Q1 Q2 Q3 2010

ZWISCHENBERICHT

cewe color
Holding AG

einfach schöne Fotos

CEWE COLOR: Europäischer Marktführer im Fotofinishing und im Digitaldruck für Fotobücher und weitere Fotoprodukte

CEWE COLOR ist der Dienstleistungspartner für die Spitzen-Handelsmarken im europäischen Fotomarkt. CEWE COLOR beliefert Konsumenten sowohl über den stationären Handel als auch über den Internet-Handel mit Fotoarbeiten und Digitaldruckprodukten.

2009 entwickelte das Unternehmen 2,6 Mrd. Fotos sowie über 3,6 Mio. CEWE FOTOBÜCHER und Foto-Geschenkartikel.

Die europaweit führende Fotobuch-Marke „CEWE FOTOBUCH“, die hohe Digitaldruckkompetenz, die industriell-effiziente Produktion und Logistik, die breite Distribution über das Internet und 45.000 belieferte Handelsgeschäfte sind wesentliche Wettbewerbsvorteile von CEWE COLOR.

HIGHLIGHTS Q1 – Q3 2010

„Mit den ersten drei Quartalen liegen wir genau auf Kurs: Das Ergebnis je Aktie soll sich im Jahr 2010 verdoppeln."

Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender

▶ Gesteigertes Marketing sichert Pole-Position für ergebnisentscheidendes viertes Quartal

- Marketing hat sich ausgezahlt: CEWE FOTOBUCH mit 25 % Marktanteil 2009 unangefochtener europäischer Marktführer (Zweitplatzierter weniger als 10 % Marktanteil)[1]
- Markenbekanntheit 2010 deutlich erhöht: Anstieg von 15 % (April 2010) auf 22 % (September 2010)[2]
- Marketing-Aufwendungen im Q3/2010 um 4,2 Mio. Euro gesteigert

▶ Foto-Volumen auf dem Weg zum Jahresziel

- 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

▶ Ergebnisse auf Kurs zur Verdopplung des Ergebnisses/Aktie

- 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

▶ Bilanz solide und Cash Flow legt kräftig zu

- 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

▶ Kapitalrentabilität verdoppelt

- Kapitaleinsatz (Capital Employed) um 10,8 Mio. Euro reduziert
- Kapitalrentabilität (ROCE) springt im 12-Monats-Vergleich von 7,0 % auf 14,1 %

[1] *Futuresource, Consulting Ltd.*
[2] *GfK, Consumer Panel, Advertising Study CEWE, Sept. 2010*

CEWE FOTOBÜCHER weiterhin
sehr erfolgreich: +18,7 % auf 2,2 Mio. Bücher

INHALTSVERZEICHNIS

AN DIE AKTIONÄRE

Brief an die Aktionäre 4
CEWE COLOR Aktie 8

ZWISCHENLAGEBERICHT

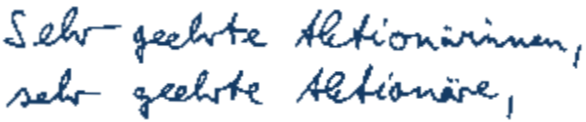
Märkte und Produkte 14
Resultate 26
Mitarbeiter 46
Organisation und Verwaltung 47
Ausblick 48
Die CEWE COLOR Gruppe – Struktur und Organe 51

KONZERNABSCHLUSS

Konzernbilanz 54
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung 56
Konzern-Gesamtergebnisrechnung 56
Konzern-Kapitalflussrechnung 58
Segmentberichterstattung 60
Konzern-Eigenkapitalspiegel 64
Ausgewählte erläuternde Anhangsangaben 66
Bescheinigung des Wirtschaftsprüfers 72

WEITERE INFORMATIONEN

Mehrjahresübersicht 76
Betriebsstätten und Vertriebsniederlassungen 82
Finanzterminkalender 83
Impressum 83
Glossar 84



Ihr Unternehmen CEWE COLOR hat das dritte Quartal erfolgreich abgeschlossen und ist auf dem Weg, das Ergebnis je Aktie wie geplant zu verdoppeln.

Ergebnisse des dritten Quartals 2010 wie erwartet

Die Ergebnisse des dritten Quartals sind exakt in der Größenordnung, die wir aufgrund der Saisonverschiebung in das vierte Quartal erwartet haben. Wie Sie wissen, führt der saisonale Schwerpunkt im vierten Quartal zu einer Umsatz- und Ertragsspitze im Schlussquartal. Darauf haben wir uns intensiv vorbereitet – und die Grundlage für das Wachstum im vierten Quartal geschaffen. Immer wichtiger wird dabei das Marketing.

Für den Erfolg der digitalen Mehrwertprodukte ist Marketing entscheidend

Überspitzt formuliert, wechselt das Geschäft Ihres Unternehmens CEWE COLOR in der Analog/Digital-Transformation von einem für die Konsumenten bekannten Muss-Geschäft zu einem für viele Konsumenten noch unbekannten Kann-Geschäft: Während vor dem Siegeszug der Digitalfotografie jeder Konsument die Bilder seines analogen Films entwickeln lassen musste, lässt der Kunde die Digitalfotos nur dann entwickeln, wenn damit ein Mehrwert entsteht. Noch kennen zahlreiche Kunden die Mehrwertprodukte wie etwa das CEWE FOTOBUCH, Fotogrußkarten, Foto-Kalender und andere Foto-Geschenke nicht. Kunden, die bereits Erfahrungen damit gesammelt haben, investieren jedoch regelmäßig in diese Produkte. Der Umsatz und Ertrag pro Kunde liegt dabei erheblich über den historischen Werten der Analogfotografie. Darin liegt ein immenses Potenzial: CEWE COLOR investiert deshalb intensiv in das Marketing, um Produkte bekannt zu machen, das Bedürfnis dafür zu wecken und das CEWE FOTOBUCH sowie CEWE als die präferierte Marke für Foto-Mehrwertprodukte zu positionieren.

Die Marketing-Aktivität ist deutlich ausgebaut worden

Dazu haben wir unsere Marketing-Aktivität in den Jahren der Analog/Digital-Transformation sukzessive erweitert. Während wir 2004 erst vier Mitarbeiter im Marketing beschäftigten, waren es per Ende September 2010 allein 32 Marketing-Experten in der Zentrale und weitere in den Betrieben. Sie betreiben Marktforschung, gestalten Marketing-Botschaften und Werbematerialen, nutzen die Optionen eines Multi-Channel-Marketings effizient, haben die Wirksamkeit des Internet-Marketings messbar gesteigert, kontrollieren die Umsetzung der Werbung in Ladengeschäften, messen den Werbeerfolg … und vieles mehr.

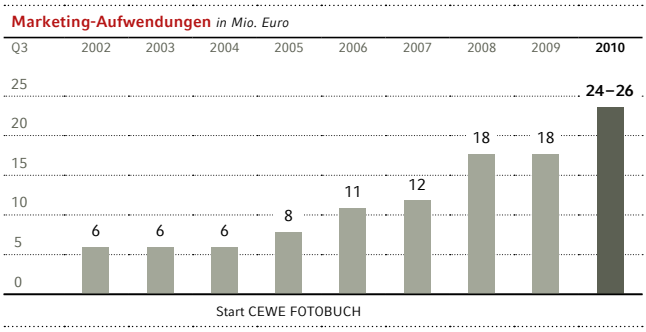
Kommunikation von CEWE COLOR zunehmend kräftiger

Ihr Unternehmen ist nicht nur der führende Foto-Mehrwertdienstleister, sondern auch die führende Marke! Die wachsende Kraft unserer Marke CEWE FOTOBUCH führt zu einer bewussten Kaufentscheidung, einer besseren Differenzierung, ermöglicht uns ein Preis-Premium und damit eine höhere Ertragskraft. Ob im Internet, in Printmedien, im Radio und inzwischen auch im Fernsehen, wir sind präsent.

Mit unseren Investitionen in unsere Marke wollen wir die nächste Wachstums- und Ertragsstufe nach der gelungenen Transformation erreichen. Die zielgenauen und steigenden Marketing-Aufwendungen sind unsere Vorleistung für einen wachsenden Unternehmenswert.

Marketing-Investitionen rentieren sich

Schon heute profitieren wir von unseren Marketing-Investitionen der Vergangenheit. Nach Einschätzung von CEWE COLOR steigt die Zahl der marken- und qualitätsbewussten Käufer in diesem Segment. Die Marke schafft zunehmend Sicherheit und Orientierung bei der Kaufentscheidung. Bereits im dritten Quartal wuchs die ungestützte Markenbekanntheit des CEWE FOTOBUCHS in der relevanten „Online-Bevölkerung“ in Deutschland von 15 % im April 2010 auf 22 % im September 2010. Allerdings haben wir das Potenzial der Marke längst nicht ausgeschöpft. Im ergebnisentscheidenden vierten Quartal werden wir durch eine weitere Marketing-Offensive nicht nur einen deutlichen Umsatz- und Ertragsschub erreichen, sondern zugleich die Marken- und Kundenbindung für künftige Kaufentscheidungen steigern. Mit den Marketing-Investitionen dieses Jahres haben wir dann ein gutes Niveau erreicht.



Alle Hausaufgaben für das ergebnisentscheidende vierte Quartal sind gemacht
Auf der erfolgreichen Photokina haben wir zahlreiche neue Produkte vorgestellt: das hochglanzveredelte CEWE FOTOBUCH, Foto-Kalender in weiteren Großformaten, Fotogrußkarten mit noch mehr attraktiven Designs … Die Serverkapazität ist ausgebaut und die Produktion vorbereitet, um den abermaligen Rekordansturm vor Weihnachten zur vollen Zufriedenheit der Kunden abzuarbeiten. Das Marketing stellt durch gezielte Kommunikation auch im vierten Quartal sicher, dass sich die Konsumenten bewusst für das CEWE FOTOBUCH und weitere CEWE-Produkte entscheiden.

Dr. Rolf Hollander
Vorsitzender der Vorstände der CEWE COLOR Holding AG und der Neumüller CEWE COLOR Stiftung

Sehr geehrte Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionäre,
Ihr Unternehmen setzt sich gerade in unserem wichtigsten Quartal intensiv dafür ein, unsere Jahresziele zu erreichen und zugleich die Grundlage für ein nachhaltiges Wachstum des Unternehmenswertes zu schaffen.

In der Zwischenzeit möchte ich Ihnen die Produkte Ihres Unternehmens ans Herz legen: Folgen Sie dem Beispiel vieler Konsumenten und entdecken Sie das CEWE FOTOBUCH und unsere anderen Produkte als gern gesehene, sehr persönliche Geschenkideen. Ihre Seite: **www.cewe-fotobuch.de** bzw. **www.cewe.de**

Oldenburg, 15. November 2010

Ihr Rolf Hollander

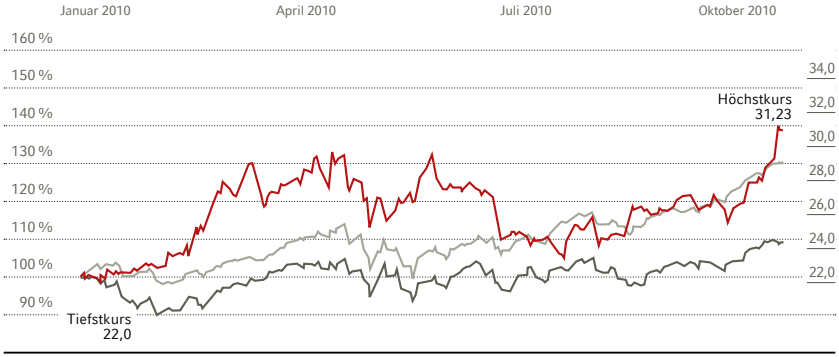
„Auf dem Fundament der ersten drei Quartale sind wir sehr zuversichtlich, den Nachsteuergewinn von 1,00 Euro pro Aktie auf 1,76 bis 2,20 Euro pro Aktie verdoppeln zu können.“

CEWE COLOR Aktie

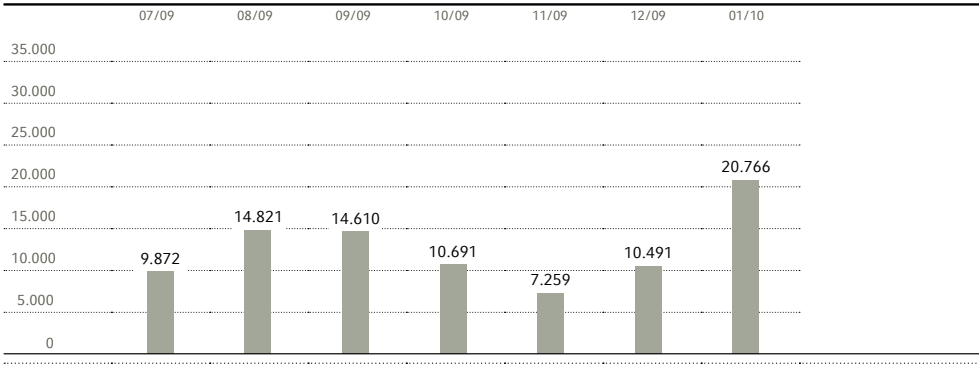
CEWE COLOR Aktie legt in den ersten drei Quartalen +20,5 % zu

Im dritten Quartal 2010 konnte die CEWE COLOR Aktie die bis dahin aufgelaufene positive Kursentwicklung mit einem Anstieg um 6,3 % weiter fortsetzen. Damit stieg der Wert der CEWE COLOR Aktie in den ersten drei Quartalen insgesamt um 20,5 %. Im gleichen Zeitraum legte der DAX nur um 4,6 % (Q3: +4,6 %) zu, der SDAX erzielte mit 22,9 % (Q3: +11,8 %) einen vergleichbar positiven Zuwachs.

CEWE COLOR Aktienkurs 01.01.2010 bis 29.10.2010 *in Euro*



Durchschnittliches Handelsvolumen *in Aktien pro Tag*

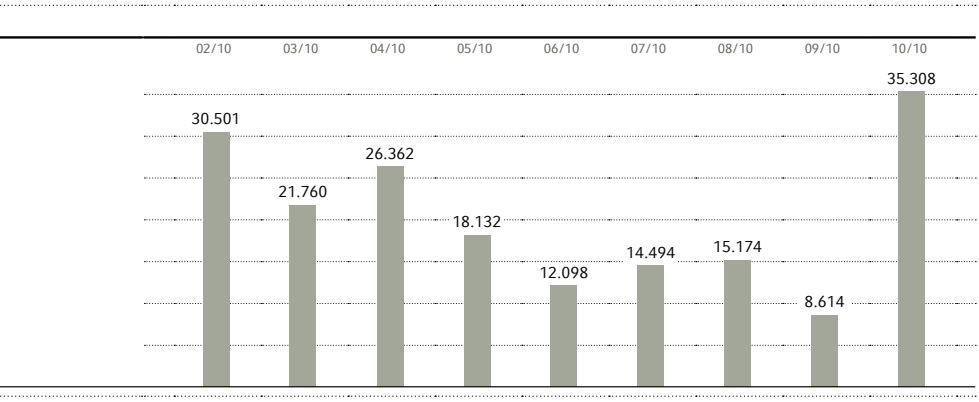


Ungebrochen starke Nachfrage nach CEWE COLOR Aktien: Handelsvolumen um +69,8 % gestiegen

Auch in den ersten drei Quartalen 2010 hielt die gestiegene Nachfrage nach CEWE COLOR Aktien weiter an. Wurden in diesem Zeitraum im Jahr 2009 noch durchschnittlich 11.471 CEWE COLOR Aktien pro Tag gehandelt, so sind es 2010 bereits 19.479 Aktien, ein Anstieg um +69,8 %. In den ersten drei Quartalen 2010 wurden damit über 3,7 Mio. CEWE COLOR Aktien an den deutschen Börsen gehandelt.

Weiter einheitliches Analysten-Votum: „Kaufen“

Alle CEWE COLOR begleitenden Analysten sind sich in ihrem Analyseurteil weiter einig und empfehlen die CEWE COLOR Aktie zum Kauf. Die Studien sind online im Internet auf der Seite von CEWE COLOR unter **www.cewecolor.de/de/investor-relations/publikationen/studien** als Download verfügbar.



CEWE COLOR Aktie fest im SDAX etabliert

Nach dem Kriterium ‚Handelsvolumen' belegte CEWE COLOR im September 2010 die 78. Position, nach der ‚Marktkapitalisierung' die 94. Position. Damit ist die CEWE COLOR Aktie eine feste Größe im Index SDAX, der typischerweise Aktien ab der Position 110 und besser berücksichtigt.

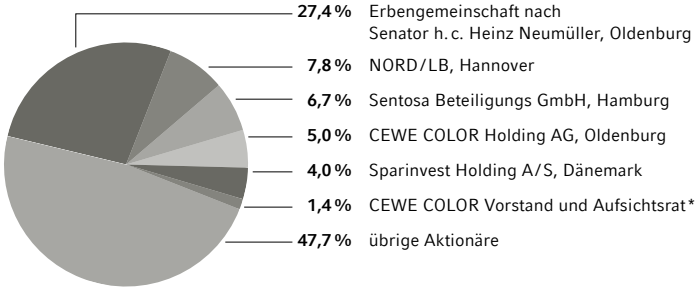
Übersicht der aktuellen Analystenurteile	Analyseurteil	Datum
Commerzbank	Kaufen	10.11.10
SES Research	Kaufen	16.09.10
GSC Research	Kaufen	02.09.10
NORD/LB	Kaufen	25.08.10
Close Brothers Seydler Bank	Kaufen	17.08.10
Bankhaus Lampe	Kaufen	17.08.10
BHF Bank	Kaufen	23.06.10
DZ Bank	Kaufen	27.04.10

Stabile Aktionärsstruktur stärkt den Wachstumskurs des Managements

CEWE COLOR hat mit der Erbengemeinschaft nach Senator h.c. Heinz Neumüller (ACN Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG) mit 27,4 %, der NORD/LB mit 7,8 % sowie der Sentosa Beteiligungs GmbH (Dr. Joh. Christian Jacobs) mit 6,7 % Anteilsbesitz weiterhin eine überaus stabile Aktionärsbasis. Alle Ankerinvestoren unterstützen den langfristigen Wachstumskurs des Managements.

