

Resultate Q1-Q3/2010 CEWE COLOR Holding AG

Analysten-Telefonkonferenz

Oldenburg, 15. November 2010



Mein
CEWE FOTOBUCH
Ihre Fotos als echtes Buch!
www.cewe-fotobuch.de

Diese Präsentation enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen, die auf derzeitigen Annahmen und Prognosen der Unternehmensleitung von CEWE COLOR beruhen. Bekannte und unbekannte Risiken, Ungewissheiten und andere Faktoren können dazu führen, dass die tatsächliche Entwicklung, insbesondere die Ergebnisse, die Finanzlage und die Geschäfte unserer Gesellschaft wesentlich von den hier gemachten zukunftsgerichteten Aussagen abweichen. Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung, diese zukunftsgerichteten Aussagen zu aktualisieren oder sie an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen. Alle Zahlen sind mit den exakten Werten gerechnet und für diese Präsentation gerundet. Dadurch können Rundungsdifferenzen entstehen.

This presentation contains forward-looking statements that are based on current assumptions and forecasts of the management of CEWE COLOR. Known and unknown risks, uncertainties and other factors could lead to material differences between the forward-looking statements given here and the actual development, in particular the results, financial situation and performance of our Company. The Company assumes no liability to update these forward-looking statements or to conform them to future events or developments. All numbers are calculated as exactly as possible and rounded for the presentation. Due to this, rounding errors might occur.



Dr. Rolf Hollander
Vorstandsvorsitzender



Dr. Olaf Holzkämper
Finanzvorstand

Agenda

1. Neuheiten aus Produktentwicklung und Marketing
2. Kernzahlen (Volumen und Ergebnisse)
3. Finanzbericht (GuV-Details, Segmente, Bilanz, Cash Flow, Kapitalrentabilität)
4. Ausblick
5. Q & A

Highlights Q1-Q3/2010 (1/4)

- 1 Gesteigertes Marketing sichert Pole-Position für ergebnisentscheidendes Q4
- 2 Foto-Volumen auf dem Weg zum Jahresziel
- 3 Ergebnisse auf Kurs zur Verdopplung des Ergebnisses/Aktie
- 4 Bilanz solide und Cash Flow legt kräftig zu
- 5 Kapitalrentabilität verdoppelt

► Q1-Q3/2010 genau auf Kurs: EPS soll sich 2010 verdoppeln

Highlights Q1-Q3/2010 (2/4)

Marketing hat sich ausgezahlt: CEWE FOTOBUCH mit 25 % Marktanteil in 2009 unangefochtener europäischer Marktführer (Zweitplatziertes weniger als 10 % Marktanteil)

Markenbekanntheit in 2010 deutlich erhöht: Anstieg von 15 % (April 2010) auf 22 % (September 2010)

Marketing-Aufwendungen im Q3 / 2010 um 4,2 Mio. Euro gesteigert.

Stabilität verdoppelt

Free Cash Flow legt

3 Ergebnisse auf Kurs zur Verdopplung des Ergebnisses/Aktie

2 Foto-Volumen auf dem Weg zum Jahresziel

1 Gesteigertes Marketing sichert Pole-Position für ergebnisentscheidendes Q4

Gesamtzahl der Fotos Ende September bei 1,8 Mrd. Fotos und damit auf dem Weg zum Jahresziel von 2,35 Mrd. Fotos

CEWE FOTOBÜCHER weiter erfolgreich: + 19 % auf 2,7 Mio. Bücher

► Q1-Q3/2010 genau auf Kurs: EPS soll sich 2010 verdoppeln

Highlights Q1-Q3/2010 (3/4)

Umsatz legt um 5,1 % auf 296,8 Mio. Euro zu

Ergebnisse steigen: EBITDA + 4,5 Mio. Euro auf 34,9 Mio. Euro, EBIT+ 3,4 Mio. Euro auf 6,4 Mio. Euro, EBT + 3,4 Mio. Euro auf 4,9 Mio. Euro

EBIT der vergangenen zwölf Monate (Q4 / 2009 bis Q3 / 2010) um 97 % auf 22,0 Mio. Euro gesteigert

Wichtigstes Quartal für Umsatz und Ertrag steht noch bevor

rentabilität verdoppelt

d Cash Flow legt

3

Ergebnisse auf Kurs zur Verdopplung des Ergebnisses/Aktie

2

Foto-Volumen auf dem Weg zum Jahresziel

1

Gesteigertes Marketing sichert Pole-Position für ergebnisentscheidendes Q4

► **Q1-Q3/2010 genau auf Kurs: EPS soll sich 2010 verdoppeln**

Highlights Q1-Q3/2010 (4/4)

Kapitaleinsatz (Capital Employed) um 10,8 Mio. Euro reduziert

Kapitalrentabilität (ROCE) springt im 12-Monats-Vergleich von 7,0 % auf 14,1 %.

5

Kapitalrentabilität verdoppelt

4

Bilanz solide und Cash Flow legt kräftig zu

3

Ergebnisse auf Kurs zur Verdopplung des Ergebnisses/Aktie

2

Foto-Volumen auf dem Weg zum Jahresziel

1

Gesteigertes Marketing sichert Pole-Position für ergebnisentscheidendes Q4

Bilanz sehr solide: Eigenkapitalquote steigt um 3,2 Prozentpunkte auf 42,4 %

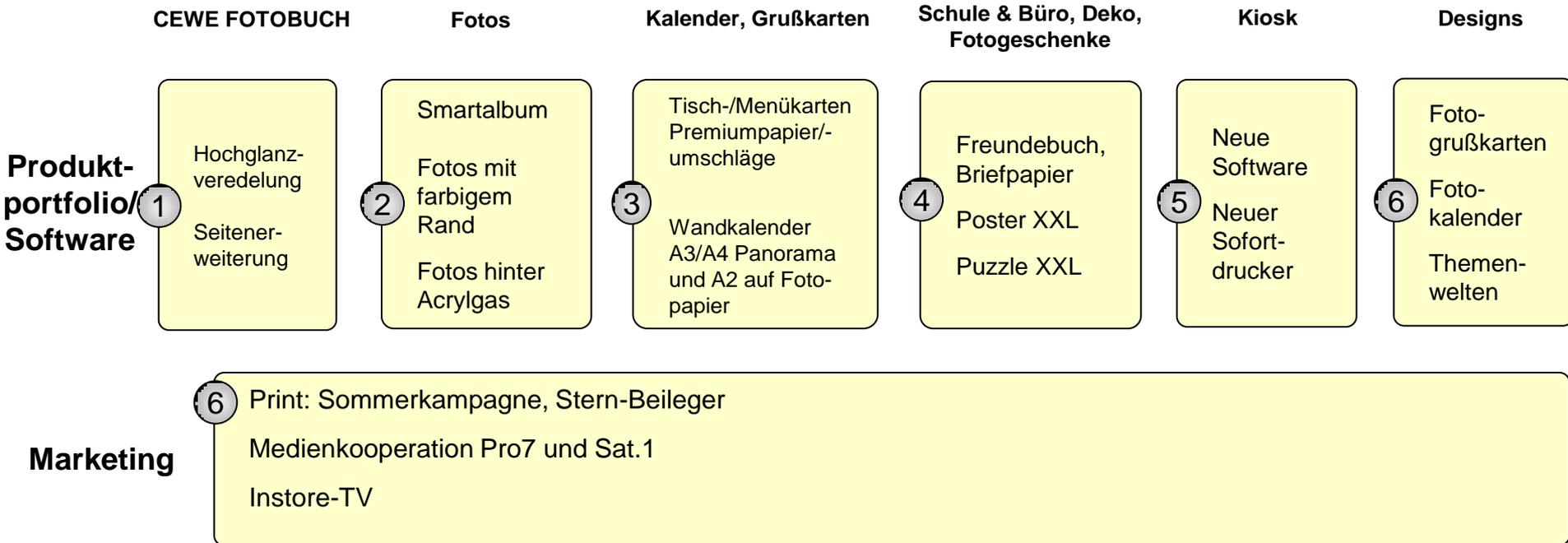
Ergebnissteigerung und Working-Capital-Verbesserungen lassen Free-Cash Flow um + 21,9 Mio. Euro auf 11,6 Mio. Euro wachsen

► Q1-Q3/2010 genau auf Kurs: EPS soll sich 2010 verdoppeln

Agenda

- 1. Neuheiten aus Produktentwicklung und Marketing**
2. Kernzahlen (Volumen und Ergebnisse)
3. Finanzbericht (GuV-Details, Segmente, Bilanz, Cash Flow, Kapitalrentabilität)
4. Ausblick
5. Q & A

Neuheiten im Produktportfolio und Marketing



- ▶ **Attraktivitätssteigerung des CEWE FOTOBUCH-Portfolios**
- ▶ **Ausbau des Bereichs Digitalfotos**
- ▶ **Forcierung des Printbereichs: Kalender, Grußkarten, Schule & Büro**
- ▶ **Weiterhin starker Fokus auf Designs**
- ▶ **Stärkung der Marke CEWE FOTOBUCH**

Produktneuheiten und Vermarktung 2010

Hochglanzveredelung für CEWE FOTOBÜCHER

Glossierung der CEWE FOTOBUCH

Formate:

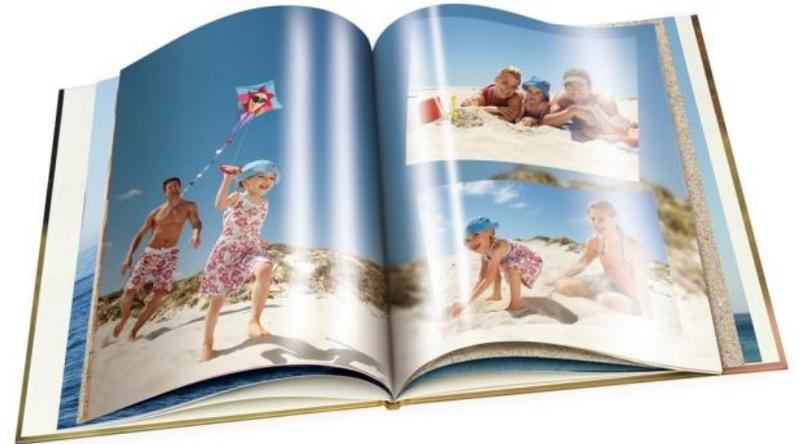
- Groß (Hardcover)
- Groß Panorama
- XL (Hardcover)

▶ **Maximale Seitenzahl:** 154

▶ **Preisauflschlag**

- zu Indigo (VK):**
- 26 Seiten (Groß) – 3,00 €
 - 8 Seiten (Groß) – 2,00 €
 - 26 Seiten (XL) – 10,00 €
 - 8 Seiten (XL) – 2,00 €

▶ **Verfügbarkeit:** HPS 4.6.5



Produktneuheiten und Vermarktung 2010

CEWE FOTOBUCH Seitenpaketerweiterung

3 zusätzliche Seitenpakete à 8 Seiten:



- ▶ **Seiten:** 138, 146 und 154
- ▶ **Formate:** Groß, XL, XXL
- ▶ **Einband:** Hardcover
- ▶ **Launch:** HPS 4.6.5

Produktneuheiten und Vermarktung 2010

Smartalbum

- ▶ **Format:** ca. 10 x 15 cm
- ▶ **Seitenzahl:** 18 – 154, glossiert
- ▶ **Empfohlener VK :** 18 Seiten – 5,95 €
8 Seiten – 1,50 €
- ▶ **Verfügbarkeit HPS/COPS:** IPS Oktober/ HPS 4.7



Produktneuheiten und Vermarktung 2010

Fotos mit farbigen Rand

- ▶ **Format:** 9x13cm, 10x15cm, 11x17cm und 13x18cm
- ▶ **Empfohlener VK:** +2ct zu Formatpreis
- ▶ **Launch:** IPS September



Produktneuheiten und Vermarktung 2010

Foto hinter Acrylglas

- ▶ **Format:** 10x15 cm
- ▶ **Empfohlener VK:** 12,95 € (mit Aufsteller)
- ▶ **Launch:** IPS Oktober



Produktneuheiten und Vermarktung 2010

Klappkarten auf Premiumpapier und mit Premiumumschlägen



- ▶ **Formate (10er Set) :** Klappkarten Klassik und XL
- ▶ **Papier:** 350 g Papier mit leichter Struktur und Glanzeffekt
- ▶ **Empf. VK Zuschlag:** 4,99 € (Klassik), 5,99 € (XL)
- ▶ **Launch:** IPS Oktober, HPS 4.7

Produktneuheiten und Vermarktung 2010

Menükarten

- ▶ 10er Set mit glossierten Außenseiten
- ▶ **Format:** DIN A5
- ▶ **Empf. VK:** ab 24,99 €
- ▶ **Launch:** IPS Oktober, HPS 4.7



Produktneuheiten und Vermarktung 2010

Tischkarten



- ▶ 10er Set
- ▶ **Format:** 10 x 5 cm (geklappt)
- ▶ **Empfohlener VK:** 8,99 €
- ▶ **Launch:** IPS Juli, HPS 4.7

Produktneuheiten und Vermarktung 2010

Wandkalender A4 Panorama



- ▶ **Empfohlener VK: 14,99€**
- ▶ **Launch: IPS Oktober, HPS 4.7**

Wandkalender A3 Panorama



- ▶ **Empfohlener VK: 21,99€**
- ▶ **Launch: IPS Oktober, HPS 4.7**

Produktneuheiten und Vermarktung 2010

Wandkalender A2 auf Fotopapier

- ▶ **Empfohlener VK: 49,99€**
- ▶ **Launch: HPS 4.7 (IPS seit Nov'09)**



Produktneuheiten und Vermarktung 2010

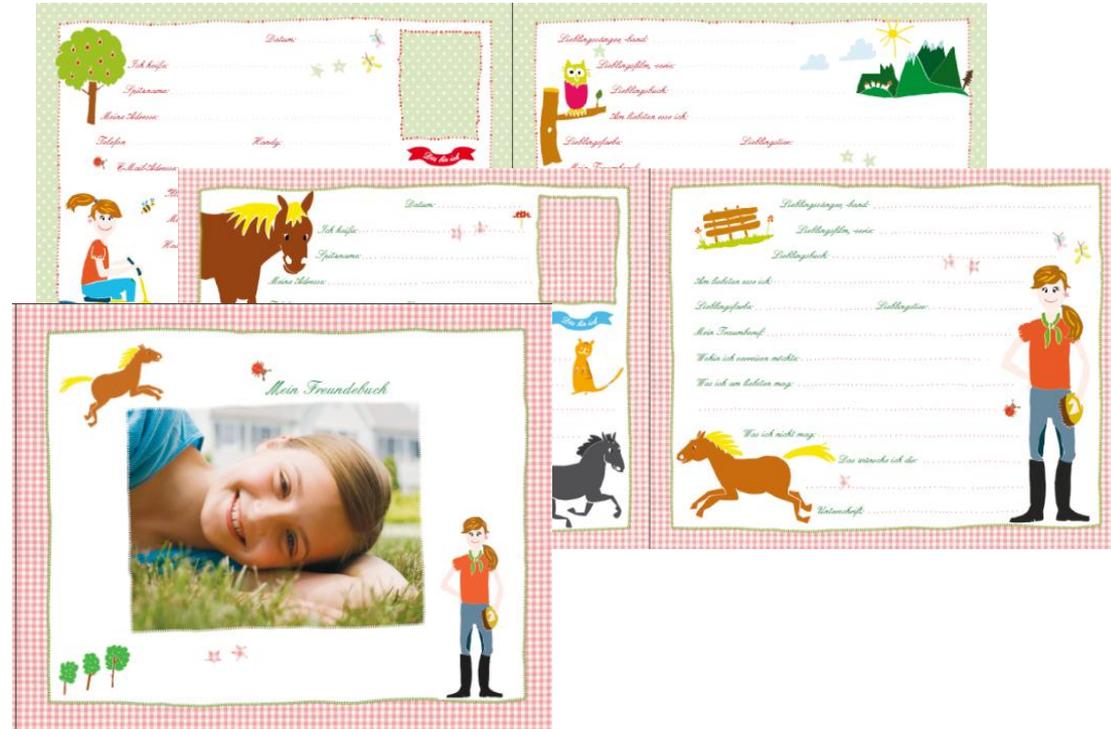
Briefpapier

- ▶ **Format:** DIN A4, 20er Set inkl. blanko Umschlägen und Umverpackung
- ▶ **Empfohlener VK:** 24,95€
- ▶ **Launch:** IPS Oktober



Produktneuheiten und Vermarktung 2010

Freundebuch



- ▶ **Einband:** personalisierbarer Hardcovereinband
- ▶ **Empfohlener VK:** 21,95€
- ▶ **Launch:** IPS Juli

Produktneuheiten und Vermarktung 2010

Posterdruck XXL

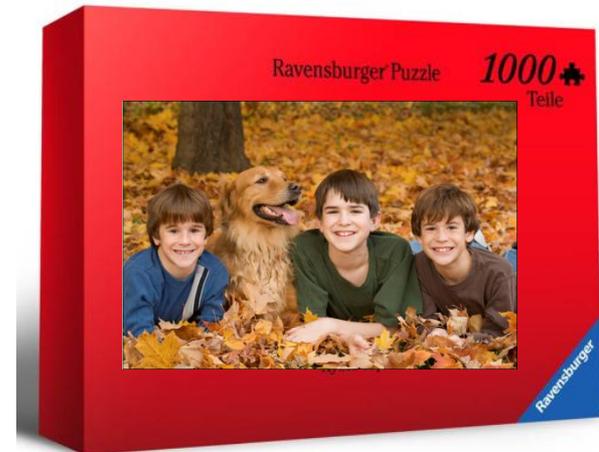


- ▶ **28 neue Formate:** 20x30 cm - 100x150 cm
- ▶ **Empfohlener VK:** ab 5,49€
- ▶ **Launch:** IPS Februar

Produktneuheiten und Vermarktung 2010

Puzzle XXL von Ravensburger

- ▶ **Formate:** 47,6 x 32,2 cm (500 Teile)
65,7 x 47,7 cm (1.000 Teile)
- ▶ **Empfohlener VK:** 39,95 € (500 Teile)
49,95 € (1.000 Teile)
- ▶ **Launch:** IPS Oktober 2010



