



Vorwort

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

schauen Sie gerne in die verschiedenen Zahlenwerke Ihres Unternehmens CEWE:

Ihr Unternehmen markierte im Jahr 2023 neue Höchstwerte

Die wesentlichen Kennzahlen sprechen eine deutliche Sprache – ob Gewinn- und Verlustrechnung (z. B. EBIT 83,9 Mio. Euro, +10,0%), Free-Cash Flow (82,3 Mio. Euro, +163% – allerdings auch durch Sondereffekte) oder die Bilanz (Eigenkapitalquote 58,4%, +1,1%): Ihr Unternehmen hat das Jahr 2023 erneut sehr erfolgreich abgeschlossen. Oder wie wir hier bei CEWE zu sagen pflegen: „Wir sind nicht ganz unzufrieden.“

Alle Bereiche haben zu diesem Erfolg beigetragen

In unserem Hauptgeschäftsfeld Fotofinishing stieg der Umsatz um 6,9% auf 658,8 Mio. Euro und ermöglichte damit einen EBIT-Anstieg um 8,6% auf 80,0 Mio. Euro. Bemerkenswert dabei: Im sehr wichtigen Weihnachtsgeschäft erzielte die CEWE-Gruppe erneut eine Ergebnissteigerung. Zu dieser schönen Entwicklung haben alle unsere Marken ihren Beitrag geleistet: natürlich CEWE, aber auch Cheerz, DeinDesign, Pixum und WhiteWall. Sie alle sind integrale Bestandteile unseres innovativen Fotofinishing-Angebots. Auch im zweiten größeren Geschäftsfeld, dem Kommerziellen Online-Druck, legte der Umsatz um 6,6% zu, und das Ergebnis steigerte sich um 81% auf 4,2 Mio. Euro. Damit ist das Geschäftsfeld nicht nur wieder im Plus, es überzeugt auch mit einer für dieses Geschäft sehr vorzeigbaren EBIT-Marge von 4,5%.



Yvonne Rostock
Vorstandsvorsitzende



→ Der Vorstand

Der Vorstand



Von links nach rechts:
Patrick Berkhouwer, Christina Sontheim-Leven, Dr. Reiner Fageth,
Yvonne Rostock, Carsten Heitkamp, Thomas Mehls, Dr. Olaf Holzkämper



Großer Dank an alle 4.000 Kolleginnen und Kollegen!

Für diese gute Entwicklung danke ich allen 4.000 Kolleginnen und Kollegen von Herzen. Auch 2023 kam der Erfolg nicht von allein, sondern weil die Mitarbeitenden der CEWE-Gruppe sich kräftig „ins Zeug gelegt“ haben. Nur aus diesem Grund können wir heute auf diese vorzeigbaren Ergebnisse schauen. Ganz herzlichen Dank dafür!

Damit setzt sich eine lange Erfolgsreihe fort

Besonders freut uns, dass sich damit hinsichtlich vieler dieser verschiedenen Werte lange Erfolgsreihen fortsetzen. Wenn wir die Pandemie-Sonderkonjunktur des Jahres 2020 ausblenden, dann haben wir das EBIT in schönen, stetigen Schritten seit 2012 von 28,3 Mio. Euro auf nun die oben genannten 83,9 Mio. Euro steigen sehen. CEWE optimiert nicht auf ein Jahr oder gar auf nur ein Quartal. CEWE ist ein Langstreckenläufer und denkt in großen Entwicklungszyklen über Dekaden.

15. Dividendensteigerung in Folge geplant

So auch bei der Dividende. Wie Sie seit vielen Jahren unserem Geschäftsbericht entnehmen können, ist es unsere erklärte Dividendenpolitik, die Dividende je Aktie stetig steigen zu lassen, wenn die Unternehmensergebnisse dies erlauben. Kleine, operative Schwankungen in den Ergebnissen können wir dabei selbstverständlich ausgleichen. Daher freuen wir uns, Ihnen auf unserer Hauptversammlung am 5. Juni 2024 mit 2,60 Euro je Aktie eine erneut höhere Dividende vorzuschlagen. Sollten Sie unserem Vorschlag folgen, wäre das die 15. Dividendensteigerung in Folge. Damit wäre CEWE weiterhin eines der drei in Deutschland börsennotierten Top-Unternehmen mit den meisten Dividendensteigerungen in direkter Folge bis heute. Darüber freuen wir uns sehr und setzen den Weg gerne mit Ihnen fort.

Genießen Sie nun das Frühjahr, liebe Aktionärinnen und Aktionäre. Nutzen Sie die Zeit für Ausflüge und Reisen und die sich damit ergebenden Foto-Gelegenheiten. Ihr Unternehmen steht bereit, wenn Sie diese Fotos in Fotoprodukte der CEWE-Gruppe umsetzen möchten.

Für uns heißt das natürlich: Nach dem Spiel ist vor dem Spiel. Oder genauer: Nach Weihnachten ist vor Weihnachten. Ihr Unternehmen hat Weihnachten 2023 sehr erfolgreich abgeschlossen und nimmt nun diesen Schwung mit in die Vorbereitung der nächsten Hochsaison: Weihnachten 2024. Jetzt werden die Grundlagen für die Innovationen gelegt, die im Laufe des Jahres realisiert werden und Ihnen, so wie auch unseren Kundinnen und Kunden, spätestens zu Weihnachten angeboten werden.

Für den CEWE-Vorstand

Ihre

Yvonne Rostock

Die CEWE-Gruppe

Europas führender Foto-Service und Online-Druck-Anbieter

Die CEWE-Gruppe ist Europas führender Foto-Service und Online-Druck-Anbieter.

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

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

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

Die CEWE-Gruppe ist mit 4.000 Mitarbeitenden in 21 Ländern präsent. Die CEWE-Aktie ist im SDAX notiert. Mehr unter company.cewe.de.






→ Präsent in Europa

Präsent in Europa

● BETRIEBSSTÄTTEN MIT VERTRIEBSNIEDERLASSUNGEN

Oldenburg (Hauptsitz ) , Bad Kreuznach, Dresden,
Freiburg (Eschbach), Frechen, München (Germering),
Budapest (HU), Koźle (PL), Paris (FR), Prag (CZ),
Warwick (UK)

● BETRIEBSSTÄTTEN

Mönchengladbach, Montpellier (Fabrègues (FR)),
Rennes (Vern-sur-Seiche (FR))

● VERTRIEBSNIEDERLASSUNGEN

Aarhus (Åbyhøj (DK)), Berlin, Bratislava (SK), Bukarest (RO),
Göteborg (SE), Köln, Ljubljana (SI), Madrid (ES), Mechelen
(BE), Münster, Nunspeet (NL), Oslo (NO), Warschau (PL),
Wien (AT), Zagreb (HR), Zürich (Dübendorf (CH))

LIEFERGEBIET CEWE-PRODUKTE

Belgien, Dänemark, Deutschland, Frankreich, Großbritan-
nien, Irland, Italien, Kroatien, Luxemburg, Niederlande,
Norwegen, Österreich, Polen, Rumänien, Schweden,
Schweiz, Slowakei, Slowenien, Spanien, Tschechische
Republik, Ungarn

 [siehe Betriebsstätten und Vertriebsniederlassungen, Seite 216](#)





cewe group

Fotofinishing



Einzelhandel



Kommerzieller Online-Druck



Unternehmenskennzahlen CEWE-Gruppe 2023

6,1 Mio.

CEWE FOTOBUCH Exemplare
im Jahr 2023

27

Vertriebsniederlassungen

780,2 Mio. Euro

Umsatz im Jahr 2023

> 22.000

CEWE Fotostationen

2,39 Mrd.

Fotos im Jahr 2023

21

Europäische Länder

20.000

Handelspartner

14

Betriebsstätten

4.000

Mitarbeitende



Resultate 2023

Gruppen-Ergebnis

- Berichteter Gruppen-Umsatz steigt 2023 um 47,5 Mio. Euro auf 780,2 Mio. Euro (2022: 732,7 Mio. Euro): ein Plus von 6,5%
- Berichtetes Gruppen-EBIT legt auf 83,9 Mio. Euro zu (2022: 75,6 Mio. Euro)
- Gruppen-Umsatz inkl. der im Dezember 2023 veräußerten Gesellschaft futalis steigt um +6,5% bzw. 47,8 Mio. Euro auf 788,8 Mio. Euro (2022: 741,0 Mio. Euro), so berechnetes EBIT der CEWE-Gruppe steigt auf 81,6 Mio. Euro (2022: 75,6 Mio. Euro)
- Alle Zielsetzungen für 2023 damit am oberen Ende der geplanten Bandbreiten erreicht bzw. übertroffen
- Steuerquote auf erwartet normalem Niveau von 32,2%
- Ergebnis je Aktie steigt auf 8,10 Euro (2022: 7,20 Euro)

Fotofinishing

- Der Fotofinishing-Umsatz steigt 2023 um +6,9%: 658,8 Mio. Euro (2022: 616,1 Mio. Euro)
- CEWE konvertiert starkes Urlaubsreiseverhalten mit vielen neuen Fotos bei Konsumenten erfolgreich in eigenen Geschäftszuwachs
- Das Fotofinishing-EBIT verbessert sich um 6,3 Mio. Euro auf 80,0 Mio. Euro (2022: 73,7 Mio. Euro)
- Preiserhöhungen kompensieren die inflationsgetriebene Verteuerung auf der Wareneinsatz- bzw. Kostenseite
- Trend einer sich kontinuierlich verbessernden operativen Ergebnismarge setzt sich erfreulich fort: nach 12,7% in 2022 nun 2023 mit 12,8%

Einzelhandel

- Der Umsatz mit Foto-Hardware und -Zubehör lag 2023 mit 31,3 Mio. Euro strategiegemäß leicht unter dem Vorjahreswert (2022: 32,4 Mio. Euro)
- Der Einzelhandel zeigt sich weiter gut aufgestellt und verbesserte trotz leichtem Umsatzrückgang das EBIT deutlich um 0,3 Mio. Euro auf 0,5 Mio. Euro (2022: 0,2 Mio. Euro)

Kommerzieller Online-Druck

- Der Kommerzielle Online-Druck steigert mit der „Bestpreisgarantie“ für seine Kunden den Umsatz um +6,6% auf 92,2 Mio. Euro (2022: 86,5 Mio. Euro)
- Optimierte Kostenstruktur verbessert Ertragssituation weiter nachhaltig, der KOD steigert sein EBIT auf 4,2 Mio. Euro (2022: 2,3 Mio. Euro) und erzielt eine EBIT-Marge von 4,5%

Bilanz und Finanzierung

- Bilanzsumme um 33,3 Mio. Euro auf 666,0 Mio. Euro gestiegen (+ 5,3%)
- CEWE mit starker Eigenkapitalquote von 58,4% (Vorjahr: 57,3%)
- Capital Employed steigt vor allem durch gestiegene liquide Mittel um 26,7 Mio. Euro

Cash Flow

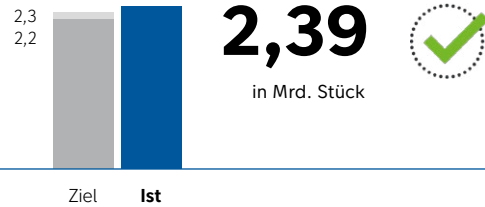
- Der betriebliche Cash Flow steigt um 37,4 Mio. Euro auf 130,8 Mio. Euro und liegt damit über dem Vor-Corona-Niveau
- Vor allem betrieblicher Cash Flow lässt Free-Cash Flow um 51,4 Mio. Euro ansteigen
- Normalisierter Free-Cash Flow mit 69,7 Mio. Euro 8,3 Mio. Euro über dem Niveau des normalisierten Vorjahreswertes von 61,4 Mio. Euro

Kapitalrentabilität

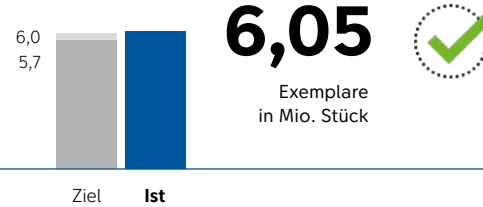
- ROCE mit 18,8% weiterhin deutlich über den 14,8% des letzten Vor-Corona-Jahres 2019

Entwicklung Finanzkennzahlen 2023

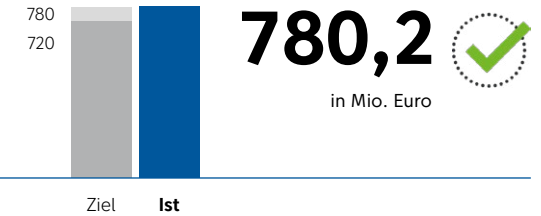
Fotos



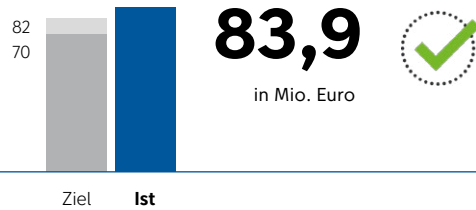
CEWE FOTOBUCH



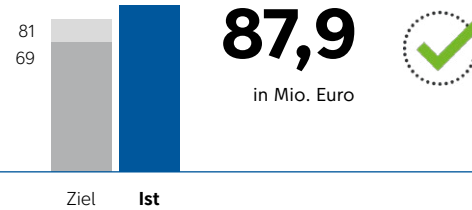
Umsatz



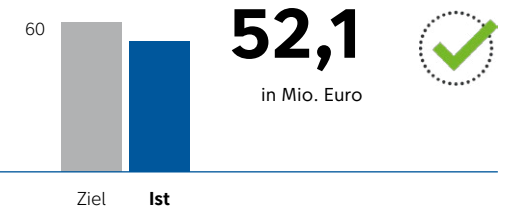
EBIT



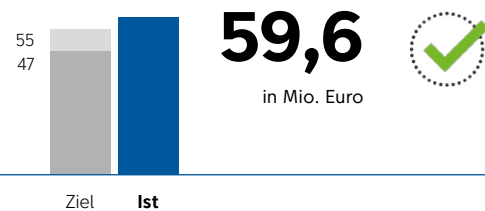
EBT



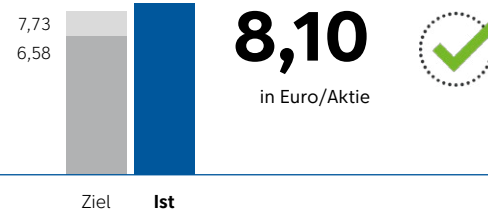
Operative Investitionen



Nachsteuerergebnis



Ergebnis je Aktie (unverwässert)