Aktionärsstruktur (November 2010) *in %*

7,38 Mio. Aktien



** inkl. der Anteile des Aufsichtsratsmitglieds Dr. Joh. Christian Jacobs (Sentosa Beteiligungs GmbH) insgesamt 8,1 %*

EBIT der vergangenen zwölf Monate
steigt um 97 % auf 22,0 Mio. Euro

ZWISCHENLAGEBERICHT

Märkte und Produkte **14**
Aktuelle wirtschaftliche Rahmenbedingungen 14
Fotomarkt 15
Produkte und Marketing 17

Resultate **26**
Absatz 26
Umsatz 29
Kosten und Ergebnisse 31
Segmente 36
Bilanz und Finanzierung 40
Cash Flow 43
Kapitalrentabilität 45

Mitarbeiter **46**

Organisation und Verwaltung **47**

Ausblick **48**

Die CEWE COLOR Gruppe – Struktur und Organe **51**

MÄRKTE UND PRODUKTE

Aktuelle wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Weltkonjunktur: Kräftiges Wachstum setzt sich fort
Die Weltkonjunktur setzte die kräftige Expansion auch im zweiten Quartal 2010 fort: Nach Einschätzung des Instituts für Weltwirtschaft, Kiel, aus dem September dürfte das globale Bruttoinlandsprodukt in den Monaten von April bis Juni sein Vorjahresniveau um rund 5 % übertroffen haben. Die Europäische Zentralbank (EZB) weist jedoch darauf hin, dass sich das Tempo der Erholung des Welthandels im zweiten und dritten Quartal des laufenden Jahres verlangsamt zu haben scheine.

Das reale Bruttoinlandsprodukt (BIP) des Euroraums stieg im zweiten Quartal 2010 der zweiten Schätzung von Eurostat zufolge um 1,9 % gegenüber dem gleichen Vorjahreszeitraum. Die verfügbaren Indikatoren deuten nach Einschätzung der EZB in ihrem Monatsbericht vom 14. Oktober 2010 aber auch in Europa auf eine Abschwächung des BIP-Wachstums im dritten Quartal hin.

Am 6. Oktober 2010 lag der nominale effektive Wechselkurs des Euro nach Daten des aktuellen EZB-Berichts – gemessen an den Währungen von 21 der wichtigsten Handelspartner des Euro-Währungsgebiets – um 5,5 % über seinem Niveau von Ende Juni. Dieser Wert liege aber um 5,2 % unter dem Durchschnitt des vergangenen Jahres. Auch gegenüber dem US-Dollar stieg der Wert des Euro: Im Quartalsdurchschnitt lag der Euro-Wert bei 1,2910 USD nach 1,2708 USD im zweiten Quartal. Der Durchschnittswert im September lag mit 1,3067 USD sogar um 6,5 % höher als im Juni (1,2209 USD).

Die EZB sieht derzeit weder Inflations- noch Deflationsrisiken. Im Euroraum sei bei einer aktuellen Inflationsrate von 1,8 % mittelfristig die Preisstabilität gewährleistet.

Fotomarkt

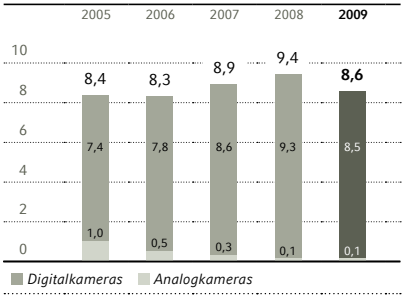
Digitalkameras erfreuen sich weiter hoher Beliebtheit

Seit fast einem Jahrzehnt hält mittlerweile das starke Wachstum im Bereich der Digitalkameras an. Laut Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) wurden im Jahr 2008 weltweit 140 Mio. Digitalkameras verkauft. In Westeuropa wurden davon 35 Mio. Stück abgesetzt, wobei Deutschland mit 8,5 Mio. Stück nach Angaben der GfK das größte Absatzland war. Dabei waren über 10 % aller verkauften Digitalkameramodelle in Westeuropa hochwertige Spiegelreflexkameras – eine Steigerungsrate von 15 % im Vergleich zum Vorjahr. Neueste Marktprognosen zeigen, dass die Nachfrage nach Kameras – trotz einer über 50 %igen Haushaltssättigung – auch in den nächsten Jahren auf einem hohen Niveau bleiben wird. Gründe hierfür sind, dass neue Zielgruppen erschlossen werden und insbesondere die Verbraucher ihre Fotoausrüstung in kürzeren Zeitabständen als früher erneuern oder um neue Kameramodelle ergänzen.

88 % des maximal möglichen Analogfilmrückgangs erfolgreich bewältigt

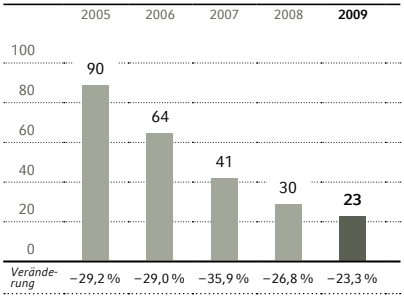
Als Folge des wachsenden Marktanteils der Digitalkameras wurden Analogkameras weniger genutzt und somit auch weniger Filme verkauft. Der Absatz an Filmen hatte in Deutschland im Jahr 2000 mit 191 Mio. Stück seinen Höhepunkt erreicht. Im Jahr 2009 waren es lediglich noch 23 Mio. Stück – ein Rückgang auf 12 % des ursprünglichen Absatzvolumens.

Kameraverkäufe in Deutschland *in Mio. Stück*



Quelle: Photoindustrie Verband

Filmverkäufe in Deutschland *in Mio. Stück*



Quelle: Photoindustrie Verband

Digitale Technologie ändert das Bestellverhalten

Mit dem Wandel zur digitalen Fotografie hat sich auch die Fotoproduktion selbst und die Zahl der Ablichtungen auf Papier geändert. Während der Konsument im analogen Zeitalter im Durchschnitt noch 120 Aufnahmen pro Jahr belichtet hat, werden von 500 digitalen Aufnahmen etwa 22 % (110 Aufnahmen) auf Papier ausbelichtet. Hierbei ist jedoch ein sehr erfreulicher Trend hin zur Nutzung von Fotobüchern und digitalen Mehrwertprodukten wie Fotogrußkarten, Foto-Kalendern und Wanddekorationen zu verzeichnen, so dass der Umsatz pro Kunde wächst.

Fotobücher und digitale Mehrwertprodukte mit starkem Wachstum

Durch das deutlich gestiegene Aufnahmevolumen und die zunehmende Verbreitung von hochwertigen Digitalkameras verfügt der Konsument über ausreichend Bildmaterial, um dieses in Form eines Fotobuchs oder eines digitalen Mehrwertprodukts zu veredeln.

Europaweit trifft das Fotobuch auf eine große Resonanz bei den Konsumenten. Laut Bundesverband der Foto-Großlaboratorien wurden in Deutschland 2006 insgesamt 1,3 Mio. Fotobücher verkauft, 2008 bereits 4,4 Mio. Stück. Laut der Marktforschungsgesellschaft FutureSource waren es in Westeuropa im vergangenen Jahr sogar 14,1 Mio. Fotobücher. Bis zum Jahr 2012 wird nach Einschätzung von FutureSource die Anzahl der verkauften Fotobücher auf über 21 Mio. Stück anwachsen.

www.schlecker.de

www.mueller.de/fotoservice

Produkte und Marketing

Neben vielen neuen Produkten (v. a. dem CEWE FOTOBUCH und anderen digitalen Mehrwertprodukten) bleiben Fotos weiterhin eine wichtige Säule des digitalen Geschäfts.

Internet als Bestellweg immer beliebter

Durch die wachsende Internet-Bandbreite wird die Übertragung von großen Fotodateien und Fotobuchdateien erheblich komfortabler. Gegenüber 2009 ist etwa die Breitband-Penetrationsrate in Deutschland um knapp 6 Prozentpunkte auf aktuell 66 % der Haushalte angestiegen. Das geht aus einer Studie des Netzwerkspezialisten Cisco, der Saïd Business School der Oxford University und der Universität von Oviedo hervor. Im Ranking der seit 2008 jährlich erstellten internationalen „Broadband Quality Study“, das neben der Penetration auch die Bandbreite und die Latenzzeit der Datenübertragungen in gut 70 Ländern berücksichtigt, kommt Deutschland aktuell auf Platz 18. Während in Südkorea sämtliche Haushalte via Breitband ans Internet angeschlossen sind und eine durchschnittliche Download-Bandbreite von 33,5 MBit/s erzielen, sind es in Deutschland erst 11,63 MBit/s. Die Breitbandinitiative der Bundesregierung und der Telekommunikationsindustrie wird den Vermarktungskanal Internet weiter deutlich stärken. Bis 2014 sollen 75 % der Haushalte über einen Internet-Anschluss mit 50 MBit/s verfügen. CEWE COLOR hat die wachsende Bedeutung des Vertriebskanals Internet früh erkannt und stellt seinen Handelspartnern seit Jahren komplette Internet-Lösungen für die Bestellung von Digitalfotos zur Verfügung. CEWE COLOR gestaltet die Internetseiten, koordiniert die Vermarktung, entwickelt die Software und betreibt die Rechenzentren für seine Handelspartner.

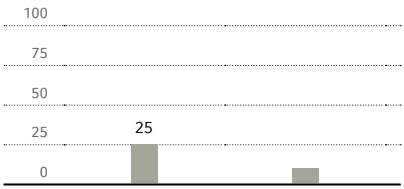
www.budni.de

www.dm-digifoto.de

CEWE FOTOBUCH – Europas beliebtestes Fotobuch

CEWE COLOR hat sich mit dem CEWE FOTOBUCH durch die kontinuierliche Produktentwicklung und die Vermarktung der Produktkategorie sehr erfolgreich als Marktführer in diesem Produktbereich etabliert und baut seine führende Marktposition in Europa kontinuierlich aus. Im Jahr 2009 konnte CEWE COLOR nach Daten des Marktforschungsinstituts FutureSource im Fotobuchmarkt bereits das zweite Mal in Folge seinen volumenbezogenen Marktanteil ausbauen (2009 vs. 2008: +2 %) und übertrifft den Marktanteil des zweitgrößten Anbieters in Westeuropa um den Faktor 3. Das Marktforschungsunternehmen GfK bescheinigt CEWE COLOR, allein in Deutschland wertmäßig den Marktanteil der Großlabore im Fotobuchmarkt von 43 % im dritten Quartal 2008 auf 50 % im Folgejahr ausgebaut zu haben. Dabei hat sich CEWE COLOR mit mehr als 3,6 Mio. verkauften CEWE FOTOBÜCHERN auch im Jahr 2009 als europäischer Marktführer behauptet. Im dritten Quartal hat CEWE COLOR mittlerweile das 10-millionste CEWE FOTOBUCH produziert und damit einen weiteren Meilenstein in der Erfolgsgeschichte des CEWE FOTOBUCHS erreicht.

CEWE FOTOBUCH Marktanteil
Marktanteil in Westeuropa in % im Jahr 2009



Preise pro Digitalfoto *in Eurocent*	Großfinishing	Minilab	Sofortdrucker in Geschäften	Homeprinter
Einstiegspreis pro Digitalfoto für Konsumenten	7–15	25–49	25–39	29–60

Marktanteile der Produktionssysteme bei Digitalfotos 2009 *in %*	Deutschland (laut GfK)[1]	Westeuropa (laut U&S)[2]
Großfinishing (Geschäft und Internet)	67 %	61 %
Minilab	4 %	
Sofortdrucker	8 %	6 %
Homeprinter	21 %	33 %

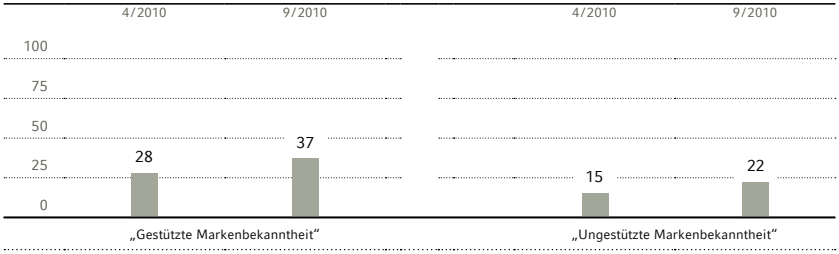
Quelle: [1] GfK = Gesellschaft für Konsumforschung [2] U&S = Understanding & Solutions

CEWE FOTOBUCH – Konsequenter Markenaufbau

CEWE COLOR hat den Markenaufbau des CEWE FOTOBUCHS 2005 begonnen und seitdem konsequent fortgesetzt, um die führende Fotobuchmarke nachhaltig am Markt zu etablieren. Aufgrund der erfreulichen Ergebnisse der Marketing-Offensive im vierten Quartal 2009 hat CEWE COLOR bereits im dritten Quartal dieses Jahres durch eine breit angelegte Fernsehkampagne sowohl das Sommergeschäft und den Markenaufbau unterstützt als auch damit das Weihnachtsgeschäft vorbereitet. Die ungestützte Markenbekanntheit in Deutschland stieg in diesem Zeitraum von 15 auf 22 %, in Österreich von 8 auf 13 % und in der Schweiz von 4 auf 7 %. Die Markenbekanntheit ist die Basis für eine bewusste Kaufentscheidung unserer Zielgruppen. Auf der photokina, der weltweit größten Fotomesse, die im September 2010 in Köln stattfand, konnte CEWE COLOR als achtgrößter Aussteller seine herausragende Stellung im Markt unter Beweis stellen. Auf einer 1.300 qm großen Fläche hat CEWE COLOR Endkonsumenten wie Handelspartner angesprochen und über Produktinnovationen und durch spezielle Produktpräsentationen und Schulungen über das Produktportfolio informiert.

CEWE FOTOBUCH Markenbekanntheit in Deutschland

Markenbekanntheit gestützt und ungestützt in % der relevanten Zielgruppe



Breites Produktsortiment an CEWE FOTOBÜCHERN

Das CEWE FOTOBUCH im Format Groß (ca. 21 x 28 cm) mit individuellem Hardcover ist eindeutig der Bestseller im Sortiment. Aber auch die repräsentativen Produkte wie das CEWE FOTOBUCH XL gewinnen immer mehr an Bedeutung. Aus diesem Grund wurde Anfang des Jahres auch das Sortiment um das CEWE FOTOBUCH XXL Panorama mit Hardcover ergänzt. Zusätzlich wurde mit dem Format Compact Panorama (21 x 15 cm – DIN A5) ein preisgünstiges Format mit unterschiedlichen Einbänden zur Abrundung des Sortiments eingeführt. Insgesamt hat sich gezeigt, wie wichtig es ist, dass CEWE COLOR eine große Vielfalt an unterschiedlichen Versionen des CEWE FOTOBUCHS anbietet. Aus diesem Grund hat CEWE COLOR auch auf der photokina zwei Produktinnovationen für das CEWE FOTOBUCH eingeführt. Die Anzahl der möglichen Seiten in einem CEWE FOTOBUCH wurde auf 154 Seiten ausgeweitet. Damit dringt das CEWE FOTOBUCH noch deutlicher in die Dimension von Bildbänden vor. Zusätzlich hat CEWE COLOR eine optionale Hochglanzveredlung eingeführt, die für die Formate Groß, Panorama und XL rechtzeitig vor dem wichtigen Weihnachtsgeschäft verfügbar ist. Durch die Hochglanzveredlung erscheinen Farben intensiver und brillanter, das CEWE FOTOBUCH wirkt noch hochwertiger. Ein für die Kaufentscheidung maßgeblicher Aspekt: Denn Fotobücher sind sehr persönliche Produkte, bei denen die Verbraucher ihre eigenen Vorstellungen verwirklichen wollen. Mit dem breiten Sortiment wird CEWE COLOR diesen Anforderungen gerecht. Darüber hinaus ist ein Trend zu immer großformatigeren und umfangreicheren CEWE FOTOBÜCHERN zu verzeichnen.

Ein weiteres Highlight ist die Integration des CEWE FOTOBUCHS in Facebook, bei der ein selbst gestaltetes und bestelltes CEWE FOTOBUCH direkt in den persönlichen Facebook-Account hochgeladen werden kann, um es mit Freunden zu teilen. Der Clou: Facebook-Freunde können dieses CEWE FOTOBUCH online in ihrem Account anschauen und auf Wunsch auch bestellen, sofern der User es zur Bestellung durch Dritte freigegeben hat.

CEWE FOTOBUCH auf Fotopapier

Für ambitionierte Fotografen sind Fotos auf klassischem Fotopapier nach wie vor sehr geeignet, wenn es um die Darstellung bester Schärfe, klarer Weißen und durchgezeichneter Schwärzen sowie des größten Farbraums geht. Besonders gut gelingt es auf Fotopapier, die Leistungspotenziale digitaler Spiegelreflexkameras sowie hochauflösender Kompaktkameras auszuschöpfen und faszinierende Bilder zu entwickeln. Diese brillanten Farben gibt es seit Oktober 2008 auch als CEWE FOTOBUCH mit Fotopapier. Von internationalen Forscherteams nach modernsten Kriterien entwickelt, zeigt sich das spezielle Fotopapier für das CEWE FOTOBUCH sichtbar und fühlbar als neue Papierqualität für die Bilddarstellung in Fotobüchern. Das CEWE FOTOBUCH mit Fotopapier gibt es in den Formaten Groß (28 x 21 cm), Quadratisch (21 x 21 cm) und XL (30 x 30 cm).

Das CEWE FOTOBUCH – Testsieger in Serie

Das CEWE FOTOBUCH ist von der EISA (European Imaging and Sound Association), einem Zusammenschluss von 50 Special-Interest-Magazinen aus 20 europäischen Ländern, zum besten Produkt in der Kategorie Fotobuch gekürt worden. Europas größte Apple-Zeitschrift, Macwelt, hat unter Verwendung der Mac-Version der Bestellsoftware das CEWE FOTOBUCH getestet: Aus insgesamt acht Anbietern ging das CEWE FOTOBUCH mit der Gesamtbeurteilung „GUT“ als Sieger hervor. Auch die unabhängige Zeitschrift ETM testete elf Fotobuchanbieter und zeichnete das CEWE FOTOBUCH als Sieger aus. ETM testete die Fotobücher in Hinblick auf die Bewertungskriterien Software, Leistung, Qualität und Service. Die Software mit ihrem integrierten Assistenten als virtuellem Fotobuchdesigner überzeugte die Jury mit ihrer einfachen Bedienbarkeit, den flexiblen Gestaltungsmöglichkeiten und dem überaus ansprechenden Ergebnis. Außerdem glänzte das CEWE FOTOBUCH mit der besten Bildqualität (Farbe, Helligkeit, Kontrast und Schärfe) und belegte in den Kategorien Druck, Papier, Verarbeitung und Gesamteindruck Platz 1. Darüber hinaus wurde das CEWE FOTOBUCH für seinen Bedienkomfort mit dem „Plus X Award 2010“ prämiert und von der international besetzten Jury zusätzlich mit dem Siegel „Bestes Produkt des Jahres“ belohnt. Die exzellente Bewertung in allen getesteten Leistungsaspekten unterstreicht, dass das CEWE FOTOBUCH nicht nur anerkannter Marktführer, sondern auch Technologieführer ist. Dies hat im August 2009 auch die Stiftung Warentest nochmals bestätigt: Der CEWE COLOR Handelspartner Saturn hat als einziger getesteter Anbieter des CEWE FOTOBUCHS den ersten Platz beim Test von Fotobuchangeboten belegt.