Produktneuheiten und Vermarktung 2010

Viele neue themenbezogene Designs – Fotogrußkarten

Weihnachten



Hochzeit



Produktneuheiten und Vermarktung 2010

Viele neue themenbezogene Designs – Fotokalender



Hochzeit



Konfirmation



Taufe



Baby



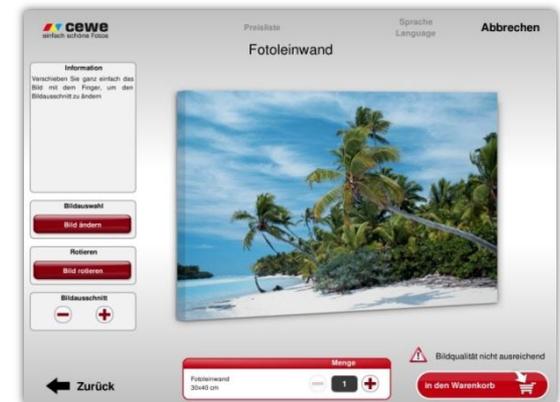
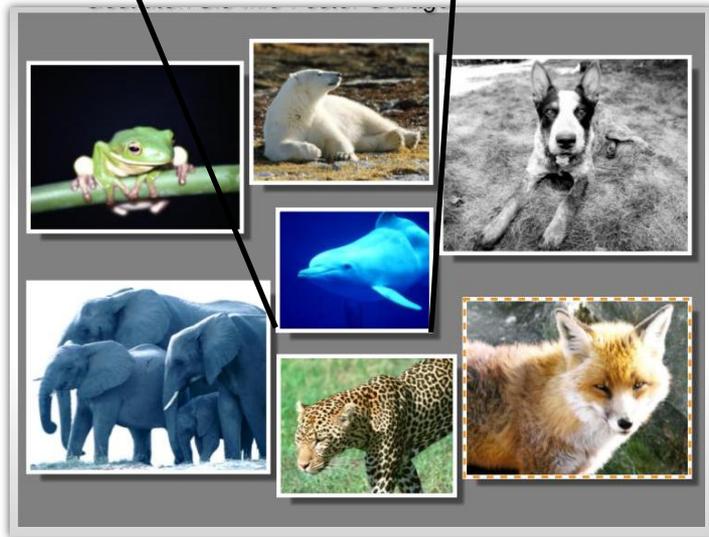
Fußball



Liebe

Produktneuheiten und Vermarktung 2010

Neue CEWE FOTO KOMBI KIOSK Software



Neu: Collagen Editor mit Text, Wanddeko und PosterXXL, Grußkarten, Smartalbum

Produktneuheiten und Vermarktung 2010

Neues abverkaufstarkes Möbel

Verbesserungen

- Modernes Design
- 1,60 m Höhe für attraktive Gondelplatzierungen im Handel
- Klare Auslobung von Fotos Sofort



Produktneuheiten und Vermarktung 2010

16 Themenwelten – Adaption von Designs für verschiedene Produkte

Beispiel: Baby



Klappkarte XL



CEWE FOTOBUCH



Poster auf Alu-Dibond



Panoramatasse

Produktneuheiten und Vermarktung 2010

16 Themenwelten – Adaption von Designs für verschiedene Produkte

Beispiel: Hochzeit



Klappkarte XL



CEWE FOTOBUCH



Poster auf Alu-Dibond



Panoramatasse

Weitere Themenwelten sind z.B.: Taufe, Urlaub, Kinder, Jubiläum, Liebe...

Produktneuheiten und Vermarktung 2010

Print-Aktivitäten – Sommerkampagne

Zielgruppe:

Hobbyfotograf, weiblich, 30-59 Jahre, HHNE+,
mit Kindern

Frauenzeitschriften & Special-Interest-Titel:

Freundin (D), Bild der Frau, Lisa, Tina (D)

Die Zeit, Stern (D), Baby & Co , Familie & Co. (D),

Spielen & Lernen (D), Hochzeitsplaner,

Weddingstyle, Hochzeit (D)

Wienerin, Madonna, Krone (AT)

Zeitraum:

Schwerpunkte Aug-Sep

ab 7,95 €*

Sommerzeit ist
CEWE FOTOBUCH-Zeit

Unser schönster
Sommerurlaub

Europas beliebtestes Fotobuch ●
Prämierte Qualität ●
Einfache Gestaltung ●
Riesenauswahl ●

**Mein
CEWE FOTOBUCH**
Ihre Fotos als echtes Buch!

Gestalten Sie Ihre persönliche Fotoerinnerung! Kombinieren Sie Ihre Bilder mit
attraktiven Hintergrundbildern, eigenen Texten und individueller Seitengestaltung in
einem CEWE FOTOBUCH - ab 7,95 €.*

cewe
einfach schöne Fotos

www.cewe-fotobuch.de



freundin



Produktneuheiten und Vermarktung 2010

Print-Aktivitäten – Stern-Beileger

Sommerversion (26.08.2010)
Auflage: ca. 1.000.000 Stück



Mein persönliches Geschenk ab 7,95€

Europas beliebtestes Fotobuch • Primäres Qualitäts • Einfache Gestaltung • Ressourcenschonend

Mein CEWE FOTOBUCH
Ihre Fotos als echtes Buch!

www.cewe-fotobuch.de

Wir schenken Ihnen eine Geschenkidee.

Der Countdown läuft. Nur noch wenige Tage, dann beginnt wieder die romantischste Zeit des Jahres. Und haben Sie schon eine Geschenkidee? Wie wäre es mit etwas ganz Persönlichem?

Überraschen Sie Ihre Liebsten doch mal mit einem besonderen Geschenk – seinem CEWE FOTOBUCH. Gestalten Sie im Handumdrehen ein echtes Buch aus Ihren Fotos.

Kombinieren Sie Ihre Bilder mit attraktiven Hintergründen, eleganten Texten und gestalten Sie die Seiten ganz individuell. Ein CEWE FOTOBUCH ist immer die perfekte Geschenkidee. Und das nicht nur zu Weihnachten.

NEU mit Hochglanz

Und so einfach geht's:

- Software kostenlos unter www.cewe-fotobuch.de herunterladen oder via Ihrem Fotokamerapersonal
- Am Computer (Windows, Apple, Linux) kinderleicht für persönliches CEWE FOTOBUCH gestalten
- Wählen Sie zwischen zahlreichen Formaten. Entdecken neue Ideen und lassen Sie die Art des Papiers
- Fügen Sie im Handumdrehen Ihre Fotos, Texte und Hintergrund ein
- Auf Wunsch kann das jeweilige Software-Auswahl durch jeden Schritt und gibt Ihnen weitere Vorschläge
- Fertig ist Ihr CEWE FOTOBUCH

Wählen Sie Ihren bequemsten Bestellweg:

- Bestellen Sie mit Hilfe der Software ganz einfach online
- Oder lassen Sie Ihre Bestellungen mit Hilfe der Software auf einer CD oder DVD. Geben Sie diese in eine Auftragsnote bei Ihrem Fotokamerahändler. Kreuzen Sie als Wunschprodukt CEWE FOTOBUCH an
- Buchen nach wenigen Tagen können Sie Ihr CEWE FOTOBUCH beim Händler abholen
- Oder Sie können sich ebenfalls Ihr CEWE FOTOBUCH auch bestellen nach Hause schicken lassen

Probieren Sie es aus!
Lesen Sie sich vom Testbeleg überlegen und entdecken Sie jetzt, wie einfach, bequem und schnell aus Ihren Fotos ein echtes, geliebtes Buch wird

CEWE FOTOBUCH Compact Panorama **9,95€**

CEWE FOTOBUCH Groß **15,95€**

CEWE FOTOBUCH Groß Panorama **23,95€**

CEWE FOTOBUCH XL **29,95€**

CEWE FOTOBUCH XXL Panorama **59,95€**

Mein CEWE FOTOBUCH
Ihre Fotos als echtes Buch!

www.cewe-fotobuch.de

Produktneuheiten und Vermarktung 2010

Medienkooperation – Sommerpromotion Deutschland / Österreich

- Medienkooperation mit Pro 7 / SAT.1: CEWE FOTOBUCH und Pro 7 verlosen 3 individuelle Familien-Urlaube im Werte von jeweils 10.000 Euro
- Spots auf Pro7 und SAT.1 wecken Interesse und verweisen auf cewe-fotobuch.de
Umsetzung der Aktion mit Bewerbungsmechanismus als Special auf cewe-fotobuch.de
- Online-Special/Teaser-Kampagne auf prosieben.de und sat1.de



Produktneuheiten und Vermarktung 2010

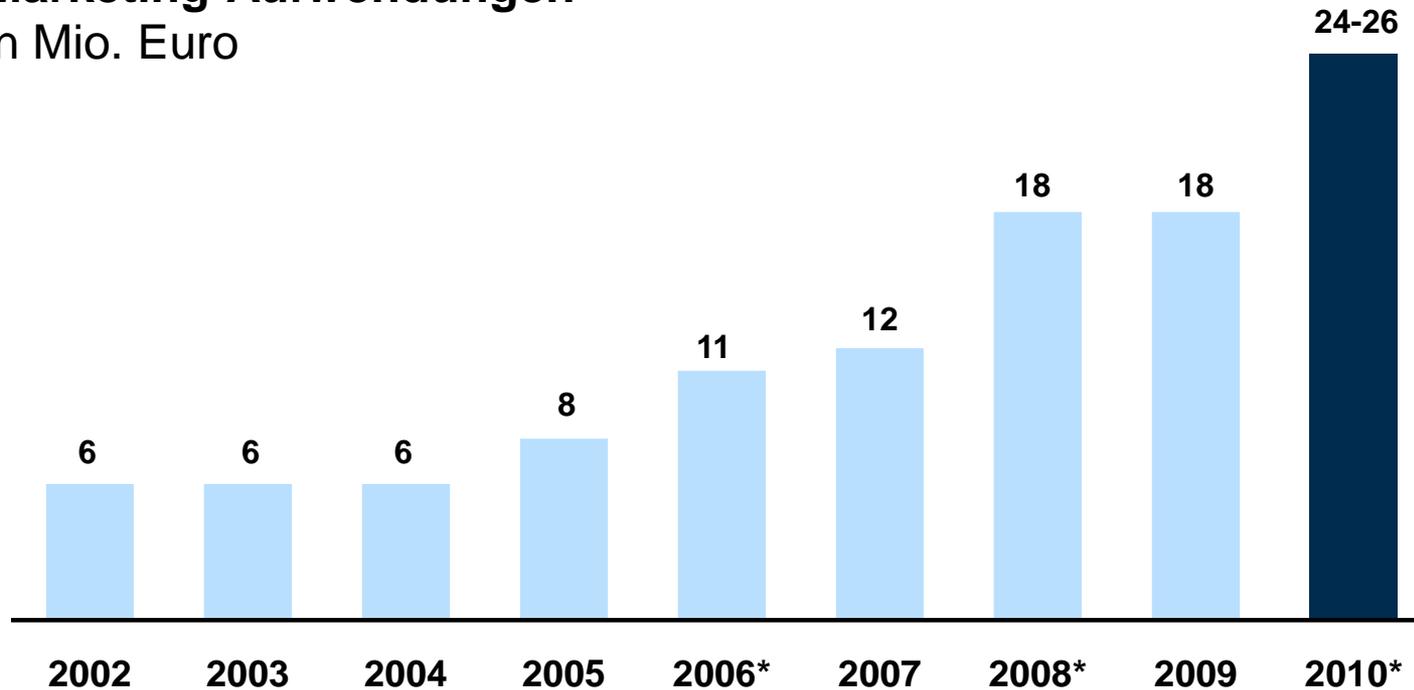
In-Store-TV

Spots in 60 und 90 Sekundenlänge

- Sachliche & anlassbezogene Informationen rundum das CEWE FOTOBUCH
- Einsetzbar mit (z. B. für TV-Spots) und ohne Ton (z. B. In-Store, Messen)
- Emotionale und anlassbezogene Tonalität
- Internationaler Einsatz

Entwicklung der Marketing-Aufwendungen

Marketing-Aufwendungen
in Mio. Euro



► **Starkes Marketing-Niveau nun erreicht**

* inklusive Messe-Aufwendungen für photokina

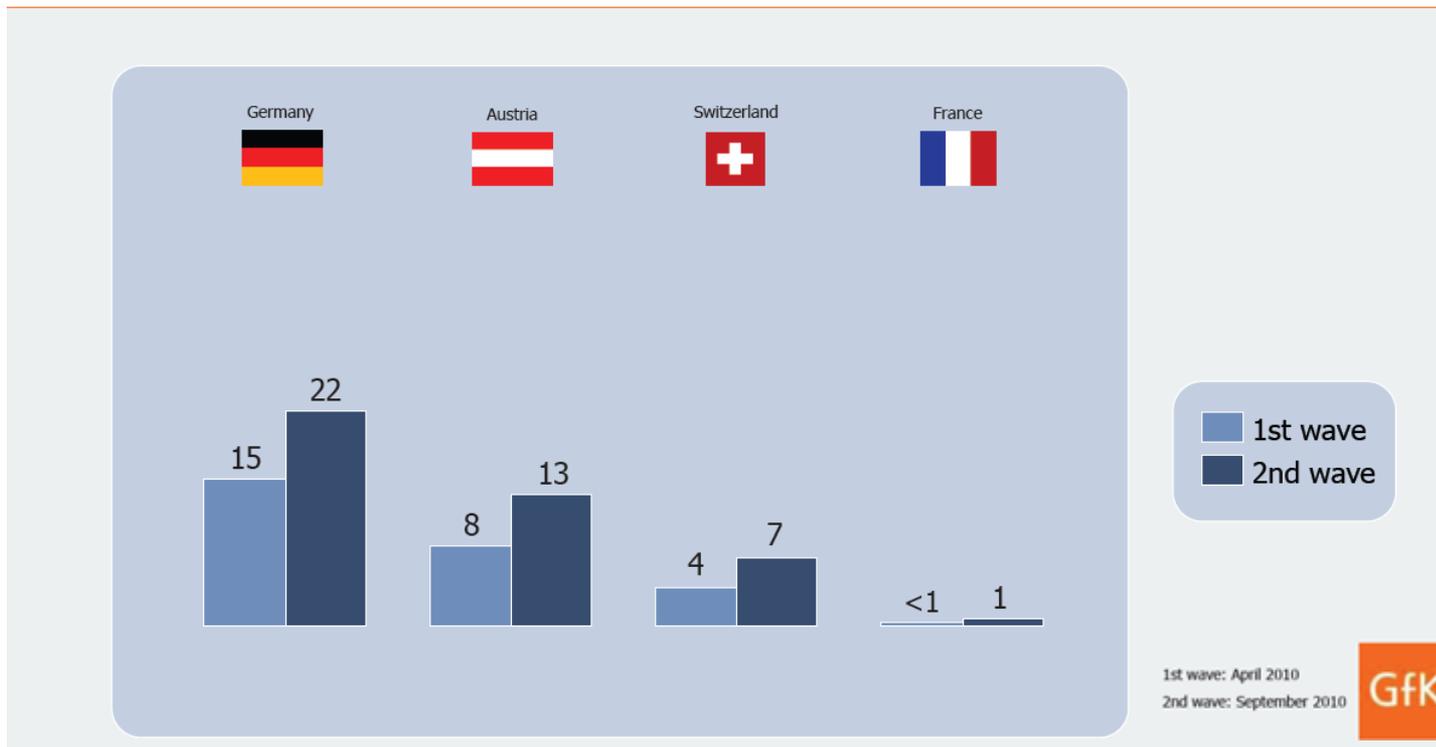
Ungestützte Markenbekanntheit CEWE FOTOBUCH

GfK Consumer Panel

Advertising Impact Study CEWE

September 2010

Unaided „My CEWE Photobook“ brand awareness



- ▶ Marketing-Investitionen rentieren sich
- ▶ Pole-Position für das ergebnisentscheidende Q4 erreicht

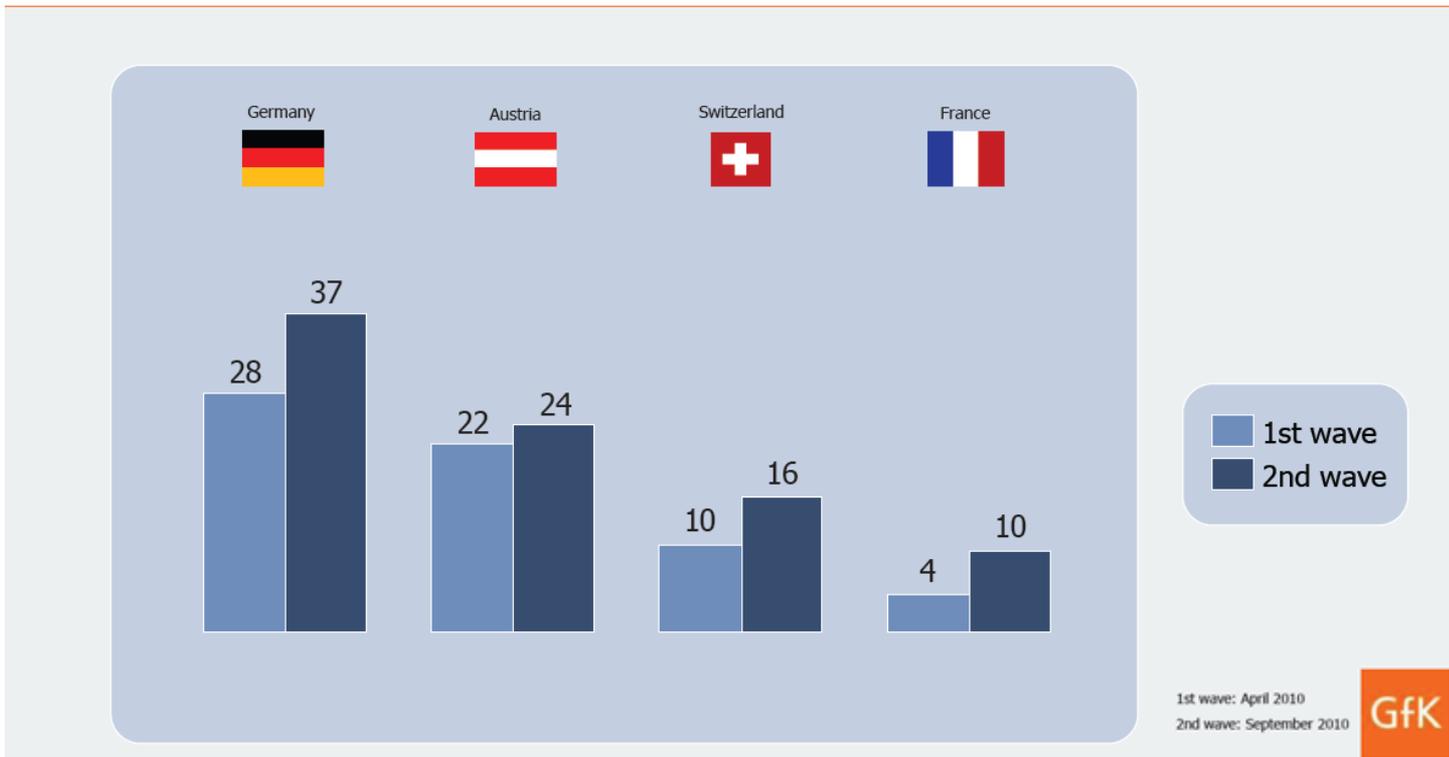
Gestützte Markenbekanntheit CEWE FOTOBUCH