CEWE Photo Award 2023: Our world is beautiful, Gewimmel
Michael Kemter, Österreich – Gewinner der Kategorie Architektur & Technologie





2 An die Aktionäre

12 Rückblick 2023 und Ausblick 2024

- 12 Langfristige Entwicklung
- 15 Kerngeschäftsfeld Fotofinishing
- 18 Geschäftsfeld Einzelhandel
- 20 Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck
- 22 Geschäftsfeld Sonstiges
- 23 Gruppen-GuV
- 27 Bilanz
- 30 Cash Flow
- 33 Kapitalrentabilität
- 34 Ausblick 2024

36 Interview

39 CEWE-Aktie

42 Bericht des Aufsichtsrates



Rückblick 2023 und Ausblick 2024

Langfristige Entwicklung

Die langfristige Umsatzentwicklung von CEWE lässt sich in drei verschiedene Phasen unterteilen: Nach dem Börsengang Anfang der 1990er-Jahre ist CEWE im rein analogen Fotofinishing-Markt durch die regionale Expansion zum europäischen Marktführer gewachsen. Ab 2000 folgte die Dekade der Analog/Digital-Transformation: Die Digitalkamera eroberte den Massenmarkt, und CEWE baute durch frühzeitige Anpassungen von Produktionstechnologie, Vermarktung und Produktsortiment sowie mit dem Aufbau der Marke CEWE FOTO-BUCH seine Marktführerschaft im digitalen Fotofinishing aus. So wuchs CEWE dann ab 2010 v.a. durch die konsequente Weiterentwicklung und den Ausbau des Kerngeschäftsfeldes Fotofinishing. Parallel dazu erfolgte während dieser Zeit zudem der Aufbau des neuen, zusätzlichen Geschäftsfeldes Kommerzieller Online-Druck.

Parallel zum Fotofinishing betreibt CEWE derzeit rund 100 eigene Foto-Einzelhandelsgeschäfte, um über diesen Vertriebskanal v. a. Fotofinishing-Produkte direkt zu vermarkten. Neben dieser im Geschäftsfeld Fotofinishing ausgewiesenen Hauptaktivität erzielt der Einzelhandel auch ein Ergebnis mit Foto-Hardware (Kameras, Objektive etc.), welches als Geschäftsfeld Einzelhandel separat berichtet wird.

Auf Basis der in der Transformation im Fotofinishing gewonnenen Digitaldruckfähigkeiten und durch Zukauf von Online-Offsetdruckkompetenz, etablierte CEWE dann ab 2009/2010 den Kommerziellen Online-Druck als moderne Online-Druckerei für Geschäftsdrucksachen. Dieses zusätzliche Geschäftsfeld wuchs in den darauffolgenden Jahren schnell auf eine Größenordnung von rund 100 Mio. Euro Umsatz.

In den Jahren 2020 und 2021 hatte die Coronapandemie einen besonderen Einfluss auf die Nachfrage- und Umsatzentwicklung in allen CEWE-Geschäftsfeldern: So wirkte der damalige „Stay-at-home“-Effekt besonders positiv auf den Absatz von Fotoprodukten des Fotofinishings, dagegen hatten Corona-Einschränkungen und Geschäftsschließungen negative Auswirkungen auf die Nachfrage in den Geschäftsfeldern Kommerzieller Online-Druck und Einzelhandel. Das Jahr 2022 war gekennzeichnet durch die sich fortsetzende Corona-Normalisierung mit v. a. wieder verstärkter Reiseaktivität und daraus resultierenden neuen Fotoaufnahmen. Die einsetzende Wiederbelebung des Geschäftslebens ließ auch die Nachfrage nach Werbedrucksachen wieder deutlich steigen. Nach vollständiger Überwindung der Coronapandemie wurde im Jahr 2023 wieder sehr viel gereist: Die hohe Urlaubsreiseaktivität führte zu vielen neuen Fotoaufnahmen bei Konsumenten, die CEWE durch

seine Markenpositionen und durchgeführte Marketingaktivitäten in den eigenen Geschäftszuwachs erfolgreich konvertieren konnte. So legte der nach IFRS ausgewiesene Umsatz im jüngst abgeschlossenen Geschäftsjahr 2023 nochmals deutlich auf 780,2 Mio. Euro zu: ein Plus von 47,5 Mio. Euro bzw. 6,5% (2022: 732,7 Mio. Euro). Berücksichtigt man den Umsatz der Ende Dezember verkauften und daher gem. IFRS 5 aus der Gewinn- und Verlustrechnung ausgegliederten Gesellschaft futalis, so stieg der so berechnete Gruppen-Umsatz sogar auf 788,8 Mio. Euro (Gruppen-Umsatz 2022 inkl. futalis: 741,0 Mio. Euro). CEWE hatte für 2023 einen Gruppen-Umsatz in der Zielbandbreite von 720 bis 780 Mio. Euro geplant.

Schon seit der Analog/Digital-Transformation zeigt sich im Kerngeschäftsfeld Fotofinishing ein teils auch heute noch anhaltender Produktmixwandel: Zu Beginn der Digitalisierung fragten Konsumenten verstärkt weiterhin

780,2 Mio. Euro

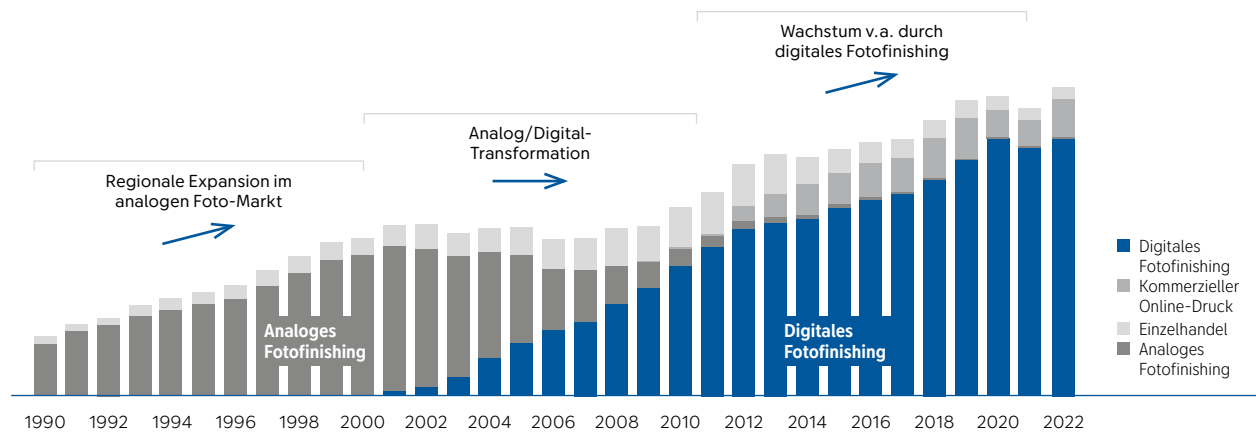
Umsatz in 2023

einzelne Fotoabzüge nach – wie früher von analogen Filmen jetzt eben von digitalen Bildformaten. Mit den digitalen Produktinnovationen veränderte sich dann die Nachfrage von diesen einfachen (niedrigmargigen) Fotoabzügen zu höhermargigen „Mehrwertprodukten“ wie dem CEWE FOTOBUCH, Fotokalendern, Wandbildern, Grußkarten und vielen weiteren Fotogeschenken. So hat v. a. diese Veränderung des Fotofinishing-Produktmixes zu einer stetig steigenden operativen Fotofinishing-EBIT-Marge



- Starkes EBIT in 2023: Mit 83,9 Mio. Euro erreicht CEWE das höchste Ergebnis der Unternehmensgeschichte
- CEWE gelingt es, die hohe Urlaubsreiseaktivität in 2023 mit vielen neuen Fotoaufnahmen bei Konsumenten in den eigenen Geschäftszuwachs erfolgreich zu konvertieren
- Mit klarer Verbesserung tragen auch das Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck und Einzelhandel positiv zum Gruppen-EBIT bei

Langfristige Umsatzentwicklung





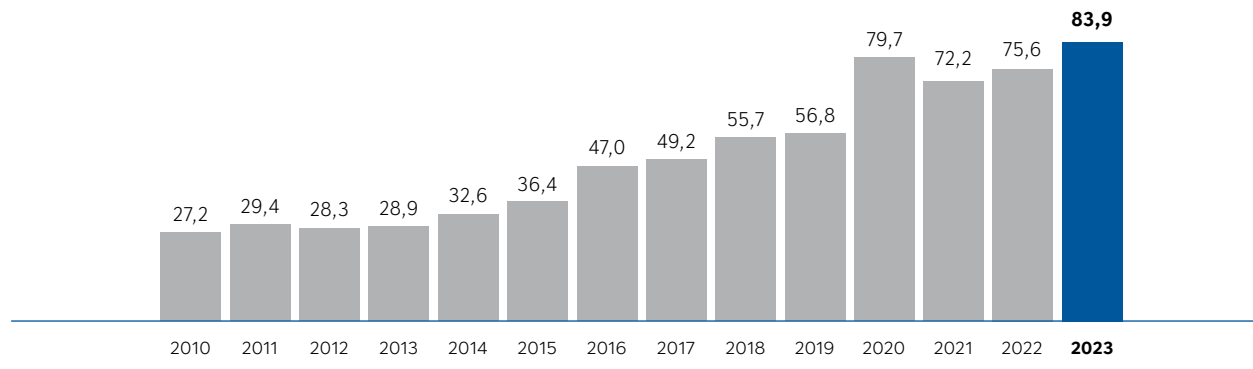
geführt und damit auch die Ergebnissituation für die CEWE-Gruppe insgesamt kontinuierlich verbessert.

Im nun zurückliegenden Geschäftsjahr 2023 stieg das nach IFRS berichtete EBIT (ohne die Gesellschaft futalis) um 11,0% bzw. 8,3 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahr auf 83,9 Mio. Euro (2022: 75,6 Mio. Euro) und erreichte damit einen neuen Höchststand. CEWE hatte Ende Dezember 2023 die Gesellschaft futalis, die bisher im Segment „Sonstiges“ ausgewiesen wurde, wie angekündigt verkauft. Inklusive futalis legte das so berechnete operative Ergebnis (EBIT) der CEWE-Gruppe 2023 auf 81,6 Mio. Euro zu (2022: 75,6 Mio. Euro). CEWE hatte für 2023 ein EBIT von 70 bis 82 Mio. Euro geplant.

83,9

Mio. Euro EBIT in 2023

Langfristige Ergebnisentwicklung (EBIT in Mio. Euro)



cewe

pixum

WHITE WALL

DeinDesign.

Cheerz

SAXOPRINT

viaprinto



Kerngeschäftsfeld Fotofinishing

Rückkehr zum üblichen Nachfrageverhalten

War in den Corona-Jahren die Nachfrage nach Fotofinishing-Produkten stark durch die unterschiedliche Abfolge von Lockdowns und Lockerungen der Corona-Maßnahmen bestimmt (viele CEWE-Kundinnen und -Kunden hatten die Zeit zu Hause im Lockdown genutzt, um Fotoprodukte – auch mit älteren Fotos aus zurückliegenden Jahren – zu bestellen), so folgte das Bestellverhalten von Konsumentinnen und Konsumenten im Jahr 2023 grundsätzlich wieder mehr der üblichen Saisonalität: Das erste Quartal legt dabei zu, zweites und drittes Quartal sind eher flat bzw. vielleicht sogar etwas rückläufig, und das vierte Quartal mit dem wichtigen Weihnachtsgeschäft wird tendenziell stärker. Die einfache Formel: Im Frühling und Sommer mit schönem Wetter finden viele Reisen, Feiern und Events statt – die Zeit des Jahres mit vielen Gelegenheiten für viele neue Fotoaufnahmen. In der dunkleren Jahreshälfte verbringen viele Menschen dann mehr Zeit zu Hause und bestellen Fotoprodukte – natürlich besonders oft als Geschenk zu Weihnachten. So wurden auch im nun zurückliegenden Geschäftsjahr 2023 viele Erlebnisse in einem CEWE FOTOBUCH, einem Fotokalender, auf einem Wandbild und mit vielen weiteren persönlichen Fotogeschenken zu bleibenden Erinnerungen.

