,0	52,1	50,2	59,6	62,5	65,6	57,1
Kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten		0,0	0,0	0,0	0,0	1,1	1,1	3,3
Kurzfristige übrige Verbindlichkeiten		26,9	23,7	28,6	28,6	20,5	18,2*	20,8
Kurzfristige Schulden		124,0	111,2	97,8	107,8	125,3	123,2	106,0
		255,6	260,7	248,2	245,3	293,7	289,9*	280,8

* Die Vergleichszahlen wurden angepasst, wie auf S.70 f. erläutert.

Mehrjahresübersicht

Kennzahlen

Volumen und Mitarbeiter		Q3 2008	Q3 2009	Q3 2010
Digitalfotos	<i>in Mio. Stück</i>	558,9	601,6	609,6
Fotos von Filmen	<i>in Mio. Stück</i>	269,4	187,0	119,2
Fotos gesamt	<i>in Mio. Stück</i>	828	789	729
CEWE FOTOBÜCHER	<i>in Tsd. Stück</i>	747,0	942,9	1.076,5
Mitarbeiter	<i>auf Vollzeit umgerechnet</i>	2.821	2.666	2.607

Ertrag		Q3 2008	Q3 2009	Q3 2010
Umsatz	<i>in Mio. Euro</i>	117,7	112,2	116,4
EBITDA	<i>in Mio. Euro</i>	24,9	25,0	20,9
EBITDA-Marge	<i>in % vom Umsatz</i>	21,1	22,3	18,0
EBIT	<i>in Mio. Euro</i>	15,6	15,8	12,3
EBIT-Marge	<i>in % vom Umsatz</i>	13,3	14,1	10,6
Restrukturierungsaufwand	<i>in Mio. Euro</i>	0,0	0,2	0,0
EBIT vor Restrukturierung	<i>in Mio. Euro</i>	15,6	16,0	12,3
EBT	<i>in Mio. Euro</i>	15,0	15,1	11,7
Ergebnis nach Steuern	<i>in Mio. Euro</i>	11,9	12,2	9,4

Kapital		30.09.2008	30.09.2009	30.09.2010
Bilanzsumme	<i>in Mio. Euro</i>	—	—	—
Capital Employed (CE)	<i>in Mio. Euro</i>	—	—	—
Eigenkapital	<i>in Mio. Euro</i>	—	—	—
Eigenkapitalquote	<i>in % von der Bilanzsumme</i>	—	—	—
Netto-Finanzschulden	<i>in Mio. Euro</i>	—	—	—
ROCE (letzte 12 Monate)	<i>in % vom durchschnittlichen* Capital Employed</i>	2,6	7,0	14,1

* Bis zum 31. Dezember 2011 wurde der ROCE anhand des Capital Employed zum Stichtag berechnet.

Q3 2011	Q3 2012	Q3 2013	Q3 2014	Q1-3 2008	Q1-3 2009	Q1-3 2010	Q1-3 2011	Q1-3 2012	Q1-3 2013	Q1-3 2014
660,3	609,1	579,9	567,2	1.267,1	1.415,9	1.462,8	1.533,0	1.551,8	1.494,4	1.458,3
82,9	52,9	39,0	29,7	682,8	460,2	300,2	203,3	131,8	92,4	70,8
743	662	619	597	1.950	1.876	1.763	1.736	1.684	1.587	1.529
1.354,1	1.361,4	1.348,5	1.413,3	1.609,0	2.263,1	2.685,5	3.244,3	3.483,1	3.543,9	3.673,0
2.765	3.179	3.083	3.230	2.837	2.730	2.602	2.686	3.124	3.114	3.195