GfK Consumer Panel

Advertising Impact Study CEWE

September 2010

Aided „My CEWE Photobook“ brand awareness



- ▶ Marketing-Investitionen rentieren sich
- ▶ Pole-Position für das ergebnisentscheidende Q4 erreicht

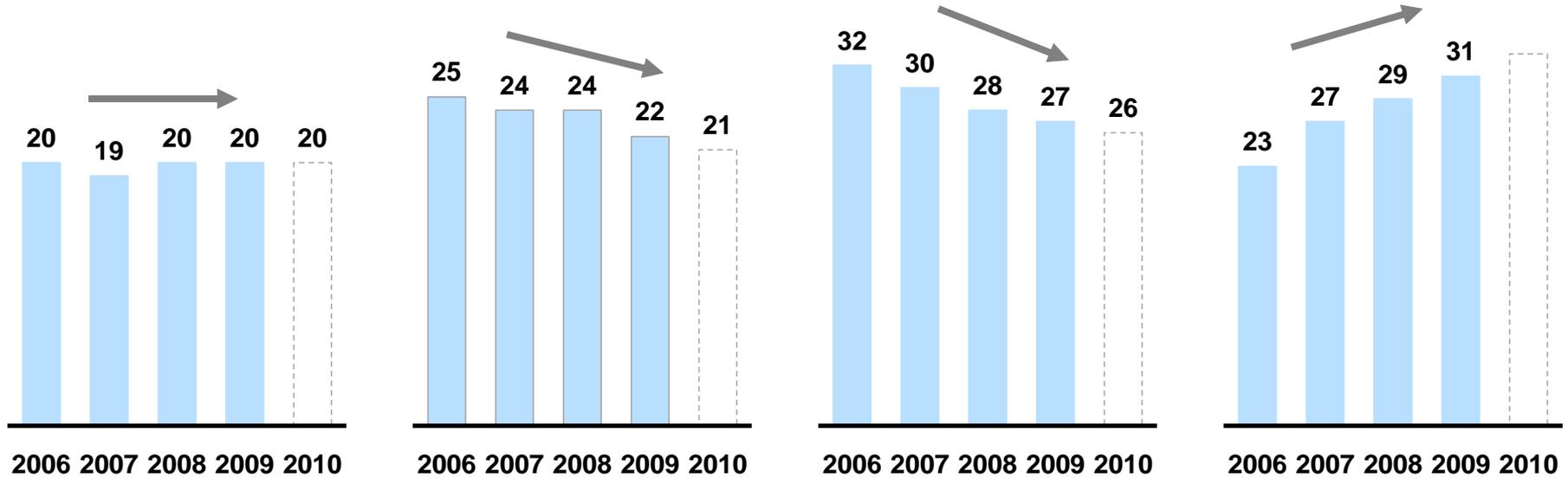
Agenda

1. Neuheiten aus Produktentwicklung und Marketing
- 2. Kernzahlen** (Volumen und Ergebnisse)
3. Finanzbericht (GuV-Details, Segmente, Bilanz, Cash Flow, Kapitalrentabilität)
4. Ausblick
5. Q & A

Umsatzanteile nach Quartalen

Saisonale Verteilung: CEWE 2006 bis 2010

Umsatzanteil je Quartal in Prozent



Q1

425* m€
Umsatzziel
2010

85,0 m€

Q2

89,3 m€

Q3

110,5 m€

Q4

Ist-Werte

84,0 m€

Ist

96,4 m€

Ist

116,4 m€

Ist

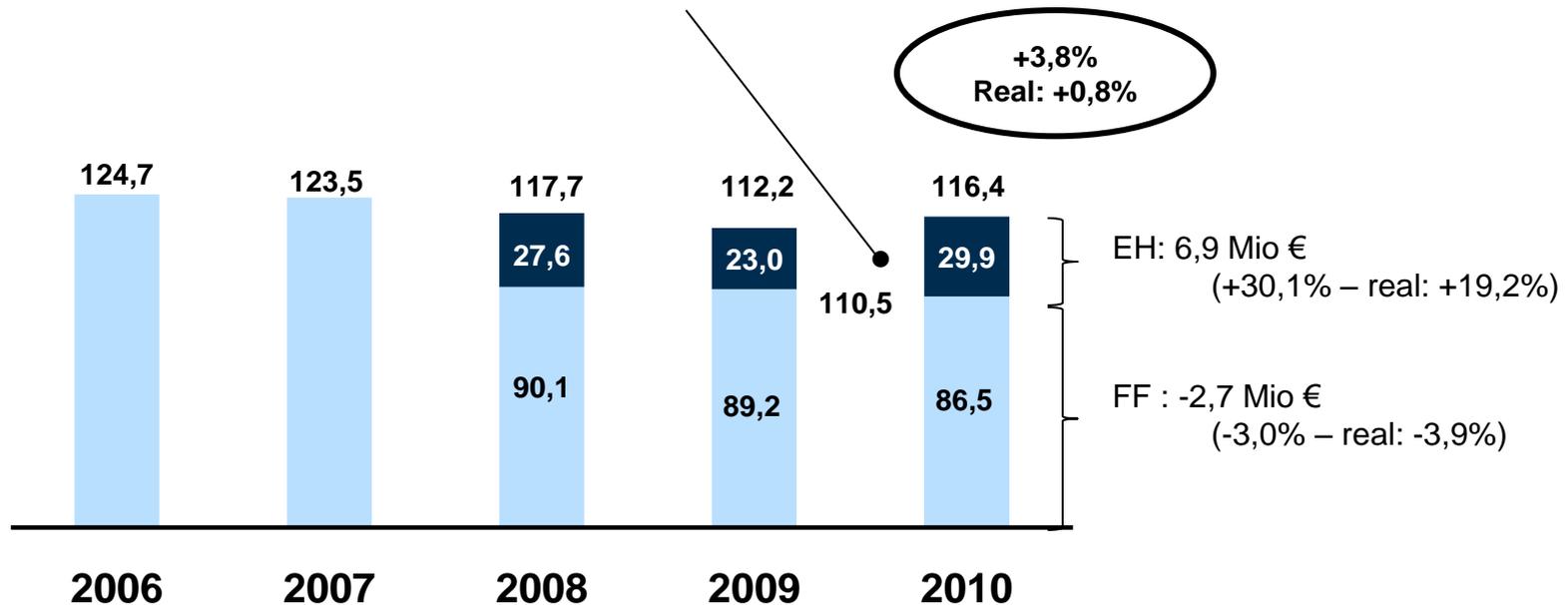
► Umsatzentwicklung in Q3 sogar über den Erwartungen

*Ziel: 420-430 m€

Umsatz Q3

Umsatz Q3 in Mio. Euro

Umsatz-Erwartung gemäß mittlerem
Umsatzziel (425 Mio. Euro) für 2010 und
Saisonverschiebung



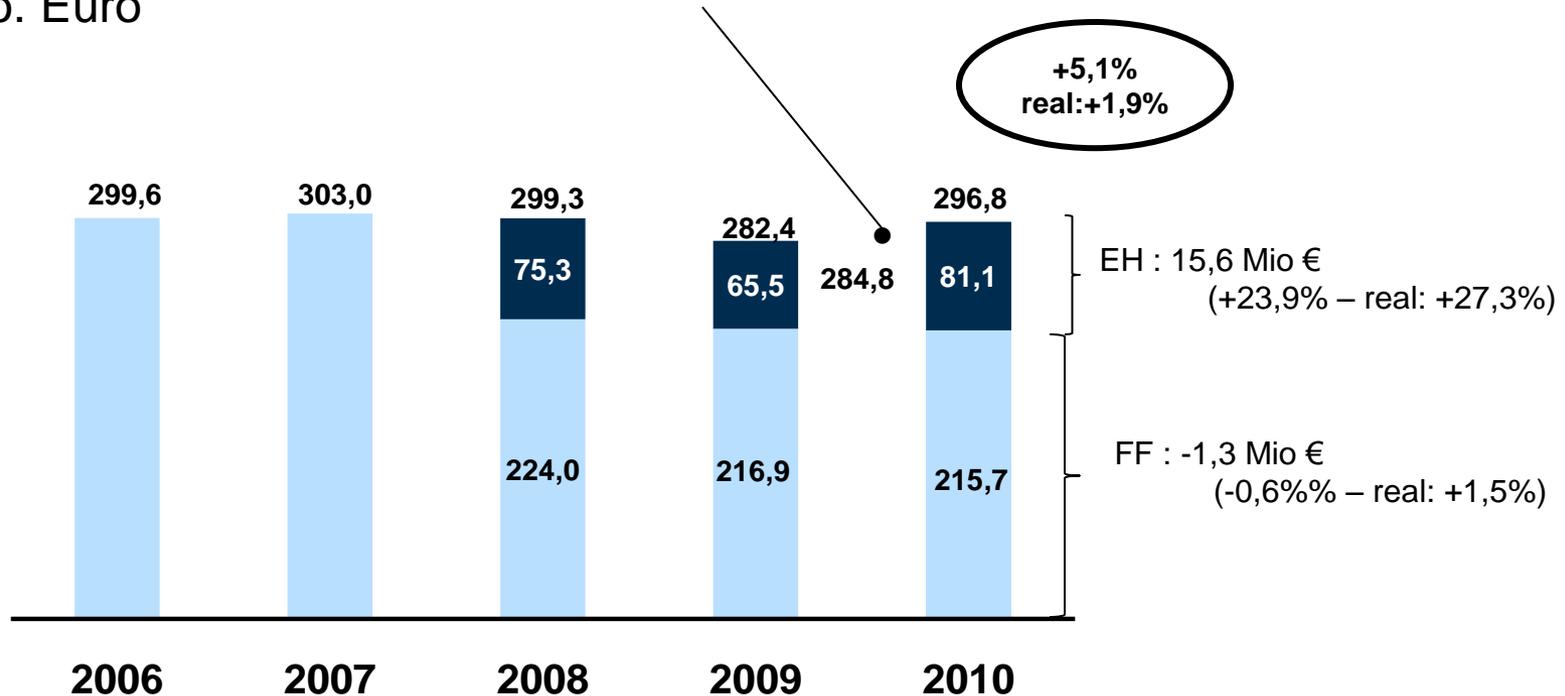
- ▶ Umsatz legt 3,8% zu, vor allem durch Einzelhandel
- ▶ Fotofinishing-Umsatz gemäß Saisonverschiebung

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Umsatz Q1-Q3

Umsatz Q1-Q3 in Mio. Euro

Umsatz-Erwartung gemäß mittlerem
Umsatzziel (425 Mio. Euro) für 2010 und
Saisonverschiebung

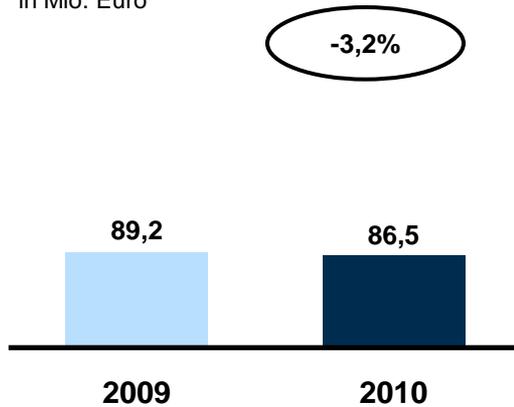


- ▶ Umsatz steigt 5,1%, vor allem durch Einzelhandel
- ▶ Fotofinishing-Umsatz gemäß Saisonverschiebung

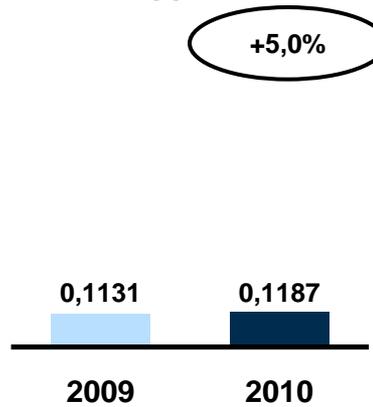
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Wertigkeit der Fotos Q3/2010

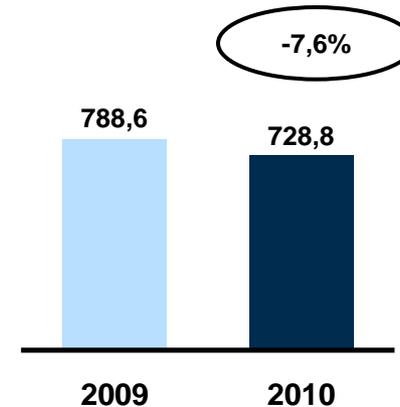
Umsatz Q3
in Mio. Euro



Wert pro Foto *
Umsatz/Bild [€]



Fotos gesamt
in Mio. Stück



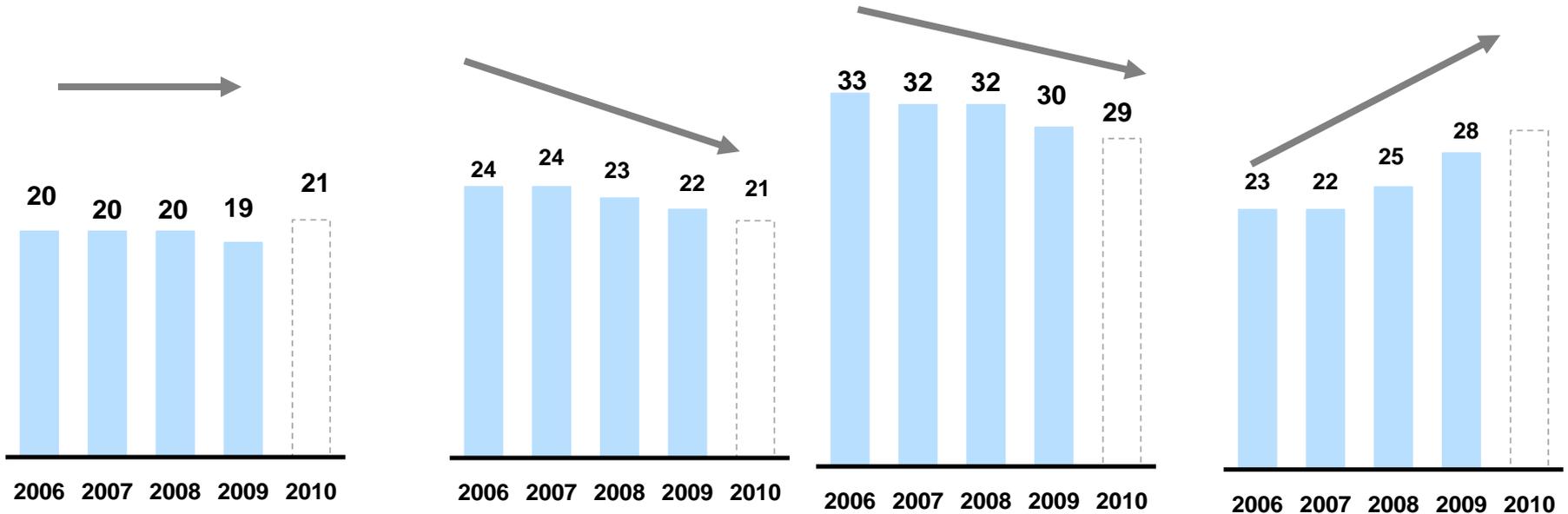
► Auch in Q3 wurde die Wertigkeit der Fotos deutlich gesteigert

*Nur Umsatz der Fotofinishing-Segmente

Fotos Gesamt nach Quartalen

Saisonale Verteilung: CEWE 2006 bis 2010
Fotos Gesamt- Anteil je Quartal in Prozent

► Q3-Volumen erfüllt die Erwartungen



Q1

Q2

Q3

2,4 Mrd. Fotos 2010

0,50 Mrd.

0,50 Mrd.

0,70 Mrd.