Fotovolumen und CEWE FOTOBUCH-Absatz legen weiter erfreulich zu

Gerade Fotoprodukte haben für viele Menschen einen sehr hohen emotionalen Wert und werden weitestgehend unabhängig von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung zunehmend nachgefragt. Dabei ist es CEWE im zurückliegenden Geschäftsjahr u. a. durch seine starken Markenspositionen und die durchgeführten Marketingaktivitäten gelungen, insbesondere die in 2023 wieder erstarkte

Urlaubsreiseaktivität mit vielen neuen Fotoaufnahmen bei Konsumentinnen und Konsumenten in den eigenen Geschäftszuwachs erfolgreich zu konvertieren: Die Gesamtanzahl an Fotos über alle CEWE-Produkte stieg im Berichtsjahr um 4,8% auf 2,39 Mrd. Stück (2022: 2,28 Mrd. Fotos) und erreichte damit einen Wert am oberen Ende bzw. übertraf sogar leicht die für 2023 geplante Zielbandbreite von 2,2 bis 2,3 Mrd. Stück. Auch das CEWE FOTOBUCH hat mit einem Plus von 3,4% auf eine Absatzmenge von 6,1 Mio. Exemplaren erfreulich zugelegt (2022: 5,8 Mio. Exemplare) und ebenso die geplante Zielsetzung für 2023 von bis zu 6,0 Mio. Exemplare übertroffen. Damit hat CEWE seit 2005 über 86 Mio. CEWE FOTOBUCH Exemplare für seine Kundinnen und Kunden produziert: Das CEWE FOTOBUCH ist und bleibt das beliebteste Fotobuch in Europa.

Fotofinishing-Umsatz legt um 6,9% auf 658,8 Mio. Euro zu

Der Jahresauftakt 2023 startete im Fotofinishing mit einem sehr starken Q1 und Umsatzwachstum von +12,0%. Es folgten Q2 und Q3 mit +9,0% bzw. +7,1% Umsatzplus, auch das vierte Quartal konnte im Vergleich zum hohen Vorjahresniveau noch mal um +4,1% zulegen. Insgesamt legte der Fotofinishing-Umsatz damit im Gesamtjahr 2023 erfreulich um +6,9% auf 658,8 Mio. Euro zu: ein Plus von 42,7 Mio. Euro (FF-Umsatz 2022: 616,1 Mio. Euro). Dabei haben Kundinnen und Kunden zum einen verstärkt Fotoprodukte bestellt, zum anderen unterstützen umgesetzte Preiserhöhungen entlang fast aller Produktgruppen den Umsatzzuwachs. Die Preiserhöhungen waren notwendig geworden, um inflationsgetriebene Kostensteigerungen entlang fast aller GuV-Positionen wie Wareneinsatz, Personalkosten, sonstiger betrieblicher Aufwand (u. a. Logistik und Energiekosten) zu kompensieren.



- Der Fotofinishing-Umsatz steigt 2023 um +6,9%: 658,8 Mio. Euro (2022: 616,1 Mio. Euro)
- CEWE konvertiert starkes Urlaubsreiseverhalten mit vielen neuen Fotos bei Konsumenten erfolgreich in eigenen Geschäftszuwachs
- Das Fotofinishing-EBIT verbessert sich um 6,3 Mio. Euro auf 80,0 Mio. Euro (2022: 73,7 Mio. Euro)
- Preiserhöhungen kompensieren die inflationsgetriebene Verteuerung auf der Wareneinsatz- bzw. Kostenseite
- Trend einer sich kontinuierlich verbessernden operativen Ergebnismarge setzt sich erfreulich fort: nach 12,7% in 2022 nun 2023 mit 12,8%

über

86 Mio.

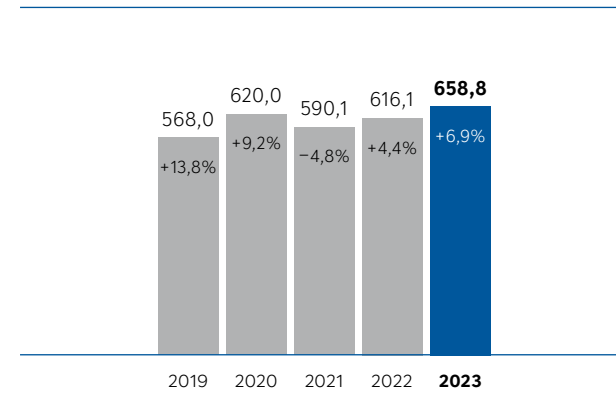
CEWE FOTOBUCH
Exemplare seit 2005

→ Rückblick 2023 und Ausblick 2024

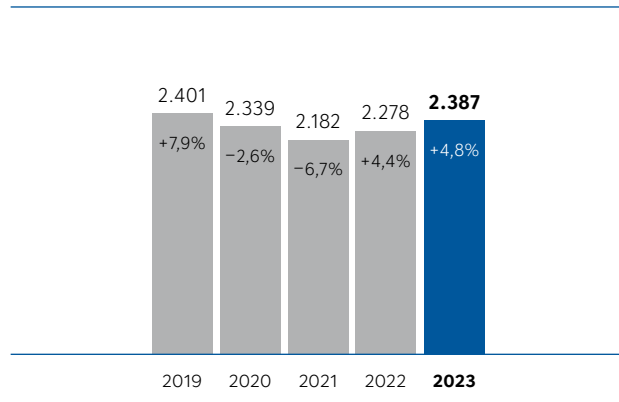
CEWE gelingt es, die starke Urlaubsreiseaktivität in 2023 mit vielen neuen Fotoaufnahmen in den eigenen Geschäftszuwachs erfolgreich zu konvertieren.

Konsumenten fragen auch 2023 erneut mehr Foto-Produkte nach, zusätzlich wirken inflationsbedingt notwendige Preissteigerungen umsatzserhöhend.

Umsatz Fotofinishing in Mio. Euro / Veränderung zum Vorjahr in %



Fotos gesamt in Mio. Stück / Veränderung zum Vorjahr in %



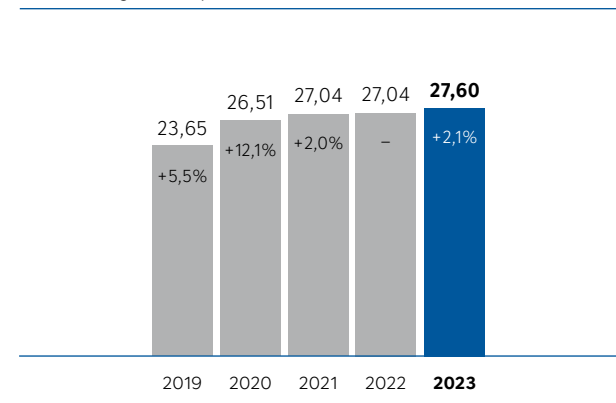
Das vierte Quartal hat mit dem Weihnachtsgeschäft weiterhin die größte Bedeutung für die Fotofinishing-Entwicklung: Mit einem Umsatzanteil von 44,6% am Gesamtjahresumsatz dokumentiert sich dieser Trend erneut (2017: 42,5%, 2018: 43,7%, 2019: 44,2%, 2020: 45,9%, 2021: 44,9%, 2022: 45,8%). So erreichte der Fotofinishing-Umsatz im Berichtsquartal 293,6 Mio. Euro (Q4 2022: 282,1 Mio. Euro).

Umsatz pro Foto legt auf 27,60 Cent zu

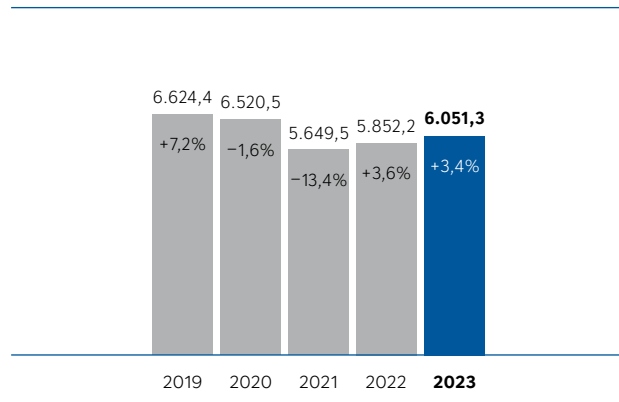
Seit Jahren stärkt der Trend zu höherwertigen Fotoprodukten die Umsatz- und Ergebnisentwicklung im Kerngeschäftsfeld Fotofinishing. Nach 27,04 Cent im Jahr 2022 erreichte der Umsatz pro Foto im Berichtsjahr erneut ein stärkeres Niveau: 27,60 Cent pro Foto. Dabei liegt dieser Umsatzwert pro Foto sogar über den hohen Werten der Corona-Jahre, in denen während der Lockdowns Wandbilder mit einem sehr hohen Umsatz pro Foto besonders stark nachgefragt waren und die Kennzahl beschleunigt gestärkt hatten.

Umsatz pro Foto legt mit +2,1% weiter zu.

Fotofinishing-Umsatz pro Foto in Eurocent / Veränderung zum Vorjahr in %



Anzahl CEWE FOTOBUCH Exemplare gesamt in Tsd. Stück / Veränderung zum Vorjahr in %



Kundinnen und Kunden erstellen in 2023 erneut mehr CEWE FOTOBUCH Exemplare: ein Plus von 3,4%.



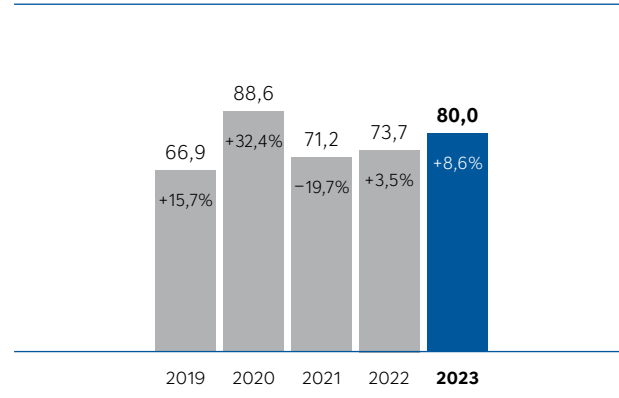
Fotofinishing-EBIT legt 2023 mit erneut stärkerem Weihnachtsgeschäft auf 80,0 Mio. Euro zu

Mit einem erneut stärkeren Weihnachtsgeschäft erreichte der Geschäftsbereich Fotofinishing 2023 ein EBIT von 80,0 Mio. Euro: ein Plus von 6,3 Mio. Euro (FF-EBIT 2022: 73,7 Mio. Euro). Wie in jedem Jahr hat CEWE auch 2023 den größten Anteil des Jahresgewinns dabei im vierten Kalenderquartal erwirtschaftet. Durch starke Skaleneffekte in der Produktion unter Volllast im Weihnachtsgeschäft ist dieser hohe Ergebnisanteil des vierten Quartals völlig typisch. Mit schwächerer Auslastung und aufgrund der hohen Fixkostenremanenz können Q1, Q2 und Q3 regelmäßig nur einen geringeren Ergebnisanteil liefern.

Auch das isolierte vierte Quartal konnte 2023 erneut zulegen: Nach einem EBIT von 74,6 Mio. Euro im Vorjahres-Q4 verbesserte sich das EBIT im Berichtsquartal um 3,6 Mio. Euro auf 78,2 Mio. Euro.

Ein erneut stärkeres Weihnachtsgeschäft führt zu einem starken Fotofinishing-Jahresergebnis: 80,0 Mio. Euro EBIT in 2023.

EBIT-Fotofinishing in Mio. Euro / Veränderung zum Vorjahr in %

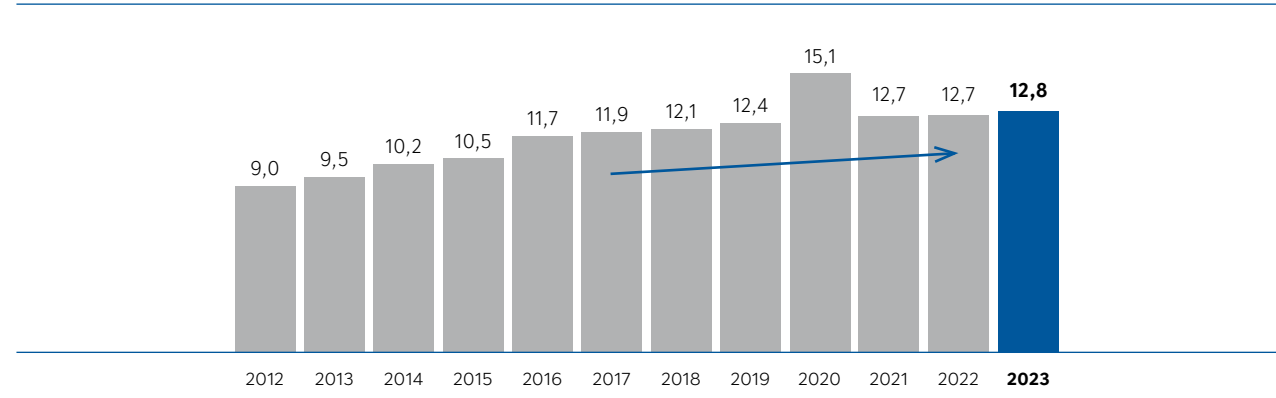


Im zurückliegenden Geschäftsjahr 2023 sind dabei insgesamt rund –4,0 Mio. Euro Sondereffekte im Rahmen der Abschreibungen aus den Kaufpreisallokationen von Cheerz (–0,9 Mio. Euro), WhiteWall (–2,1 Mio. Euro) und Hertz (0,5 Mio. Euro) sowie aus einer Abschreibung für nicht mehr benötigte Software-Lizenzen (–0,5 Mio. Euro) angefallen. Im Vorjahr 2022 waren als Sonderaufwendungen zusammen –4,2 Mio. Euro für Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen (Cheerz –1,7 Mio. Euro, WhiteWall –2,1 Mio. Euro und Hertz –0,4 Mio. Euro) gebucht worden. Bereinigt um diese Sondereffekte erreichte das operative EBIT des Geschäftsfeldes Fotofinishing 84,0 Mio. Euro im Geschäftsjahr 2023 (bereinigtes operatives EBIT 2022: 77,9 Mio. Euro).