Q3 2011	Q3 2012	Q3 2013	Q3 2014	Q1-3 2008	Q1-3 2009	Q1-3 2010	Q1-3 2011	Q1-3 2012	Q1-3 2013	Q1-3 2014
121,8	126,0	124,0	121,8	299,3	282,4	296,8	308,1	329,9	345,0	329,0
16,9	16,5	14,6	11,4	34,4	30,5	34,9	29,4	27,6	22,0	20,4
13,9	13,1	11,8	9,4	11,5	10,8	11,8	9,5	8,4	6,4	6,2
8,9	7,3	6,2	3,2	4,1	3,0	6,4	4,4	0,0	-4,1	-4,1
7,3	5,8	5,0	2,6	1,4	1,1	2,1	1,4	0,0	-1,2	-1,2
0,0	0,0	0,0	0,0	10,9	9,5	2,2	0,0	0,0	3,3	0,0
8,9	7,3	6,2	3,2	15,0	12,5	8,6	4,4	0,0	-0,8	-4,1
8,7	6,6	5,7	3,0	2,9	1,6	4,9	3,6	-1,8	-5,2	-5,1
6,4	4,5	4,7	2,7	0,5	-3,0	-1,1	0,4	-3,2	-5,5	-4,5

30.09.2011	30.09.2012	30.09.2013	30.09.2014	Q1-3 2008	Q1-3 2009	Q1-3 2010	Q1-3 2011	Q1-3 2012	Q1-3 2013	Q1-3 2014
—	—	—	—	255,6	260,7	248,2	245,3	293,7	289,9	280,8
—	—	—	—	165,3	168,7	157,9	144,9	196,7	194,0	192,8
—	—	—	—	113,6	102,2	105,1	105,3	109,3	113,4	147,5
—	—	—	—	44,5	39,2	42,4	43,0	37,2	39,1	52,5
—	—	—	—	30,3	44,5	21,3	6,8	56,0	45,7	9,0
17,0	13,8	13,2	15,4	—	—	—	—	—	—	—

Mehrjahresübersicht

Kennzahlen

Cash Flow		Q3 2008	Q3 2009	Q3 2010
Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit	<i>in Mio. Euro</i>	20,6	15,3	19,9
Cash Flow aus der Investitionstätigkeit	<i>in Mio. Euro</i>	-9,2	-9,9	-7,9
Free-Cash Flow	<i>in Mio. Euro</i>	11,4	5,5	12,0
Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit	<i>in Mio. Euro</i>	0,0	-6,0	-4,7
Zahlungswirksame Veränderung der liquiden Mittel	<i>in Mio. Euro</i>	0,0	-0,5	7,3

Aktie		Q3 2008	Q3 2009	Q3 2010
Anzahl der Aktien (Nennwert 2,60 Euro)	<i>in Stück</i>	7.380.020	7.380.020	7.380.020
Ergebnis je Aktie				
unverwässert	<i>in Euro</i>	1,71	1,80	1,38
verwässert	<i>in Euro</i>	1,71	1,79	1,39

Q3 2011	Q3 2012	Q3 2013	Q3 2014	Q1-3 2008	Q1-3 2009	Q1-3 2010	Q1-3 2011	Q1-3 2012	Q1-3 2013	Q1-3 2014
21,3	11,2	10,2	10,6	12,2	12,3	30,8	33,9	2,4	7,1	22,8
-8,3	-10,9	-11,4	-14,0	-20,4	-22,6	-19,3	-19,0	-35,0	-24,4	-26,9
13,0	0,3	-1,2	-3,4	-8,2	-10,3	11,6	14,9	-32,6	-17,3	-4,1
-7,0	-0,9	-2,0	2,3	0,0	9,0	-2,0	-18,9	8,5	11,8	1,8
5,9	-0,6	-3,2	-1,1	0,0	1,3	9,6	-4,1	-24,1	-5,5	-2,2

Q3 2011	Q3 2012	Q3 2013	Q3 2014	Q1-3 2008	Q1-3 2009	Q1-3 2010	Q1-3 2011	Q1-3 2012	Q1-3 2013	Q1-3 2014
7.380.020	7.380.020	7.380.020	7.400.020	7.380.020	7.380.020	7.380.020	7.380.020	7.380.020	7.380.020	7.400.020
0,95	0,69	0,72	0,38	0,07	-0,44	-0,17	0,07	-0,49	-0,83	-0,65
0,95	0,69	0,71	0,38	0,81	-0,44	-0,16	0,07	-0,49	-0,82	-0,64