Ist-Werte

0,52 Mrd. ✓

Ist

0,52 Mrd. ✓

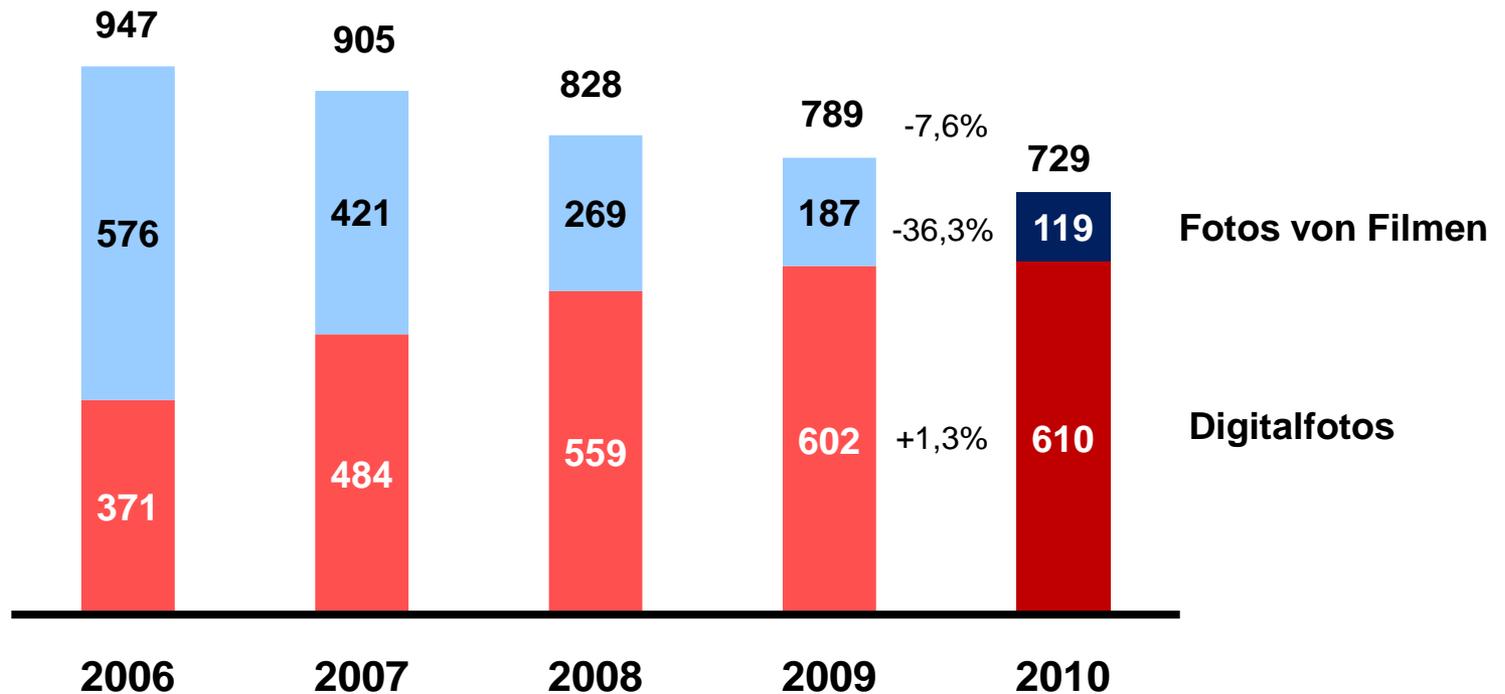
Ist

0,70 Mrd. ✓

Ist

Fotos Q3

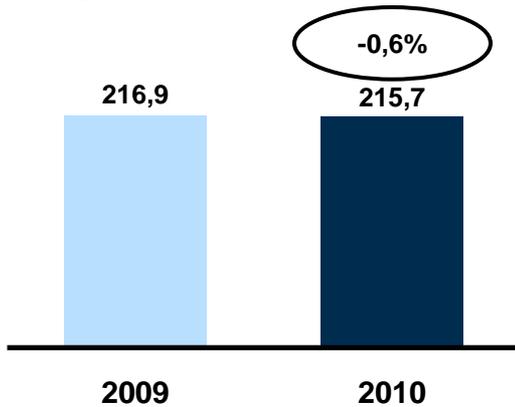
Fotos Q3
in Mio. Stück



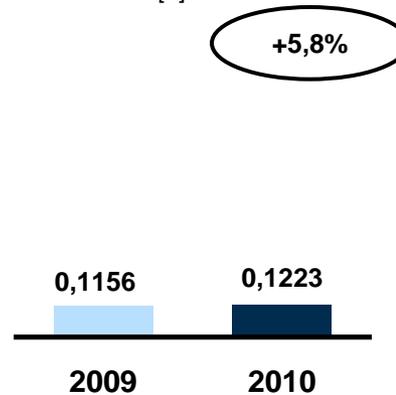
▶ Anteil der Digitalfotos legt zu und treibt den Trend „von Masse zu Klasse“

Wertigkeit der Fotos Q1-Q3/2010

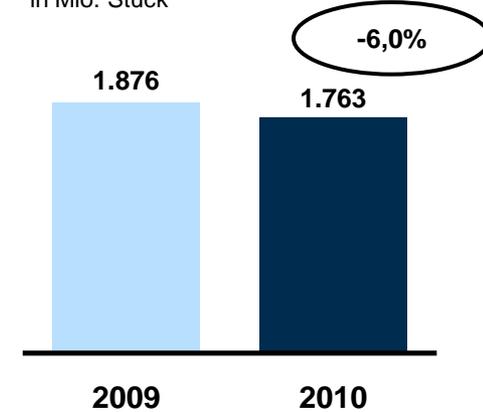
Umsatz Q1-Q3
in Mio. Euro



Wert pro Foto *
Umsatz/Bild [€]



Fotos gesamt
in Mio. Stück

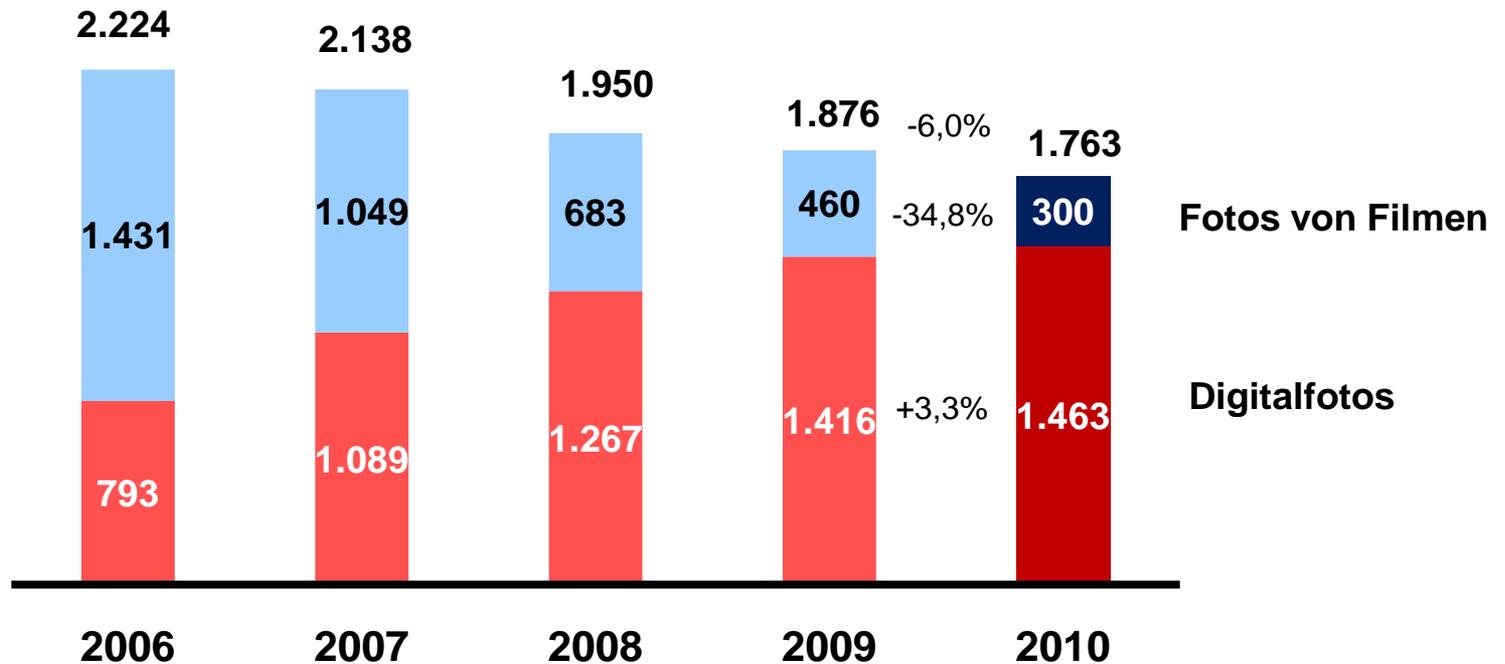


► Auch in Q1-Q3/2010 steigt der Wert pro Foto

*Nur Umsatz der Fotofinishing-Segmente

Fotos Q1-Q3

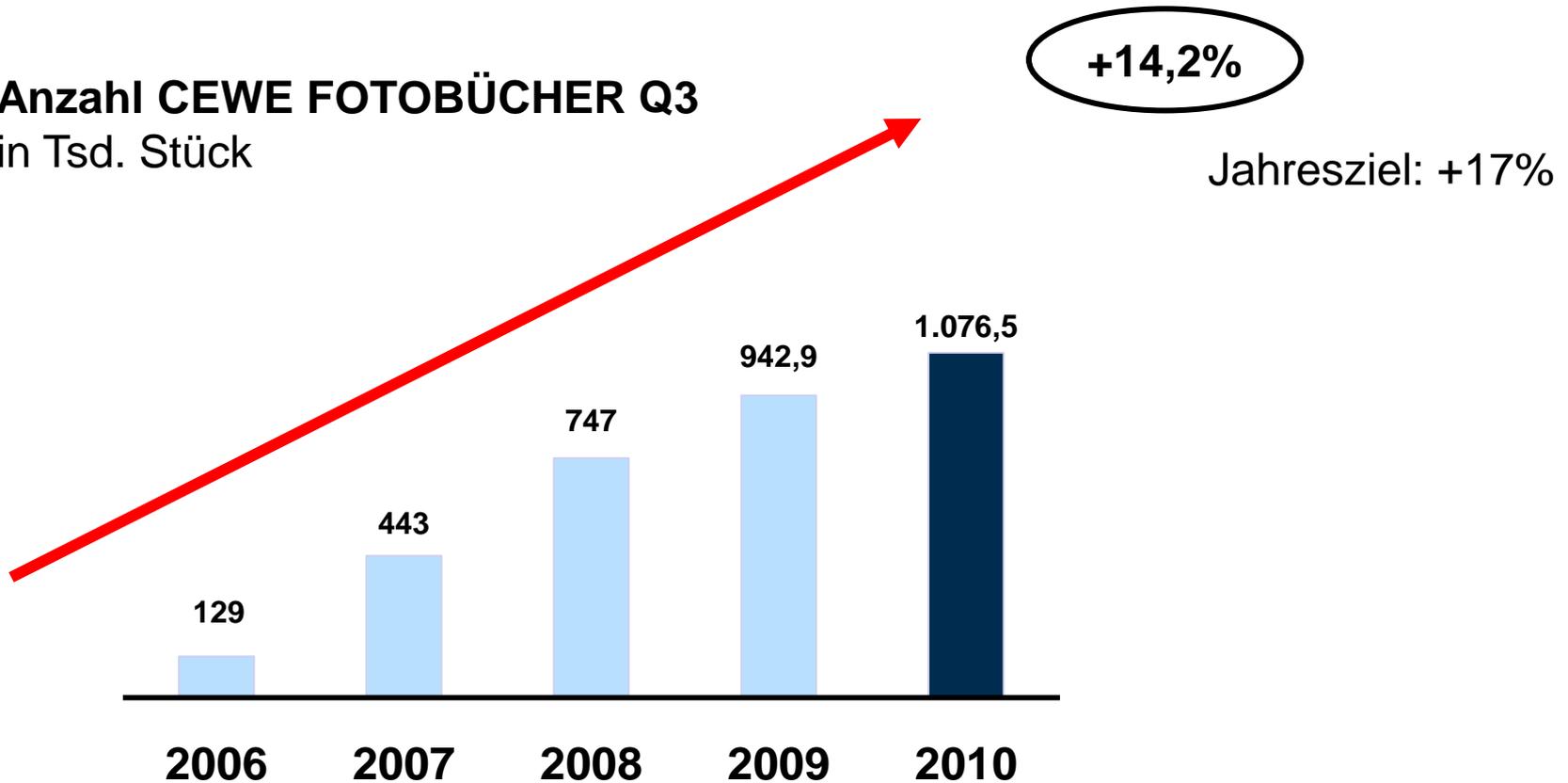
FotosQ1-Q3
in Mio. Stück



- ▶ **Ebenso steigt der Digitalanteil auch in Q1-Q3/2010: Trend „von Masse zu Klasse“**

CEWE FOTOBUCH-Wachstum Q3

Anzahl CEWE FOTOBÜCHER Q3
in Tsd. Stück

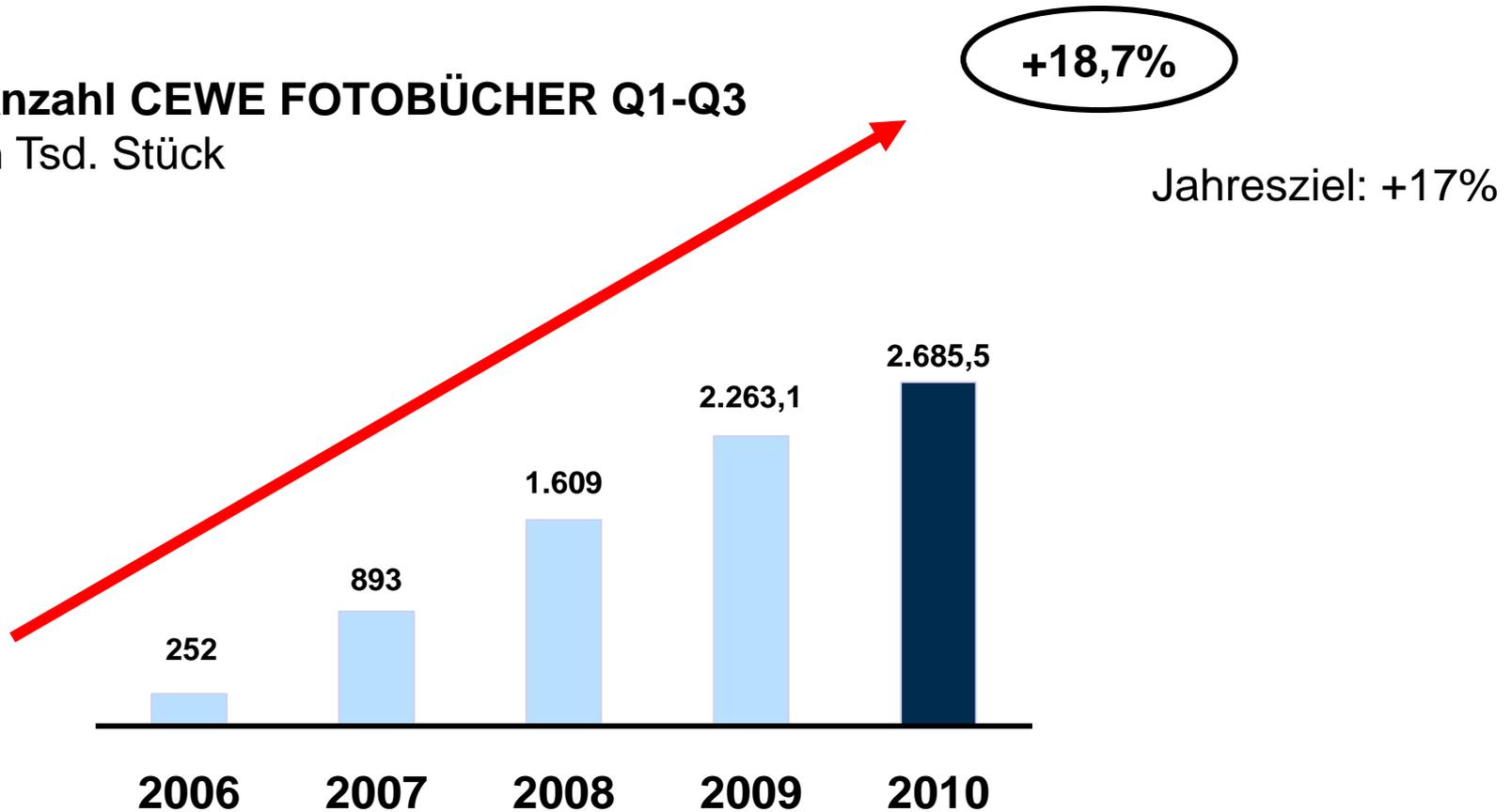


► CEWE FOTOBUCH-Volumen steigt wie erwartet

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

CEWE FOTOBUCH-Wachstum Q1-Q3

Anzahl CEWE FOTOBÜCHER Q1-Q3
in Tsd. Stück



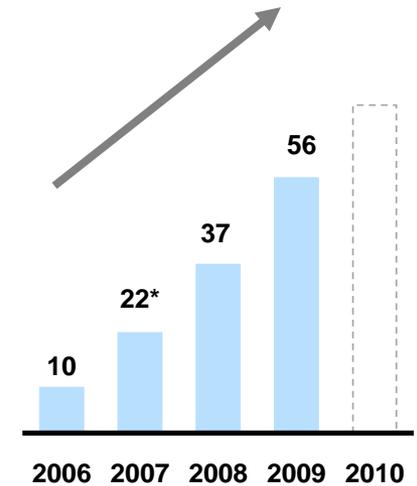
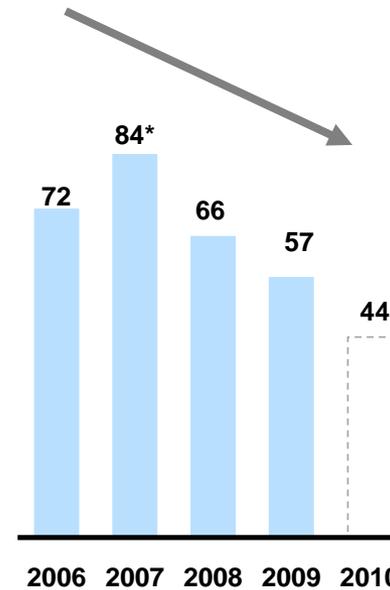
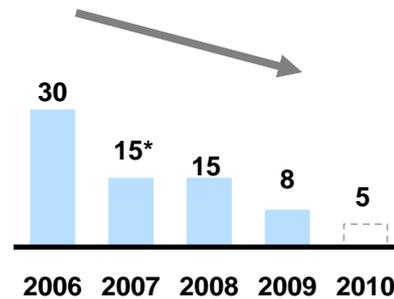
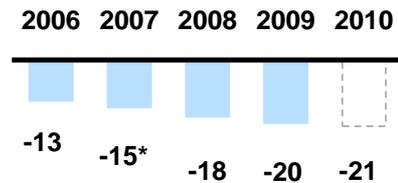
► CEWE FOTOBUCH-Volumen steigt wie erwartet

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

EBIT vor Restrukturierung nach Quartalen

Saisonale Verteilung: CEWE 2006 bis 2010

EBIT-Anteil je Quartal in Prozent



Q1

-5,5 - -6,6 m€

Q2

1,3-1,6 m€

Q3

11,5-13,7 m€

Q4

26,2-31,2m€
EBIT-Ziel
2010

Ist-Werte

-5,5 m€



Ist

1,8 m€



Ist

12,3 m€



Ist

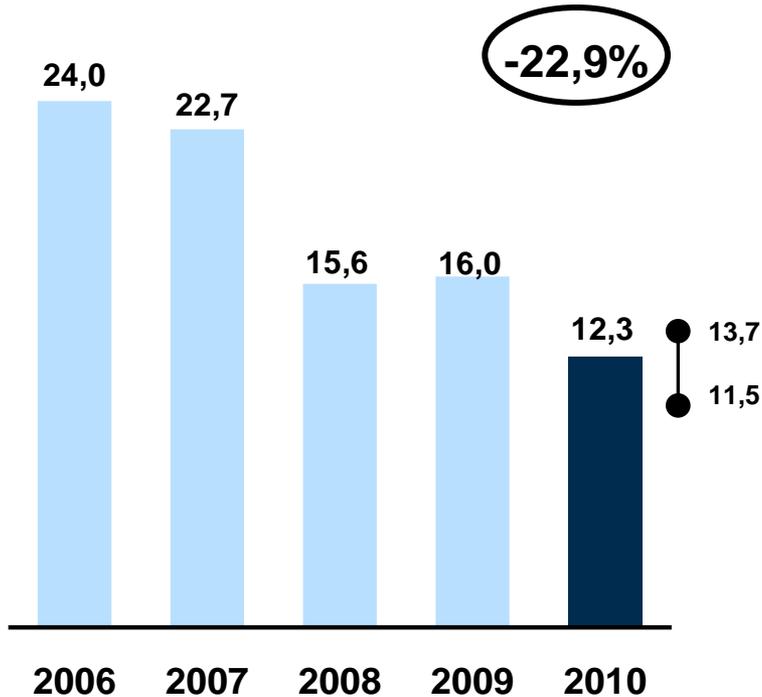
*Veränderung EBIT vor. Restrukt. durch Berücksichtigung HV-Kosten in Q2 u. Q3 2007