Foto-Kalender und Fotogrußkarten

Mit sehr hohen Wachstumsraten legten die Bestellungen für Fotokalender und Fotogrußkarten in den vergangenen Quartalen zu. Dieses Wachstum wurde getrieben durch eine klare Ausrichtung an den Bedürfnissen der Kunden. Rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft hat CEWE COLOR auch in diesem Bereich weitere Produktinnovationen eingeführt.

Fotogrußkarten und Klappkarten sind eine beliebte Möglichkeit, um auf individuelle Weise persönliche Nachrichten in Wort und Bild zu übermitteln. Für mehr Exklusivität gibt es ab sofort Klappkarten auf Premiumpapier mit passenden Umschlägen: Das Papier mit einem Gewicht von 350 g/qm und leichter Struktur verleiht zusätzlich einen edlen Glanzeffekt und ist im 10er-Set in den Größen Klassik und XL erhältlich. Ein weiteres Highlight sind die insgesamt über 3.000 neuen Designs für die Grußkarten, die eine wesentlich stärkere Individualisierung erlauben. Die Designvorlagen sind in jeweils neun Formaten passgenau für jeden Anlass und alle Festtage verfügbar. Diese orientieren sich an den neuesten europäischen Markttrends und berücksichtigen die unterschiedlichen Präferenzen der verschiedenen Zielgruppen.

Auch im Sortiment der Foto-Kalender im hochwertigen Digitaldruck oder auf Fotopapier bietet CEWE COLOR dem Verbraucher ab sofort mehr Möglichkeiten für individuelle Fotopräsentationen und Foto-Geschenke. Über 600 neue Designs versprechen eine breite Themenauswahl und vielfältige Gestaltungsoptionen. Neben dem XXL A2 und A3 sowie dem XL A4 Wand-Schmuckkalender im Hoch- oder Querformat sind Termin-, Küchen- und Tischkalender im Sortiment. Die neuen Kalenderdesigns reichen von verschiedenen Themenwelten wie „Natur & Landschaften“ oder „Reisen & Urlaub“ bis hin zu passenden Layouts für traditionelle Festtage wie Geburtstag, Hochzeit, Taufe oder Konfirmation/Kommunion. Die Vorlagen ergänzen und unterstreichen den Stil der ausgesuchten Fotos im Kalender und machen ihn zu einer einheitlichen, in sich stimmigen Komposition. Besonders beliebt ist der Foto-Kalender von CEWE COLOR als Geschenk zu Weihnachten oder als persönlicher Gruß zum Jahreswechsel.

Smartalbum

Speziell für Digitalfotokunden hat CEWE COLOR ein handliches Album entwickelt, das ohne jeglichen Gestaltungsaufwand bestellbar ist. Das Smartalbum umfasst 18 bis 154 Fotos im Format 10 x 15cm. Es besteht aus einem Cover mit Foto und Text und Innenseiten mit einem Foto pro Seite. Das Smartalbum bietet sich als Geschenk für Familie und Freunde an sowie als Alternative zum klassischen Einsteckalbum.

Schul- und Büroprodukte

CEWE COLOR hat Ende 2008 begonnen, das Marktsegment der Schul- und Büroprodukte mit dem Produkt Collegeblock zu erschließen und Anfang des dritten Quartals 2009 insbesondere für den holländischen und deutschen Markt vier weitere Produkte neu eingeführt. Mit den neuen Produkten Schüleragenda, Terminplaner, Schulhefte A4/A5 sowie Notizblöcke hat CEWE COLOR damit ein neues digitales Mehrwertproduktportfolio eingeführt.

Wanddekorationen

Die klassischen Fotoposter als Wanddekoration werden in zunehmendem Maße durch hochwertigere Produkte wie Collagenposter und Fotoleinwände ersetzt. Darüber hinaus wurde die Kategorie mit den hochwertigen Produkten „Poster hinter Acryl“ (vier verfügbare Formate), „Poster auf Alu-Dibond“ (vier Formate) und „Poster XXL“ (23 Formate) um drei neue Varianten ergänzt. Poster XXL sind im Digitaldruck gefertigte matte Poster in den Größen bis 50 x 150 cm. Diese Poster werden im klassischen 2:3-Format wie auch im gefragten 3:4-Format, im quadratischen wie auch im Panoramaformat (1:3) angeboten.

Das CEWE Phone Album als iPhone App

Eine nahezu unbegrenzte persönliche Mobilität, der Wunsch nach virtueller Vernetzung, das routinierte Recherchieren und Bestellen im Internet, das selbstverständlich gewordene Teilen von Inhalten – die Digitalisierung des Lebens hat in den letzten Jahren immer weiter zugenommen. Diesem Mega-Trend wird CEWE COLOR mit dem CEWE Phone Album als iPhone App gerecht. Der iPhone-User kann direkt nach der Installation der App auf seinem Gerät ein CEWE Phone Album im Leporello-Format erstellen. Der iPhone-User kann so auf 12, 20 oder 28 Seiten seine Fotos in einem CEWE Phone Album inkl. eines Titelbildes direkt von seinem iPhone bestellen. Der Clou: Die App adaptiert den Look und die Größe (ca. 6,2 x 11,5 cm) eines iPhones.

Kalender mit Ihren eigenen Fotos!

- Wunderschöne Designs
- Große Auswahl an unterschiedlichen Formaten
- Einfach und bequem gestalten und bestellen

* € 4,99 = Unverbindliche Preisempfehlung für 10er Set Fotogrußkarten auf Fotopapier. € 6,99 = Unverbindliche Preisempfehlung für Jahresplaner A3. Alle Preise gemäß Preisliste inkl. MwSt. zzgl. Bearbeitungspauschale und evtl. anfallender Versandkosten.

Weihnachtskarten mit Ihren eigenen Fotos und Texten!

Ganz schön persönlich!

ab
4,99 €*
(10er Set)

- Wunderschöne Weihnachtsdesigns
- Große Auswahl an unterschiedlichen Formaten
- Einfach und bequem gestalten und bestellen

cewe
einfach schöne Fotos

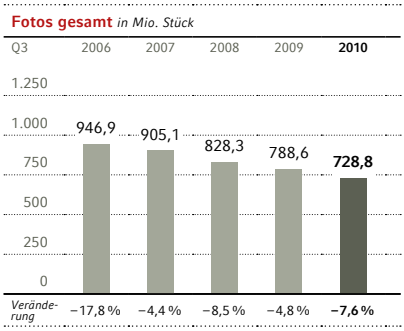
RESULTATE

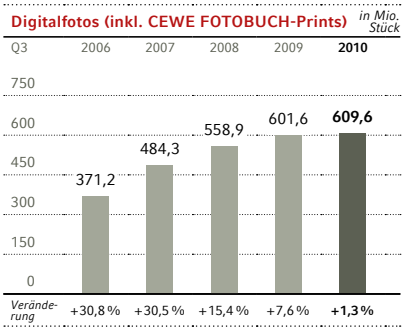
Absatz

Der Absatz der CEWE COLOR Produkte ist von zwei Konsumententrends geprägt: dem Trend zu höherwertigeren Produkten und der Saisonverschiebung in das vierte Quartal.

„Von Masse zu Klasse"... oder: „weniger ist mehr"
Konsumenten werden selektiver und verlangen höherwertigere Fotoprodukte. Die sehr großen Volumen „einfacher" Fotoabzüge werden zunehmend ersetzt durch Prints in Mehrwertprodukten mit zum Teil geringerer Anzahl, aber höherer Wertigkeit – „von Masse zu Klasse". So stieg etwa der Umsatz pro Foto im dritten Quartal 2010 um +5,0 %. Der Produktmix von CEWE COLOR verändert sich also zunehmend zugunsten der Mehrwertprodukte, wie etwa der CEWE FOTOBÜCHER sowie der Foto-Geschenkartikel. Diese Produktgruppen kompensieren den deutlichen Rückgang der Fotos von Filmen.

Saisonverschiebung in das vierte Quartal setzt sich fort
Dieser Rückgang vollzieht sich grundsätzlich in allen Quartalen eines Jahres. Demgegenüber werden die stark wachsenden Volumina der CEWE FOTOBÜCHER sowie der Foto-Geschenkartikel, Foto-Kalender und -grußkarten besonders im vierten Quartal abgesetzt, da viele Konsumenten diese Produkte als Weihnachtsgeschenke schätzen. Daher verschiebt sich das saisonale Profil des CEWE COLOR-Geschäfts deutlich zum Jahresende hin.





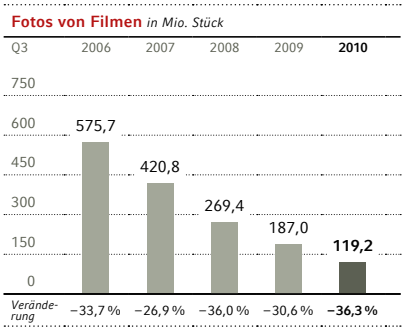
Gesamtzahl der Fotos auf dem Weg zum Jahresziel

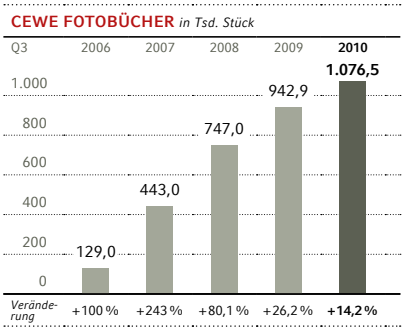
Aufgrund des Trends „von Masse zu Klasse“ rechnet der Vorstand für das Jahr 2010 im Jahresdurchschnitt mit einer Reduktion des Bildervolumens um 10 %. Aufgrund der beschriebenen Saisonverschiebung sind die Quartale davon unterschiedlich betroffen. Für das dritte Quartal wäre etwa mit einem Rückgang in dieser Höhe zu rechnen. Die Gesamtzahl der Fotos hat sich im dritten Quartal 2010 um 7,6 % auf 728,8 Mio. Fotos und in den ersten drei Quartalen 2010 um 6,0 % auf 1.763,0 Mio. Fotos reduziert. Somit liegt die Gesamtzahl der Bilder genau auf dem Weg zum Jahresziel.

Fotos von Filmen mit leicht geringerer Reduktion als für Gesamtjahr erwartet

Analoge Fotos von Filmen reduzierten sich im Berichtsquartal um 36,3 % auf 119,2 Mio. Fotos bzw. in den ersten drei Quartalen 2010 um 34,8 % auf 300,2 Mio. Fotos – und damit weniger stark als für das Gesamtjahr erwartet (–42 %). Die analogen Fotos von Filmen hatten im Berichtsquartal nur noch einen Anteil von 16,4 %, nachdem im Vorjahresquartal ihr Anteil noch bei beachtlichen 23,7 % lag (Q1–Q3/2010: 17,0 % nach Q1–Q3/2009: 24,5 %).

Q1–Q3	2010	2009	Veränderung
Umsatz *(in Mio. Euro)*	296,8	282,4	5,1 %
Digitalfotos *(in Mio. Stück)*	1.462,8	1.415,9	3,3 %
Fotos von Filmen *(in Mio. Stück)*	300,2	460,2	–34,8 %
Fotos gesamt *(in Mio. Stück)*	1.763,0	1.876,1	–6,0 %
CEWE FOTOBÜCHER *(in Tsd. Stück)*	2.685,5	2.263,1	18,7 %
Umsatz pro Foto (in Euro Cent)	12,2	11,6	5,8 %





Digitalfotos erwartungsgemäß stabil

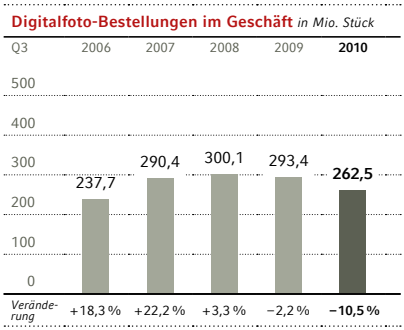
Die Bedeutung der Digitalfotos ist entsprechend gewachsen: 83,6 % aller Fotos im Berichtsquartal waren Digitalfotos, inklusive CEWE FOTOBUCH-Prints und Foto-Geschenkartikel-Prints (Q3/2009: 76,3 %). Dies belegt die sehr erfolgreiche Transformation zum Geschäft mit digitalen Produkten bei CEWE COLOR. Die Zahl der Digitalfotos stieg in den ersten drei Quartalen 2010 leicht auf 1.462,8 Mio. Fotos (nach 1.415,9 Mio. Fotos im gleichen Zeitraum 2009), im Berichtsquartal legte sie ebenfalls leicht zu (Q3/2010: 609,6 Mio. Fotos; Q3/2009: 601,6 Mio. Fotos).

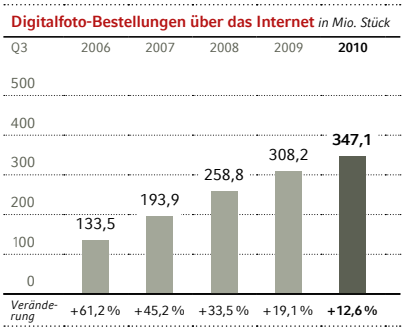
Königsweg „Internet-Bestellung mit Ladengeschäft-Abholung" bestätigt CEWE-Positionierung

Die Quote der über das Internet bestellten Fotos wuchs von 51,2 % im Vorjahresquartal auf 56,9 % (347,1 Mio. Fotos) im Berichtsquartal. 54 % dieser Konsumenten entschieden sich dabei für eine Abholung ihrer fertigen Aufträge im Ladengeschäft der von CEWE COLOR belieferten Händler. 46 % wählten die Zustellung per Post nach Hause. Damit wurden insgesamt 73 % aller Fotos in den Ladengeschäften der CEWE COLOR Handelspartner abgeholt. Dies bestätigt die Stärke der CEWE COLOR Positionierung „bricks and clicks", nämlich die strategische Verbindung zwischen dem Verkauf über Ladengeschäfte und über das Internet.

CEWE FOTOBÜCHER weiter sehr erfolgreich: Auf dem Weg zum Jahresziel

Das Absatz-Wachstum der CEWE FOTOBÜCHER liegt auch weiterhin auf Zielkurs: Mit einem Plus von 14,2 % auf 1.076,5 Tausend Bücher im Berichtsquartal beträgt das Wachstum des Jahres 2010 bis einschließlich zum dritten Quartal nun 18,7 % (2.685,5 Tausend Bücher) und liegt damit über der für 2010 prognostizierten Wachstumsrate von 17 %.





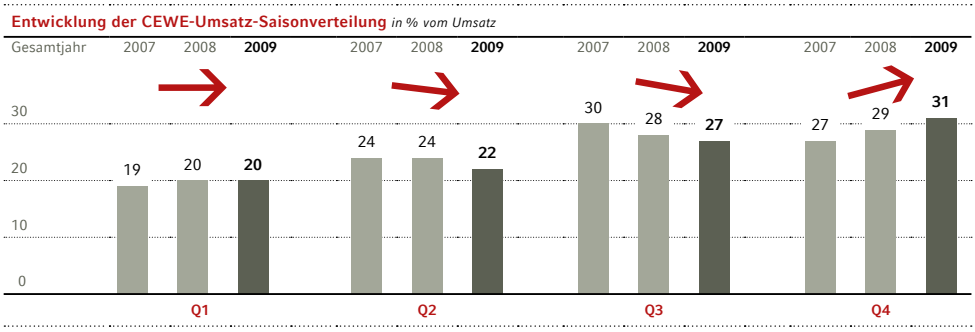
Umsatz

Umsatz legt um 4 % zu

Im Berichtsquartal legte der Umsatz um 3,8 % auf 116,4 Mio. Euro zu (währungsbereinigt +0,8 % auf 113,1 Mio. Euro). In den ersten drei Quartalen stieg der Umsatz um 5,1 % auf 296,8 Mio. Euro (währungsbereinigt +1,9 % auf 287,7 Mio. Euro).

Mehrwertprodukte stärken Umsatz pro Foto weiter

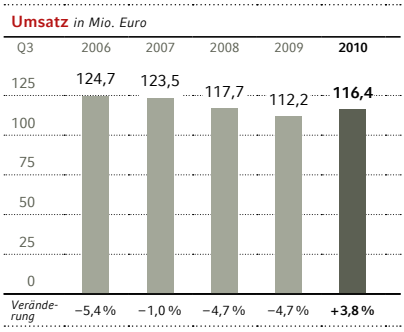
Der im Abschnitt „Absatz“ beschriebene Trend „von Masse zu Klasse“ lässt sich deutlich im Fotofinishing-Umsatz ablesen. Während die Anzahl der Fotos sich im dritten Quartal erwartungsgemäß um 7,6 % reduzierte, lag der Umsatz im Fotofinishing-Segment mit 86,5 Mio. Euro um 3,0 % unter dem Niveau des Vorjahresquartales (währungsbereinigt −3,9 %). In den ersten drei Quartalen sank der Fotofinishing-Umsatz um 0,6 % auf 215,7 Mio. Euro (währungsbereinigt −1,5 %). Die Gesamtzahl der Fotos reduzierte sich um −6,0 %.

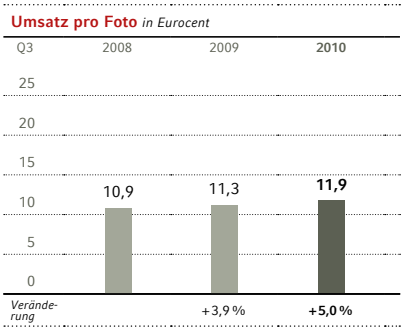


Der Fotofinishing-Umsatz pro Foto stieg im dritten Quartal um 5,0 % auf 11,87 Eurocent pro Foto (währungsbereinigt +4,0 %). In den ersten drei Quartalen erhöhte sich der Umsatz pro Foto um 5,8 % auf 12,23 Eurocent pro Foto (währungsbereinigt +4,8 %).

Einzelhandel mit steigendem Umsatz

Das Segment Einzelhandel steigerte im Berichtsquartal den Umsatz um 30,1 % auf 29,9 Mio. Euro (währungsbereinigt +19,2 %). Die Hintergründe dazu werden im Abschnitt „Segmente“ erläutert.