BETRIEBSSTÄTTEN UND VERTRIEBSNIEDERLASSUNGEN

 Vertriebsan-
sprechpartner
www.cewe.de/de/
unternehmen/
vertrieb

Inland**CEWE Stiftung & Co. KGaA**

Meerweg 30–32
D–26133 Oldenburg
Tel. +49 (0) 4 41/4 04–0
Fax +49 (0) 4 41/4 04–421

CEWE Stiftung & Co. KGaA

Oskar-von-Miller-Straße 9
D–82110 Germering (München)
Tel. +49 (0) 89/8 40 07–0
Fax +49 (0) 89/8 40 07–30

CEWE Stiftung & Co. KGaA

Erfststraße 40
D–41238 Mönchengladbach
Tel. +49 (0) 21 66/8 53–0
Fax +49 (0) 21 66/8 53–109

CEWE Stiftung & Co. KGaA

Freiburger Straße 20
D–79427 Eschbach (Freiburg)
Tel. +49 (0) 76 34/5 05–0
Fax +49 (0) 76 34/5 05–250

CEWE Stiftung & Co. KGaA

Otto-Hahn-Str. 21
D–48161 Münster
Tel. +49 (0) 25 34/5 81 69–0
Fax +49 (0) 25 34/5 81 69–20

Saxoprint GmbH

Enderstraße 92c
D–01277 Dresden
Tel. +49 (0) 351/20 44 300
Fax +49 (0) 351/20 56 747

Ausland**Japan Photo Holding**

Norge A/S
Flåtestadtveien 3
N–1416 Oppegård (Oslo)
Tel. +47/66 82 26–60
Fax +47/66 82 26–70

Japan Photo Sverige AB

Norra Hamngatan 40
S–41106 Göteborg
Tel. +46/31 61 94–90
Fax +46/31 61 94–91

CEWE Nordic ApS

Segaltvej 16
DK–8541 Skødstrup (Århus)
Tel. +45/86/99 14 22
Fax +45/86/99 24 33

CEWE AG

Hochbordstraße 9
CH–8600 Dübendorf (Zürich)
Tel. +41/1/8 02 90–30
Fax +41/1/8 02 90–40

CEWE Stiftung & Co. KGaA

Colerusgasse 24/1
A–1220 Wien
Tel. +43/644 33 61 42 0

CEWE Belgium N.V.

Generaal De Wittelaan 9/b9
B–2800 Mechelen
Tel. +32/3/4 51 92–00
Fax +32/3/4 58 06–17

CEWE Nederland B.V.

Industrieweg 73
NL–8071 CS Nunspeet
Tel. +31/3 41/25 53–55
Fax +31/3 41/25 53–33

CEWE S. A. S.

La Tour Asnières
4 avenue Laurent Cély
F–92600 Asnières sur Seine (Paris)
Tel. +33/1/80 21 04–50
Fax +33/1/80 21 04–48

CEWE S. A. S.

Z. A. de la Croix Rouge
F–35770 Vern sur
Seiche (Rennes)
Tel. +33/2/99 04 85–85
Fax +33/2/99 04 85–89

CEWE S. A. S.

Z. A. E. des Trois Ponts
F–34690 Fabrègues (Montpellier)
Tel. +33/4/67 07 01–80
Fax +33/4/67 07 01–90

CEWE Sp. z o. o.

ul. Strzelecka 11
PL–47230 Kedzierzyn-Kozle
Tel. +48/77/40 63–000
Fax +48/77/40 63–025

Fotojoker Sp. z o. o.

ul. Strzelecka 11
PL–47230 Kedzierzyn-Kozle
Tel. +48/77/4 06 32 00
Fax +48/77/4 06 32 01

CEWE COLOR, INC

2125 Center Ave., Suite 507
Fort Lee, NJ 07024
Tel. +1/631/773 85 24

CEWE COLOR a. s.