► **Q3-Ergebnis voll im Plan**

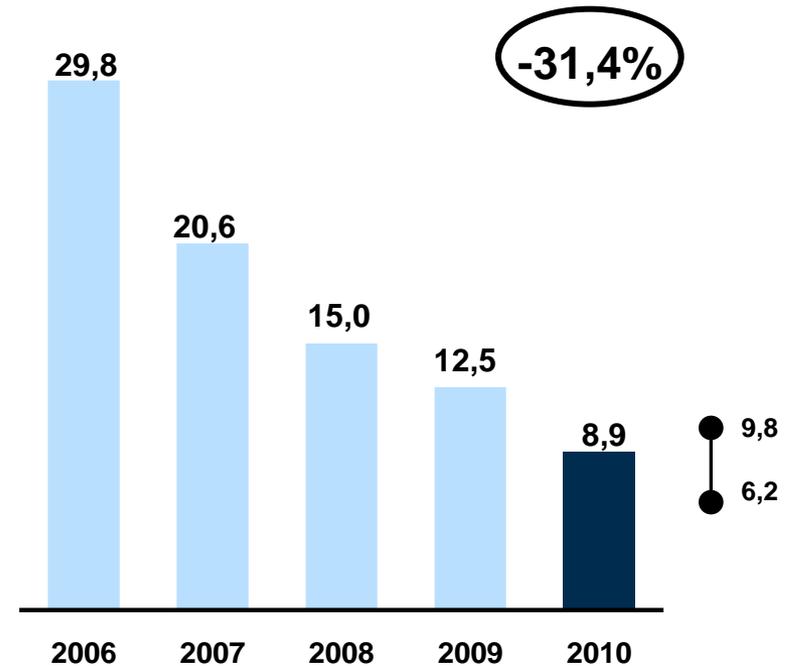
Operatives Ergebnis (EBIT) vor Restrukturierung Q3 und Q1-Q3

Erwartung gemäß
Saisonverschiebung

EBIT vor Restrukturierung Q3 in Mio. Euro



EBIT vor Restrukturierung Q1-Q3 in Mio. Euro



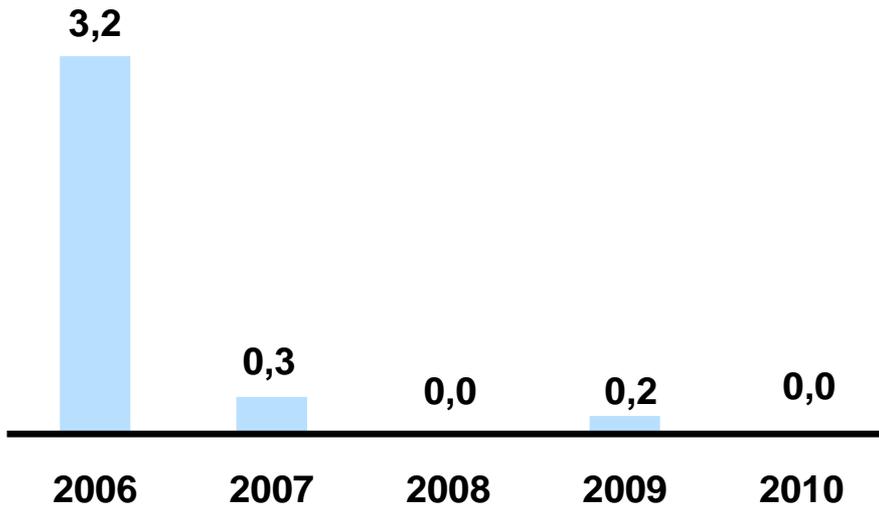
► EBIT genau im Rahmen der durch Saisonverschiebung beeinflussten Erwartungen

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

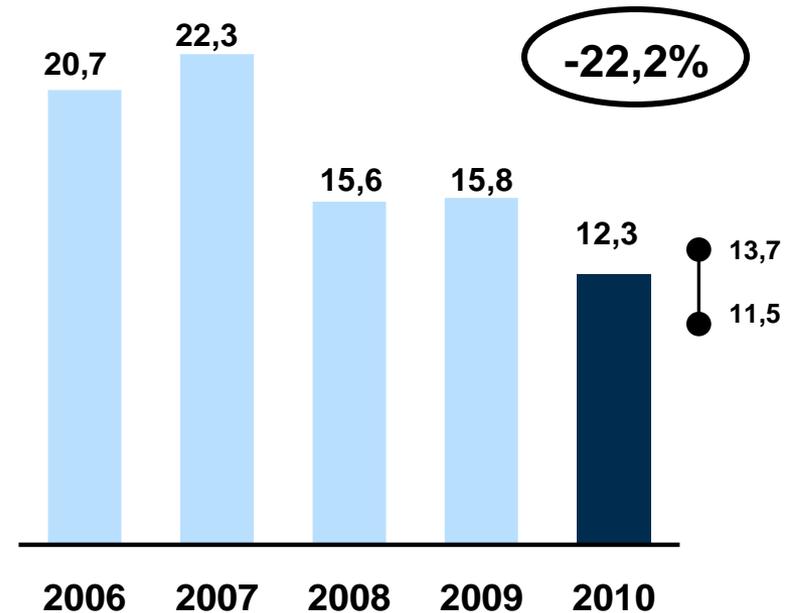
Restrukturierungskosten Q3 und Operatives Ergebnis (EBIT) Q3

Erwartung gemäß
Saisonverschiebung

Restrukturierungskosten Q3 in Mio. Euro



EBIT nach Restrukturierung Q3 in Mio. Euro



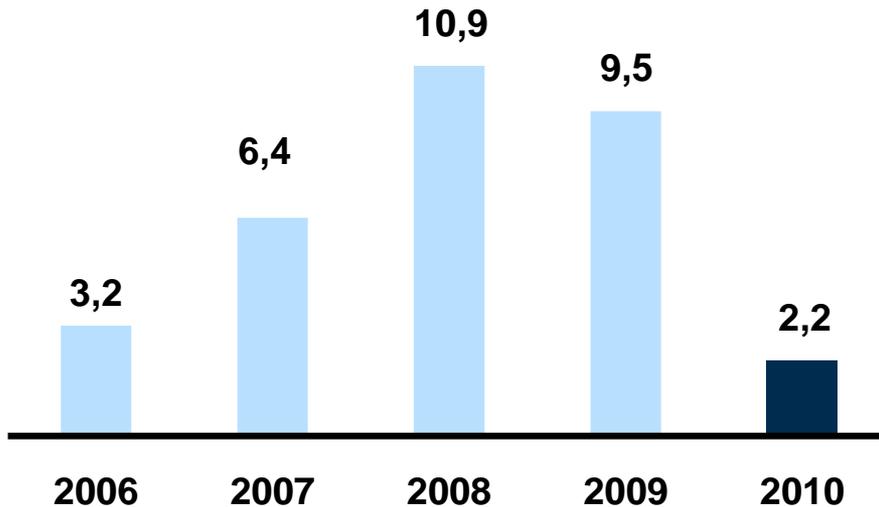
► **Analog-digital-transformationsbedingte Restrukturierung im Jahr 2009 beendet**

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

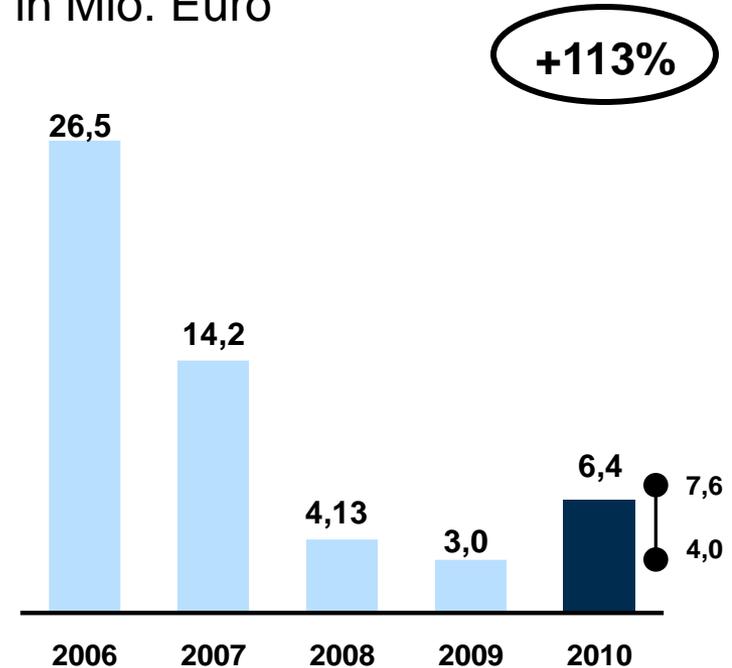
Restrukturierungskosten Q1-Q3 und Operatives Ergebnis (EBIT) Q1-Q3

Erwartung gemäß
Saisonverschiebung

Restrukturierungskosten Q1-Q3 in Mio. Euro



EBIT nach Restrukturierung Q1-Q3 in Mio. Euro

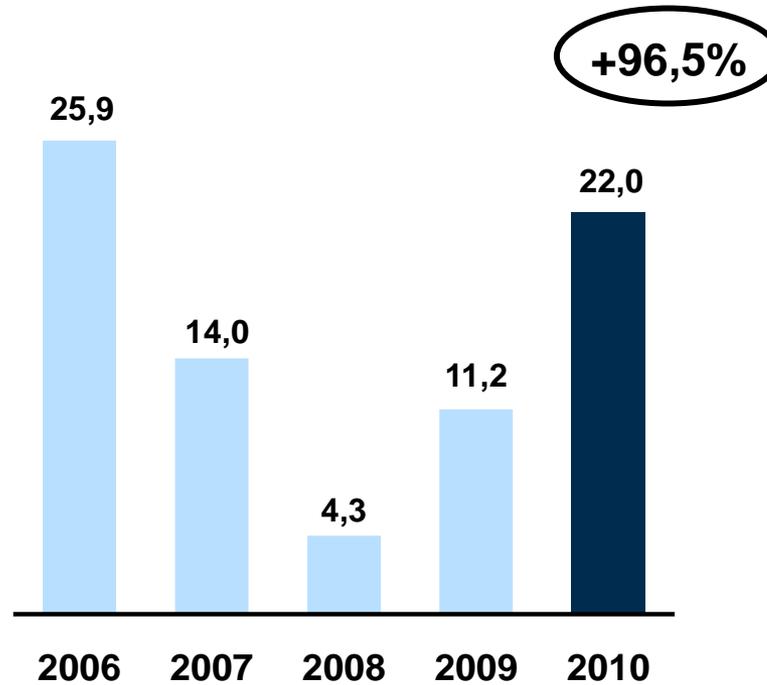


- ▶ EBIT nach Restrukturierung durch Beendigung der analog-digital-transformationsbedingten Restrukturierung in Q1 deutlich verbessert

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

EBIT rollierend 12 Monate

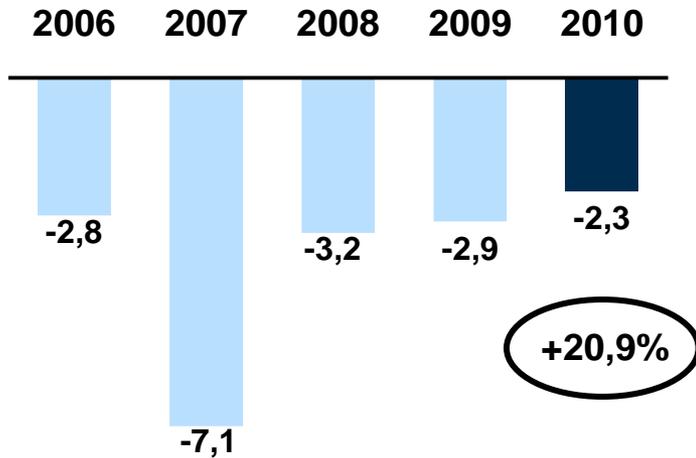
EBIT (rollierend 12 Monate)
in Mio. Euro



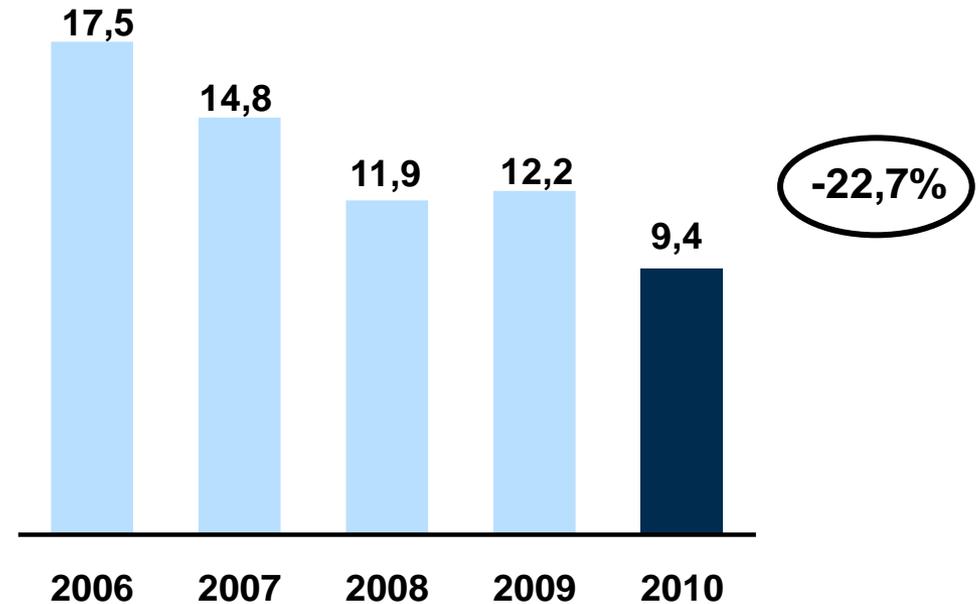
▶ 12-Monats-Ergebnisse verdoppelt

Steuerliche Effekte Q3

Steueraufwand Q3 in Mio. Euro



Ergebnis nach Steuern Q3 in Mio. Euro



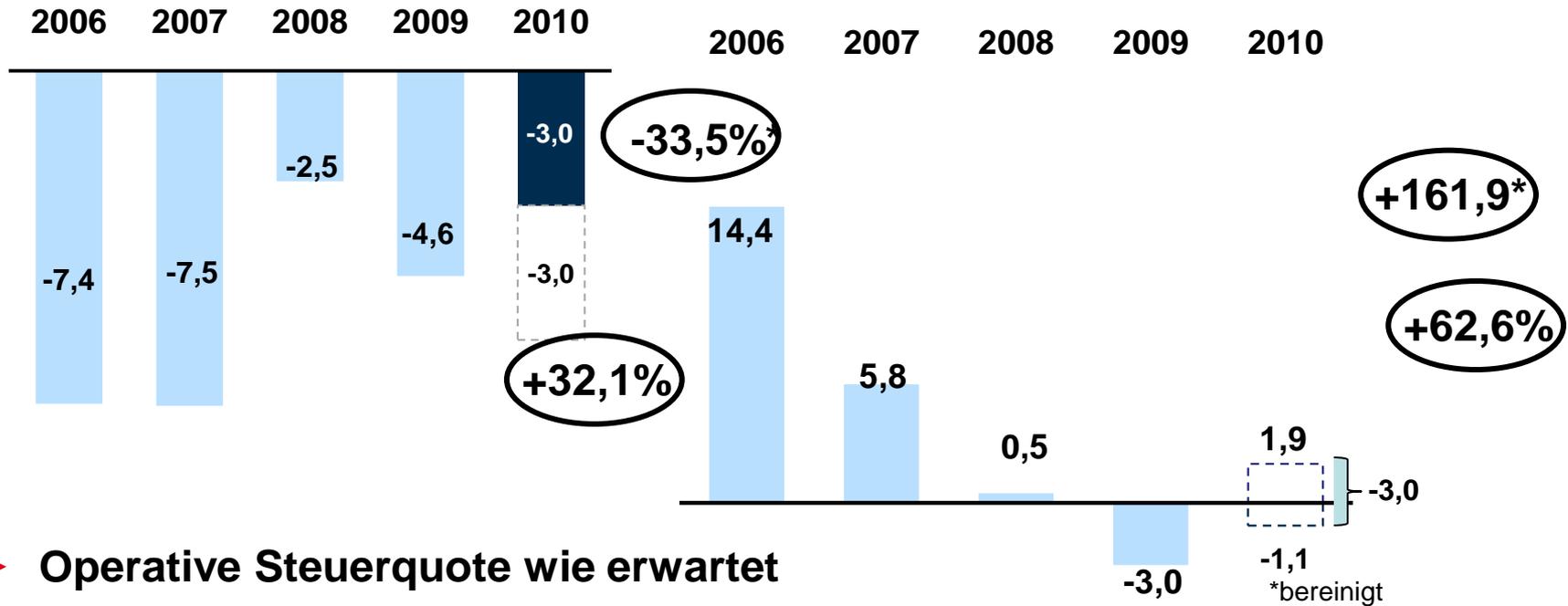
- ▶ Operative Steuerquote wie erwartet
- ▶ Ergebnis nach Steuern gemäß Saisonverschiebung

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Steuerliche Effekte mit Sondereffekt Q1-Q3