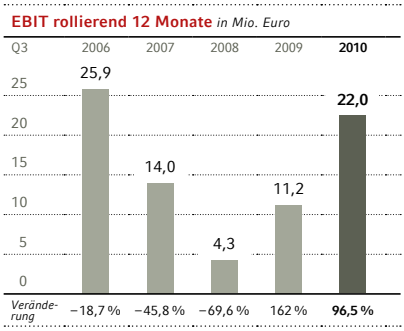
Kosten und Ergebnisse

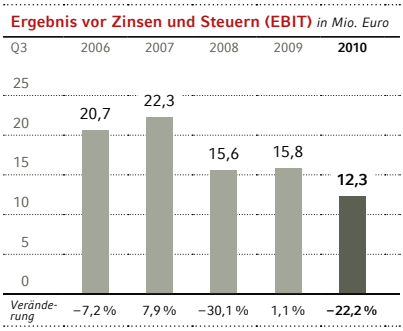
Ergebnisse steigen auf allen Ebenen

Die Ergebnisse der ersten drei Quartale lagen – je nach Ergebnisebene – um rund 3,5 Mio. Euro höher als im Vorjahr: Das EBITDA stieg um 4,5 Mio. Euro auf 34,9 Mio. Euro, das EBIT wuchs um 3,4 Mio. Euro auf 6,4 Mio. Euro, das EBT wuchs um 3,4 Mio. Euro auf 4,9 Mio. Euro und das Ergebnis nach Steuern um 1,9 Mio. Euro auf −1,1 Mio. Euro.

12-Monats-Ergebnisse verdoppelt

Das EBIT ist in der 12-Monats-Betrachtung per 30. September 2010 gegenüber dem vorangegangenen Jahr von 11,2 Mio. Euro auf 22,0 Mio. Euro um 97 % gestiegen. Im gleichen Zeitraum hat das EBT um 117 % von 9,3 Mio. Euro auf 20,1 Mio. Euro zugelegt. Die EBIT-Steigerung um 10,8 Mio. Euro resultiert zu mehr als 7 Mio. Euro aus dem vierten Quartal 2009 – durch die Absatzsteigerung der Mehrwertprodukte im Weihnachtsquartal. Zu ebenfalls mehr als 7 Mio. Euro hat das erste Quartal 2010 beigetragen, da die transformationsbedingten Restrukturierungen letztmals im Jahr 2009 angefallen waren. Gegenläufig wirkte vor allem das Berichtsquartal, in dem CEWE COLOR als Vorleistung für das entscheidende vierte Quartal den Marketing-Aufwand um 4,2 Mio. Euro auf 9,3 Mio. Euro gesteigert hat. Allein dieser Effekt hat das EBIT um 3,5 Mio. Euro reduziert.





Drittes Quartal: CEWE COLOR nimmt Anlauf für ergebnisentscheidendes viertes Quartal

Durch das intensive Marketing wuchs der Markenbekanntheitsgrad erheblich: So stieg die ungestützte Markenbekanntheit des CEWE FOTOBUCHS in Deutschland von 15 % im April 2010 auf 22 % im September 2010 (weitere Informationen im Abschnitt „Produkte und Marketing"). Die wachsende Kraft der Marke führt zu einer bewussteren Kaufentscheidung der Kunden, einer besseren Differenzierung, ermöglicht ein Preis-Premium und damit eine höhere Ertragskraft – eine sehr gute Ausgangsposition für das entscheidende vierte Quartal, in dem CEWE COLOR einen wachsenden Anteil des Jahresgewinnes erzielt.

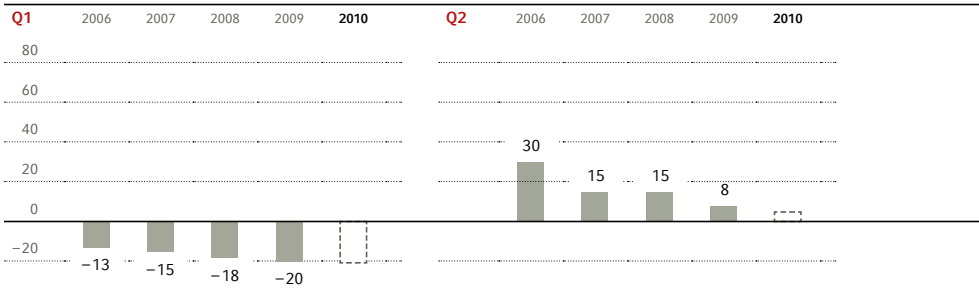
Deutliche Saisonverschiebung zum vierten Quartal auch auf der Ergebnisebene

Die Saisonverschiebung auf der Absatz- und Umsatzebene wurde in den Abschnitten „Absatz" und „Umsatz" bereits erläutert. Diese Verschiebung setzt sich auf der Ergebnisebene fort.

Mögliche Entwicklung der Quartalsergebnisse ist grob abschätzbar

Das Jahresziel für das EBIT liegt bei 24 bis 29 Mio. Euro. Um die im ersten Halbjahr erfolgten Restrukturierungen in Höhe von 2,2 Mio. Euro bereinigt erwartet CEWE COLOR ein EBIT vor Restrukturierungsaufwendungen von 26,2 bis 31,2 Mio. Euro (2009: 28,2 Mio. Euro). Auf diese Basis sind die Ergebnisanteile der Grafik auf dieser Doppelseite zu beziehen.

Saisonale Verteilung EBIT vor Restrukturierung: CEWE COLOR 2006 bis 2010 *je Quartal in %*



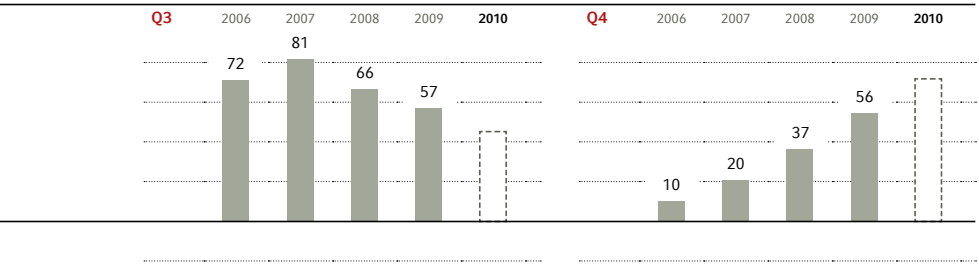
Ergebnis des dritten Quartals entspricht voll den Erwartungen

Wie bereits im Halbjahresbericht 2010 dargestellt[3], reduzieren sich im Rahmen der Saisonverschiebung die Anteile der zweiten und vor allem der dritten Quartale am Jahresergebnis. Speziell für das dritte Quartal wurde eine Ergebnisreduktion bereits angekündigt. Passend zu dieser Ankündigung reduzierte sich das EBIT des Berichtsquartals um 3,5 Mio. Euro auf 12,3 Mio. Euro. Damit hätte das dritte Quartal an der Prognose eines Jahres-EBIT vor Restrukturierungsaufwendungen von 26,2 Mio. Euro bis 31,2 Mio. Euro einen Anteil von 39 % bzw. 47 %. Dies liegt genau in der Entwicklung der Ergebnisanteile der Quartale, die die untenstehende Grafik veranschaulicht. Die Ertragsentwicklung des dritten Quartals entspricht also exakt den Erwartungen.

Kommerzieller Digitaldruck wird zukünftig Geschäft im ersten bis dritten Quartal stärken

Derzeit baut CEWE COLOR das attraktive Segment Kommerzieller Digitaldruck auf. Damit wird sich die Saisonalität der Geschäftsentwicklung verringern und CEWE COLOR kann die vorhandenen Kapazitäten effizient ausnutzen. Daraus ergeben sich deutliche Kostenvorteile für CEWE COLOR gegenüber Wettbewerbern, die ausschließlich in diesem Segment aktiv sind. Insofern ist der wachstumsstarke Kommerzielle Digitaldruck doppelt attraktiv: Einerseits, weil er für CEWE COLOR ein neues Wachstumspotenzial erschließt, andererseits, weil CEWE COLOR die Vorteile der installierten Kapazität voll ausspielen kann – und so überproportionale Ertragschancen realisiert.

[3] *Vgl. Halbjahresbericht 2010, S. 30/31.*



Strukturveränderung der Gewinn- und Verlustrechnung

Neben der absoluten Höhe des Ergebnisses bzw. seiner Einordnung in die veränderte Saisonstruktur ist eine zweite Veränderung von Bedeutung. Der Trend „von Masse zu Klasse“ bewirkt eine Steigerung des Umsatzanteils mit Mehrwertprodukten. Dies ändert die Struktur der Gewinn- und Verlustrechnung: Der Materialaufwand sinkt, der Personalaufwand steigt und sonstige betriebliche Aufwendungen legen relativ zum Umsatz zu. Das Segment des Einzelhandels hat in diesen drei Positionen eine genau entgegengesetzte Kostenstruktur. Im zweiten Quartal war der Anstieg des Einzelhandels so stark, dass dessen Kostenstruktur den sonst zu beobachtenden Trend überlagerte. Im Berichtsquartal dominierte wieder die Strukturveränderung durch den Trend zu Mehrwertprodukten.

Materialaufwandsquote sinkt, Rohergebnis steigt um 1,8 Mio. Euro

So reduzierte sich der Materialaufwand von 37,3 % (vom Umsatz) im Vorjahresquartal auf 36,9 % im Berichtsquartal (42,9 Mio. Euro). Kombiniert mit dem gestiegenen Umsatz verbesserte sich das Rohergebnis um 1,8 Mio. Euro auf 79,7 Mio. Euro.

Personalaufwand steigt parallel zur Wertschöpfung

Um die Produkte mit höherer Wertschöpfung zu produzieren, wächst der Personaleinsatz. Trotz des gegenläufigen Trends im Einzelhandel stieg der Personalaufwand in Prozent vom Umsatz von 21,0 % im Vorjahresquartal (vor Restrukturierungseffekten 20,9 %) leicht auf 21,1 % im Berichtsquartal (24,6 Mio. Euro).

Aktuelle Veränderungen durch Saisonverschiebung	Q1	Q2	Q3	Q4
Volumenentwicklung analoger Fotos von Filmen	↓	↓	↓	↓
Volumenentwicklung digitaler Produkte	→	→	→	↗
Entwicklung Umsatzanteil [1]	→	↘	↘	↑
Entwicklung Ergebnisanteil [1]	↘	↘	↘	↑

[1] *Anteil des jeweiligen Quartals an Umsätzen/Ergebnissen eines Gesamtjahres*

Erfolgreiches Marketing erhöht sonstige betriebliche Aufwendungen

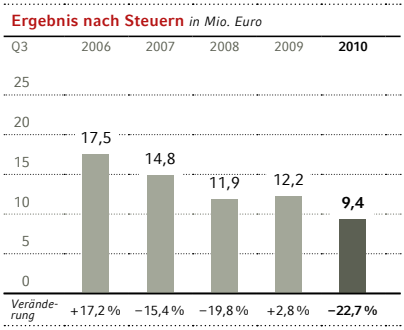
Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen legten von 26,1 % auf 29,4 % deutlich zu. Die Steigerung um 4,9 Mio. Euro auf 34,2 Mio. Euro ist nahezu vollständig auf den Anstieg der Marketing-Aufwendungen zurückzuführen (4,2 Mio. Euro). Die Erfolge der zusätzlichen Investition ins Marketing werden im Abschnitt „Produkte und Marketing“ ausführlich dargestellt. Sie bieten eine starke Ausgangsbasis für das ergebnisentscheidende vierte Quartal.

Erfolgreich reduzierte Asset-Intensität senkt Abschreibungsbedarf

Wie in den Vorjahren liegen die Investitionen auch in den ersten drei Quartalen mit 19,3 Mio. Euro deutlich unter den Abschreibungen von 28,6 Mio. Euro und verringern so kontinuierlich die Abschreibungsbasis.

Finanz- und Steuerergebnis verbessern Ergebnislage

Das Finanzergebnis hat sich im Vergleich zum Vorjahresquartal um 0,1 Mio. Euro auf −0,5 Mio. Euro leicht verbessert. Darüber hinaus reduzierte sich der Steueraufwand um 0,6 Mio. Euro auf −2,3 Mio. Euro. Da im zweiten Quartal 2010 ein Sondereffekt die Steuern um 3 Mio. Euro erhöht hatte, liegt der Steueraufwand der ersten drei Quartale 2010 aber nur noch um 1,4 Mio. Euro über dem gleichen Vorjahreszeitraum. Über die Details hat CEWE COLOR im Bericht zum zweiten Quartal 2010 informiert (Seite 33).



Ergebnisse Q1−Q3 in Mio Euro	2010	2009	Veränderung
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	6,4	3,0	113 %
Ergebnis vor Steuern (EBT)	4,9	1,6	216 %
Ergebnis nach Steuern	−1,1	−3,0	−62,6 %

Segmente

Klare Gliederung der Segmente gemäß IFRS 8
CEWE COLOR berichtet in den vier Fotofinishing-Segmenten Zentraleuropa, Benelux, Westeuropa und Mittelosteuropa. Im fünften Segment werden die Einzelhandelsaktivitäten zusammengefasst.

CEWE COLOR ordnet die Umsätze der Produktkategorie zu, mit der der Umsatz erzielt wird: Umsatz mit Fotofinishing-Produkten – also Fotos von Filmen, Digitalfotos, CEWE FOTOBÜCHER, Foto-Kalender und -grußkarten sowie andere Foto-Geschenkartikel und personalisierte Produkte – werden den Fotofinishing-Segmenten zugeordnet. Umsatz mit Hardware, die ohne weitere Veredelung durchgehandelt wird – also beispielsweise Kameras und Kamerazubehör – wird dem Segment Einzelhandel zugeordnet.

Wenn nicht anders erwähnt, bezieht sich die Erläuterung der Segmentumsätze immer auf die Nominalwerte, also inklusive der Währungseffekte.

Westeuropa: Nachhaltigkeit des Turnarounds abermals bewiesen
In Westeuropa (Frankreich und Großbritannien) zeigten sich – wie bereits im ersten Halbjahr – auch im Berichtsquartal deutliche, messbare Fortschritte: Die EBIT-Marge hat sich von 7,3 % im Vorjahresquartal auf 12,4 % signifikant gesteigert. Hier spiegelt sich die Wirkung vieler Initiativen wider: Vermarktung der margenstärkeren Mehrwertprodukte erfolgreich, die positiven Auswirkungen der Restrukturierungsarbeit des Vorjahres, Einsparungen in der französischen Logistik erzielt etc. Das EBIT stieg daher bei einem um 1,6 Mio. Euro auf 11,5 Mio. Euro verringerten Umsatz im Berichtsquartal um 0,5 Mio. Euro auf 1,4 Mio. Euro. Der Umsatzrückgang ist zum einen auf die generelle Saisonverschiebung zurückzuführen, zum anderen aber auch auf segmentspezifische Gründe: zum Beispiel hatte bereits im zweiten Quartal ein wichtiger Handelspartner die Fotofinishing-Präsenz in seinen Ladengeschäften reduziert und beginnt stattdessen, das Internet-Geschäft aufzubauen. Zusätzlich hatte – ebenfalls bereits im zweiten Quartal – ein Kunde mit bereits vorher eigener Fotobuch-Produktion diese jetzt weiter ausgebaut, so dass er die zuvor an CEWE COLOR ausgelagerten Produktionsvolumina jetzt selbst fertigt. Insgesamt arbeitet das ehemals problematische Segment Westeuropa inzwischen nachhaltig profitabel.

Zentraleuropa: Starkes Marketing lässt Umsatz sogar leicht steigen

Das Fotofinishing-Segment Zentraleuropa (Deutschland, Österreich, Schweiz, Skandinavien) hat im Berichtsquartal gegen den saisonverschiebungsbedingten Trend der Fotofinishing-Segmente in Summe sogar den Umsatz um 1,6 % auf 57,5 Mio. Euro gesteigert. Dazu haben auch die Marketing-Mehraufwendungen in Höhe von – wie im Abschnitt „Kosten und Ergebnisse“ beschrieben – 4,2 Mio. Euro beigetragen, die zu einem großen Teil auf dieses Segment konzentriert waren. Die Aufwendungen sind als Investitionen in die Marketing-Pole-Position zu betrachten, die etwa in Deutschland bereits sehr klar erreicht ist[4]. Diese Vorleistung in eine starke Positionierung für das ergebnisentscheidende vierte Quartal hat das EBIT im Berichtsquartal um 2,7 Mio. Euro auf 9,1 Mio. Euro reduzierten. Dennoch erreichte Zentraleuropa eine EBIT-Marge von 15,9 % (Q3 2009: 20,9 %).

Benelux: Handelspartner mit Absatzproblemen

Im Benelux-Markt haben einige Handelspartner mit Absatzproblemen zu kämpfen. Dies hat im dritten Quartal zu einem Umsatzrückgang von 16,3 % auf 9,5 Mio. Euro geführt. CEWE COLOR hat diese und andere Handelspartner auch in diesem Segment durch erhöhte Marketinginvestitionen unterstützt, sowie – besonders in Benelux – durch den Aufbau von Vor-Ort-Druck-Kapazitäten für Digitalfotos, um diese Schwächephase zu überwinden. Auch diese Aktivitäten reduzierten das EBIT des dritten Quartals von 0,7 Mio. Euro im Vorjahresquartal auf 0,3 Mio. Euro.

[4] *Vgl. dazu die Ausführungen im Abschnitt „Produkte und Marketing“.*

Q3: Umsatzentwicklung nach Segmenten *in Mio Euro*	**2010**	2009	Veränderung
Fotofinishing – Zentraleuropa	57,5	56,6	1,6 %
Fotofinishing – Westeuropa	11,5	13,1	– 11,9 %
Fotofinishing – Benelux*	9,5	11,3	– 16,3 %
Fotofinishing – Mittelosteuropa	8,0	8,2	– 2,3 %
Einzelhandel	29,9	23,0	30,1 %
Konzern	**116,4**	**112,2**	**3,8 %**

** nur mit Vertriebsniederlassungen*

Mittelosteuropa: Umsatz gesteigert, Sondereffekt im Ergebnis

Im Segment Mittelosteuropa sind die Labore und Aktivitäten in Polen, Tschechien, der Slowakei und Ungarn sowie die vertrieblichen Aktivitäten in weiteren ost- und südosteuropäischen Ländern zusammengefasst. Im Berichtsquartal reduzierte sich der Umsatz gemäß der Saisonverschiebung leicht um 0,2 Mio. Euro auf 8,0 Mio. Euro. Das EBIT ermäßigte sich um 0,7 Mio. Euro auf 0,8 Mio. Euro. Dies ist – wie in Zentraleuropa – auch hier auf die gestiegenen Marketingaufwendungen zurückzuführen, die die Positionierung für das entscheidende vierte Quartal sichern. Darüber hinaus wirkt sich hier auch die Umgestaltung des Standorts Bratislava von einer Produktionsgesellschaft in eine Vertriebsgesellschaft aus. Während der Standort zuvor auch die Produktionsmarge vereinnahmt hatte (sogar auch für in Zentraleuropa vertriebene Produkte), bezieht er nun ausschließlich die Vertriebsmarge (ausschließlich für die im eigenen Bereich vertriebenen Produkte).