Kloknerova 2278/24
CZ–14800 Prag 4
Tel. +420/2/72 07 11 11
Fax +420/2/72 93 73 46

CEWE COLOR a. s.

Galvaniho 716
SK–82104 Bratislava
Tel. +421/2/68 20 44–11
Fax +421/2/68 20 44–23

CEWE

Magyarorszáig Kft.
Béke út 21–29
H–1135 Budapest
Tel. +36/1/4 51 10 88
Fax +36/1/2 38–07 09

CEWE Ltd.

Unit 4, Spartan Close
Titan Business Centre
Tachbrook Park
UK–Warwick CV 34 6 RR
Tel. +44/19/26 46 3–100
Fax +44/19/26 46 3–101

CEWE Zagreb d. o. o.

Jurisićeva 24
HR–10000 Zagreb
Tel. +36/1/451 10 88
Fax +36/1/238 07 09

CEWE PRINT S. r. l.

Via Monte di Pietà 21
I–20121 Mailand

FINANZTERMINKALENDER

24./25. November 2014
Eigenkapitalforum Frankfurt



Dieser Geschäftsbericht ist ein Produkt von Viaprinto,
der Online-Druckerei von CEWE.

IMPRESSUM

Dieser Zwischenbericht liegt auch in
englischer Sprache vor. Gerne senden
wir Ihnen den gewünschten Bericht auf
Anfrage zu:

Telefon: +49 (0) 4 41/404–22 88

Fax: +49 (0) 4 41/404–421

IR@cewe.de

Die CEWE Stiftung & Co. KGaA ist
Mitglied im Deutschen Investor
Relations Kreis e. V.

Verantwortlich

CEWE Stiftung & Co. KGaA

Meerweg 30–32

D–26133 Oldenburg

Telefon: +49 (0) 4 41/404–0

Fax: +49 (0) 4 41/404–421

www.cewe.de

info@cewe.de

Gesamtkonzeption und Gestaltung
FIRST RABBIT GmbH, Köln

Fotos

CEWE Stiftung & Co. KGaA, Oldenburg

Druck

CEWE Stiftung & Co. KGaA, Oldenburg

Prüfer des Konzernabschlusses

BDO AG

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Fuhlentwiete 12

D–20355 Hamburg



GLOSSAR



Hinweis:

Wenn in diesem Finanzbericht über Digitalfotos gesprochen wird, beinhaltet die Zahl immer die CEWE FOTOBUCH-Prints sowie die Bilder der Foto-Geschenkartikel.

Alle Zahlenangaben werden grundsätzlich mit möglichst exakten Werten gerechnet und in der Darstellung kaufmännisch gerundet. Dadurch können speziell in Summenzeilen Rundungsabweichungen entstehen.

Anlagevermögen

Sachanlagen zuzüglich der als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien, der Geschäfts- und Firmenwerte, Immateriellen Vermögenswerte und der Finanzanlagen

Brutto-Cash Flow

Ergebnis nach Steuern zuzüglich Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen

Brutto-Finanzschulden

Summe aus langfristigen Finanzverbindlichkeiten und kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten; siehe auch Finanzverbindlichkeiten

Brutto-Working Capital

Kurzfristige Vermögenswerte ohne liquide Mittel

Capital Employed (CE)

Netto-Working Capital zuzüglich der langfristigen Vermögenswerte und der liquiden Mittel

Capital Invested (CI)

Eigenkapital zuzüglich der nicht operativen Schulden und der Brutto-Finanzschulden

Days Working Capital

Laufzeit des Netto-Working Capitals in Tagen, gemessen am Umsatz des abgelaufenen Quartals

EBIT

Ergebnis vor Steuern und Finanzergebnis

EBITDA

Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen

EBT

Ergebnis vor Steuern

Eigenkapital

Rechnerisch der gemäß IAS 32 geltende Residualanspruch auf das nach Abzug der Schulden verbleibende Nettovermögen