Steueraufwand Q1-Q3
in Mio. Euro

Ergebnis nach Steuern Q1-Q3
in Mio. Euro



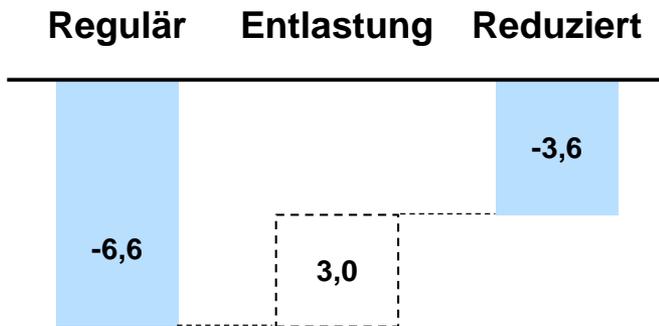
- ▶ Operative Steuerquote wie erwartet
- ▶ Ergebnis nach Steuern steigt durch Beendigung Analog/Digital Restrukturierungen
- ▶ Sondereffekt: 3,0 m€ Steuern auf Forderungsverzicht ggü. Frankreich

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

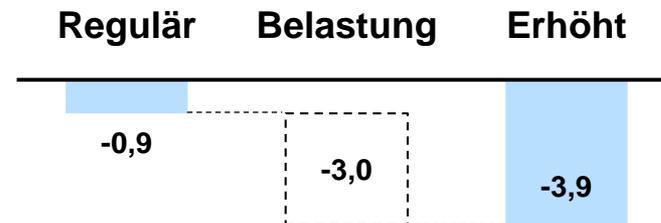
Steuerlicher Sondereffekt

BACKUP

Veränderung des Steueraufwands
2008 durch Sondereffekt
Forderungsverzicht*



Veränderung des Steueraufwands
Q2 2010 durch Sondereffekt
Forderungsverzicht*



- ▶ 2008: Reduzierung des Steueraufwands durch Forderungsverzicht
- ▶ Q2 2010: Anderslautende Steuerbescheide erhöhen Steueraufwand
- ▶ 2011 ff.: Bewahrung der Chance auf positiven Sondereffekt und ceteris paribus Reduktion des Steueraufwands um 3,0 Mio. €

* Forderungsverzicht der CEWE COLOR OHG gegenüber der französischen Tochtergesellschaft

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Agenda

1. Neuheiten aus Produktentwicklung und Marketing
2. Kernzahlen (Volumen und Ergebnisse)
- 3. Finanzbericht** (GuV-Details, Segmente, Bilanz, Cash Flow, Kapitalrentabilität)
4. Ausblick
5. Q & A

Konzern GuV-Darstellung – Q3

In Millionen Euro	Q3 2010	% v. Umsatz	Q3 2009	% v. Umsatz	Delta* m€	Delta* %
Umsatzerlöse	116,4	100,0%	112,2	100,0%	4,2	3,8%
Bestandsveränderung	0,0	0,0%	0,0	0,0%	-	-
Andere aktivierte Eigenleistung	0,4	0,4%	0,2	0,2%	0,2	99,0%
Sonstige betriebliche Erträge	5,8	5,0%	7,3	6,5%	-1,5	-20,6%
Materialaufwand	-42,9	-36,9%	-41,8	-37,3%	-1,1	-2,7%
Rohergebnis	79,7	68,5%	77,9	69,4%	1,8	2,3%
Personalaufwand	-24,6	-21,1%	-23,6	-21,0%	-1,0	-4,2%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-34,2	-29,4%	-29,3	-26,1%	-4,9	-16,9%
EBITDA	20,9	18,0%	25,0	22,3%	-4,1	-16,5%
Abschreibungen	-8,6	-7,4%	-9,2	-8,2%	0,6	6,7%
EBIT	12,3	10,6%	15,8	14,1%	-3,5	-22,2%
Finanzergebnis	-0,6	-0,5%	-0,7	-0,6%	0,1	18%
EBT	11,7	10,1%	15,1	13,5%	-3,4	-22,4%
Steuern	-2,3	-2,0%	-2,9	-2,6%	0,6	20,9%
Ergebnis nach Steuern	9,4	8,1%	12,2	10,9%	-2,8	-22,7%

-0,8 m€ Fotofinishing (-0,9 %)
 +5,1 m€ Einzelhandel (+22,1 %)
 Währungsbereinigt:
 Fotofinishing: -1,9 %
 Einzelhandel: +14,8 %

(-) weiterber. Werbekosten
 (-) Rückgang periodenfremde Erträge

(-) Personal Mehrwertprodukte
 (Produktmanagement, Marketing,
 Produktion,...)

(-) Marketing

*Vorzeichen entspricht Ergebnisauswirkung
 Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Personalaufwand						
incl. Restrukturierung	-24,6	21,1	-23,6	21,0	-1,0	-4,2%
ohne Restrukturierung	-24,6	21,1	-23,4	20,9	-1,2	-4,9%
Restrukt. in Personalaufwand	0,0	0,0	-0,2	0,1	+0,2	-

Konzern GuV-Darstellung – Q3

In Millionen Euro	Q3 2010	% v. Umsatz	Q3 2009	% v. Umsatz	Delta* m€	Delta* %
Umsatzerlöse	116,4	100,0%	112,2	100,0%	4,2	3,8%
Bestandsveränderung	0,0	0,0%	0,0	0,0%	-	-
Andere aktivierte Eigenleistung	0,4	0,4%	0,2	0,2%	0,2	99,0%
Sonstige betriebliche Erträge	5,8	5,0%	7,3	6,5%	-1,5	-20,6%
Materialaufwand	-42,9	-36,9%	-41,8	-37,3%	-1,1	-2,7%
Rohergebnis	79,7	68,5%	77,9	69,4%	1,8	2,3%
Personalaufwand	-24,6	-21,1%	-23,6	-21,0%	-1,0	-4,2%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-34,2	-29,4%	-29,3	-26,1%	-4,9	-16,9%
EBITDA	20,9	18,0%	25,0	22,3%	-4,1	-16,5%
Abschreibungen	-8,6	-7,4%	-9,2	-8,2%	0,6	6,7%
EBIT	12,3	10,6%	15,8	14,1%	-3,5	-22,2%
Finanzergebnis	-0,6	-0,5%	-0,7	-0,6%	0,1	18%
EBT	11,7	10,1%	15,1	13,5%	-3,4	-22,4%
Steuern	-2,3	-2,0%	-2,9	-2,6%	0,6	20,9%
Ergebnis nach Steuern	9,4	8,1%	12,2	10,9%	-2,8	-22,7%

(+) Reduzierte Asset-Intensität

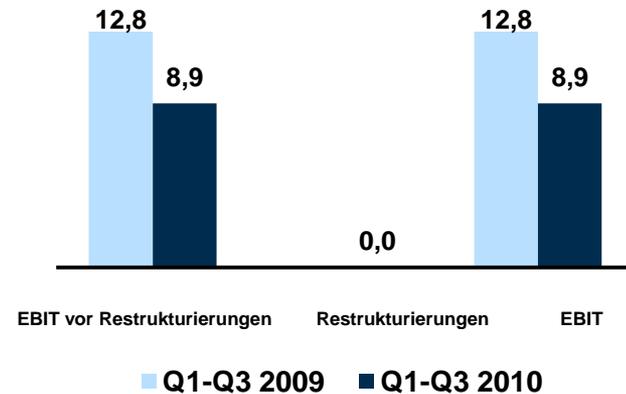
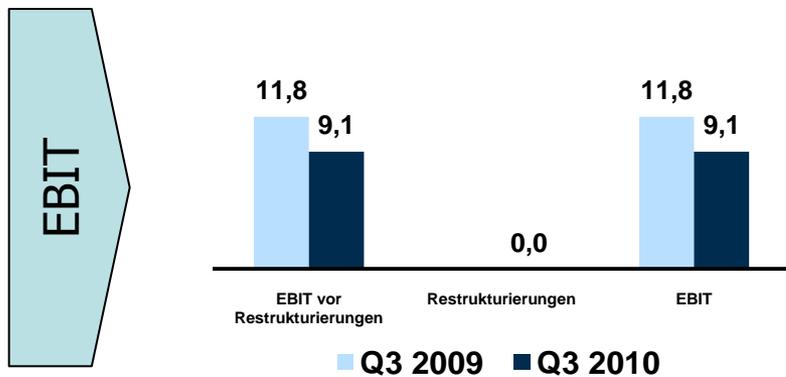
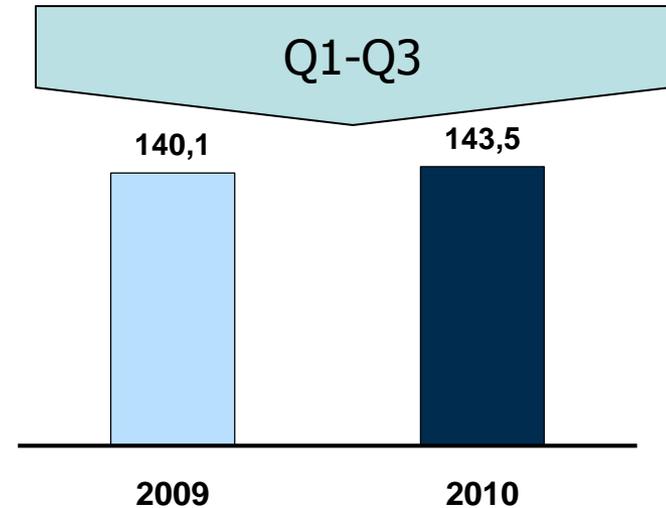
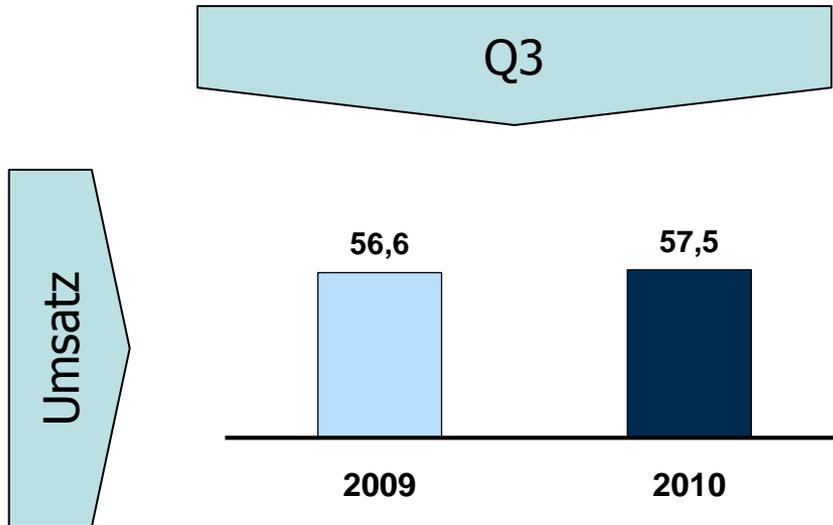
(+) Saisonverschiebung

*Vorzeichen entspricht Ergebnisauswirkung
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Abschreibungen						
incl. Restrukturierung	-8,6	7,4	-9,2	8,2	+0,6	6,7%
ohne Restrukturierung	-8,6	7,4	-9,2	8,2	+0,6	6,7%
Restrukt. in Abschreibungen	0,0	0,0	0,0	0,0	+0,0	

Segmentbericht Fotofinishing

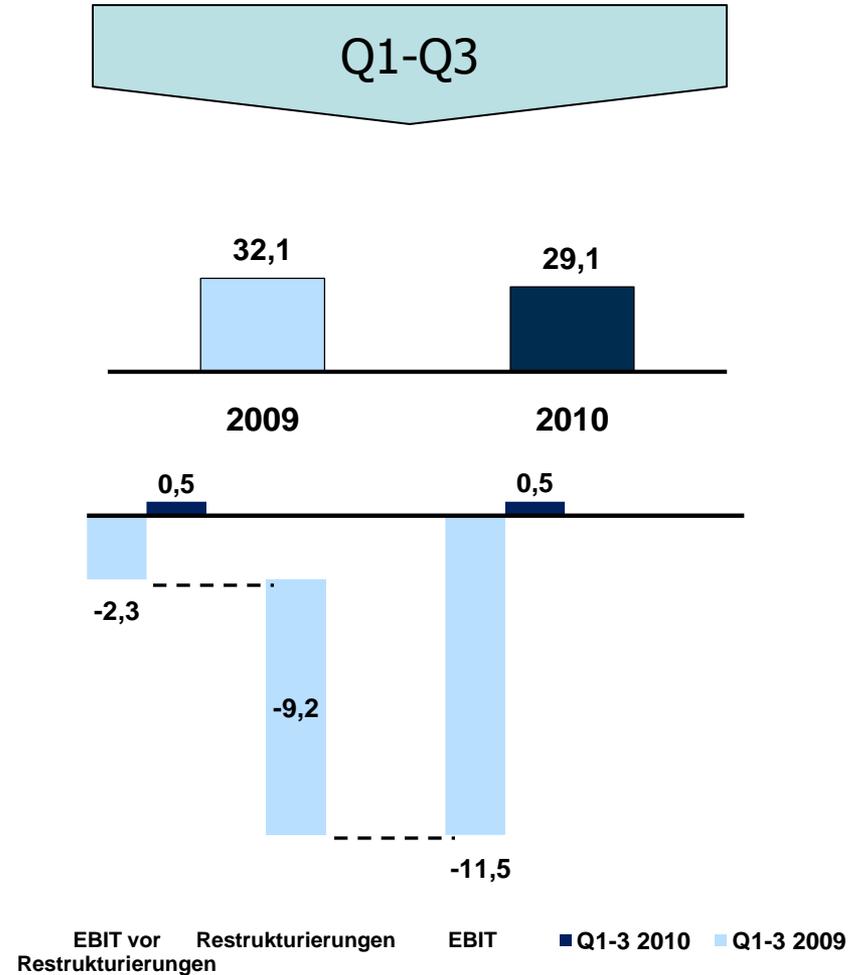
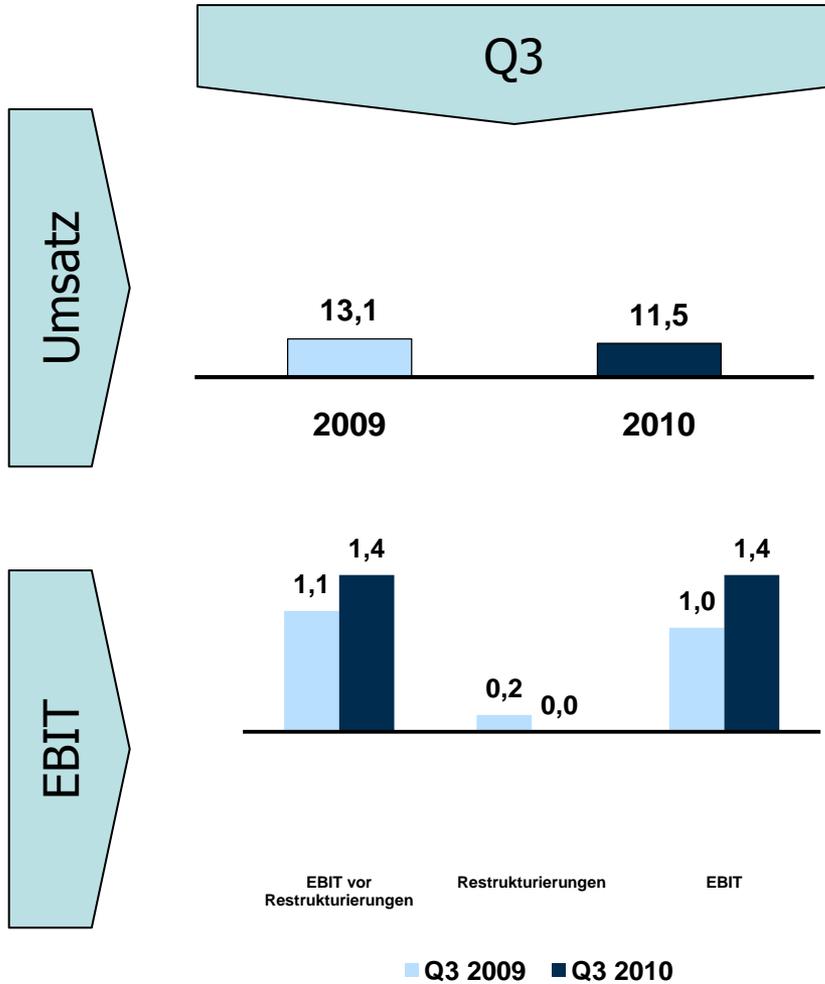
Zentraleuropa (in Mio. Euro)



▶ **Auch starkes Marketing lässt Umsatz sogar leicht steigen**

Segmentbericht Fotofinishing

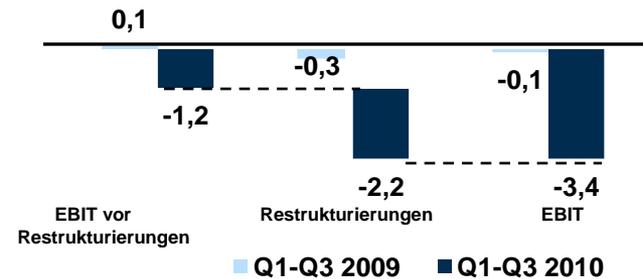
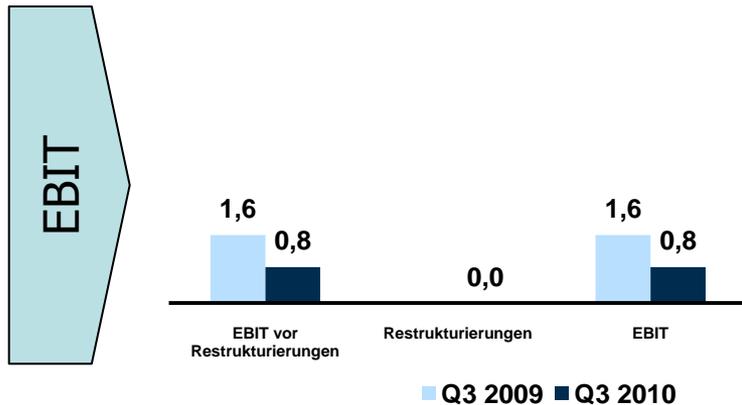
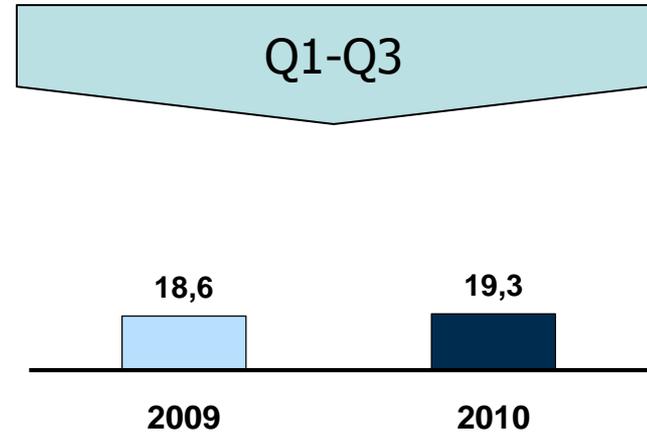
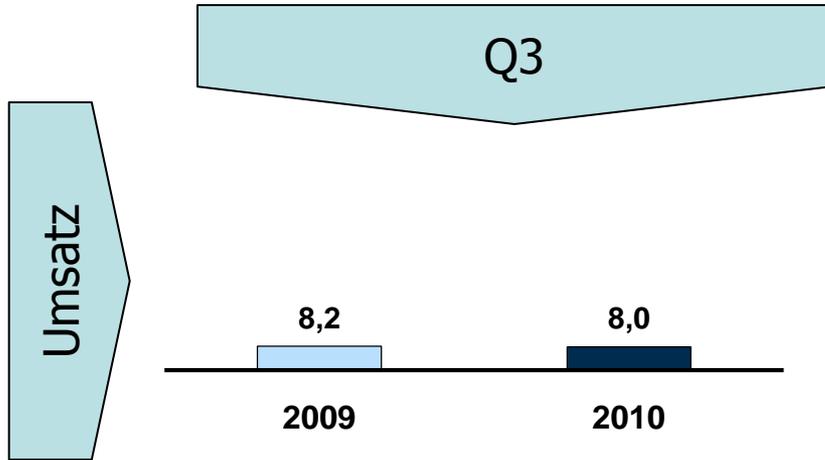
Westeuropa (in Mio. Euro)