Eigener Einzelhandel mit wichtigen Funktionen

CEWE COLOR betreibt in Polen, Tschechien, der Slowakei sowie Norwegen und Schweden Multi-Channel-Retailing in Form stationärer Läden und Online-Shops (Marken Fotojoker, Fotolab, Japan Photo). Dieser Einzelhandel erfüllt für CEWE COLOR wichtige Funktionen: Erstens ist er – gerade in Mittelosteuropa – wichtige Vertriebsschiene für CEWE COLOR Laborleistungen. Die entsprechenden Umsätze und Erträge werden in den Fotofinishing-Segmenten gezeigt. Zweitens hat CEWE COLOR die Möglichkeit, neue Vermarktungsstrategien für digitale Mehrwertprodukte – allen voran das CEWE FOTOBUCH – im Internet wie in Ladengeschäften unmittelbar zu testen und so weiterzuentwickeln. Drittens kann dieses Wissen dann an die Handelspartner weitergegeben werden. Für diese Wissensvermittlung liefert der CEWE COLOR Einzelhandel wichtige Referenzen.

Q3: EBIT nach Segmenten *in Mio Euro*	**2010**	2009	Veränderung
Fotofinishing – Zentraleuropa	9,1	11,8	–22,8 %
Fotofinishing – Westeuropa	1,4	1,0	50,3 %
Fotofinishing – Benelux*	0,3	0,7	–58,6 %
Fotofinishing – Mittelosteuropa	0,9	1,6	–44,8 %
Einzelhandel	0,6	0,8	–25,1 %
Konzern	**12,3**	**15,8**	**–22,2 %**

** nur mit Vertriebsniederlassungen*

Einzelhandel legt nochmal deutlich zu

Im Berichtsquartal hat sich der Einzelhandelsumsatz um 30,1 % auf 29,9 Mio. Euro gesteigert (währungsbereinigt +19,2 %). Dieser deutliche Anstieg resultiert zum größeren Teil aus dem erfolgreichen Internet-Geschäft – Ergebnis der vom CEWE COLOR-Einzelhandel verfolgten Multi-Channel-Strategie. Das Unternehmen hat den Trend der Verschmelzung von Online und Offline schon früh erkannt und setzt wie im Fotofinishing-Geschäft auch hier auf „bricks and clicks“. Im dritten Quartal wurden die stationären Läden weiter modernisiert und teilweise vergrößert, um für das im Einzelhandel schon immer wichtige vierte Quartal gerüstet zu sein.

Aufgrund der typischerweise geringeren Margen bei per Internet gehandelten elektronischen Geräten reduzierte sich die EBIT-Marge von 3,5 % im Vorjahresquartal auf 2,0 %. Wegen des gestiegenen Umsatzes liegt der EBIT-Beitrag mit 0,6 Mio. Euro jedoch nur um 200 Tausend Euro unter dem Vorjahreswert.

Bilanz und Finanzierung

Die Kommentierung der Bilanz bezieht sich im Wesentlichen auf die Entwicklung innerhalb des Berichtsquartals, d. h. auf den Vergleich der Bilanzen vom 30. Juni 2010 und 30. September 2010. Die von der jährlichen Saisonalität beeinflussten Positionen werden zusätzlich im Vergleich zum 30. September 2009 kommentiert.

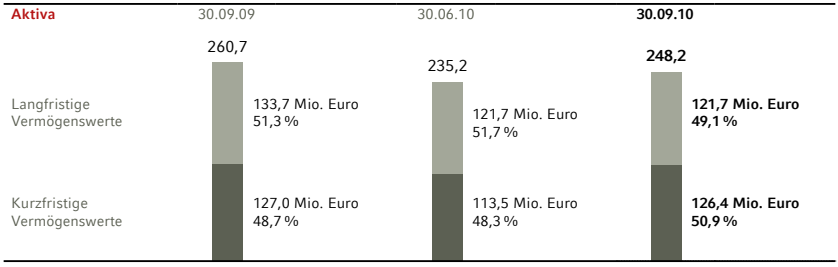
12,6 Mio. Euro Bilanzverkürzung im Vergleich zum Vorjahreszeitpunkt

Die Bilanzsumme zum Ende des Berichtsquartals betrug 248,2 Mio. Euro. Dieser saisonübliche Aufbau innerhalb des Berichtsquartales um 12,9 Mio. Euro hat sich allein in den kurzfristigen Vermögenswerten vollzogen. Gegenüber dem 30. September 2009 hat sich die Bilanzsumme dagegen aufgrund geringerer langfristiger Vermögenswerte um 12,6 Mio. Euro verringert.

Abschluss der Analog / Digital-Transformation reduziert Sachanlagen um 10 Mio. Euro

Die im Jahresverlauf um 12,0 Mio. Euro auf 121,7 Mio. Euro reduzierten langfristigen Vermögenswerte sind zu 10,0 Mio. Euro auf die Sachanlagen zurückzuführen. Des weiteren sanken die immateriellen Vermögenswerte um 3,2 Mio. Euro. Dies zeigt sich nach dem Abschluss der Analog / Digital-Transformation im 12-Monats-Vergleich an den mit 23,3 Mio. Euro deutlich unter den Abschreibungen von 38,3 Mio. Euro liegenden Investitionen. Im Verlauf des dritten Quartals waren die langfristigen Vermögenswerte praktisch unverändert.

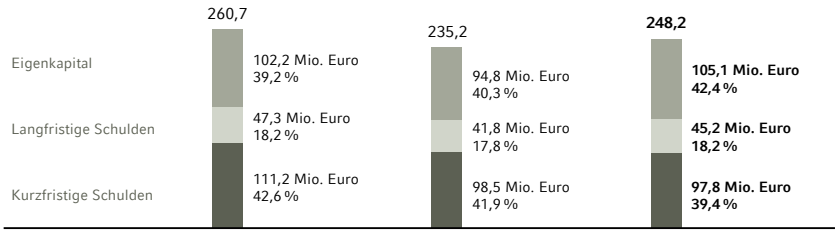
Bilanzdaten *in Mio. Euro und in %*



Kurzfristige Vermögenswerte deutlich reduziert

Bei den kurzfristigen Vermögenswerten fallen einerseits die deutlichen Reduktionen bei den operativ notwendigen Positionen auf – sowohl im Jahres- als auch im Quartalsverlauf. Die Vorräte wurden vor allem durch die Reduktion von Handelswaren und Papierbeständen um 3,4 Mio. Euro im Jahresverlauf (2,0 Mio. Euro im Berichtsquartal) auf 41,0 Mio. Euro zurückgefahren. Auch wurden die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen im hierfür entscheidenden Vergleich der gleichen Jahreszeitpunkte um 3,0 Mio. Euro zum Ende des Berichtsquartales auf 52,8 Mio. Euro vermindert; innerhalb des Berichtsquartales bauten sie sich dabei saisontypisch um 8,9 Mio. Euro auf. Zusätzlich wurden zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte durch den erfolgten Verkauf von Grundstücken in Valence, Frankreich, und Teplice, Tschechien, im Berichtsquartal um 1,3 Mio. Euro reduziert. Im Jahresverlauf reduzierte sich diese Position zusätzlich um 2,6 Mio. Euro (auf 0,8 Mio. Euro) durch das nach Aufnahme der Vermietung in die Finanzimmobilien umgegliederte Grundstück in Berlin.

Bilanzdaten *in Mio. Euro und in %*



Working-Capital-Reduktion erhöht Cash Flow um 8,6 Mio. Euro

Auf das operative Netto-Working Capital wirken neben den geschilderten Veränderungen von Vorräten und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, die sich im Jahresvergleich um 1,8 Mio. Euro auf 50,2 Mio. Euro reduziert haben. Im Berichtsquartal bedeutet dies eine saisontypische Erhöhung um 3,5 Mio. Euro. CEWE COLOR hat das operative Netto-Working Capital damit im Jahresvergleich erfolgreich um 4,6 Mio. Euro reduziert. Der Aufbau um 3,5 Mio. Euro innerhalb des Berichtsquartals liegt damit um 8,1 Mio. Euro unter dem Zuwachs im Vorjahresquartal. Somit hat CEWE COLOR im Berichtsquartal die Kapitalbindung verringert und aus dem operativen Working Capital zusätzlich 8,1 Mio. Euro für den Free-Cash Flow freigesetzt.

Liquiditätsposition kurzfristig gesteigert

Die freigewordenen Mittel hat CEWE COLOR zur Tilgung der Finanzschulden eingesetzt: So verminderten sich die Brutto-Finanzschulden im Berichtsquartal um 4,1 Mio. Euro auf 39,4 Mio. Euro und seit dem 30. September 2009 um 13,9 Mio. Euro. Als Residualeffekt haben die liquiden Mittel in den zwölf Monaten vor dem 30. September um 9,3 Mio. Euro auf 18,1 Mio. Euro zugelegt. Den wesentlichen Teil dieser Steigerung hat CEWE COLOR mit 7,3 Mio. Euro im Berichtsquartal verzeichnet.

Eigenkapitalquote gewohnt stark: 42,4 %

Im Quartal stieg das Eigenkapital um 10,3 Mio. Euro auf 105,1 Mio. Euro zum Ende des Berichtsquartals – im Wesentlichen durch den Jahresüberschuss des Berichtsquartals (9,4 Mio. Euro) sowie durch positive Fremdwährungseffekte. Für die Einschätzung der Eigenkapitalsituation ist der Vergleich mit dem gleichen Saisonzeitpunkt des Vorjahres maßgeblich: Auch hier ist eine Steigerung des Eigenkapitals um 2,9 Mio. Euro zu beobachten. Im Jahresvergleich verbesserte sich die Eigenkapitalquote von 39,2 % auf 42,4 %.

Cash Flow

Free-Cash Flow steigt in ersten drei Quartalen um 21,9 Mio. Euro
Im Berichtsquartal hat der Free-Cash Flow um 6,5 Mio. Euro auf 12,0 Mio. Euro zugelegt, in den ersten drei Quartalen sogar um 21,9 Mio. Euro und hat sich damit von –10,3 Mio. Euro auf 11,6 Mio. Euro verbessert.

Die Quellen dieser Entwicklung werden im Folgenden erläutert.

EBIT-induzierter Cash Flow leicht verändert
Der EBIT-induzierte Cash Flow hat sich – aufgrund der gestiegenen Marketing-Tätigkeit – im Berichtsquartal um 3,9 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahresquartal auf 21,4 Mio. Euro verringert. Insbesondere aufgrund der nun nicht mehr anfallenden analog/digital-transformationsbedingten Restrukturierungen stieg in den ersten drei Quartalen 2010 der EBIT-induzierte Cash Flow um 3,4 Mio. Euro auf 36,0 Mio. Euro.

Working Capital mit positiver Cash-Flow-Wirkung
Im Jahr 2009 war der Cash Flow durch Investitionen in das Working Capital belastet, die in den Quartalsberichten und dem Geschäftsbericht 2009 ausführlich erläutert worden waren. Diese Belastungen des Cash Flows fielen im laufenden Jahr nicht an. Dadurch verbesserte sich der working-capital- und steuerinduzierte Cash Flow im Berichtsquartal um 8,5 Mio. Euro auf –1,5 Mio. Euro und in den ersten drei Quartalen um 15,1 Mio. Euro auf –5,1 Mio. Euro.

Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit um 18,6 Mio. Euro gesteigert
Aufgrund der beschriebenen Entwicklungen in Ergebnis, Working Capital und Steuerpositionen hat sich der Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit im Berichtsquartal um 4,6 Mio. Euro auf 19,9 Mio. Euro gesteigert und in den ersten drei Quartalen 2010 um 18,6 Mio. Euro auf 30,8 Mio. Euro zugelegt.

Cash Flow aus Investitionstätigkeit: Investitionen um 3,3 Mio. Euro reduziert
Wie bereits in den vergangenen Jahren strebt CEWE COLOR auch für 2010 eine Reduktion der Investitionen an. Daher hat sich der Cash Flow aus der Investitionstätigkeit entsprechend reduziert. Im Berichtsquartal flossen hierfür 7,9 Mio. Euro ab, 2,0 Mio. Euro weniger als im Vorjahresquartal. Für die ersten drei Quartale summieren sich die Investitionen auf 19,3 Mio. Euro – eine Reduktion gegenüber dem Vorjahreszeitraum von 3,3 Mio. Euro und damit eine Verbesserung des Cash Flows in dieser Höhe.

Von diesen 7,9 Mio. Euro Cash Flow aus Investitionstätigkeit wurden etwa 5,3 Mio. Euro in Sachanlagen investiert sowie etwa 2,6 Mio. Euro in immaterielle Vermögenswerte. Unter Sachanlagen fallen Produktionseinrichtungen sowie die entsprechende IT-Ausrüstung, DigiFoto-Maker mit Vor-Ort-Druckern sowie die zugehörigen Shopteile. Von den Investitionen sind 1,4 Mio. Euro für den Erwerb von langfristigen Vermögenswerten im Zusammenhang mit dem Erwerb der Aktivitäten von Eurofoto A/S in Norwegen angefallen. Akquisitionen von Firmen sind nicht Teil des Investitionsausblicks von 26 Mio. Euro für das Jahr 2010. Spätestens ab dem Jahr 2011 sollte sich diese kleine Akquisition stärkend auf das Geschäft in Norwegen und damit auf das Segment Zentraleuropa auswirken.

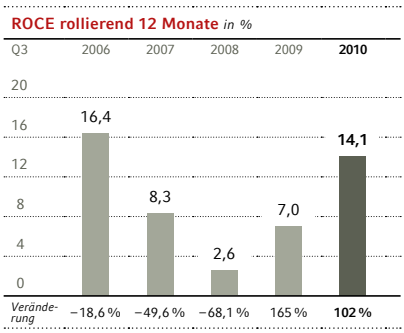
Kapitalrentabilität

Capital Employed um 10,8 Mio. Euro reduziert
Im Vergleich zum gleichen Vorjahreszeitpunkt hat sich das Capital Employed am 30. September 2010 um 10,8 Mio. Euro auf 157,9 Mio. Euro reduziert.

12-Monats-Perspektive: Geringerer Kapitaleinsatz und kräftig steigende Ertragskraft
Bei der Betrachtung der Kapitalrentabilität wird der Gewinn eines vollständigen Jahreszyklus in Summe auf den durchschnittlichen Kapitaleinsatz eines Jahreszyklus bezogen, um durch die Division des Gewinns durch das eingesetzte Kapital eine Jahresrentabilität zu ermitteln. Daher werden hier die Gewinne von jeweils zwölf Monaten addiert.

Die 12-Monats-Perspektive ist besonders geeignet, um die Saisonalitätseffekte zu glätten: Das auf Basis der Quartalsstichtage ermittelte durchschnittliche Capital Employed zum 30. September 2010 betrug 156,4 Mio. Euro – eine Reduktion um 4,5 Mio. Euro gegenüber dem gleichen Zeitraum ein Jahr zuvor. Die Summe des EBIT vom vierten Quartal 2009 bis zum dritten Quartal 2010 beläuft sich auf 22,0 Mio. Euro und liegt damit um 97 % (10,8 Mio. Euro) über dem Vergleichswert vom vierten Quartal 2008 bis zum dritten Quartal 2009.

Große Renditesteigerung: ROCE auf 14,1 % verdoppelt
Der Anstieg des EBIT der vergangenen zwölf Monate zum einen sowie die leichte Reduktion des durchschnittlichen Kapitaleinsatzes zum anderen haben die Kapitalrendite deutlich steigen lassen. CEWE COLOR hat den ROCE von 7,0 % auf 14,1 % verdoppelt und erreicht damit eine attraktive Verzinsung des investierten Kapitals.



MITARBEITER

Mitarbeiterzahl im Vorjahresvergleich leicht rückläufig
Die Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der CEWE COLOR Gruppe verringerte sich im Vergleich zum Vorjahr per Ende September 2010 um 4,7 % auf nun 2.602 Mitarbeiter (Vorjahr: 2.730 Mitarbeiter).

Dieser Rückgang ist zum einen auf die 2009 erfolgten Restrukturierungsmaßnahmen zurückzuführen. So waren im Vorjahreswert noch Mitarbeiter der mittlerweile geschlossenen Standorte Paris, Frankreich, und Teplice, Tschechien, einberechnet. Zum anderen führte die in diesem Jahr vollzogene Umwandlung des Produktionsbetriebes in Bratislava, Slowakei, in eine Vertriebsgesellschaft zu einem Rückgang der dortigen Mitarbeiterzahl.

Q1–Q3: Mitarbeiter nach Regionen	**2010**	2009	Veränderung
Zentraleuropa	1.661	1.612	3,0 %
Westeuropa	197	207	–4,8 %
Benelux	36	37	–2,7 %
Mittelosteuropa	757	821	–7,8 %
Konzern	**2.651**	**2.677**	**–1,0 %**

ORGANISATION UND VERWALTUNG

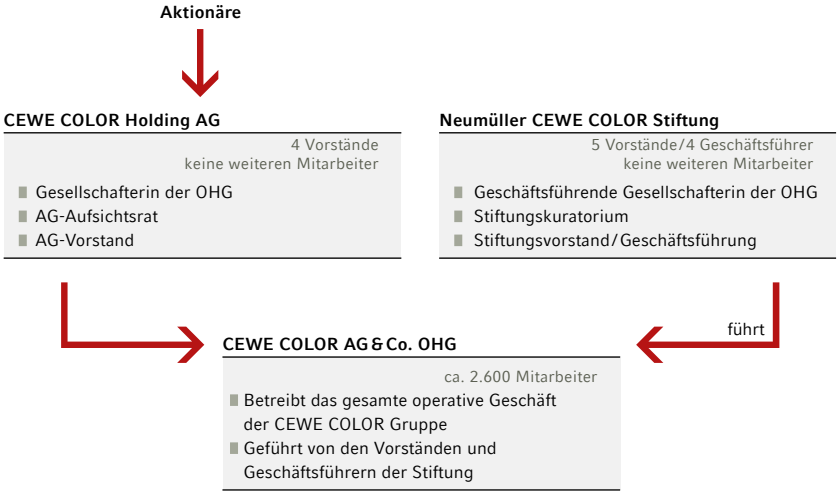
CEWE COLOR Holding AG, Neumüller CEWE COLOR Stiftung und CEWE COLOR AG & Co. OHG

Die CEWE COLOR Holding AG ist die Finanzholding innerhalb der CEWE COLOR Gruppe und eine der zwei Gesellschafterinnen der CEWE COLOR AG & Co. OHG. Sie hat neben den Vorständen keine weiteren Mitarbeiter.

Die zweite Gesellschafterin ist die Neumüller CEWE COLOR Stiftung. Diese wiederum hat fünf Vorstände und vier Geschäftsführer, darunter die vier Vorstände der CEWE COLOR Holding AG. Daneben werden keine weiteren Mitarbeiter beschäftigt. Die Stiftung nimmt die Geschäftsführung innerhalb der CEWE COLOR AG & Co. OHG wahr.

Die CEWE COLOR AG & Co.OHG betreibt das gesamte operative Geschäft der Gruppe. Sie wird von den Vorständen und den Geschäftsführern der Neumüller CEWE COLOR Stiftung geleitet. Die verbleibenden 2.593 Mitarbeiter des Konzerns sind in der CEWE COLOR AG & Co.OHG sowie in den nachgelagerten Konzerngesellschaften beschäftigt.