Operative Fotofinishing-EBIT-Marge steigt weiter leicht auf starke 12,8%

Die operative Ergebnismarge (vor oben beschriebenen Sonderaufwendungen) im Kerngeschäftsfeld Fotofinishing kann auch 2023 den Trend einer sich langfristig kontinuierlich steigenden Profitabilität fortsetzen: Nach 12,7% in

Operative Fotofinishing-EBIT-Marge¹ steigt weiter in %



¹ ohne ausgewiesene Sondereffekte (hauptsächlich PPA-Effekte)

12,8%

Operative Fotofinishing-EBIT-Marge 2023

2022 legte die Fotofinishing-EBIT-Marge mit 12,8% erneut leicht zu. Vor allem der anhaltende Produktmixwandel sowie die zusätzlichen Deckungsbeiträge aus dem langfristigen Umsatzzuwachs haben die operative EBIT-Marge im Fotofinishing in den letzten Jahren stetig ansteigen lassen. Dabei zeigte das Jahr 2020 besonders eindrucksvoll, welche Marge bei entsprechendem Mengenwachstum möglich ist: Der starke, coronabedingte Nachfrageanstieg ließ die operative EBIT-Marge vorübergehend auf außergewöhnlich hohe 15,1% springen.

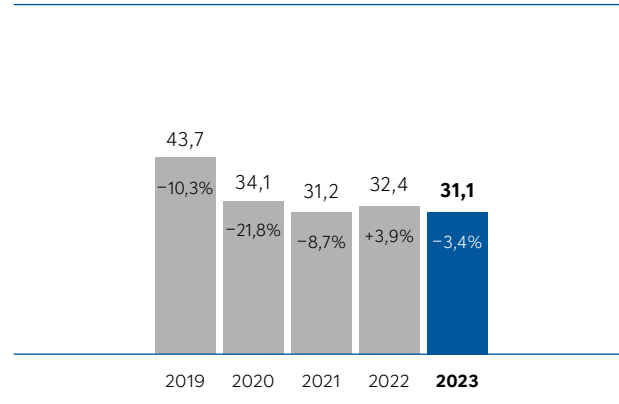
Nach 12,7% in 2022 steigt die Fotofinishing-EBIT-Marge auch 2023 auf ordentlichem Niveau weiter leicht auf nun 12,8%.



Geschäftsfeld Einzelhandel

CEWE betreibt in Polen, Tschechien, der Slowakei sowie Norwegen und Schweden Multi-Channel-Retailing in Form von stationären Läden und Online-Shops. Der klare Fokus des CEWE RETAIL liegt auf der Generierung des Fotofinishing-Geschäfts, also auf der Vermarktung von CEWE FOTOBUCH, Kalendern, Grußkarten, Wandbildern und weiteren Fotogeschenken. Der Umsatz- und Ergebnisbeitrag dieses Fotofinishing-Sortiments wird dabei im Geschäftsfeld Fotofinishing ausgewiesen. Im Geschäftsfeld Einzelhandel verbleiben lediglich Umsatz und Ergebnis aus dem Foto-Hardware-Geschäft mit zum Beispiel Kameras und Fotozubehör. Dieses Handelswarengeschäft wird CEWE auch zukünftig margenoptimal unter bewusstem Verzicht auf unprofitable Umsätze entwickeln.

Umsatz Einzelhandel in Mio. Euro /
Veränderung zum Vorjahr in %



Einzelhandel mit 31,3 Mio. Euro Umsatz in 2023

Der Hardware-Einzelhandel erreichte mit seinen rund 100 Filialen in Skandinavien und Mittelosteuropa 2023 einen Jahresumsatz von 31,3 Mio. Euro (2022: 32,4 Mio. Euro; -3,4%). Bereinigt um Währungseffekte legte der Umsatz dabei sogar mit 1,4% leicht zu. Auch für den Einzelhandel ist besonders das vierte Quartal mit dem Weihnachtsgeschäft und einem Umsatzanteil von über 30% das wichtigste Quartal des Jahres: Nach 10,2 Mio. Euro Q4-Umsatz im letzten Jahr erreichte der CEWE-Einzelhandel im nun abgeschlossenen Berichtsquartal einen Umsatz in Höhe von 9,5 Mio. Euro (-7,1%). Bereinigt um Währungseffekte zeigt der Hardware-Einzelhandel einen um 3,0% schwächeren Q4-Umsatz.

CEWE fokussiert sich im Einzelhandel weiterhin auf das (im Segment Fotofinishing ausgewiesene) Geschäft mit Fotofinishing-Produkten und nutzt den eigenen Einzelhandel als B2C-Vertriebskanal für das CEWE FOTOBUCH, Fotokalender, Wandbilder und viele weitere Fotoprodukte.

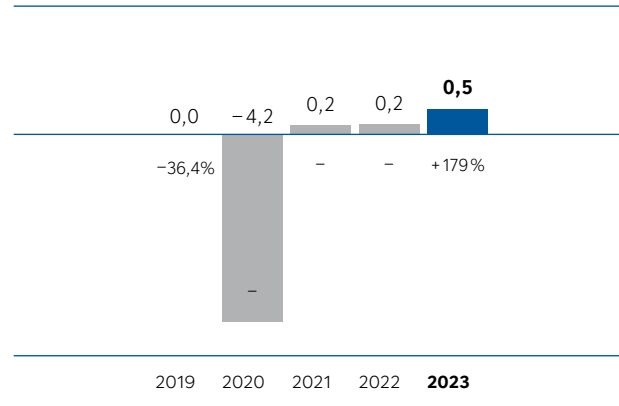
Durch den bewussten Verzicht auf margenschwaches Foto-Hardware-Geschäft und die Fokussierung auf Fotofinishing-Produkte reduziert CEWE bereits seit einigen Jahren aktiv den Foto-Hardware-Umsatz.



- Der Umsatz mit Foto-Hardware und -Zubehör lag 2023 mit 31,3 Mio. Euro strategiegemäß leicht unter dem Vorjahreswert (2022: 32,4 Mio. Euro)
- Der Einzelhandel zeigt sich weiter gut aufgestellt und verbesserte trotz leichtem Umsatzrückgang das EBIT deutlich um 0,3 Mio. Euro auf 0,5 Mio. Euro (2022: 0,2 Mio. Euro)

100

Einzelhandels-Filialen mit Fokus auf den Absatz von Fotofinishing-Produkten

**EBIT-Einzelhandel** in Mio. Euro /
Veränderung zum Vorjahr in %

Der Einzelhandel zeigt sich auch 2023 weiter gut aufgestellt: Trotz des leichten Umsatzrückgangs verbessert sich das EBIT deutlich um 0,3 Mio. Euro auf 0,5 Mio. Euro.

Im Bereich der Foto-Hardware (Kameras und Zubehör) verzichtet CEWE weiter bewusst auf margenschwaches Handelsgeschäft. So lag die aktive Umsatzreduktion im Geschäftsfeld Einzelhandel in vorausgegangenen Jahren üblicherweise bei rund -10%.

Hardware-Einzelhandel trotz leichtem Umsatzrückgang mit verbessertem EBIT

In der Ergebnisentwicklung zeigt sich die gute Aufstellung des Einzelhandels: Trotz des leichten Umsatzrückgangs konnte das Geschäftsfeld Einzelhandel 2023 seinen Beitrag zum Gruppen-EBIT recht deutlich um 0,3 Mio. Euro auf 0,5 Mio. Euro verbessern (2022: 0,2 Mio. Euro). Angesichts typischerweise relativ niedriger Handelswarenmargen eine erstklassige Leistung. CEWE hatte bereits im ersten Pandemie-Jahr 2020 beschlossen, insgesamt etwas mehr als 40 Filialen in allen Ländern, in denen CEWE Einzelhandel betreibt, zu schließen. Von dieser beschleunigten Optimierung der Filialstruktur hat der CEWE-Einzelhandel auch im nun abgeschlossenen Geschäftsjahr 2023 weiter profitiert.

Auch im Einzelhandel ist das Weihnachtsgeschäft und damit das vierte Quartal entscheidend für die Ergebnisentwicklung im Gesamtjahr. Mit einem vor allem im Dezember-Weihnachtsgeschäft erzielten Q4-EBIT von 0,9 Mio. Euro wurde auch in diesem Jahr der bis zum Ende des dritten Quartals bestehende Ergebnisrückstand vollständig aufgeholt und ein positiver Beitrag zum Gruppenergebnis erwirtschaftet (EBIT Q4 2022: 0,7 Mio. Euro).



- Der Kommerzielle Online-Druck steigert mit der „Bestpreisgarantie“ für seine Kunden den Umsatz um +6,6% auf 92,2 Mio. Euro (2022: 86,5 Mio. Euro)
- Optimierte Kostenstruktur verbessert Ertragssituation weiter nachhaltig, der KOD steigert sein EBIT auf 4,2 Mio. Euro (2022: 2,3 Mio. Euro) und erzielt eine EBIT-Marge von 4,5%

+6,6%

Umsatzwachstum im Kommerziellen
Online-Druck in 2023

Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck

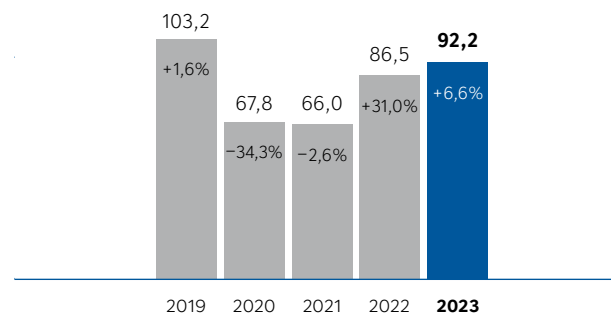
CEWE ist mit den Online-Druck-Marken SAXOPRINT, viaprinto und LASERLINE im europäischen Markt mit dem Schwerpunkt in der DACH-Region für online bestellte Werbe- und Geschäftsdrucksachen bestens aufgestellt: SAXOPRINT bedient mit der Bestpreisgarantie Kunden primär im Offsetdruck sowohl im Inland als auch in den anderen internationalen Märkten, viaprinto ist als Anbieter hochwertiger Druckprodukte in kleinen Auflagen vornehmlich im Digitaldruck positioniert, und LASERLINE ist besonders stark im Berliner und Brandenburger Raum aufgestellt und bedient dort regional ansässige Kunden.

Kommerzieller Online-Druck wächst auch 2023

Im nun abgeschlossenen Berichtsjahr 2023 konnte der Kommerzielle Online-Druck mit der „Bestpreisgarantie“ für seine Kunden erneut ein Umsatzplus realisieren: Mit 92,2 Mio. Euro und einem Wachstum von 6,6% übertraf

der Umsatz den Vorjahreswert um 5,7 Mio. Euro (2022: 86,5 Mio. Euro). Dabei betrug der Umsatzbeitrag des vierten Quartals 25,9 Mio. Euro (Umsatz Q4 2022: 26,5 Mio. Euro). Die „Bestpreisgarantie“ steht für das Versprechen, dass Druckprodukte von SAXOPRINT immer zum günstigsten Preis im Markt angeboten werden. Sollte ein SAXOPRINT-Kunde einen günstigeren Preis für ein vergleichbares Produkt bei Wettbewerbern finden, so erstattet SAXOPRINT die Preisdifferenz. Möglich wird diese Bestpreisgarantie durch die erreichte Kosteneffizienz in der SAXOPRINT-Produktion: Der hoch automatisierte Produktionsstandort von SAXOPRINT in Dresden gilt als einer der modernsten Technologieparks für den Online-Offsetdruck in Europa. Zum weiteren Ausbau der eigenen Wertschöpfungstiefe hatte SAXOPRINT mit Beginn des Geschäftsjahres 2024 Vermögenswerte der EASTprint GmbH, Dresden, übernommen. SAXOPRINT hatte den Großformatdruck bisher an EASTprint fremdvergeben, der mit dieser Übernahme nun internalisiert wurde.

Umsatz Kommerzieller Online-Druck in Mio. Euro /
Veränderung zum Vorjahr in %



Der Kommerzielle Online-Druck wächst mit der „Bestpreisgarantie“ für seine Kunden auch im Geschäftsjahr 2023 weiter: +6,6% Umsatzwachstum.