► **Nachhaltigkeit des Turnarounds abermals bewiesen**

Segmentbericht Fotofinishing

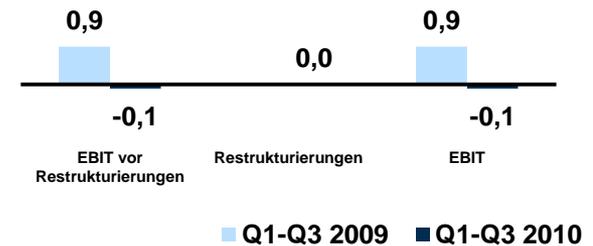
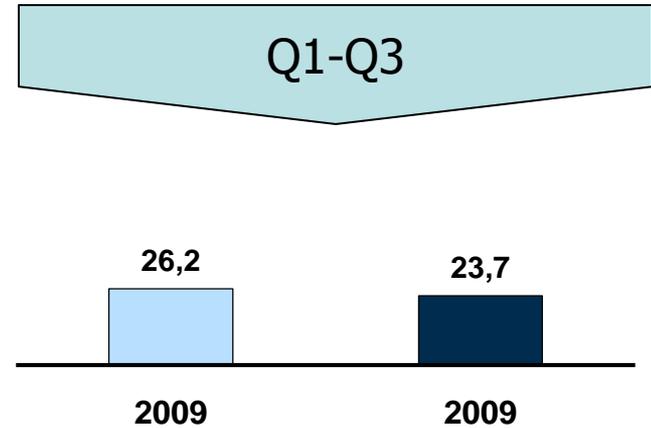
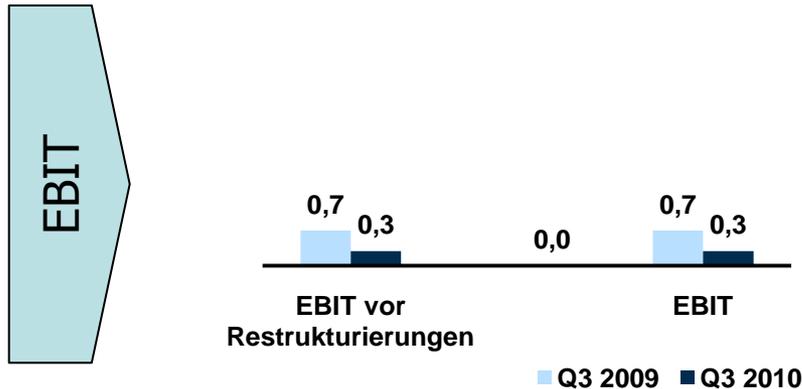
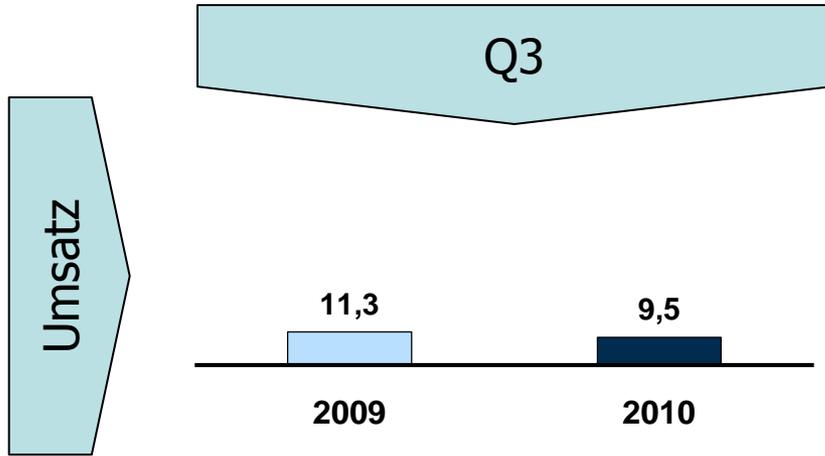
Mittelosteuropa (in Mio. Euro)



► Umsatz gesteigert, Sondereffekt im Ergebnis

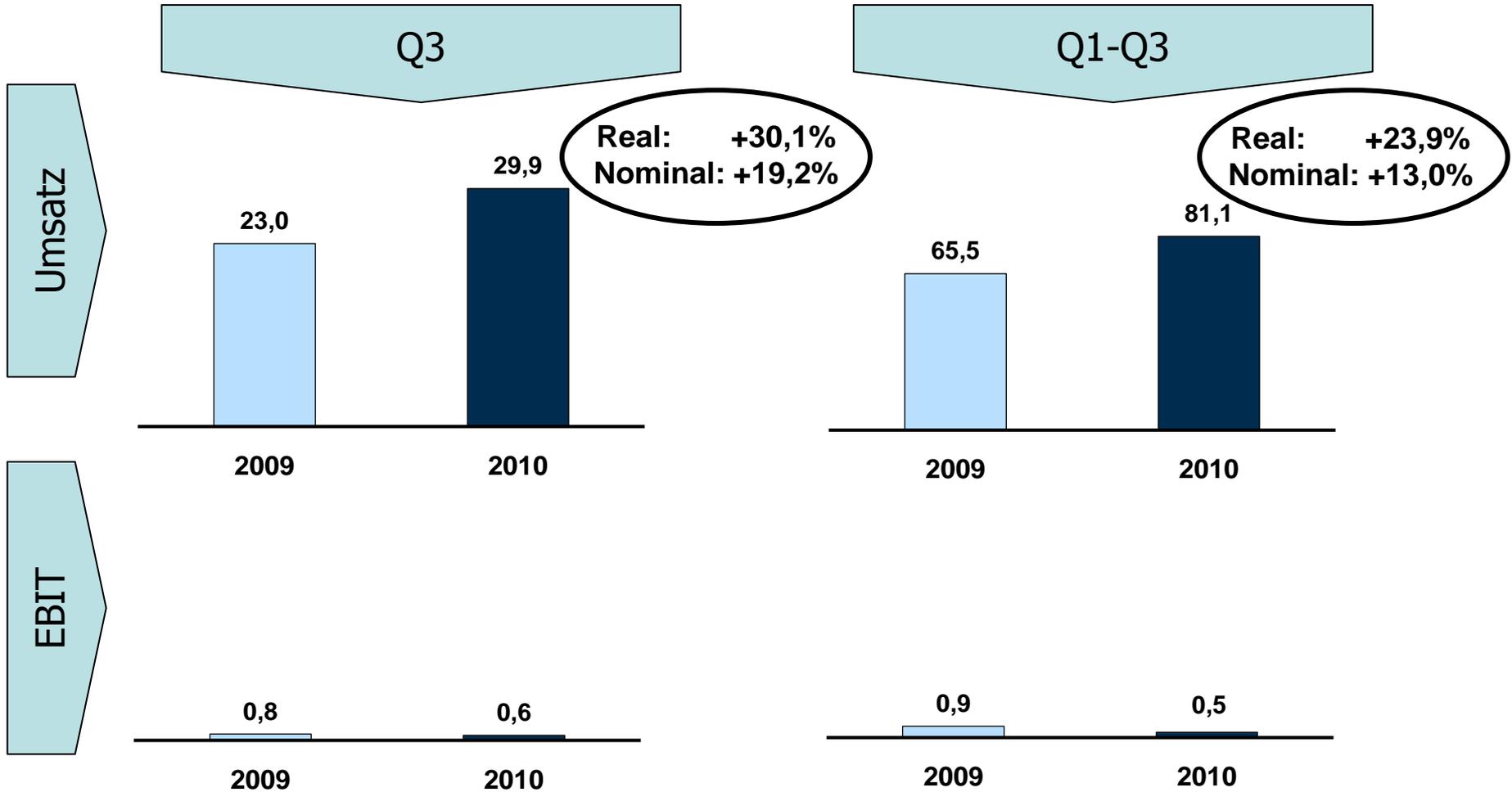
Segmentbericht Fotofinishing

Benelux (in Mio. Euro)



▶ **Handelspartner mit Absatzproblemen**

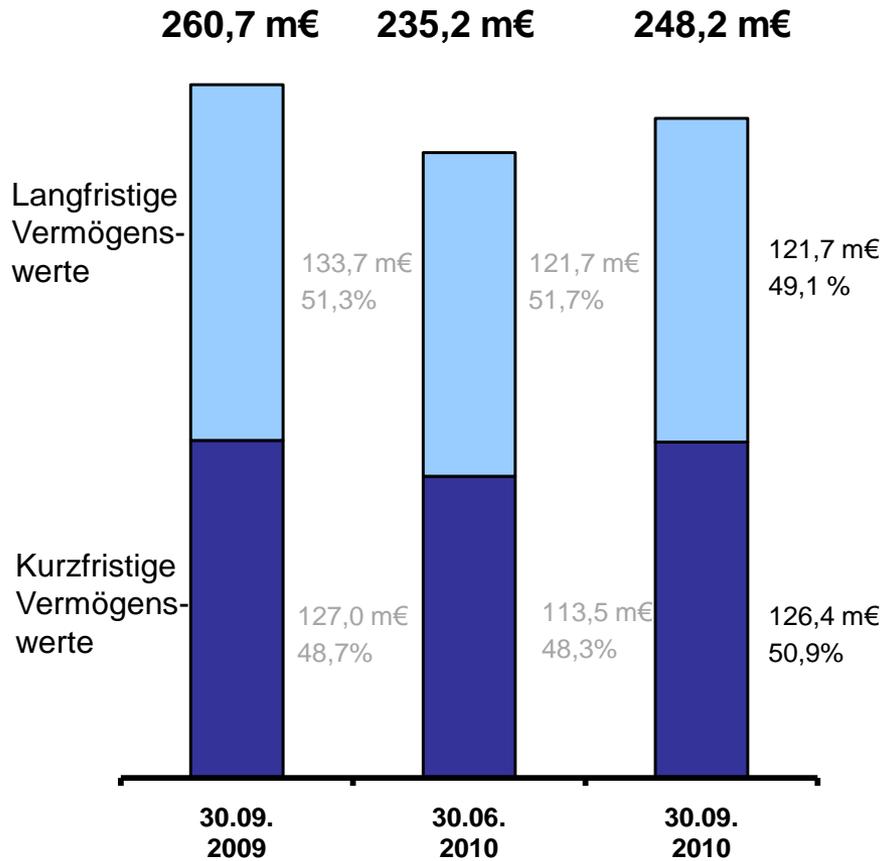
Segmentbericht Einzelhandel (in Mio. Euro)



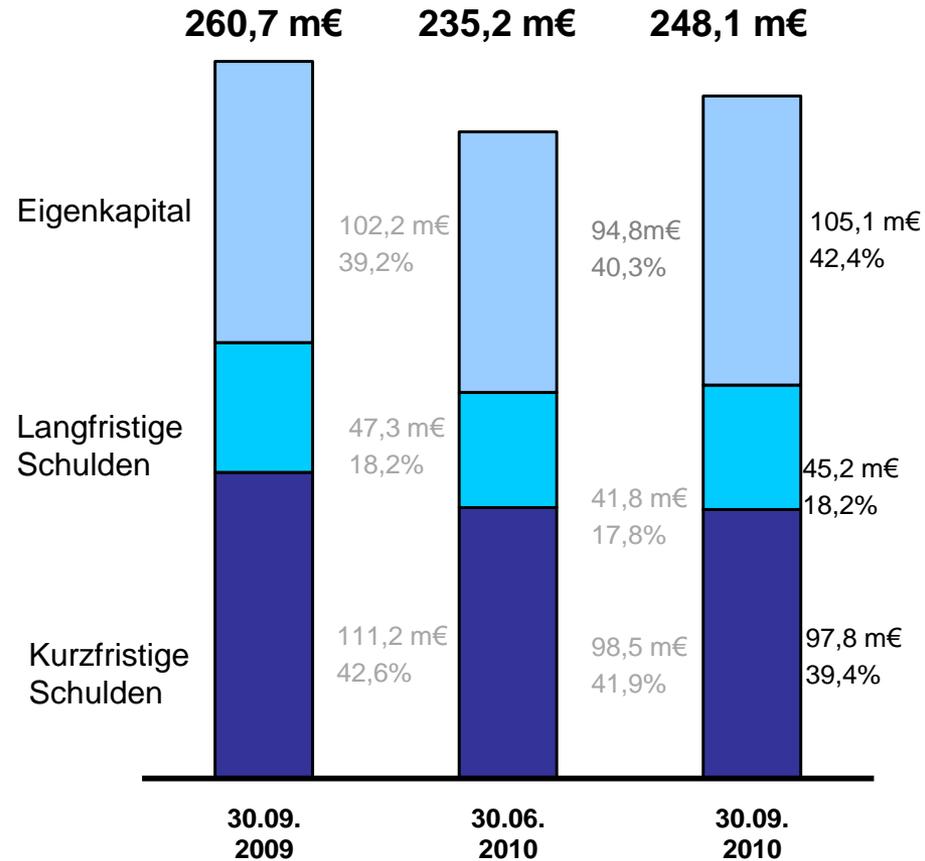
► Einzelhandel legt deutlich zu, auch währungsbereinigt

Bilanzdaten

Aktiva



Passiva



► Eigenkapitalquote +3,2 Prozentpunkte auf 42,4 %

Konzern Bilanz-Darstellung: Aktiva – T-3

In Millionen Euro	30.09. 2010	% v. Bilanzs.	30.06. 2010	% v. Bilanzs.	Delta m€	Delta %
Sachanlagen	80,5	32,5 %	81,2	34,5 %	-0,7	-0,8 %
Als Finanzinvestitionen gehaltene Immobilien	4,9	2,0 %	5,0	2,1 %	-0,1	-2,3 %
Geschäfts- und Firmenwert	10,3	4,2 %	10,3	4,4 %	+0,0	+0,0 %
Immaterielle Vermögenswerte	16,8	6,8 %	16,2	6,9 %	+0,6	+3,9 %
Finanzanlagen	0,2	0,1 %	0,2	0,1 %	-0,0	-0,5 %
Langfristige Forderungen aus Ertragsteuer-Erstattungen	3,2	1,3 %	3,1	1,3 %	+0,1	+2,9 %
Langfristige Forderungen und Vermögenswerte	0,3	0,1 %	0,3	0,1 %	+0,0	+3,9 %
Aktive latente Steuern	5,4	2,2 %	5,3	2,2 %	+0,1	+1,8 %
Langfristige Vermögenswerte	121,7	49,1 %	121,7	51,7 %	+0,0	+0,0 %
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	0,8	0,3 %	2,1	0,9 %	-1,3	-62,7 %
Vorräte	41,0	16,5 %	42,9	18,3 %	-2,0	-4,5 %
Kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	52,8	21,3 %	43,9	18,7 %	+8,9	+20,2 %
Kurzfristige Forderungen aus Ertragsteuer-Erstattungen	2,5	1,0 %	3,5	1,5 %	-1,0	-28,2 %
Kurzfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte	11,2	4,5 %	10,3	4,4 %	+0,9	+8,9 %
Liquide Mittel	18,1	7,3 %	10,8	4,6 %	+7,3	+68,1 %
Kurzfristige Vermögenswerte	126,4	50,9 %	113,5	48,3 %	+12,9	+11,3 %
Bilanzsumme	248,2	100,0 %	235,2	100,0 %	+12,9	+5,5 %

(-) Unverändert im Quartal, aber deutliche Reduktion (-12,0 Mio. Euro) im Jahresvergleich

(12-Monats-Investitionen (23,3 Mio. Euro) deutlich unter den Abschreibungen (38,3 Mio. Euro))

(-) Veräußerte Grundstücke (Valence, Frankreich, Teplice, Tschechien)