Organisationsstruktur der CEWE COLOR Gruppe



AUSBLICK

Gesamtwirtschaftliche Situation: Stärkeres BIP-Wachstum für 2010 erwartet
Der Internationale Währungsfonds (IWF) traut der Weltwirtschaft für 2010 ein Wachstum von 4,8 % und für 2011 von 4,2 % zu. In seinem Anfang Oktober veröffentlichten „World Economic Outlook" schreibt der Fonds, der weltwirtschaftliche Erholungsprozess sei allerdings „fragil" und von einer mangelnden Wachstumsbalance zwischen Industrie- und Schwellenländern einerseits sowie internen Ungleichgewichten zwischen öffentlicher und privater Nachfrage andererseits bedroht. „Bisher läuft die Erholung in etwa wie erwartet, aber die Abwärtsrisiken bleiben erhöht". Risiken sieht der IWF auch für den Euroraum, der mit einem Wachstum von 1,7 % in diesem und 1,5 % im kommenden Jahr deutlich hinter den übrigen entwickelten Volkswirtschaften zurückbleibe. Für Deutschland dagegen rechnet der IWF inzwischen mit einem BIP-Wachstum von 3,3 % für 2010 (+ 1,9 Prozentpunkte mehr als bisher) und von 2 % für 2011 (+ 0,4 Prozentpunkte mehr als bisher).

CEWE FOTOBUCH und Internet-Geschäft auch 2010 als Wachstumstreiber Nr. 1
Das CEWE FOTOBUCH wird auch 2010 das CEWE COLOR Wachstum weiter wesentlich tragen. Die bisherigen Ergebnisse des Jahres 2010 belegen dies. Zum September 2010 hatte das CEWE FOTOBUCH in Deutschland eine ungestützte Markenbekanntheit von 22 % erreicht. Das auf europäischer Ebene marktführende Fotobuchangebot ist somit nur etwa jedem vierten relevanten Konsumenten ein Begriff. Dies zeigt, dass mit der weiteren Marktdurchdringung des CEWE FOTOBUCHS zusätzliches Wachstum erschlossen werden kann – besonders durch ein dynamisches Internet-Geschäft. Das Internet ist Hauptvermarktungskanal für das CEWE FOTOBUCH und für viele weitere Mehrwertprodukte. Auch in den ersten drei Quartalen hat sich dies bestätigt.

Analogrückgang nur noch von marginaler Bedeutung
In den vergangenen Jahren stellte der unaufhaltsame Rückgang der analogen Fotos von Filmen immer einen starken „Gegenwind" für das CEWE COLOR Wachstum dar. Dieser jährliche Rückgang musste in jedem Jahr erst einmal durch digitale Umsätze kompensiert werden, bevor ein Netto-Wachstum erzeugt werden konnte. Die Bedeutung des Analoggeschäfts ist inzwischen jedoch deutlich gesunken und wird im Jahr 2010 nur noch etwa 8 % des Bildervolumens ausmachen. Der zu erwartende Rückgang dieses Geschäfts hat nur noch eine geringe Wirkung auf den Umsatz des Unternehmens. Das Wachstum des digitalen Geschäfts wird sich damit künftig nahezu unmittelbar positiv auf den Umsatz der CEWE COLOR Holding AG auswirken.

Ergebnis der vergangenen zwölf Monate verdoppelt

Zu Jahresbeginn 2010 hatte der CEWE COLOR Vorstand für das Gesamtjahr 2010 eine Verbesserung des operativen Ergebnisses (EBIT) von 5 bis 10 Mio. Euro prognostiziert. In den vergangenen zwölf Monaten (vom 1. Oktober 2009 bis zum 30. September 2010) liegt CEWE COLOR voll auf Kurs und hat das EBIT bereits um 10,8 Mio. Euro verbessert.

Saisonverschiebung im zweiten Halbjahr:
Drittes Quartal verliert, viertes Quartal gewinnt

Nach dem ersten Halbjahr war mit einem 12-Monats-EBIT (Q3/2009 bis Q2/2010) in Höhe von 25,5 Mio. Euro bereits der EBIT-Zielkanal des Jahres 2010 in Höhe von 24 bis 29 Mio. Euro erreicht. Wie im Ausblick des Halbjahresberichtes bereits angekündigt, hat sich der EBIT-Beitrag des dritten Quartals aufgrund der Saisonverschiebung in das vierte Quartal vermindert. Das 12-Monats-EBIT per 30. September 2010 ist damit um die 3,5 Mio. Euro gegenüber dem Vorquartalsstand gesunken und lag bei 22,0 Mio. Euro. Der Vorstand ist der festen Überzeugung, dass im Rahmen der Saisonverschiebung in das vierte Quartal mindestens die notwendigen 2,0 Mio. Euro Ergebnissteigerung im vierten Quartal 2010 erzielt werden, um den EBIT-Zielkanal von 24 bis 29 Mio. Euro zu erreichen. Das vierte Quartal 2009 hatte aufgrund der Saisonverschiebung eine EBIT-Steigerung von 7 Mio. Euro gegenüber dem vierten Quartal 2008 erreicht.

Prognose bestätigt: Ergebnis je Aktie soll sich verdoppeln

Der Vorstand sieht die ersten drei Quartale als sehr solides Fundament, um die Prognose für 2010 zu erreichen. Damit bekräftigt der Vorstand sämtliche Zielwerte für 2010 – auch das Ziel, das Ergebnis je Aktie im Geschäftsjahr 2010 zu verdoppeln.

Zielsetzung für 2010		Veränderung zum Vorjahr
Digitalfotos	2,0 Mrd. Stück	+/–0 %
Fotos von Filmen	0,35 Mrd. Stück	–42 %
Fotos gesamt	**2,35 Mrd. Stück**	**–10 %**
CEWE FOTOBÜCHER	4,2 Mio. Stück	+17 %
Investitionen	26 Mio. Euro	–5 %
Umsatz (währungsbereinigt)	420–430 Mio. Euro	+2,5 % bis 4,9 %
EBIT	24–29 Mio. Euro	+28 % bis 55 %
Ergebnis vor Steuern (EBT)	22–27 Mio. Euro	+31 % bis 61 %
Nachsteuerergebnis	12–15 Mio. Euro	+79 % bis 124 %
Ergebnis je Aktie	1,76–2,20 Euro/Stück	+76 % bis 120 %

Oldenburg, 15. November 2010
CEWE COLOR Holding AG
– Der Vorstand –

Dr. Rolf Hollander
(Vorstandsvorsitzender)

Dr. Reiner Fageth

Andreas F. L. Heydemann

Dr. Olaf Holzkämper

DIE CEWE COLOR GRUPPE – STRUKTUR UND ORGANE

Neumüller CEWE COLOR Stiftung

Kuratorium

- Wilfried Mocken, Rheinberg (Vorsitzender)
- Otto Korte, Oldenburg (stellv. Vorsitzender)
- Maximilian Ardelt, München
- Helmut Hartig, Oldenburg
- Dr. Peter Nagel, Bad Kreuznach
- Hubert Rothärmel, Oldenburg

Vorstand

- Dr. Rolf Hollander, Oldenburg (Vorsitzender)
- Dr. Michael Fries, Oldenburg
- Harald H. Pirwitz, Oldenburg
- Felix Thalmann, Westerstede
- Frank Zweigle, Oldenburg

Geschäftsführung

- Dr. Reiner Fageth, Oldenburg
- Thomas Grunau, Oldenburg
- Andreas F. L. Heydemann, Bad Zwischenahn
- Dr. Olaf Holzkämper, Oldenburg

CEWE COLOR Holding AG

Aufsichtsrat

- Hubert Rothärmel, Oldenburg (Vorsitzender)
- Hartmut Fromm, Berlin (stellv. Vorsitzender)
- Prof. Dr. Dr. h. c. Hans-Jürgen Appelrath, Oldenburg
- Dr. Joh. Christian Jacobs, Hamburg
- Otto Korte, Oldenburg
- Prof. Dr. Michael Paetsch, Willich

Vorstand

- Dr. Rolf Hollander, Oldenburg (Vorsitzender)
- Dr. Reiner Fageth, Oldenburg
- Andreas F. L. Heydemann, Bad Zwischenahn
- Dr. Olaf Holzkämper, Oldenburg

Eigenkapitalquote legt um
über drei Prozentpunkte auf 42,4 % zu

KONZERNABSCHLUSS

Konzernbilanz	54
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	56
Konzern-Gesamtergebnisrechnung	56
Konzern-Kapitalflussrechnung	58
Segmentberichterstattung	60
Konzern-Eigenkapitalspiegel	64
Ausgewählte erläuternde Anhangsangaben	66
Bescheinigung des Wirtschaftsprüfers	72

Konzernbilanz

zum 30.09.2010 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

AKTIVA *Angaben in TEuro*
Sachanlagen
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien
Geschäfts- und Firmenwerte
Immaterielle Vermögenswerte
Finanzanlagen
Langfristige Forderungen aus Ertragsteuer-Erstattungen
Langfristige Forderungen und Vermögenswerte
Aktive latente Steuern
Langfristige Vermögenswerte
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte
Vorräte
Kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen
Kurzfristige Forderungen aus Ertragsteuer-Erstattungen
Kurzfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte
Liquide Mittel
Kurzfristige Vermögenswerte

PASSIVA *Angaben in TEuro*
Gezeichnetes Kapital
Kapitalrücklage
Sonderposten für eigene Anteile
Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn
Den Anteilseignern zurechenbares Eigenkapital
Anteile Dritter
Eigenkapital
Langfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen
Langfristige Rückstellungen für Pensionen
Langfristige passive latente Steuern
Langfristige übrige Rückstellungen
Langfristige Finanzverbindlichkeiten
Langfristige übrige Verbindlichkeiten
Langfristige Schulden
Kurzfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen
Kurzfristige Steuerrückstellungen
Kurzfristige übrige Rückstellungen
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen
Kurzfristige übrige Verbindlichkeiten
Kurzfristige Schulden

31.12.2009	**30.09.2010**	30.06.2010	Veränderung	30.09.2009	Veränderung
86.701	80.527	81.213	−0,8 %	90.554	−11,1 %
5.288	4.916	5.032	−2,3 %	3.470	−41,7 %
10.325	10.325	10.325	–	10.325	–
18.535	16.829	16.190	3,9 %	20.060	−16,1 %
294	188	189	−0,5 %	273	−31,1 %
2.971	3.239	3.149	2,9 %	3.023	7,1 %
334	348	335	3,9 %	334	4,2 %
5.219	5.362	5.267	1,8 %	5.652	−5,1 %
129.667	**121.734**	**121.700**	**0,0 %**	**133.691**	**−8,9 %**
2.044	775	2.075	−62,7 %	4.678	−83,4 %
52.259	40.981	42.931	−4,5 %	44.398	−7,7 %
66.533	52.816	43.926	20,2 %	55.862	−5,5 %
1.131	2.543	3.543	−28,2 %	4.213	−39,6 %
8.720	11.214	10.302	8,9 %	9.094	23,3 %
8.218	18.088	10.759	68,1 %	8.803	105 %
138.905	**126.417**	**113.536**	**11,3 %**	**127.048**	**−0,5 %**
268.572	**248.151**	**235.236**	**5,5 %**	**260.739**	**−4,8 %**

31.12.2009	**30.09.2010**	30.06.2010	Veränderung	30.09.2009	Veränderung
19.188	19.188	19.188	–	19.188	–
56.228	56.228	56.228	–	56.228	–
−17.007	−17.318	−17.007	−1,8 %	−17.007	−1,8 %
53.250	46.972	36.406	29,0 %	43.749	7,4 %
111.659	**105.070**	**94.815**	**10,8 %**	**102.158**	**2,9 %**
35	38	34	11,8 %	44	−13,6 %
111.694	**105.108**	**94.849**	**10,8 %**	**102.202**	**2,8 %**
515	440	464	−5,2 %	572	−23,1 %
9.695	10.132	9.986	1,5 %	9.858	2,8 %
1.650	1.674	1.746	−4,1 %	1.397	19,8 %
1.142	998	1.046	−4,6 %	1.237	−19,3 %
26.062	31.907	28.503	11,9 %	34.184	−6,7 %
73	95	96	−1,0 %	84	13,1 %
39.137	**45.246**	**41.841**	**8,1 %**	**47.332**	**−4,4 %**
100	100	100	–	66	51,5 %
3.659	3.664	6.858	−44,6 %	2.950	−24,2 %
11.635	7.717	7.999	−3,5 %	13.297	−42,0 %
6.462	7.474	14.934	−50,0 %	19.090	−60,8 %
73.225	50.246	46.778	7,4 %	52.075	−3,5 %
22.660	28.596	21.877	30,7 %	23.727	20,5 %
117.741	**97.797**	**98.546**	**−0,8 %**	**111.205**	**−12,1 %**
268.572	**248.151**	**235.236**	**5,5 %**	**260.739**	**−4,8 %**

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

für Q1 – Q3 2009 und 2010 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

Angaben in TEuro
Umsatzerlöse
Erhöhung/Verminderung des Bestands an fertigen und unfertigen Erzeugnissen
Andere aktivierte Eigenleistungen
Sonstige betriebliche Erträge
Materialaufwand
Rohergebnis
Personalaufwand
Sonstige betriebliche Aufwendungen
Ergebnis vor Abschreibungen und Steuern (EBITDA)
Abschreibung auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)
Finanzergebnis
Ergebnis vor Steuern (EBT)
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag
Sonstige Steuern
Ergebnis nach Steuern
auf Minderheitsgesellschafter entfallendes Ergebnis
auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Ergebnis
Ergebnis je Aktie *in Euro*
unverwässert
verwässert

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

für Q1 – Q3 2009 und 2010 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

Angaben in TEuro
Ergebnis nach Steuern
Unterschied aus Währungsumrechnung
Marktbewertung von Sicherungsgeschäften
Ertragsteuern auf erfolgsneutral erfasste Erträge und Aufwendungen
Erfolgsneutrale Aufwendungen und Erträge nach Steuern
Gesamtergebnis
auf Minderheitsgesellschafter entfallendes Gesamtergebnis
auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Gesamtergebnis

Q1–Q4 2009	**Q3 2010**	Q3 2009	Veränderung	**Q1–Q3 2010**	Q1–Q3 2009	Veränderung
409.813	**116.401**	**112.164**	**3,8 %**	**296.795**	**282.417**	**5,1 %**
42	0	9	–100 %	–10	0	–
1.249	414	208	99,0 %	1.188	1.086	9,4 %
28.273	5.791	7.298	–20,6 %	16.260	20.081	–19,0 %
–154.735	–42.920	–41.804	–2,7 %	–116.323	–110.006	–5,7 %
284.642	**79.686**	**77.875**	**2,3 %**	**197.910**	**193.578**	**2,2 %**
–104.788	–24.579	–23.579	–4,2 %	–74.239	–78.512	5,4 %
–123.961	–34.208	–29.270	–16,9 %	–88.725	–84.593	–4,9 %
55.893	**20.899**	**25.026**	**–16,5 %**	**34.946**	**30.473**	**14,7 %**
–37.238	–8.604	–9.223	6,7 %	–28.575	–27.482	–4,0 %
18.655	**12.295**	**15.803**	**–22,2 %**	**6.371**	**2.991**	**113 %**
–1.894	–556	–678	18,0 %	–1.458	–1.438	–1,4 %
16.761	**11.739**	**15.125**	**–22,4 %**	**4.913**	**1.553**	**216 %**
–9.242	–2.034	–2.689	24,4 %	–5.340	–3.968	–34,6 %
–779	–279	–235	–18,7 %	–703	–606	–16,0 %
6.740	**9.426**	**12.201**	**–22,7 %**	**–1.130**	**–3.021**	**62,6 %**
–5	2	1	100 %	–1	–5	80,0 %
6.745	9.424	12.200	–22,8 %	–1.129	–3.016	62,6 %
0,99	1,38	1,80	–23,3 %	–0,17	–0,44	61,4 %
1,00	1,39	1,79	–22,3 %	–0,16	–0,44	63,6 %

Q1–Q4 2009	**Q3 2010**	Q3 2009	Veränderung	**Q1–Q3 2010**	Q1–Q3 2009	Veränderung
6.740	9.424	12.201	–22,8 %	–1.129	–3.021	62,6 %
1.381	1.067	1.396	–23,6 %	2.013	971	107 %
–68	–23	–105	78,1 %	–140	–148	5,4 %
–88	10	0	–	–89	0	–
1.225	**1.054**	**1.291**	**–18,4 %**	**1.784**	**823**	**117 %**
7.965	**10.478**	**13.492**	**–22,3 %**	**655**	**–2.198**	**–**
–3	4	–2	–	3	6	–50,0 %
7.968	10.474	13.494	–22,4 %	652	–2.204	–

Konzern-Kapitalflussrechnung

für Q1 – Q3 2009 und 2010 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

Angaben in TEuro	
EBIT	
+/–	Anpassungen für:
+/–	Abschreibungen (+)/Zuschreibungen (–)
+/–	Unrealisierte Fremdwährungseffekte
+/–	Veränderung sonstiger langfristiger Forderungen und Schulden
+/–	Ergebnis aus dem Abgang von Anlagevermögen
+/–	Sonstige zahlungsunwirksame Transaktionen
=	**EBIT-Anpassungen für Cash Flow**
=	**EBIT-induzierter Cash Flow**
+/–	Abnahme (+)/Zunahme (–) Operatives Netto-Working Capital
+/–	Abnahme (+)/Zunahme (–) Sonstiges Netto-Working Capital (ohne Ertragsteuerpositionen)
–	Gezahlte Steuern
=	**Working Capital- und steuerinduzierter Cash Flow**
=	**Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit (1)**
–	Abflüsse aus Investitionen in das Anlagevermögen
–	Abflüsse aus Käufen von konsolidierten Anteilen/Akquisitionen
+	Zuflüsse aus Verkauf von Sachanlagen und Immateriellen Vermögenswerten
=	**Cash Flow aus der Investitionstätigkeit (2)**
=	**Free-Cash Flow (1) + (2)**
+/–	Abflüsse (–) an/Zuflüsse (+) von Anteilseignern
–	Gezahlte Dividenden
–	Erwerb von eigenen Anteilen
–	Bewertung Stock Option nach IFRS 2
+/–	Zuflüsse (+)/Abflüsse (–) aus der Veränderung der Finanzschulden
+/–	Zuflüsse (+)/Abflüsse (–) aus dem Zinsergebnis
+/–	Sonstige zahlungsunwirksame Finanztransaktionen
=	**Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit**
Entwicklung des Finanzmittelbestandes	
=	**Zahlungswirksame Veränderung der Liquiden Mittel**
+/–	Wechselkursbedingte Änderungen der Liquiden Mittel
+	Liquide Mittel zum Beginn der Berichtsperiode
=	**Liquide Mittel zum Ende der Berichtsperiode**