KOD-Ergebnis deutlich gesteigert auf 4,2 Mio. Euro

Obwohl der Vor-Pandemie-Umsatz aus dem Jahr 2019 (103,2 Mio. Euro) noch nicht wieder erreicht ist, verbessert der Kommerzielle Online-Druck seinen EBIT-Beitrag zum Gruppenergebnis erfreulich um 1,9 Mio. Euro auf 4,2 Mio. Euro und erreicht damit zum wiederholten Mal eine starke Verbesserung des Vorjahresergebnisses (KOD-EBIT 2022: 2,3 Mio. Euro). Mit optimierter Kostenstruktur beweist der Geschäftsbereich Kommerzieller Online-Druck damit erneut seine erfolgreich gesenkte Break-even-Schwelle: Die erreichte Kosteneffizienz in der Produktion und (dadurch mögliche) „Bestpreisgarantie“ für seine Kunden lassen den KOD so weiter profitabel wachsen. Im isolierten vierten Quartal 2023 erwirtschaftete der KOD mit 2,7 Mio. Euro ein um 18,3% im Vergleich zum Vorjahresquartal verbessertes EBIT (KOD-EBIT Q4 2022: 2,3 Mio. Euro).

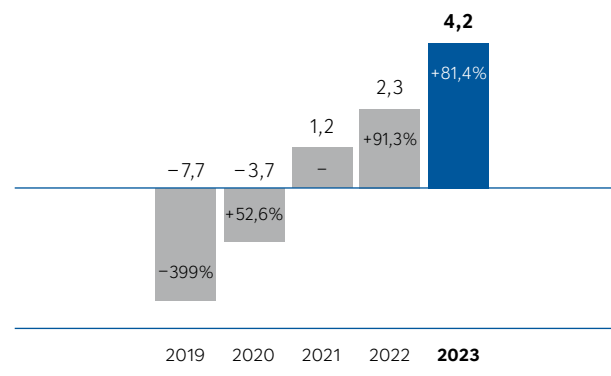
SAXOPRINT

viaprinto

4,2

Mio. Euro EBIT im Kommerziellen
Online-Druck in 2023

EBIT Kommerzieller Online-Druck in Mio. Euro /
Veränderung zum Vorjahr in %



Mit sehr effizienter Produktions- und Kostenstruktur erreicht der KOD mit 4,2 Mio. Euro erneut ein deutlich verbessertes Ergebnis.



Geschäftsfeld Sonstiges

CEWE führt seine Struktur- und Gesellschaftskosten sowie das Ergebnis aus Immobilienbesitz und Beteiligungen im Geschäftsfeld Sonstiges. Als geschäftsfeldübergreifende Struktur- und Gesellschaftskosten fallen im Wesentlichen Kosten der Aufsichtsgremien sowie der Hauptversammlung und aus der Investor-Relations-Tätigkeit an. Ferner wurden bisher die Ergebnisse der Konzerngesellschaft futalis in diesem Geschäftsfeld ausgewiesen, da sich die geschäftliche Tätigkeit von futalis als Erzeuger von Tierfutter nicht den anderen Geschäftsfeldern zuordnen ließ. CEWE hat im zurückliegenden Geschäftsjahr die Gesellschaft futalis per Ende Dezember 2023 veräußert und entsprechend IFRS 5 futalis aus der Gruppen-GuV ausgegliedert.

Inklusive futalis sind im Geschäftsjahr 2023 im Geschäftsfeld Sonstiges Umsatzerlöse in Höhe von 8,6 Mio. Euro (2022: 8,3 Mio. Euro) angefallen, die vollständig der Gesellschaft futalis zuzurechnen sind. Bezieht man futalis wie bisher in die Ermittlung des EBITs mit ein, so erreichte das Geschäftsfeld Sonstiges im zurückliegenden Geschäftsjahr ein Ergebnis von –3,1 Mio. Euro (2022: –0,6 Mio. Euro). Davon entfielen –2,3 Mio. Euro auf die Gesellschaft futalis, die sich aus –1,0 Mio. Euro operativem Ergebnis, –0,8 Mio. Euro Abschreibung einer Produktionsanlage und –0,5 Mio. Euro Entkonsolidierungsergebnis zusammensetzen.

Ohne futalis sind im Geschäftsfeld Sonstiges im Jahr 2023 keine Umsatzerlöse angefallen (2022: 0,0 Mio. Euro), der so berechnete Beitrag zum Gruppen-EBIT des Geschäftsfeldes betrug dabei –0,8 Mio. Euro (2022: –0,6 Mio. Euro).



Gruppen-GuV

Gruppen-Umsatz steigt auf 780,2 Mio. Euro

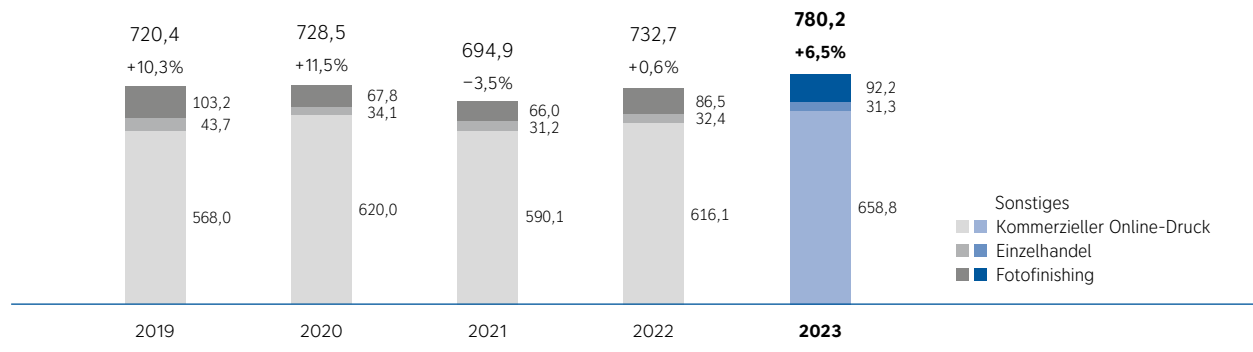
Das Umsatzwachstum in den Geschäftsfeldern Fotofinishing und Kommerzieller Online-Druck führte im Gesamtjahr 2023 zu einem nach IFRS berichteten Gruppenumsatz von 780,2 Mio. Euro (2022: 732,7 Mio. Euro; +6,5%). Dieser Wert beinhaltet nicht den Umsatz der im Dezember 2023 veräußerten Gesellschaft futalis, da diese entsprechend den Vorgaben des IFRS 5 aus den einzelnen GuV-Positionen als „nicht fortgeführter bzw. verkaufter Geschäftsbereich“ auszugliedern war (siehe dazu auch die Ausführungen im Abschnitt zum „Geschäftsfeld Sonstiges“). Der inklusive der futalis-Umsatzerlöse berechnete Gruppen-Umsatz legte mit +6,5% um 47,8 Mio. Euro auf 788,8 Mio. Euro zu (2022: 741,0 Mio. Euro). Mit beiden Werten übertrifft CEWE die für 2023 geplante Zielsetzung von 720 bis 780 Mio. Euro Umsatz.

Gruppen-EBIT legt auf 83,9 Mio. Euro zu

Das berichtete EBIT der CEWE-Gruppe steigt 2023 auf 83,9 Mio. Euro und erreicht damit einen neuen Höchststand (EBIT 2022: 75,6 Mio. Euro). Das inklusive des futalis-Ergebnisses berechnete EBIT legt auf 81,6 Mio. Euro zu und liegt damit am oberen Ende der in gleicher Logik aufgebauten Zielsetzung von 70 bis 82 Mio. Euro EBIT für 2023. Dabei konnten alle (v. a. inflationsbedingten) Kostensteigerungen entlang sämtlicher GuV-Positionen durch eigene Preissteigerungen kompensiert werden. Sowohl das Fotofinishing, der Einzelhandel als auch der Kommerzielle Online-Druck haben zu dieser Ergebnisverbesserung beigetragen. Eine sehr schöne Entwicklung in allen drei CEWE-Geschäftsfeldern im Jahr 2023.

Mit Wachstum im Fotofinishing und Kommerziellen Online-Druck erreicht CEWE 2023 ein Umsatzplus von 47,5 Mio. Euro bzw. 6,5%. Erneut eine starke Entwicklung.

Umsatz in Mio. Euro / Veränderung zum Vorjahr in %



- Berichteter Gruppen-Umsatz steigt 2023 um 47,5 Mio. Euro auf 780,2 Mio. Euro (2022: 732,7 Mio. Euro): ein Plus von 6,5%
- Berichtetes Gruppen-EBIT legt auf 83,9 Mio. Euro zu (2022: 75,6 Mio. Euro)
- Gruppen-Umsatz inkl. der im Dezember 2023 veräußerten Gesellschaft futalis steigt um +6,5% bzw. 47,8 Mio. Euro auf 788,8 Mio. Euro (2022: 741,0 Mio. Euro), so berechnetes EBIT der CEWE-Gruppe steigt auf 81,6 Mio. Euro (2022: 75,6 Mio. Euro)
- Alle Zielsetzungen für 2023 damit am oberen Ende der geplanten Bandbreiten erreicht bzw. übertroffen
- Steuerquote auf erwartet normalem Niveau von 32,2%
- Ergebnis je Aktie steigt auf 8,10 Euro (2022: 7,20 Euro)

Auch 2023 wird das vierte Quartal nochmals stärker

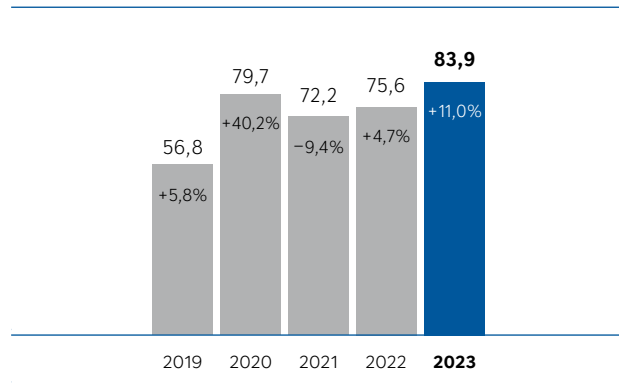
Die traditionelle Saisonspitze im vierten Quartal 2023 hat erneut mit nahezu 100 % des Jahresergebnisses ganz entscheidend zum Erfolg des zurückliegenden Geschäftsjahres beigetragen: Der Umsatz legte im Vorjahresvergleich um 3,3% auf 327,0 Mio. Euro zu (Q4 2022: 316,7 Mio. Euro), das EBIT um 5,9% auf 81,6 Mio. Euro (EBIT Q4 2022: 77,0 Mio. Euro). Dabei profitiert CEWE insgesamt weiter stark von seiner frühzeitigen Transformation in ein Online-Geschäftsmodell: Sowohl der Trend zum Fotografieren mit dem Smartphone sowie einfach online oder mobil über Apps bestellbare Fotoprodukte treiben das Wachstum. Gemeinsam mit seinen starken Handelspartnern, die mit über 20.000 Ladengeschäften in Europa ein zusätzlicher Garant für einen kundennahen Service sind, entwickelt CEWE den Fotomarkt durch Innovationen kontinuierlich weiter. Erneut hat es sich gezeigt: Gerade Fotoprodukte haben für viele Menschen – besonders als Weihnachtsgeschenk – einen

sehr hohen emotionalen Wert und werden weitestgehend unabhängig von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung zunehmend nachgefragt.

Inflationsbeeinflusste Veränderungen der GuV-Positionen folgen maßgeblich der Geschäftsentwicklung

Der Beitrag der verschiedenen Geschäftsfelder zur Gewinn- und Verlustrechnung hat jeweils eine andere Struktur: Im Fotofinishing bewirkt der Trend zu Mehrwertprodukten tendenziell eine Reduktion des Materialeinsatzes, während der Personaleinsatz und die sonstigen betrieblichen Aufwendungen zulegen. Im Vergleich zum Fotofinishing ist der Kommerzielle Online-Druck tendenziell durch einen höheren Materialaufwand und etwas geringere Personal- und sonstige betriebliche Aufwendungen gekennzeichnet. Dagegen weist der Einzelhandel im Vergleich zu den beiden anderen Geschäftsfeldern deutlich höhere Materialaufwendungen, aber geringere Personal- und sonstige betriebliche Aufwendungen auf.

Operatives Ergebnis (EBIT) in Mio. Euro /
Veränderung zum Vorjahr in %



CEWE erzielt 2023 ein EBIT auf neuem Höchststand: Ein erfreulicher Zuwachs um +8,3 Mio. Euro auf 83,9 Mio. Euro.

3.903 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren im Jahresdurchschnitt 2023 in der CEWE-Gruppe beschäftigt.

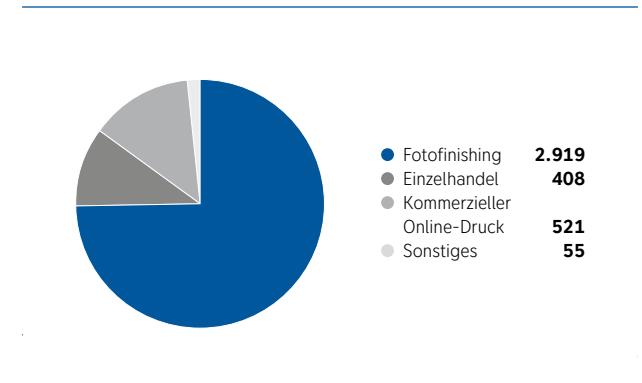
83,9

Mio. Euro EBIT in 2023 – ein neuer Höchststand

Im Jahresdurchschnitt 2023 waren 3.903 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei der CEWE-Gruppe beschäftigt (2022: 3.816). Davon arbeiteten 2.615 Mitarbeitende und damit rund 67,0% (2022: 2.537 Mitarbeiter bzw. 66,5%) in den inländischen und 1.288 Mitarbeiter und damit 33,0% (2022: 1.279 Mitarbeiter bzw. 33,5%) in den internationalen Betrieben der CEWE-Gruppe.