(-) Working-Capital-Optimierung beim Kiosk-Druck und im Einzelhandel

(+) Saisonaler Umsatzanstieg

(+) Kaufpreisforderung für das veräußerte Grundstück in CZ

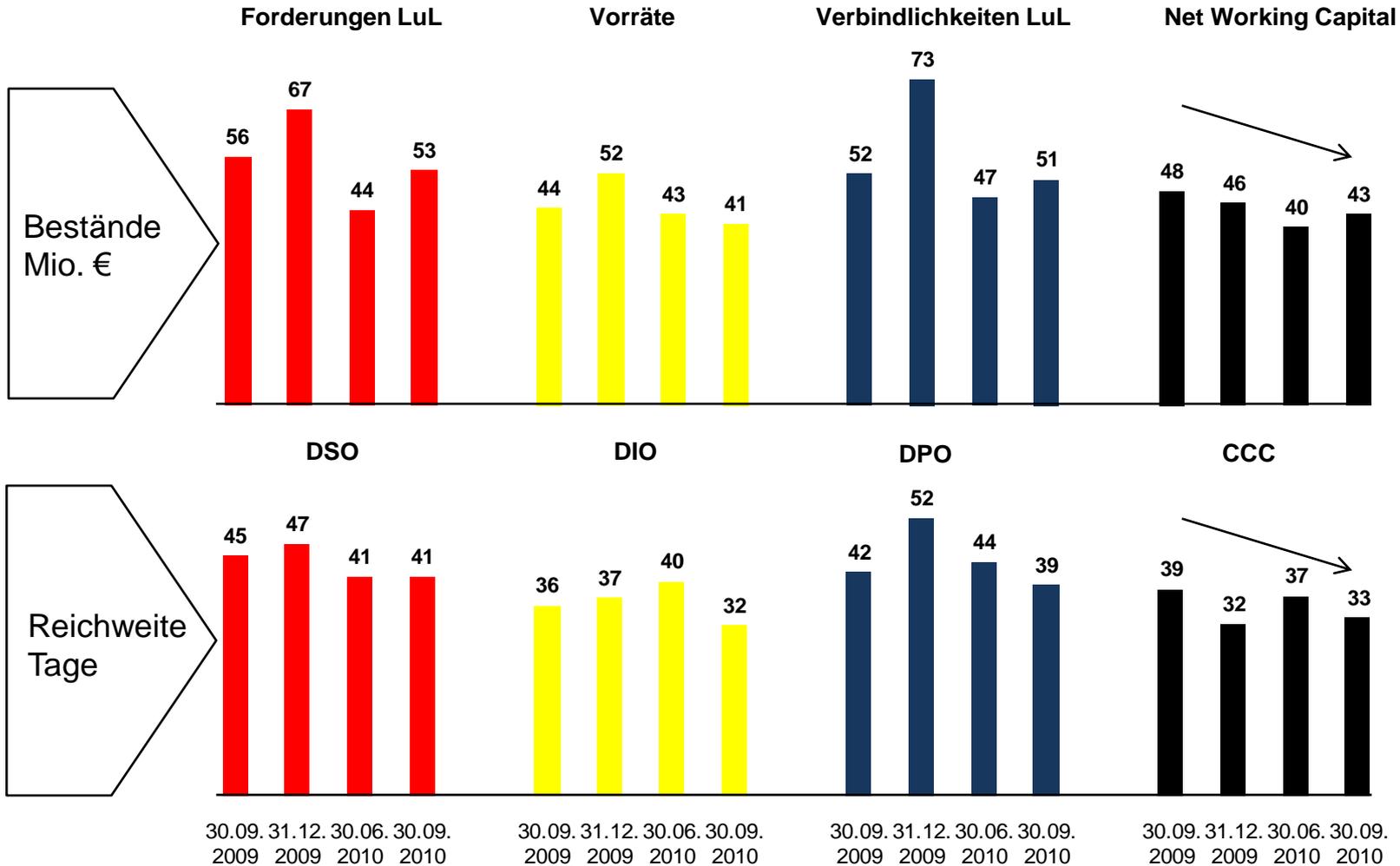
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Konzern Bilanz-Darstellung: Passiva – T-3

In Millionen Euro	30.09. 2010	% v. Bilanzs.	30.06. 2010	% v. Bilanzs.	Delta m€	Delta %	
Gezeichnetes Kapital	19,2	7,7 %	19,2	8,2 %	+0,0	+0,0 %	
Kapitalrücklage	56,2	22,7 %	56,2	23,9 %	+0,0	+0,0 %	
Sonderposten für eigene Anteile	-17,3	-7,0 %	-17,0	-7,2 %	-0,3	+1,8 %	
Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn	47,0	18,9 %	36,4	15,5 %	+10,6	+29,0 %	
Anteile Dritter	0,0	0,0 %	0,0	0,0 %	+0,0	+11,8 %	
Eigenkapital	105,1	42,4 %	94,8	40,3 %	+10,3	+10,8 %	+9,4 m€ Ergebnis nach Steuern +1,1 m€ Erfolgsneutr Erträge/Aufw
Lfr. Sonderposten für Investitionszuwendungen	0,4	0,2 %	0,5	0,2 %	-0,0	-5,2 %	
Lfr. Pensionsrückstellungen	10,1	4,1 %	10,0	4,2 %	+0,1	+1,5 %	(+) Neuaufnahme
Lfr. passive latente Steuern	1,7	0,7 %	1,7	0,7 %	-0,1	-4,1 %	
Lfr. übrige Rückstellungen	1,0	0,4 %	1,0	0,4 %	-0,0	-4,6 %	
Lfr. Finanzverbindlichkeiten	31,9	12,9 %	28,5	12,1 %	+3,4	+11,9 %	
Lfr. übrige Verbindlichkeiten	0,1	0,0 %	0,1	0,0 %	-0,0	-1,0 %	
Langfristige Schulden	45,2	18,2 %	41,8	17,8 %	+3,4	+8,1 %	(-) Steuern auf den Gewinneffekt des Forderungsverzichts
Kfr. Sonderposten für Investitionszuwendungen	0,1	0,0 %	0,1	0,0 %	+0,0	+0,0 %	
Kfr. Steuerrückstellungen	3,7	1,5 %	6,9	2,9 %	-3,2	-46,6 %	(-) Inanspruchnahme Restrukturierungsrückstellungen
Kfr. Übrige Rückstellungen	7,7	4,0 %	8,0	3,4 %	-0,3	-3,5 %	
Kfr. Finanzverbindlichkeiten	7,5	3,0 %	14,9	6,3 %	-7,5	-50,0 %	(-) Tilgung
Kfr. übrige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	50,2	20,2 %	46,8	19,9 %	+3,5	+7,4 %	(+) Saisonbedingter Anstieg
Kfr. übrige Verbindlichkeiten	28,6	11,5 %	21,9	9,3 %	+6,7	+30,7 %	(+) Steuerverbindlichkeiten (+) Kundenboni
Kurzfristige Schulden	97,8	39,4 %	98,5	41,9 %	-0,7	-0,8 %	
Bilanzsumme	248,2	100,0 %	235,2	100,0 %	+12,9	+5,5 %	

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Externe Sicht: Op. NWC CEWE Konzern Gesamt Q3 2010

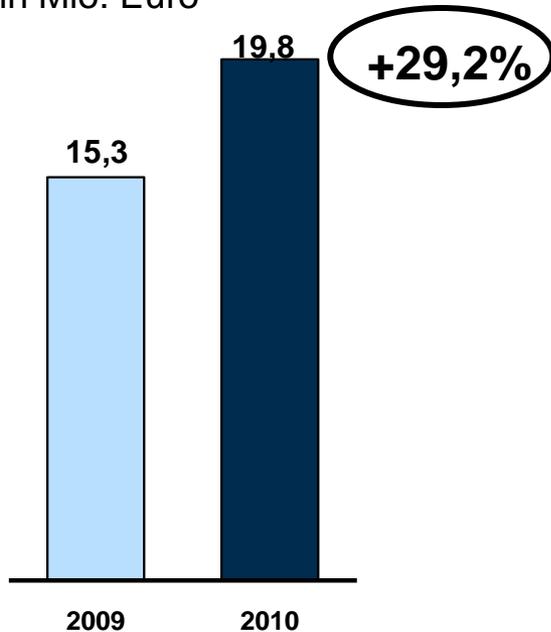


► Fortschritte in der Working Capital Optimierung

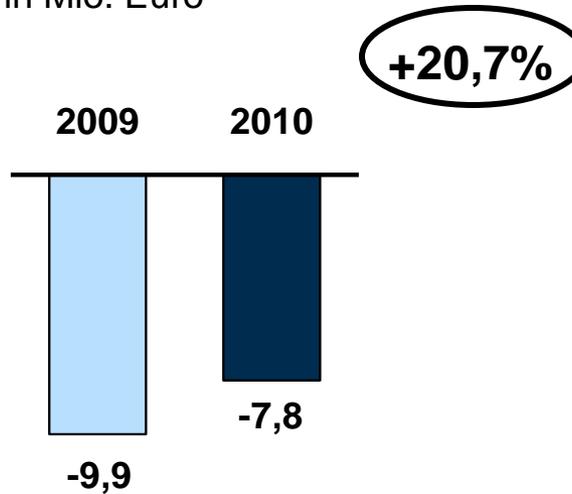
Reichweiten bezogen auf den Umsatz der letzten 3 Monate.

Free Cash Flow Q3

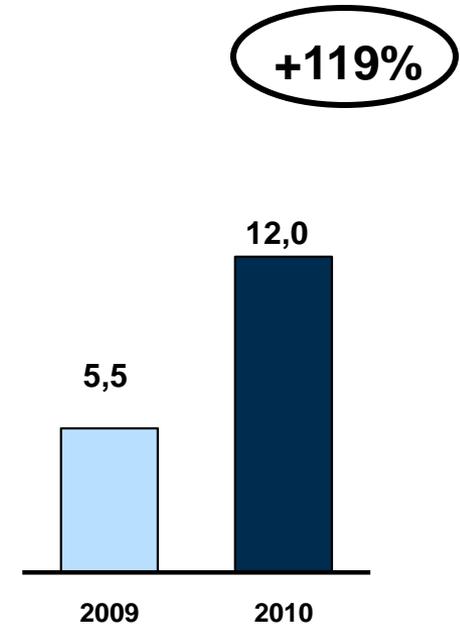
Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit in Mio. Euro



Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit in Mio. Euro



Free Cash Flow in Mio. Euro

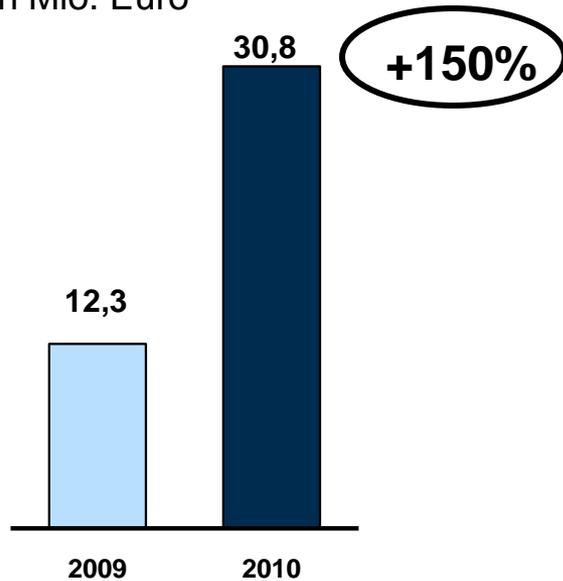


Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

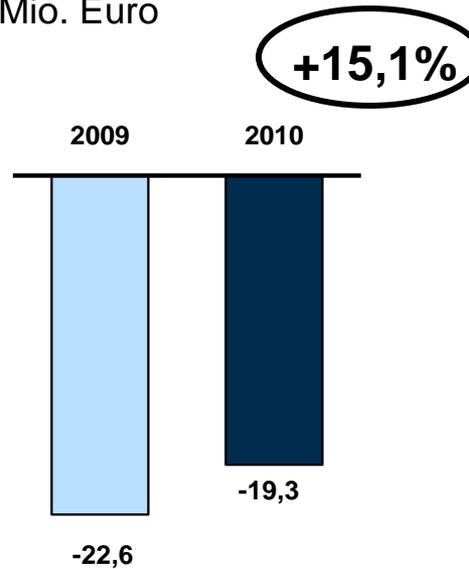
- ▶ Free Cash Flow legt um 6,5 Mio. Euro zu
- ▶ Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit steigt durch Working Capital Management
- ▶ Investitionen reduziert

Free Cash Flow Q1-Q3

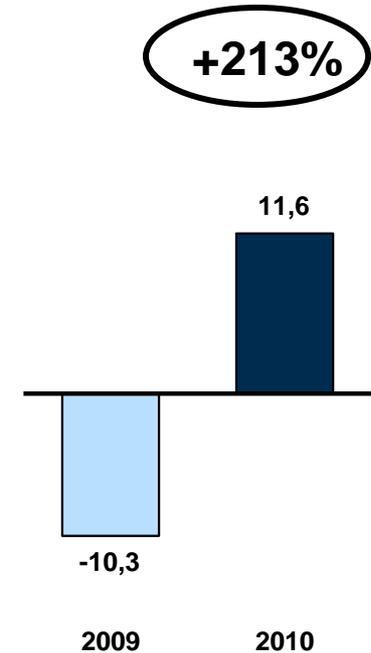
Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit in Mio. Euro



Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit in Mio. Euro



Free Cash Flow in Mio. Euro



Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

- ▶ Free Cash Flow legt um 21,9 Mio. Euro zu, da zusätzlich deutliche Reduktion des Cash Outs für Restrukturierungen
- ▶ Investitionen reduziert

12-Monats-ROCE per Q3

Vor Restrukturierung

Nach Restrukturierung

12-Monats-EBIT
[Mio. Euro]

2009
21,3

2010
24,2

2009
11,2

2010
22,0

Durchschn. Capital
Employed der
vergangenen 4
Quartale (per
30.9.2010)
[Mio. Euro]

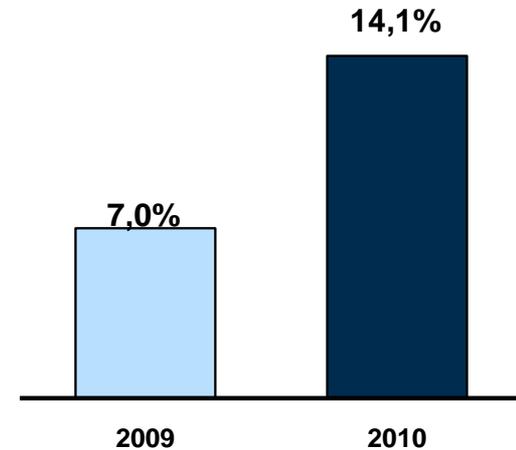
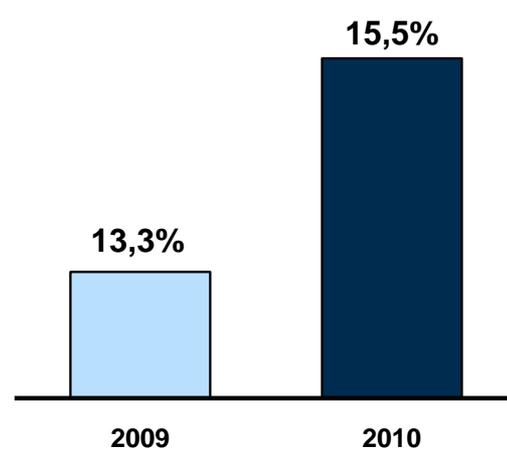
168,7

156,4

168,7

156,4

12-Monats-ROCE*



► **12-Monats-ROCE springt um 7,1 Prozentpunkte auf 14,1%**

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

* ROCE = EBIT / Ø Invested Capital

Agenda

1. Neuheiten aus Produktentwicklung und Marketing
2. Kernzahlen (Volumen und Ergebnisse)
3. Finanzbericht (GuV-Details, Segmente, Bilanz, Cash Flow, Kapitalrentabilität)
- 4. Ausblick**
5. Q & A

Ausblick 2010 (1/2)

Zielsetzungen

Veränderung zu 2009

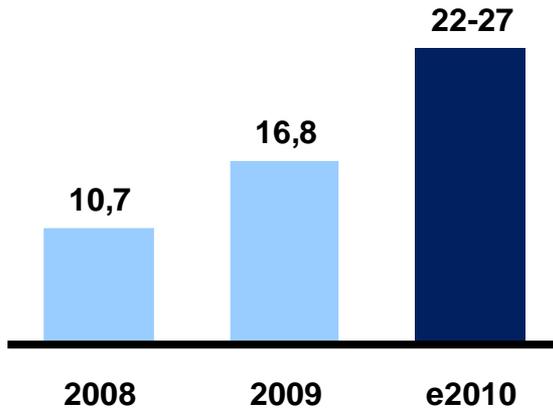
Farbfotos	digital	2,0 Mrd. Stück	+/- 0%
	analog	0,35 Mrd. Stück	- 42%
	gesamt	2,35 Mrd. Stück	- 10%
CEWE FOTOBÜCHER		4,2 Mio. Stück	+ 17%
Umsatz *		420-430 Mio. Euro	+2,5% bis 4,9%
EBIT		24-29 Mio. Euro	+ 28% bis + 55%
EBT		22-27 Mio. Euro	+31% bis + 61%
Nachsteuerergebnis		12-15 Mio. Euro	+ 79% bis + 124%
Ergebnis je Aktie		1,76-2,20 Euro/Aktie	+ 76% bis 120%

* währungsbereinigt

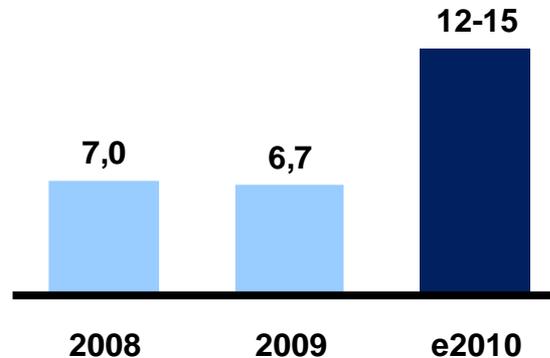
► **Ausblick unverändert und bekräftigt**

Ausblick 2010 (2/2)

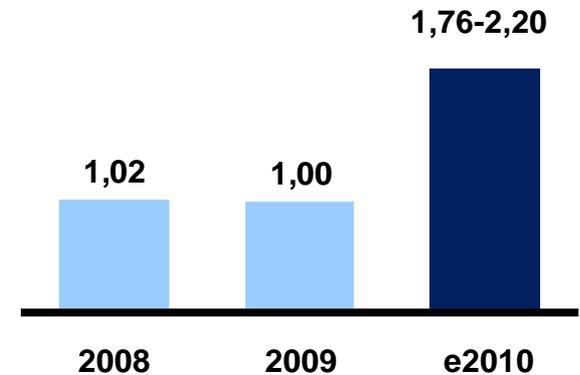
EBT
in Mio. Euro



Ergebnis nach Steuern
in Mio. Euro



Ergebnis je Aktie
in Euro pro Aktie



Signifikante Verbesserungen für 2010 geplant

... durch Wegfall von Restrukturierungen und Verlusten in Frankreich

... durch Wachstum CEWE FOTOBUCH und anderer Druckartikel

Agenda

1. Neuheiten aus Produktentwicklung und Marketing
2. Kernzahlen (Volumen und Ergebnisse)
3. Finanzbericht (GuV-Details, Segmente, Bilanz, Cash Flow, Kapitalrentabilität)
4. Ausblick
- 5. Q & A**