Q3 2010		Q3 2009		Veränderung		Q1–Q3 2010		Q1–Q3 2009		Veränderung	
	12.295		**15.803**		**–22,2 %**		**6.371**		**2.991**		**113 %**
8.604		9.223		–6,7 %		28.575		26.981		5,9 %	
586		574		2,1 %		953		861		10,7 %	
88		–505		–		304		–600		–	
–16		107		–		–146		966		–	
–151		150		–		–82		1.318		–	
	9.111		**9.549**		**–4,6 %**		**29.604**		**29.526**		**0,3 %**
	21.406		**25.352**		**–15,6 %**		**35.975**		**32.517**		**10,6 %**
	–3.472		–11.522		69,9 %		2.015		–20.682		–
	6.801		2.056		231 %		720		4.231		–83,0 %
	–4.816		–540		792 %		–7.865		–3.789		–108 %
	–1.487		**–10.006**		**85,1 %**		**–5.130**		**–20.240**		**–74,7 %**
	19.919		**15.346**		**29,8 %**		**30.845**		**12.277**		**151 %**
	–6.573		–10.021		34,4 %		–18.043		–22.878		21,1 %
	–1.364		0		–		–1.364		0		–
	29		156		–81,4 %		150		306		–51,0 %
	–7.908		**–9.865**		**19,8 %**		**–19.257**		**–22.572**		**14,7 %**
	12.011		**5.481**		**119 %**		**11.588**		**–10.295**		**–**
0		0		–		–7.149		–6.809		–5,0 %	
–311		0		–		–311		–609		48,9 %	
91		0		–		221		–8		–	
	–220		0		–		–7.239		–7.426		2,5 %
	–4.057		–5.207		22,1 %		6.855		18.001		–61,9 %
	–546		–476		–14,7 %		–1.438		–1.169		–23,0 %
	77		–307		–		–137		–417		67,1 %
	–4.746		**–5.990**		**20,8 %**		**–1.959**		**8.989**		**–**
	7.265		**–509**		**–**		**9.629**		**–1.306**		**–**
	64		99		–35 %		241		29		731 %
	10.759		9.213		16,8 %		8.218		10.080		–18,5 %
	18.088		**8.803**		**105 %**		**18.088**		**8.803**		**105 %**

Segmentberichterstattung

für Q1 – Q3 2009 und 2010 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

Segmentberichterstattung Q1 – Q3 2010 *Angaben in TEuro*	Zentral-europa	Benelux
Umsatzerlöse mit externen Dritten	143.475	23.733
Währungseffekte	–1.158	0
Umsatz mit fremden Dritten, währungsbereinigt	142.317	23.733
Umsatzerlöse mit anderen Segmenten	29.148	1.463
Segmentumsatz	**172.623**	**25.196**
EBIT	8.901	–86
Bereinigung um Restrukturierungsaufwand	0	0
Segmentergebnis vor Restrukturierung	8.901	–86

Segmentberichterstattung Q1 – Q3 2009 *Angaben in TEuro*	Zentral-europa	Benelux
Umsatzerlöse mit externen Dritten	140.115	26.161
Umsatzerlöse mit anderen Segmenten	31.475	1.184
Segmentumsatz	**171.590**	**27.345**
EBIT	12.777	865
Bereinigung um Restrukturierungsaufwand	0	0
Segmentergebnis vor Restrukturierung	12.777	865

			Fotofinishing	Einzelhandel		
	Westeuropa	Mittelosteuropa	**Addition Fotofinishing**		Eliminierungen	CEWE COLOR Konzern
	29.116	19.348	215.672	81.123	0	296.795
	–210	–674	–2.042	–7.091	0	–9.133
	28.906	18.674	213.630	74.032	0	287.662
	2.903	939	34.453	651	–35.104	0
	32.019	**20.287**	**250.125**	**81.774**	**–35.104**	**296.765**
	532	–3.394	5.953	418	0	6.371
	0	2.211	2.211	0	0	2.211
	532	–1.183	8.164	418	0	8.582

			Fotofinishing	Einzelhandel		
	Westeuropa	Mittelosteuropa	**Addition Fotofinishing**		Eliminierungen	CEWE COLOR Konzern
	32.082	18.572	216.930	65.487	0	282.417
	1.486	6.305	40.450	681	–41.131	0
	33.568	**24.877**	**257.380**	**66.168**	**–41.131**	**282.417**
	–11.488	–99	2.055	936	0	2.991
	9.224	298	9.522	0	0	9.522
	–2.264	199	11.577	936	0	12.513

Segmentberichterstattung

für Q3 2009 und 2010 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

Segmentberichterstattung Q3 2010 *Angaben in TEuro*	Zentral-europa	Benelux
Umsatzerlöse mit externen Dritten	57.485	9.487
Währungseffekte	–452	0
Umsatz mit fremden Dritten, währungsbereinigt	57.033	9.487
Umsatzerlöse mit anderen Segmenten	11.601	558
Segmentumsatz	**69.086**	**10.045**
EBIT	9.116	272
Bereinigung um Restrukturierungsaufwand	0	0
Segmentergebnis vor Restrukturierung	9.116	272

Segmentberichterstattung Q3 2009 *Angaben in TEuro*	Zentral-europa	Benelux
Umsatzerlöse mit externen Dritten	56.575	11.333
Umsatzerlöse mit anderen Segmenten	13.927	562
Segmentumsatz	**70.502**	**11.895**
EBIT	11.806	657
Bereinigung um Restrukturierungsaufwand	0	0
Segmentergebnis vor Restrukturierung	11.806	657

			Fotofinishing	Einzelhandel		
	Westeuropa	Mittelosteuropa	**Addition Fotofinishing**		Eliminierungen	CEWE COLOR Konzern
	11.529	8.019	86.520	29.881	0	116.401
	−85	−269	−806	−2.511	0	−3.317
	11.444	7.750	85.714	27.370	0	113.084
	917	82	13.158	511	−13.669	0
	12.446	**8.101**	**99.678**	**30.392**	**−13.669**	**116.401**
	1.431	878	11.697	598	0	12.295
	0	0	0	0	0	0
	1.431	878	11.697	598	0	12.295

			Fotofinishing	Einzelhandel		
	Westeuropa	Mittelosteuropa	**Addition Fotofinishing**		Eliminierungen	CEWE COLOR Konzern
	13.087	8.204	89.199	22.965	0	112.164
	360	2.754	17.603	91	−17.694	0
	13.447	**10.958**	**106.802**	**23.056**	**−17.694**	**112.164**
	952	1.590	15.005	798	0	15.803
	153	0	153	0	0	153
	1.105	1.590	15.158	798	0	15.956

Konzern-Eigenkapitalspiegel

für Q1 – Q3 2009 und 2010 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

Angaben in TEuro	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Neubewertungsrücklage IFRS 3.59	Erwirtschaftetes Konzerneigenkapital	Umbuchung aus erfolgsneutralen Rücklagen	Sonderposten für Stock Option Plan	Sonstige Eigenkapitalpositionen
Stand 01.01.2010	**19.188**	**56.228**	**1.075**	**49.800**	**–214**	**3.504**	**–349**
Ergebnis nach Steuern	0	0	0	–1.129	–1	0	0
Erfolgsneutrale Aufwendungen und Erträge	0	0	0	0	0	220	0
Gesamtergebnis	**0**	**0**	**0**	**–1.129**	**–1**	**220**	**0**
Gezahlte Dividende	0	0	0	–7.149	0	0	0
Erwerb eigener Anteile	0	0	0	0	0	0	0
Eigentümerbezogene Eigenkapitalveränderungen	**0**	**0**	**0**	**–7.149**	**0**	**0**	**0**
Stand 30.09.2010	**19.188**	**56.228**	**1.075**	**41.522**	**–215**	**3.724**	**–349**
Stand 31.12.2008	**19.188**	**56.228**	**1.075**	**50.751**	**0**	**3.512**	**0**
Bewertungsanpassung aus Vorjahren	0	0	0	–261[1]	0	0	–309
Latente Steuern Vorjahr	0	0	0	–624	0	0	0
Stand 01.01.2009	**19.188**	**56.228**	**1.075**	**49.866**	**0**	**3.512**	**–309**
Ergebnis nach Steuern	0	0	0	–3.016	–275	0	0
Umbuchung	0	0	0	0	13	0	0
Erfolgsneutrale Aufwendungen und Erträge	0	0	0	0	0	0	0
Gesamtergebnis	**0**	**0**	**0**	**–3.016**	**–262**	**0**	**0**
Gezahlte Dividende	0	0	0	–6.809	0	0	0
Erwerb eigener Anteile	0	0	0	0	0	0	0
Wertanpassungen des Wandlungsrechts der Stiftung	0	0	0	0	0	0	–13
Übrige Eigenkapitalveränderungen	0	0	0	0	0	–8	0
Eigentümerbezogene Eigenkapitalveränderungen	**0**	**0**	**0**	**–6.809**	**0**	**–8**	**–13**
Stand 30.09.2009	**19.188**	**56.228**	**1.075**	**40.041**	**–262**	**3.504**	**–322**

[1] *Erfolgsneutrale Ausweis- und Bewertungsanpassungen; siehe auch Erläuterungen im Geschäftsbericht 2009, Seite 92*

	Mutterunternehmen kumuliertes übriges Konzernergebnis							Minderheitsgesellschafter			
	Marktbewertung Sicherungsgeschäfte	Ausgleichsposten aus Währungsumrechnung	Latente Steuern auf Währungsdifferenzen Eigenkapital	Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn	Eigenkapital gemäß Konzernbilanz vor Abzug eigener Anteile	Sonderposten auf eigene Anteile	Den Anteilseignern zurechenbares Eigenkapital	Minderheitenkapital	Ausgleichsposten aus Währungsumrechnung	Anteile Dritter	Konzerneigenkapital gemäß Konzernbilanz
	−244	**−234**	**−88**	**53.250**	**128.666**	**−17.007**	**111.659**	**49**	**−14**	**35**	**111.694**
	1	0	0	−1.129	−1.129	0	−1.129	−1	0	−1	−1.130
	−140	2.009	−89	2.000	2.000	0	2.000	0	4	4	2.004
	−139	**2.009**	**−89**	**871**	**871**	**0**	**871**	**−1**	**4**	**3**	**874**
	0	0	0	−7.149	−7.149	0	−7.149	0	0	0	−7.149
	0	0	0	0	0	−311	−311	0	0	0	−311
	0	**0**	**0**	**−7.149**	**−7.149**	**−311**	**−7.460**	**0**	**0**	**0**	**−7.460**
	−383	**1.775**	**−177**	**46.972**	**122.388**	**−17.318**	**105.070**	**48**	**−10**	**38**	**105.108**
	−403	**−1.600**	**0**	**53.335**	**128.751**	**−16.398**	**112.353**	**52**	**4**	**56**	**112.409**
	0	0	0	−570	−570	0	−570	0	0	0	−570
	0	0	0	−624	−624	0	−624	0	0	0	−624
	−403	**−1.600**	**0**	**52.141**	**127.557**	**−16.398**	**111.159**	**52**	**4**	**56**	**111.215**
	275	0	0	−3.016	−3.016	0	−3.016	−5	0	−5	−3.021
	0	−13	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	−148	978	0	830	830	0	830	0	−7	−7	823
	127	**965**	**0**	**−2.186**	**−2.186**	**0**	**−2.186**	**−5**	**−7**	**−12**	**−2.198**
	0	0	0	−6.809	−6.809	0	−6.809	0	0	0	−6.809
	0	0	0	0	0	−609	−609	0	0	0	−609
	0	0	0	−13	−13	0	−13	0	0	0	−13
	0	0	0	−8	−8	0	−8	0	0	0	−8
	0	**0**	**0**	**−6.830**	**−6.830**	**−609**	**−7.439**	**0**	**0**	**0**	**−7.439**
	−276	**−635**	**0**	**43.125**	**118.541**	**−17.007**	**101.534**	**47**	**−3**	**44**	**101.578**

Ausgewählte erläuternde Anhangsangaben

Unternehmensinformation
Die CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg (im Folgenden: CEWE COLOR Holding) ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft mit Sitz in Deutschland. Wesentliche Geschäftsaktivitäten der CEWE COLOR Gruppe (im Folgenden: CEWE COLOR) sind das Fotofinishing sowie der Fotoeinzelhandel.

Grundlagen für die Aufstellung des Konzernzwischenabschlusses zum 30. September 2010
Der Konzernzwischenabschluss zum 30. September 2010 der CEWE COLOR Holding ist in Übereinstimmung mit den am Stichtag geltenden International Financial Reporting Standards (IFRS) und den Interpretationen des International Accounting Standards Board (IASB) erstellt, wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind. Dieser Zwischenabschluss enthält sämtliche Angaben und Informationen, die gemäß IAS 34 für einen verkürzten Zwischenabschluss notwendig sind.

Bei der Erstellung des verkürzten Zwischenabschlusses müssen durch den Vorstand in Übereinstimmung mit den Rechnungslegungsgrundsätzen Schätzungen vorgenommen und Annahmen getroffen werden, die den Ausweis von Vermögenswerten und Verbindlichkeiten, die Erträge und Aufwendungen sowie die Offenlegung von Eventualverbindlichkeiten und -forderungen betreffen. Die tatsächlichen künftigen Beträge können von diesen Schätzungen abweichen.

Seit dem ersten Quartal 2010 wird die Kapitalflussrechnung nicht mehr in einem verkürzten Format dargestellt. Die Kapitalflussrechnung entspricht nunmehr in ihrer Gliederung und ihrem Ausweis der Kapitalflussrechnung zum 31. Dezember 2009. Die entsprechenden Vorjahresangaben wurden ebenfalls angepasst. Zu weiteren Erläuterungen der Kapitalflussrechnung wird auf den Konzernanhang zum 31. Dezember 2009 verwiesen.

Die Zwischensumme „operatives Ergebnis vor Veränderung des Working Capitals und der Steuerzahlungen“ wird nunmehr als „EBIT-induzierter Cash Flow“ bezeichnet. Weiterhin wird vor dem Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit die Zwischensumme „Working Capital- und steuerinduzierter Cash Flow“ eingefügt. Das latente Steuerergebnis wird erstmalig zum 30. September 2010 von der Position gezahlte Steuern abgezogen und nicht mehr als gesonderter Korrekturposten dargestellt. Für den Zeitraum vom 1. Januar 2010 bis zum 30. September 2010 beträgt das latente Steuerergebnis 147 TEuro (Vorjahr: 1.082 TEuro) und im dritten Quartal 2010 insgesamt 219 TEuro (Vorjahr: 1.738 TEuro). Der EBIT-induzierte Cash Flow verändert sich jeweils um dieselben Beträge. Aus dieser Anpassung ergeben sich keine weiteren Auswirkungen.

Die übrigen Bilanzierungs-, Bewertungs- und Ansatzvorschriften sowie Konsolidierungsmethoden wurden für den Quartalsfinanzbericht zum 30. September 2010 ohne wesentliche Änderung im Vergleich zum 31. Dezember 2009 angewendet und sind dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2009 zu entnehmen. Ebenso haben sich Grundlagen und Methoden der Schätzungen für den Quartalsfinanzbericht gegenüber den Vorperioden nicht geändert. Es wird auf die Erläuterungen zum Konzern-Eigenkapitalspiegel verwiesen.

Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis umfasst neben der CEWE COLOR Holding als Obergesellschaft neun inländische und 15 ausländische Gesellschaften. Daneben werden die auf die CEWE COLOR Versorgungskasse e.V., Wiesbaden, ausgelagerten Pensionsverpflichtungen gemäß IAS 19 weiterhin in den Konzernabschluss einbezogen. Seit dem Jahresabschluss zum 31. Dezember 2009 hat sich keine Änderung des Konsolidierungskreises ergeben.

Saisonale Einflüsse auf die Geschäftstätigkeit

Hinsichtlich der saisonalen und konjunkturellen Einflüsse auf den Zwischenabschluss zum 30. September 2010 wird auf die Erläuterungen im Zwischenlagebericht verwiesen.

Wesentliche Geschäftsvorfälle

Als nach Art, Ausmaß und Häufigkeit nennenswerte Sachverhalte, die die Bilanz, die Gewinn- und Verlustrechnung oder den Cash Flow beeinflussen, sind bis zum 30. September des laufenden Geschäftsjahres zu nennen:

Der bereits zum 30. Juni 2010 erläuterte steuerliche Sondereffekt von insgesamt 3.000 TEuro wurde im dritten Quartal zahlungswirksam.

Zum 1. September 2010 wurde der Geschäftsbetrieb der Eurofoto AS, Breim (Norwegen), im Rahmen eines Asset Deals zu einem Kaufpreis von 1,4 Mio. Euro erworben. Darüber hinaus wurden im Zusammenhang mit dem Erwerb zusätzliche Verbindlichkeiten in Höhe von 0,1 Mio. Euro eingegangen. Die übernommenen materiellen und immateriellen Vermögenswerte haben einen Wert von 1,5 Mio. Euro.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Im Oktober hat die neu gegründete CEWE Inc., New York (Vereinigte Staaten von Amerika), ihre Geschäftstätigkeit aufgenommen. Weitere nach Art, Ausmaß und Häufigkeit nennenswerte Sachverhalte nach dem 30. September 2010 lagen nicht vor.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz, Kapitalflussrechnung

Ausführliche Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung finden sich im Zwischenlagebericht in den Kapiteln „Umsatz“ (S. 29) und „Kosten und Ergebnisse“ (S. 31); die Erläuterungen zur Bilanz und Kapitalflussrechnung in den Kapiteln „Bilanz und Finanzierung“ (S. 40) sowie „Cash Flow“ (S. 43). Die Entwicklung des Eigenkapitals wird durch den Eigenkapitalspiegel im Anschluss an Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung, Bilanz und Kapitalflussrechnung gesondert dargestellt.