Die kleine Veränderung im Vorjahresvergleich resultiert dabei teilweise aus Neueinstellungen im Bereich der Zentralfunktionen am Hauptstandort Oldenburg, bei WhiteWall und

Mitarbeitende der CEWE-Gruppe im Jahresdurchschnitt 2023 nach Geschäftsfeldern



beim Kommerziellen Online-Druck am Produktionsstandort in Dresden. Zudem ging bei der Durchschnittsberechnung die Mitarbeiterzahl der im Vorjahr übernommenen Hertz GmbH, dem Systemlieferanten für die CEWE Fotostation, nun mit vollen 12 Monaten ein. Gegenläufig reduzierte sich leicht die Mitarbeiterzahl im CEWE-Einzelhandel.

Konzernsteuerquote auf normalem Niveau

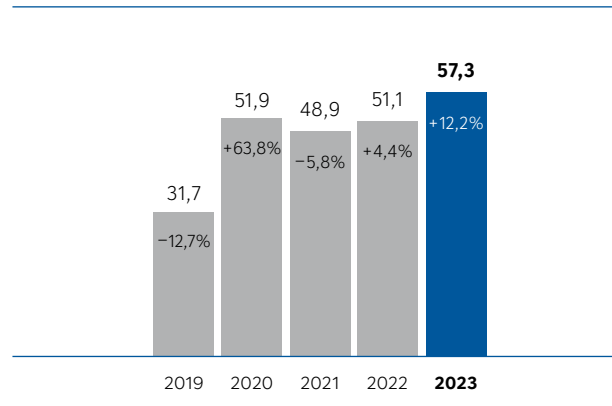
Die Konzernsteuerquote auf das ausgewiesene EBT liegt mit 32,2% auf dem erwarteten, normalen Niveau (Konzernsteuerquote 2021: 31,7%).

Nachsteuerergebnis von 57,3 Mio. Euro führt zu 8,10 Euro Ertrag je Aktie

Mit 57,3 Mio. Euro erreicht die CEWE-Gruppe für das Geschäftsjahr 2023 ein um 6,2 Mio. Euro gestiegenes Nachsteuerergebnis (2022: 51,1 Mio. Euro). Daraus folgend liegt das (unverwässerte) Ergebnis je Aktie bei 8,10 Euro (2022: 7,20 Euro).

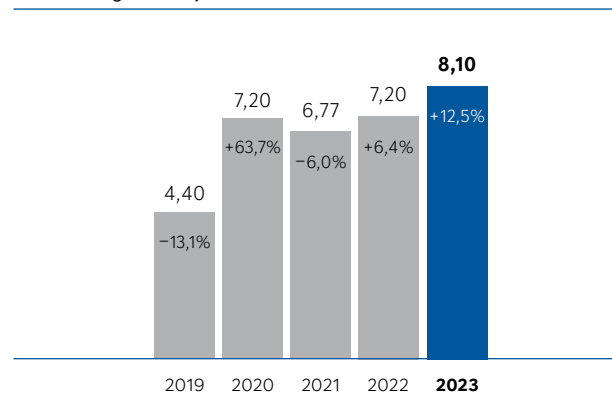
Das Ergebnis je Aktie erreicht mit 8,10 Euro 2023 einen neuen Spitzenwert.

Ergebnis nach Steuern in Mio. Euro /
Veränderung zum Vorjahr in %



Die Konzernsteuerquote auf das ausgewiesene EBT beträgt 32,2% für das Geschäftsjahr 2023 und liegt damit auf dem erwarteten, normalen Niveau.

Ergebnis je Aktie in Euro /
Veränderung zum Vorjahr in %





Gruppen-Gewinn- und Verlustrechnung

Im Vorjahr höhere Erträge aus der Auflösung nicht mehr benötigter Rückstellungen; zudem Rückgang durch weniger Erträge mit recyclingfähigen Restanten aus dem Produktionsprozess im Bereich der Verbrauchsmaterialien als im Vorjahr.

Tarifanpassungen, Zahlung einer Inflationsprämie und mit dem Geschäftszuwachs erfolgte Einstellungen in den Fotofinishing-Zentralfunktionen sowie dem Kommerziellen Online-Druck erhöhen die Position. Im Vorjahr hatte die kursgünstige Ausübung eines Aktienoptionsprogramms die Personalkosten zudem leicht reduziert.

Leichte absolute Erhöhung der planmäßigen Abschreibungen; insgesamt rückläufige Abschreibungsquote in Prozent vom Umsatz.

Die Gewinnausschüttung eines VC-Fonds erhöht die Finanzerträge.

in TEuro	2022	2023	Veränderung in %
Umsatzerlöse	732.730	780.198	6,5
Erhöhung des Bestands an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	-48	234	-
Andere aktivierte Eigenleistungen	2.881	4.161	44,4
Sonstige betriebliche Erträge	29.157	25.494	-12,6
Materialaufwand	-180.540	-187.380	-3,8
Rohergebnis	584.180	622.707	6,6
Personalaufwand	-202.536	-218.861	-8,1
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-252.802	-266.106	-5,3
EBITDA	128.842	137.740	6,9
Abschreibung auf immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens und Sachanlagen	-53.234	-53.830	-1,1
EBIT	75.608	83.910	11,0
Finanzerträge	738	5.953	707
Finanzaufwendungen	-1.542	-1.946	-26,2
Finanzergebnis	-804	4.007	-
EBT	74.804	87.917	17,5
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-23.748	-28.302	-19,2
Ergebnis nach Steuern aus fortzuführenden Geschäftsbereichen	51.056	59.615	16,8
Gewinn/Verlust nach Steuern des aufgegebenen Geschäftsbereichs	9	-2.302	-
Ergebnis nach Steuern Konzern	51.056	57.313	12,2

Wachstum sowohl im Geschäftsfeld Fotofinishing (+6,9%) als auch Kommerzieller Online-Druck (+6,6%) treiben das Umsatzwachstum in der CEWE-Gruppe.

Die Übernahme der Hertz GmbH, des Systemlieferanten für die CEWE Fotostation, führt zu höheren aktivierten Eigenleistungen für die nun selbstgestellten und nicht mehr fremdbeschafften Fotostationen.

Korrespondierend zur Umsatzentwicklung erhöht sich der Materialaufwand absolut. Der rückläufige Einzelhandelsanteil und v. a. die starke Fotofinishing-Entwicklung mit Preisanpassungen im Umsatz lassen die Wareinsatzquote vom Umsatz leicht zurückgehen.

V. a. geschäftsgetriebene absolute Erhöhung der Position, u. a. durch Logistik- und Vertriebskosten sowie gestiegene Marketingaufwendungen. Trotzdem insgesamt leicht unterproportionale Entwicklung der Position im Vergleich zum Umsatz.

Der Verkauf der Tochtergesellschaft futalis führt zu einem Ergebnis von -2,3 Mio. Euro (-1,0 Mio. Euro operatives Ergebnis 2023, -0,8 Mio. Euro Abschreibung einer Produktionsmaschine, -0,5 Mio. Euro Entkonsolidierungsergebnis).



Bilanz



- Bilanzsumme um 33,3 Mio. Euro auf 666,0 Mio. Euro gestiegen (+ 5,3%)
- CEWE mit starker Eigenkapitalquote von 58,4% (Vorjahr: 57,3%)
- Capital Employed steigt vor allem durch gestiegene liquide Mittel um 26,7 Mio. Euro

Bilanzsumme um 33,3 Mio. Euro auf 666,0 Mio. Euro gestiegen (+ 5,3%)

Im Vergleich zum gleichen Vorjahreszeitpunkt hat sich die Bilanzsumme zum 31. Dezember 2023 von 632,7 Mio. Euro um 33,3 Mio. Euro auf 666,0 Mio. Euro erhöht. Vor allem der Anstieg der kurzfristigen Vermögenswerte um 29,3 Mio. Euro führt zu dieser Entwicklung. Hier wirken vor allem der Liquiditätsaufbau um 44,3 Mio. Euro und gegenläufig die veranlagungsbedingte Rückführung der kurzfristigen Forderungen aus Ertragsteuererstattungen, in denen im Vorjahr als Ergebnis der Corona-Sonderkonjunktur noch hohe Steuervorauszahlungen ausgewiesen wurden. Daneben wurden kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen geringer ausgewiesen, da im Vorjahr Handelspartner-Zahlungen verspätet und damit erst im abgelaufenen Geschäftsjahr beglichen wurden.

Langfristige Vermögenswerte sind um 4,0 Mio. Euro auf 380,1 Mio. Euro angestiegen. Verantwortlich dafür sind vor allem Sachanlageninvestitionen in neue bzw. ertüchtigte Produktionsflächen des Geschäftsfelds Fotofinishing. Gegenläufig wirkten die abschreibungsbedingt gesunkenen immateriellen Vermögenswerte sowie die rückläufige Fair-Value-Bewertung von Finanzinvestitionen, da ein VC-Fondsinvestment eine Gewinnausschüttung vorgenommen hat.

CEWE mit starker Eigenkapitalquote von 58,4% (Vorjahr: 57,3%)

Im Vergleich zum 31. Dezember 2023 erhöhte sich das Eigenkapital um insgesamt 26,5 Mio. Euro auf 389,2 Mio. Euro, vor allem durch das positive Gesamtergebnis der vergangenen vier Quartale von 51,5 Mio. Euro. Die Eigenkapitalquote ist nach bereits sehr solidem Vorjahresniveau (31. Dezember 2022: 57,3%) nochmals auf 58,4% gestiegen.

Die Konzernverschuldung (Summe der kurz- und langfristigen Schulden) steigt um 6,8 Mio. Euro von 269,9 Mio. Euro auf 276,7 Mio. Euro. Dieser Anstieg ist auf das um 6,2 Mio. Euro auf 202,4 Mio. Euro gestiegene kurzfristige Fremdkapital, und zwar auf die darin enthaltenen Personalverbindlichkeiten sowie die ergebnisbedingt gestiegenen Steuerrückstellungen, zurückzuführen. Die langfristigen Schulden haben sich mit einem Anstieg von 0,6 Mio. Euro auf 74,3 Mio. Euro nur geringfügig verändert, dem Anstieg der darin im Wesentlichen enthaltenen Pensionsrückstellungen stehen verfristungsbedingt gesunkene langfristige Leasingverbindlichkeiten gegenüber.

In der Managementbilanz wird die Bilanzsumme von 666,0 Mio. Euro um die kurzfristigen operativen und somit nicht zinstragenden Schulden in Summe von 192,9 Mio. Euro gekürzt und zeigt die durch Zinsen und Dividenden zu bedienenden Fremd- und Eigenkapitalelemente in Summe von 473,1 Mio. Euro.

Capital Employed steigt um 26,7 Mio., vor allem durch umsatzbedingt gestiegene Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und investitionsbedingt gestiegenem Anlagevermögen

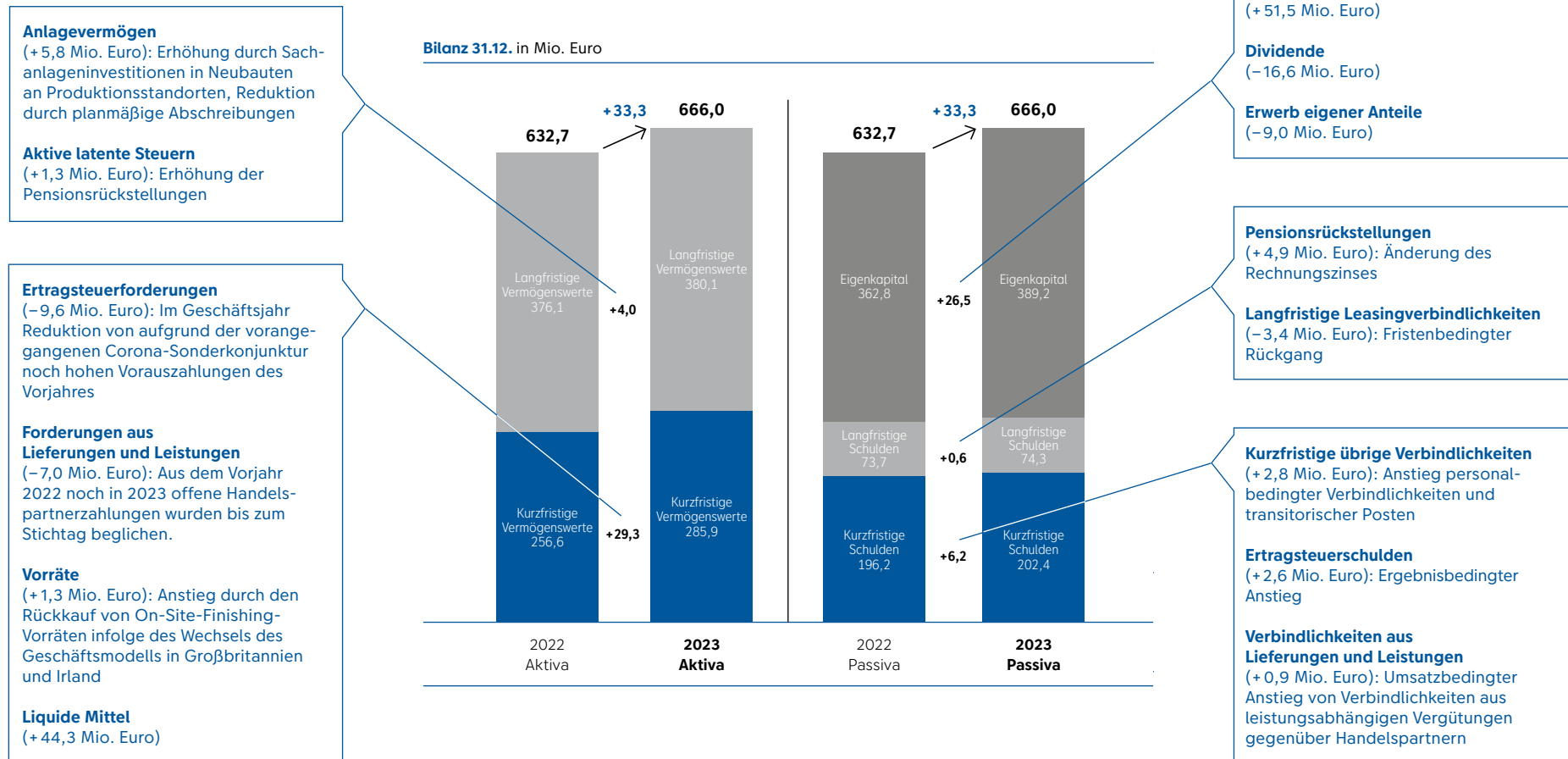
Im Vorjahresvergleich ist das Capital Employed um 26,7 Mio. Euro aufgebaut worden, indem sowohl die liquiden Mittel (+ 44,3 Mio. Euro) als auch die langfristigen Vermögenswerte (+ 4,0 Mio. Euro) gestiegen sind. Damit spiegelt die Liquidität die Stärke des operativen Cash Flows wieder. Gegenläufig ist das Netto-Working Capital (- 21,6 Mio. Euro) hauptsächlich durch die Rückführung der kurzfristigen Forderungen aus Ertragsteuererstattungen und der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie durch die ergebnisbedingt gestiegenen Steuerschulden gestiegen.