Eigenkapitalquote

Anteil des Eigenkapitals am Gesamtkapital; rechnerisch das Eigenkapital im Verhältnis zur Bilanzsumme

Finanzverbindlichkeiten

Als solche ausgewiesene langfristige und kurzfristige Finanzverbindlichkeiten ohne bilanziell unter anderen Linien ausgewiesene verzinsliche Rückzahlungsansprüche

Free-Cash Flow

Cash Flow aus operativer Geschäftstätigkeit abzüglich Cash Flow aus Investitionstätigkeit (beides gemäß Kapitalflussrechnung)

Freefloat

auch Streubesitz, bezeichnet den Anteil der frei handelbaren Aktien des Unternehmens am Markt

Fremdkapital

Summe der unter den Passiva als langfristige und kurzfristige Schulden ausgewiesenen Werte

GuV

Gewinn- und Verlustrechnung

Kapitalrentabilität

Siehe Return on Capital Employed

Kurzfristige übrige Schulden

Kurzfristige Steuerrückstellungen, kurzfristige übrige Rückstellungen, kurzfristige übrige finanzielle Verbindlichkeiten sowie kurzfristige übrige Verbindlichkeiten

Liquiditätsquote

Rechnerisch die liquiden Mittel im Verhältnis zur Bilanzsumme

Netto-Finanzschulden

Langfristige Finanzverbindlichkeiten zuzüglich kurzfristiger Finanzverbindlichkeiten abzüglich liquider Mittel

Netto-Working Capital

Kurzfristige Vermögenswerte ohne liquide Mittel abzüglich kurzfristiger Schulden ohne kurzfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen und ohne kurzfristige Finanzverbindlichkeiten

Netto-Cash Flow

Brutto-Cash Flow abzüglich der Investitionen

Nicht operative Schulden

Lang- und kurzfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen, langfristige Rückstellungen für Pensionen, langfristige passive latente Steuern, langfristige übrige Rückstellungen, langfristige finanzielle Verbindlichkeiten sowie langfristige übrige Verbindlichkeiten

NOPAT

EBIT abzüglich der Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sowie der sonstigen Steuern

Operatives Netto-Working Capital

Vorräte plus kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzüglich kurzfristiger Verbindlichkeiten aus Lieferungen und übrige Verbindlichkeiten

Return on Capital Employed (ROCE)

Ergebnis vor Steuern und vor dem Finanzergebnis (EBIT) im Verhältnis zum Capital Employed; rechnerisch wird zur Ermittlung grds. die 12-Monats-Perspektive gewählt, um eine rollierende Jahresrentabilität zu zeigen

Sonstige betriebliche Cash Flows

Veränderungen aus den gezahlten Steuern sowie Einzahlungen aus erhaltenen Zinsen

Sonstiges Brutto-Working Capital

Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte, kurzfristige Forderungen aus Ertragsteuer-Erstattungen, sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte sowie kurzfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte

Sonstiges Netto-Working Capital

Sonstiges Brutto-Working Capital abzüglich der kurzfristigen übrigen Schulden

Working Capital-induzierter

Cash Flow

Veränderungen aus dem Netto-Working Capital

1.000 Flyer

ab 19,90€*



* inkl. gesetzliche MwSt. und Versandkosten

[cewe-print.de](https://www.cewe-print.de)

Ihr Online Druckpartner

 **cewe**
BEST IN PRINT

Mein
persönliches
Geschenk

ab 7,95 €*
* inkl. MwSt.



Mein
cewe fotobuch
Mein Leben

www.cewe.de

 **cewe**
BEST IN PRINT

*Das abgebildete Produkt hat einen höheren Preis. Diesen entnehmen Sie bitte der Preisliste. Die Preise verstehen sich inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten. Anbieter: CEWE Stiftung & Co. KGaA, Meerweg 30-32, 26133 Oldenburg