Solides Eigenkapital lässt Capital Invested um 26,7 Mio. Euro steigen

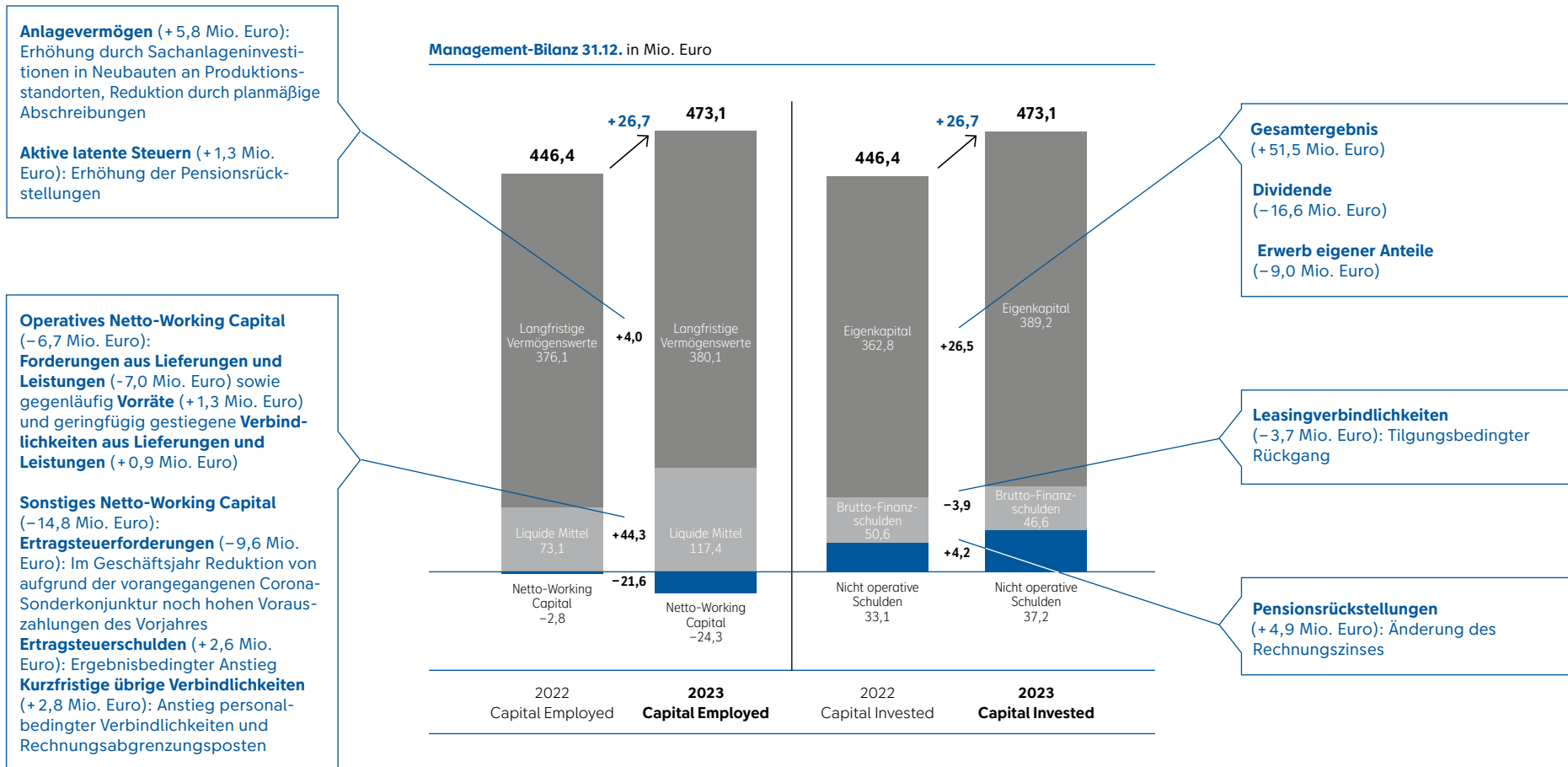
Der Anstieg des Capital Invested um 26,7 Mio. Euro ist auf das um 26,5 Mio. Euro gestiegene Eigenkapital zurückzuführen. Im Eigenkapital zeigt sich durch das Gesamtergebnis von 51,5 Mio. Euro die Ertragsstärke von CEWE, die die Dividendenzahlung sowie die übrigen Eigenkapitalveränderungen überkompensiert. Die Brutto-Finanzschulden sinken infolge des Rückgangs der Leasingverbindlichkeiten um 3,9 Mio. Euro. Die nicht operativen Schulden betreffen überwiegend die Pensionsrückstellungen und steigen infolge eines gesunkenen Rechnungszinses um 4,2 Mio. Euro an.



Wesentliche Veränderungen in den Bilanzpositionen



Wesentliche Veränderungen in den Positionen der Management-Bilanz





Cash Flow

Der betriebliche Cash Flow steigt um 37,4 Mio. Euro auf 130,8 Mio. Euro und liegt damit über dem Vor-Corona-Niveau

Nachdem sich der betriebliche Cash Flow schon im Vorjahr um 27,7 Mio. Euro steigern konnte, steigt er im abgelaufenen Geschäftsjahr mit 37,4 Mio. Euro auf 130,8 Mio. Euro und liegt damit über dem Vor-Corona-Niveau des Jahres 2019.

Im operativen Netto-Working Capital kehrte sich die durch die auf den Jahresbeginn 2023 verzögerten Zahlungen von Handelspartnern verursachte Zunahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen des Jahres 2022 um, indem die Handelspartnerzahlungen 2023 vereinnahmt wurden, und nahm dadurch um 26,0 Mio. Euro ab. Im abgelaufenen Jahr haben sich die

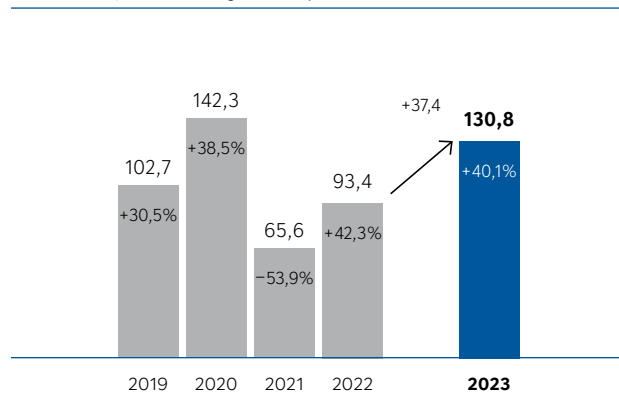
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen wenig verändert, sodass sie nach dem Aufbau des Vorjahres um 10,8 Mio. Euro weniger zum betrieblichen Cash Flow beitrugen. Unter Berücksichtigung eines geringfügigen Vorratsaufbaus nahm das operative Netto-Working 14,4 Mio. Euro im Geschäftsjahr weniger Cash auf. Auch das sonstige Netto-Working Capital nahm 2,8 Mio. Euro weniger Cash auf als im Vorjahr. Die Steuerzahlungen reduzierten sich ebenfalls und gingen um 10,9 Mio. Euro zurück.

Der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit geht durch weniger Unternehmenskäufe und gegenläufige Finanzerträge auf –47,9 Mio. Euro zurück

Vor allem der Wegfall von Zahlungen für den Kauf von Unternehmensanteilen, höhere Zuflüsse aus Finanzanlagen und geringfügig unter dem Vorjahresniveau liegende Zahlungen für operative Investitionen lassen den Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit auf –47,9 Mio. Euro sinken.

Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit

in Mio. Euro / Veränderung zum Vorjahr in %



Ergebnisanstieg (+ 8,8 Mio. Euro): Summe aus EBITDA und zahlungsunwirksamen Effekten

Operatives Netto-Working Capital (+ 14,4 Mio. Euro): Abnahme durch deutliche Rückführung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen: Frühere Handelspartnerzahlungen bei konstanten Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Steuerzahlungen (+ 10,9 Mio. Euro): Abnahme durch Erstattung von Vorauszahlungen

Sonstiges Netto-Working Capital (+ 2,8 Mio. Euro): Gesunkene Umsatzsteuerpositionen



- Der betriebliche Cash Flow steigt um 37,4 Mio. Euro auf 130,8 Mio. Euro und liegt damit über dem Vor-Corona-Niveau
- Vor allem betrieblicher Cash Flow lässt Free-Cash Flow um 51,4 Mio. Euro ansteigen
- Normalisierter Free-Cash Flow mit 69,7 Mio. Euro 8,3 Mio. Euro über dem Niveau des normalisierten Vorjahreswertes von 61,4 Mio. Euro

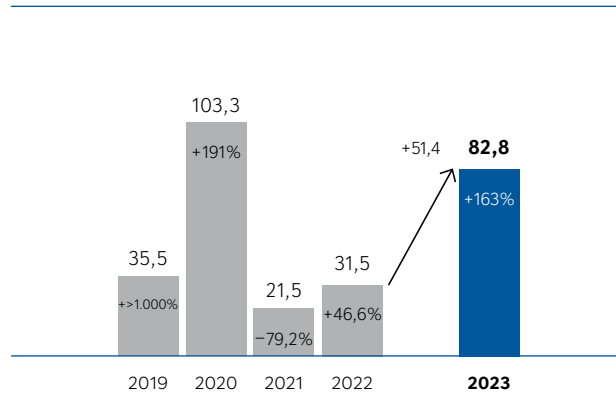
130,8

Mio. Euro Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit



→ Rückblick 2023 und
Ausblick 2024

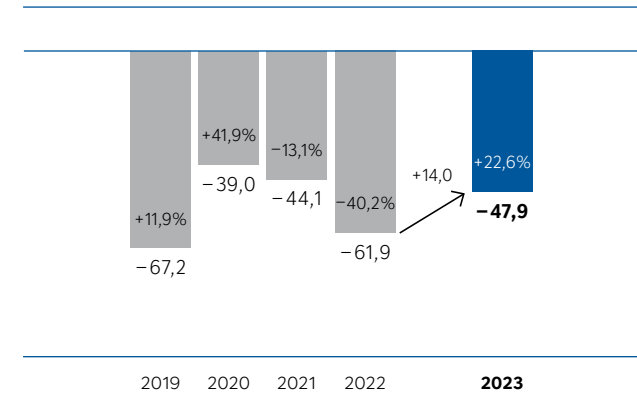
Free-Cash Flow in Mio. Euro / Veränderung zum Vorjahr in %



Der Free-Cash Flow steigt 2023 um 51,4 Mio. Euro auf 82,8 Mio. Euro.

Mittelabflüsse aus Unternehmenskäufen
(+ 7,7 Mio. Euro): Keine Unternehmenskäufe im Geschäftsjahr
Zuflüsse aus Investitionen in Finanzanlagen
(+ 4,4 Mio. Euro)
Mittelabflüsse für operative Investitionen
(+ 2,4 Mio. Euro)

Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit in Mio. Euro / Veränderung zum Vorjahr in %



Vor allem betrieblicher Cash Flow lässt Free-Cash Flow um 51,4 Mio. Euro ansteigen

In Summe erhöhte sich der Free-Cash Flow um 51,4 Mio. Euro auf 82,8 Mio. Euro. Dies war eine Folge des Anstiegs des Cash Flows aus betrieblicher Tätigkeit um 37,4 Mio. Euro auf 130,8 Mio. Euro sowie eines auf 47,9 Mio. Euro gesunkenen Mittelabflusses aus der Investitionstätigkeit.

Normalisierter Free-Cash Flow mit 69,7 Mio. Euro 8,3 Mio. Euro über dem Niveau des normalisierten Vorjahreswertes von 63,7 Mio. Euro

Für das Geschäftsjahr 2022 ergab sich, dass einige Handelspartner – wie zuvor bereits beschrieben – dem Geschäftsjahr 2022 zuzuordnende Verbindlichkeiten in Höhe von ca. 9,0 Mio. Euro erst im Geschäftsjahr 2023

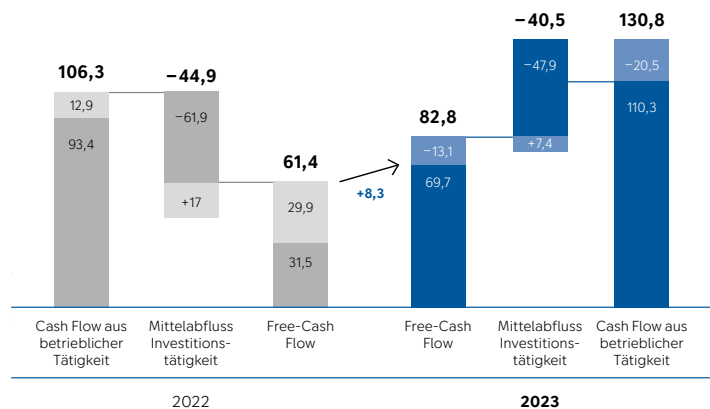
getilgt hatten. Daneben ergaben sich mit 3,9 Mio. Euro über dem Steueraufwand des Jahres 2022 liegende Steuerzahlungen. Im Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit führte die Kaufpreiszahlung für Hertz sowie der Erwerb eines Verwaltungsgrundstücks am Standort Oldenburg zu einem zusätzlichen Mittelbedarf in Höhe von 17,0 Mio. Euro. Zusammenfassend wurde der Free-Cash Flow des Jahres 2022 dadurch um 29,9 Mio. Euro reduziert. Im Geschäftsjahr 2023 wurde der betriebliche Cash Flow durch die infolge der Erstattung von Steuervorauszahlungen unter dem Steueraufwand des Jahres 2023 liegenden Steuerzahlungen um 11,5 Mio. entlastet. Ebenso waren im 1. Quartal 2023 zusätzliche ca. 9,0 Mio. Euro aus dem Geschäftsjahr 2022 resultierende Verbindlichkeiten der Handelspartner getilgt worden. So wurde der Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit um 20,5 Mio. Euro erhöht. Im

Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit ergaben Mittelabflüsse aus kapazitätserhöhenden Neubauten bzw. signifikanten Erweiterungen von Produktionsstandorten einen zusätzlichen Mittelbedarf in Höhe von 12,8 Mio. Euro. Daneben wurden Gewinnausschüttungen von Finanzinvestitionen in Höhe von 5,4 Mio. Euro vereinnahmt. Der Free-Cash Flow des Jahres 2023 wurde dadurch in Summe um 13,1 Mio. Euro erhöht.



→ Rückblick 2023 und
Ausblick 2024

Normalisierter Cash Flow 2022 vs. 2023 in Mio Euro



2022	Normalisierungsrechnung	2023
9	Vorabinkasso Handelspartner	-9
3,9	Steuerzahlungen über Steueraufwand	-11,5
12,9	Normalisierung Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit	-20,5
7,7	Kauf Hertz	
9,3	Sonderinvestitionen in Immobilien (Kauf/Neubau)	12,8
	Gewinnausschüttung aus Finanzinvestitionen	-5,4
17	Normalisierung Mittelabfluss Investitionstätigkeit	7,4
29,9	Normalisierung Free-Cash Flow	-13,1

Ohne diese Effekte hätte der Free-Cash Flow des Jahres 2022 61,4 Mio. Euro betragen und der des aktuellen Geschäftsjahres 69,7 Mio. Euro und damit klar über dem des Vorjahres gelegen.

Vor allem betrieblicher Cash Flow lässt Free-Cash Flow des 4. Quartals um 25,6 Mio. Euro steigen

Der Free-Cash Flow des vierten Quartals 2023 erhöht sich um 25,6 Mio. Euro auf 92,7 Mio. Euro. Von diesem Anstieg entfielen im Vergleich zum Vorjahresquartal 22,1 Mio. Euro auf den Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit.

Die Summe von EBITDA und den zahlungsunwirksamen Effekten steigt um 5,3 Mio. Euro. Das Netto-Working Capital sinkt im Vergleich zum vierten Quartal des Vorjahres (15,7 Mio. Euro) und stärkt damit den Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit. Dieser Rückgang ergibt sich durch die im Jahr 2023 wieder im vierten Quartal erfolgten Handelspartnerzahlungen und eine Zunahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen. Gleichzeitig wurden 1,1 Mio. Euro weniger Steuerzahlungen geleistet. Als weitere Einflussgröße auf den Free-Cash Flow ist der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit zu nennen, der hauptsächlich aufgrund der Gewinnausschüttungen aus Finanzinvestitionen um 3,5 Mio. Euro stieg.



- ROCE mit 18,8% weiterhin deutlich über den 14,8% des letzten Vor-Corona-Jahres 2019

18,8%

ROCE – CEWE schafft Wert

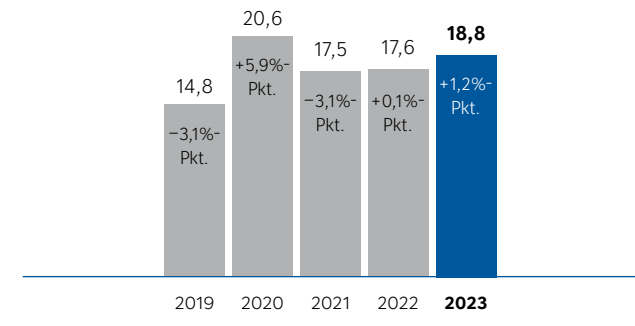
Kapitalrentabilität

ROCE mit 18,8% weiterhin deutlich über den 14,8% des letzten Vor-Corona-Jahres 2019

Der Return on Capital Employed (ROCE) als Kennzahl der Kapitalrentabilität erhöhte sich von 17,6% auf 18,8%. Damit liegt er weiterhin deutlich über 14,8% des letzten Vor-Corona-Jahres 2019. Der Wert von 18,8% ergibt sich aus dem 12-Monats-EBIT von 83,9 Mio. Euro und dem durchschnittlichen Capital Employed der vier Quartalsstichtage des Jahres 2023 von 445,9 Mio. Euro.

CEWE schafft Wert.

ROCE in % /
Veränderung zum Vorjahr in Prozentpunkten





Ausblick 2024

CEWE weiter auf langfristigem Wachstumskurs

Der Konzernumsatz soll 2024 von 780,2 Mio. Euro im Jahr 2023 auf 770 Mio. Euro bis 820 Mio. Euro im Mittel weiter zulegen. Dabei soll sich der Umsatz im Stammgeschäft Fotofinishing im Mittel leicht steigend entwickeln. Das Geschäftsfeld Einzelhandel soll geplant weiterhin eine leicht rückläufige Umsatzlinie mit Foto-Hardware zeigen, und der Kommerzielle Online-Druck sollte in den meisten Märkten weiter leicht im Umsatz zulegen können.

EBIT-Ergebniszielkorridor 2024: 77 bis 87 Mio. Euro

Das Konzern-EBIT soll 2024 im Korridor von 77 Mio. Euro bis 87 Mio. Euro liegen, das EBT zwischen 75,5 Mio. Euro und 85,5 Mio. Euro und das Nachsteuerergebnis zwischen 51 Mio. Euro und 58 Mio. Euro.

Operative Investitionen auf typischem Normalniveau geplant

Die für 2023 geplanten operativen Investitionen (d. h. Abflüsse aus Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände, saldiert um Zuflüsse aus dem Verkauf von Sachanlagen und immateriellen Vermögensgegenständen; ohne Akquisitionen und Unternehmenszukaufe) sollten auf dem Niveau von etwa 65 Mio. Euro liegen.

Dividende soll möglichst weiter kontinuierlich steigen

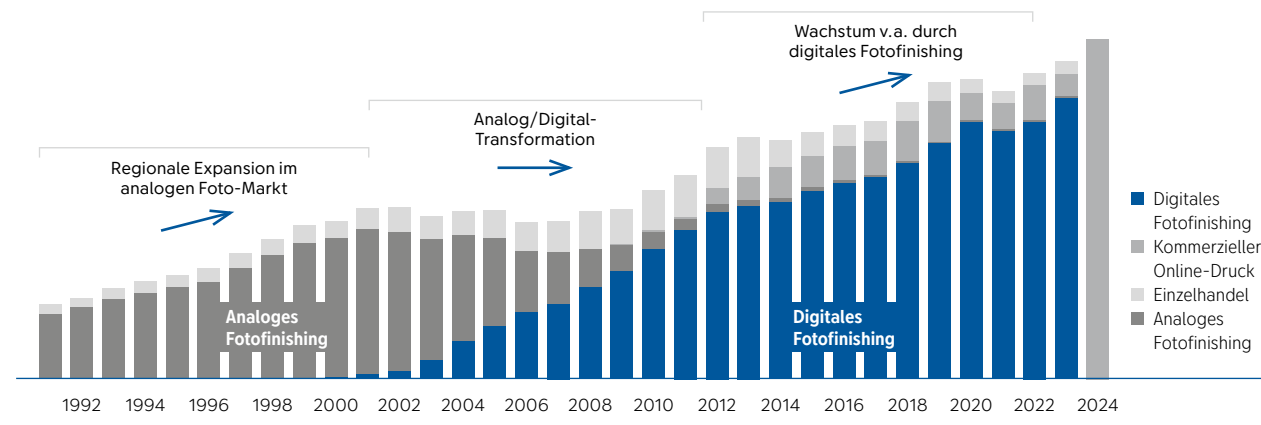
CEWE sieht sich als äußerst verlässlichen Dividendenzahler. Mit der für 2023 vorgeschlagenen Dividende soll diese zum 15. Mal in Folge steigen. CEWE verfolgt grundsätzlich das Ziel der Dividendenkontinuität. Soweit dies angesichts

77–87

Mio. Euro EBIT für 2024 geplant

der wirtschaftlichen Situation des Unternehmens und der vorhandenen Investitionsmöglichkeiten möglich erscheint, bedeutet dies eine mindestens absolut konstante, idealerweise steigende Dividende. Die absolute Höhe der Dividende ist dabei klar im Fokus, die Ausschüttungsquote oder gar die Dividendenrendite ist ein Residuum dieser Politik.

Langfristige Umsatzentwicklung



e2024: 770 bis 820 Mio. Euro
CEWE soll auch 2024 den langfristigen Wachstumskurs fortsetzen.



→ Rückblick 2023 und
Ausblick 2024

Die Bandbreiten dieser Ziele für 2024 reflektieren die Unsicherheiten, die sich derzeit aus der allgemeinen Verteuerung sowie der aktuell hohen Inflation und deren potenziellen Auswirkungen auf die CEWE-Geschäftsentwicklung ergeben.

Weiter bestehende exogene Unsicherheiten drücken sich in Zielbandbreiten für 2024 aus

Auch im Geschäftsjahr 2024 muss sich CEWE auf exogen bedingte Unsicherheiten einstellen: Zum einen könnten allgemeine Kostensteigerungen bei Konsumenten einen negativen Einfluss auf die Konsumneigung haben oder auch zu reduzierten Urlaubsreisen führen und damit auf das Fotografier- und Bestellverhalten einwirken. Zum anderen könnte eine anhaltende Inflation bei CEWE zu einer weiteren Verteuerung auf der Wareneinsatz- und Kostenseite führen. Dann erforderliche und kompensierende Preiserhöhungen müssten umgesetzt werden und könnten sich negativ auf die Nachfrage von Konsumentinnen und Konsumenten auswirken. Um diesen externen Rahmenbedingungen Rechnung zu tragen und deren potenzielle Auswirkungen auf die CEWE-Geschäftsentwicklung planerisch zu erfassen, hat CEWE auch für das Geschäftsjahr 2024 für alle relevanten Zielgrößen Bandbreiten festgelegt.

Diese Zielbandbreiten für 2024 stellen in etwa erwartete Größenordnungen dar und reflektieren dabei die vorgegebenen Unsicherheiten. Selbstverständlich orientiert sich der Vorstand bei seiner operativen Maßnahmenplanung für 2024 an einem Zielwert in der oberen Hälfte dieses geplanten Korridors.

Für das Geschäftsjahr 2024 soll das Gruppen-EBIT bis zu 87 Mio. Euro erreichen.

Zielsetzung für 2024 CEWE-Konzern

		2024	Veränderung in %
Fotos	Mrd. Stck.	2,3 bis 2,4	-2 bis +2
CEWE FOTOBUCH	Mio. Stck.	5,9 bis 6,2	-2 bis +2
Operative Investitionen ¹	Mio. Euro	~65	
Umsatz	Mio. Euro	770 bis 820	-1 bis +5
EBIT	Mio. Euro	77 bis 87	-8 bis +4
Ergebnis vor Steuern (EBT)	Mio. Euro	75,5 bis 85,5	-14 bis -3
Nachsteuerergebnis	Mio. Euro	51 bis 58	-10 bis +1
Ergebnis je Aktie	Euro/Aktie	7,26 bis 8,22	-10 bis +2

¹ Abflüsse aus Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände, saldiert um Zuflüsse aus dem Verkauf von Sachanlagen und immateriellen Vermögensgegenständen; ohne Akquisitionen und Unternehmenszukäufe

EBIT-Entwicklung in Mio. Euro