Ergebnis je Aktie

in Euro	**Q3 2010**	Q3 2009	**Q1–Q3 2010**	Q1–Q3 2009
Konzernergebnis nach Ergebnisanteilen Dritter	–9.426	12.200	–1.129	–3.016
Gewichteter Durchschnitt unverwässerte Aktienzahl *in Stück*	6.788.145	6.790.663	6.789.814	6.799.555
Unverwässertes Ergebnis je Aktie *in Euro*	**–1,39**	**1,80**	**–0,17**	**–0,44**
Konzernergebnis nach Ergebnisanteilen Dritter	–9.426	12.200	–1.129	–3.016
+ *Ergebnisanteil fremder Gesellschafter, denen die Bezugsrechte zustehen*	0	0	0	0
+ *Zinsaufwand aus Gesellschafterdarlehen der OHG*	9	1	9	9
– *Laufende und latente Steuern*	0	0	0	0
Angepasstes Konzernergebnis	–9.417	12.201	–1.120	–3.007
Gewichteter Durchschnitt verwässerte Aktienzahl *in Stück*	6.808.145	6.810.663	6.809.814	6.819.564
Verwässertes Ergebnis je Aktie *in Euro*	**–1,38**	**1,79**	**–0,16**	**–0,44**

Eigenkapital

Zum 31. Dezember 2009 hielt die CEWE COLOR Holding 476.605 Stückaktien als eigene Anteile. Darüber hinaus hielt zu diesem Zeitpunkt die CEWE COLOR Versorgungskasse e.V., Wiesbaden, 112.752 Stückaktien der Gesellschaft. Letztere waren gemäß IAS 19 in den Konzernabschluss korrigierend einzubeziehen, so dass zum Stichtag 31. Dezember 2009 insgesamt 589.357 Stückaktien als eigene Anteile im Konzernabschluss der CEWE COLOR Holding auszuweisen waren. Auf Basis des Ermächtigungsbeschlusses der Hauptversammlung vom 28. Mai 2008 wurden vom 27. August 2010 bis zum 30. September 2010 insgesamt 11.700 Stückaktien zu einem Durchschnittskurs von 26,58 Euro zurückgekauft. Seitdem sind bis zum 15. November weitere 3.250 Stückaktien zu einem Durchschnittskurs von 26,04 Euro gekauft worden.

Weiterhin hat der Vorstand im März 2010 beschlossen, den Mitarbeitern der inländischen Tochtergesellschaften der CEWE COLOR Holding Aktien der Gesellschaft zu einem vergünstigten Preis als Belegschaftsaktien zum Erwerb anzubieten. Dafür wurden insgesamt 10.882 Aktien benötigt. Der dafür notwendige Aktienrückkauf war bis zum 20. April 2010 abgeschlossen. Zum 30. September 2010 betrug bei der CEWE COLOR Holding der Bestand an eigenen Anteilen gemäß §71 AktG 488.305 Stück (Gesamtbetrag 13.544 TEuro, durchschnittlicher Kaufkurs 27,74 Euro/Aktie; Vorjahr: 476.605 Stück, 13.234 TEuro, 28,08 Euro/Aktie) und für den Konzern gemäß IAS 19 insgesamt 601.057 Stück (Gesamtbetrag 17.007 TEuro, durchschnittlicher Kaufkurs 28,82 Euro/Aktie, Vorjahr: 589.357 Stück, 18.139 TEuro, 30,78 Euro/Aktie). Zum 15. November 2010 betrug der Bestand an eigenen Anteilen 604.307 Stück zu einem durchschnittlichen Kaufkurs von 28,80 Euro.

Zum 30. September 2010 betrug das Grundkapital der CEWE COLOR Holding AG unverändert zum Vorquartal 19.188 TEuro, eingeteilt in 7.380.020 Aktien.

Auf Grundlage des Hauptversammlungsbeschlusses vom 30. Juni 2005 wurde die Durchführung des Aktienoptionsprogramms II beschlossen. Mit der Tranche 2010 wurden den Arbeitnehmern sowie dem Vorstand in der Zeit vom 14. April bis zum 30. April 2010 insgesamt 200.000 Bezugsrechte angeboten. Zum Zuteilungsdatum 30. April 2010 gingen an den Vorstand 31.500 der angebotenen Bezugsrechte und an die Mitarbeiter 168.500. Die von den Begünstigten zu zahlende Optionsprämie beträgt 0,50 Euro je Bezugsrecht. Nach Ablauf der Wartezeit von vier Jahren, beginnend mit dem Zuteilungsdatum 30. April 2010, dürfen die Optionen erst ausgeübt werden, wenn die Schlussauktionspreise der CEWE COLOR Aktie im Xetra-Handel der Deutsche Börse AG an zehn aufeinanderfolgenden Börsenhandelstagen mindestens 115 % des Basispreises betragen hat. Dieser liegt bei 27,00 Euro.

Nach Ablauf der Wartezeit und bei Erreichung des Erfolgsziels sind die Ausübung der Optionsrechte sowie der spätere Verkauf von Aktien aus dem Optionsgeschäft nur innerhalb von sechs Ausübungszeiträumen von jeweils vier Wochen erlaubt. Die Ausübungszeiträume beginnen jeweils mit der Veröffentlichung des Ergebnisses des abgelaufenen Geschäftsjahres, mit der Bilanzpressekonferenz, mit der ordentlichen Hauptversammlung sowie an den Tagen der Veröffentlichung der Quartalszahlen.

Die Entwicklung des Eigenkapitals ist im Konzern-Eigenkapitalspiegel zu sehen und wird im Zwischenlagebericht im Kapitel „Bilanz und Finanzierung“ (S. 40) erläutert.

Erläuterungen zur Segmentberichterstattung

Die Segmentberichterstattung erfolgt seit dem Geschäftsjahr 2009 nach den Vorschriften des IFRS 8 „Geschäftssegmente“. Der Segmentbericht gliedert sich in die Fotofinishing-Segmente Zentraleuropa, Westeuropa, Benelux und Mittelosteuropa sowie das Segment Einzelhandel. Diese Aufteilung entspricht dem internen Management-Reporting. In der Spalte Eliminierungen werden die konzerninternen Umsatzerlöse konsolidiert. Als wesentliche Ergebnis- und Steuerungsgröße wird das Segmentergebnis vor Finanzergebnis und Steuern berichtet. Eine detaillierte Erläuterung zum Segmentbericht befindet sich im Zwischenlagebericht, Kapitel „Segmente“ (S. 36).

Eventualverbindlichkeiten

Es bestanden Eventualschulden aus der Hingabe von Bürgschaften und Garantien für Dritte, aus möglichen Prozessrisiken und aus anderen Sachverhalten in Höhe von 2.231 TEuro (Ende Vorjahresquartal: 5.233 TEuro).

Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Als nahestehende Personen werden in der CEWE COLOR Gruppe die Mitglieder des Vorstandes und des Aufsichtsrates sowie die Mitglieder der Erbengemeinschaft nach Herrn Senator h. c. Heinz Neumüller, Oldenburg, und mit der Erbengemeinschaft verbundene Unternehmen definiert. Sämtliche Geschäfte mit nahestehenden Unternehmen und Personen werden zu marktüblichen Konditionen abgewickelt. Art und Umfang der Geschäfte haben sich im Vergleich zum Konzernabschluss zum 31. Dezember 2009 nicht wesentlich verändert.

Oldenburg, 15. November 2010
CEWE COLOR Holding AG
– Der Vorstand –

Dr. Rolf Hollander
(Vorstandsvorsitzender)

Dr. Reiner Fageth | Andreas F. L. Heydemann | Dr. Olaf Holzkämper

Bescheinigung des Wirtschaftsprüfers

An die CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

„Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung, Kapitalflussrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung sowie ausgewählten erläuternden Anhangsangaben – und den Konzernzwischenlagebericht der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg, für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2010, die Bestandteile des Quartalsfinanzberichts nach § 37x Abs. 3 i. v. m. Abs. 2 WpHG sind, einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Aufstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses nach den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und des Konzernzwischenlageberichtes nach den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, eine Bescheinigung zu dem verkürzten Konzernzwischenabschluss und dem Konzernzwischenlagebericht auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht abzugeben.

Wir haben die prüferische Durchsicht des verkürzten Konzernzwischenabschlusses und des Konzernzwischenlageberichtes unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze für die prüferische Durchsicht von Abschlüssen unter ergänzender Beachtung des International Standard on Review Engagements „Review of Interim Financial Information performed by the Independent Auditor of the Entity“ (ISRE 2410) vorgenommen. Danach ist die prüferische Durchsicht so zu planen und durchzuführen, dass wir bei kritischer Würdigung mit einer gewissen Sicherheit ausschließen können, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden sind. Eine prüferische Durchsicht beschränkt sich in erster Linie auf Befragungen von Mitarbeitern der Gesellschaft und auf analytische Beurteilungen und bietet deshalb nicht die durch eine Abschlussprüfung erreichbare Sicherheit. Da wir auftragsgemäß keine Abschlussprüfung vorgenommen haben, können wir einen Bestätigungsvermerk nicht erteilen.

Auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, oder dass der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden ist."

Oldenburg, 15. November 2010

COMMERZIAL TREUHAND
Gesellschaft mit beschränkter Haftung
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft

(Dipl.-Kfm. H. Sanders)
Wirtschaftsprüfer

ppa.
(Dipl.-Kfm. T. Münchenberg)
Wirtschaftsprüfer

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

WEITERE INFORMATIONEN

Mehrjahresübersicht	76
Betriebsstätten und Vertriebsniederlassungen	82
Finanzterminkalender	83
Impressum	83
Glossar	84

MEHRJAHRESÜBERSICHT

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

Angaben in Mio. Euro	Q3 2004	Q3 2005	Q3 2006	Q3 2007
Umsatzerlöse	**139,1**	**131,8**	**124,7**	**123,5**
Erhöhung/Verminderung des Bestands an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	0,0	0,0	−0,1	0,0
Andere aktivierte Eigenleistungen	0,4	0,4	0,4	0,4
Sonstige betriebliche Erträge	3,0	6,8	2,6	5,5
Materialaufwand	−50,5	−47,0	−42,9	−43,0
Rohergebnis	**92,0**	**92,0**	**84,8**	**86,4**
Personalaufwand	−31,7	−36,3	−29,6	−25,7
Sonstige betriebliche Aufwendungen	−25,0	−24,7	−26,0	−29,4
Ergebnis vor Abschreibungen und Steuern (EBITDA)	**35,4**	**31,0**	**29,2**	**31,4**
Abschreibung auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	−14,0	−8,7	−8,5	−9,0
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	**21,4**	**22,3**	**20,7**	**22,3**
Finanzergebnis	−0,5	−0,9	−0,4	−0,5
Ergebnis vor Steuern (EBT)	**20,9**	**21,4**	**20,3**	**21,9**
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	−6,3	−5,9	−2,1	−6,3
Sonstige Steuern	−0,9	−0,6	−0,7	−0,8
Ergebnis nach Steuern	**13,8**	**14,9**	**17,5**	**14,8**
auf Minderheitsgesellschafter entfallendes Ergebnis	4,0	4,5	4,5	0,0
auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Ergebnis	9,8	10,4	13,0	14,8

Q3 2008	Q3 2009	**Q3 2010**	Q1–Q3 2004	Q1–Q3 2005	Q1–Q3 2006	Q1–Q3 2007	Q1–Q3 2008	Q1–Q3 2009	**Q1–Q3 2010**
117,7	**112,2**	**116,4**	**319,0**	**328,5**	**299,6**	**303,0**	**299,3**	**282,4**	**296,8**
0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
0,5	0,2	0,4	1,1	1,1	1,1	1,1	1,6	1,1	1,2
6,0	7,3	5,8	11,3	25,5	12,4	17,0	18,3	20,1	16,3
−43,8	−41,8	−42,9	−122,3	−119,7	−103,4	−113,5	−117,0	−110,0	−116,3
80,4	**77,9**	**79,7**	**209,2**	**235,3**	**209,7**	**207,5**	**202,1**	**193,6**	**197,9**
−24,1	−23,6	−24,6	−90,0	−95,8	−82,4	−78,9	−80,3	−78,5	−74,2
−31,4	−29,3	−34,2	−72,6	−83,0	−75,9	−86,0	−87,4	−84,6	−88,7
24,9	**25,0**	**20,9**	**46,6**	**56,6**	**51,4**	**42,7**	**34,4**	**30,5**	**34,9**
−9,2	−9,2	−8,6	−33,1	−27,2	−24,9	−28,5	−30,3	−27,5	−28,6
15,6	**15,8**	**12,3**	**13,4**	**29,4**	**26,5**	**14,2**	**4,1**	**3,0**	**6,4**
−0,6	−0,7	−0,6	−1,4	−1,9	−4,6	−1,0	−1,2	−1,4	−1,5
15,0	**15,1**	**11,7**	**12,1**	**27,5**	**21,9**	**13,2**	**2,9**	**1,6**	**4,9**
−2,9	−2,7	−2,0	−6,9	−10,9	−5,2	−5,2	−1,5	−4,0	−5,3
−0,3	−0,2	−0,3	−2,6	−2,4	−2,2	−2,2	−0,9	−0,6	−0,7
11,9	**12,2**	**9,4**	**2,6**	**14,2**	**14,5**	**5,8**	**0,5**	**−3,0**	**−1,1**
0,0	0,0	0,0	1,0	4,6	3,9	0,0	0,0	0,0	0,0
11,9	12,2	9,4	1,6	9,7	10,6	5,8	0,5	−3,0	−1,1

MEHRJAHRESÜBERSICHT

Konzern-Bilanz

AKTIVA *Angaben in Mio. Euro*
Sachanlagen
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien
Geschäfts- und Firmenwerte
Immaterielle Vermögenswerte
Finanzanlagen
Langfristige Forderungen aus Ertragsteuer-Erstattungen
Langfristige Forderungen und Vermögenswerte
Aktive latente Steuern
Langfristige Vermögenswerte
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte
Vorräte
Kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen
Kurzfristige Forderungen aus Ertragsteuer-Erstattungen
Kurzfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte
Liquide Mittel
Kurzfristige Vermögenswerte

PASSIVA *Angaben in Mio. Euro*
Gezeichnetes Kapital
Kapitalrücklage
Sonderposten für eigene Anteile
Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn
Den Anteilseignern zurechenbares Eigenkapital
Anteile Dritter
Eigenkapital
Langfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen
Langfristige Rückstellungen für Pensionen
Langfristige passive latente Steuern
Langfristige übrige Rückstellungen
Langfristige Finanzverbindlichkeiten
Langfristige übrige Verbindlichkeiten
Langfristige Schulden
Kurzfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen
Kurzfristige Steuerrückstellungen
Kurzfristige übrige Rückstellungen
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen
Kurzfristige übrige Verbindlichkeiten
Kurzfristige Schulden

30.09.2004	30.09.2005	30.09.2006	30.09.2007	30.09.2008	30.09.2009	**30.09.2010**
121,1	117,3	113,1	113,0	99,1	90,6	80,5
0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,5	4,9
6,5	5,6	2,5	2,4	6,3	10,3	10,3
7,8	9,1	9,6	13,9	22,3	20,1	16,8
1,3	1,3	1,4	1,2	0,3	0,3	0,2
0,0	0,0	0,0	4,4	3,5	3,0	3,2
4,0	2,5	0,5	0,5	0,6	0,3	0,3
1,9	1,3	2,7	4,5	6,3	5,7	5,4
142,6	**137,2**	**129,7**	**140,0**	**138,3**	**133,7**	**121,7**
0	0	0	0	5,5	4,7	0,8
30,3	41,8	27,7	34,0	32,1	44,4	41,0
100,5	85,7	83,6	78,5	62,3	55,9	52,8
0,1	1,6	4,0	7,6	3,7	4,2	2,5
10,5	17,2	9,5	9,0	7,5	9,1	11,2
12,8	13,1	15,7	11,0	6,0	8,8	18,1
154,2	**159,3**	**140,4**	**140,2**	**117,2**	**127,0**	**126,4**
296,8	**296,5**	**270,1**	**280,2**	**255,6**	**260,7**	**248,2**

30.09.2004	30.09.2005	30.09.2006	30.09.2007	30.09.2008	30.09.2009	**30.09.2010**
15,6	15,6	14,0	19,2	19,2	19,2	19,2
29,2	29,2	30,7	56,2	56,2	56,2	56,2
−12,1	−10,1	−1,8	−12,8	−15,2	−17,0	−17,3
60,8	67,6	56,3	57,7	53,3	43,7	47,0
93,5	102,3	99,3	120,4	113,6	102,2	105,1
13,0	13,7	13,7	0,1	0,1	0,0	0,0
106,6	**115,9**	**113,0**	**120,4**	**113,6**	**102,2**	**105,1**
1,3	1,1	0,7	0,8	0,7	0,6	0,4
8,0	8,7	9,1	9,6	9,9	9,9	10,1
5,4	3,5	1,9	2,7	2,5	1,4	1,7
3,9	3,6	3,8	1,8	1,6	1,2	1,0
16,2	9,3	9,9	3,2	2,7	34,2	31,9
0,5	7,2	14,0	0,7	0,5	0,1	0,1
35,2	**33,4**	**39,3**	**18,8**	**17,9**	**47,3**	**45,2**
0,3	0,2	0,4	0,1	0,1	0,1	0,1
6,9	6,6	7,0	4,4	3,5	3,0	3,7
8,5	15,4	9,7	7,9	10,9	13,3	7,7
6,8	13,4	19,1	32,2	33,7	19,1	7,5
0,0	0,0	46,0	66,4	49,0	52,1	50,2
132,5	111,6	35,6	30,0	26,9	23,7	28,6
155,0	**147,1**	**117,8**	**140,9**	**124,0**	**111,2**	**97,8**
296,8	**296,5**	**270,1**	**280,2**	**255,6**	**260,7**	**248,2**

MEHRJAHRESÜBERSICHT

Kennzahlen

VOLUMEN UND MITARBEITER		Q3 2005	Q3 2006	Q3 2007
Digitalfotos	*in Mio. Stück*	283,7	371,2	484,3
Fotos von Filmen	*in Mio. Stück*	867,7	575,7	420,8
Fotos gesamt	*in Mio. Stück*	1.151	947	905
CEWE FOTOBÜCHER	*in Tsd. Stück*	0,0	129,0	443,0
Mitarbeiter	*auf Vollzeit umgerechnet*	3.721	3.058	3.083

ERTRAG		Q3 2005	Q3 2006	Q3 2007
Umsatz	*in Mio. Euro*	131,8	124,7	123,5
EBITDA	*in Mio. Euro*	31,0	29,2	31,4
EBITDA-Marge	*in % vom Umsatz*	23,5	23,4	25,4
EBIT	*in Mio. Euro*	22,3	20,7	22,3
EBIT-Marge	*in % vom Umsatz*	16,9	16,6	18,1
EBT	*in Mio. Euro*	21,4	20,3	21,9
Ergebnis nach Steuern	*in Mio. Euro*	14,9	17,5	14,8

KAPITAL		Q3 2005	Q3 2006	Q3 2007
Bilanzsumme	*in Mio. Euro*	–	–	–
Capital Employed (CE)	*in Mio. Euro*	–	–	–
Eigenkapital	*in Mio. Euro*	–	–	–
Eigenkapitalquote	*in % der Bilanzsumme*	–	–	–
Netto-Finanzschulden	*in Mio. Euro*	–	–	–
ROCE (letzte 12 Monate)	*in % vom Capital Employed*	–	16,4	8,3

CASH FLOW		Q3 2005	Q3 2006	Q3 2007
Brutto-Cash Flow	*in Mio. Euro*	23,6	26,0	23,8
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	*in Mio. Euro*	9,5	10,1	6,8
Netto-Cash Flow	*in Mio. Euro*	14,2	15,9	17,1
Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	*in Mio. Euro*	13,5	21,4	22,5
Cash Flow aus der Investitionstätigkeit	*in Mio. Euro*	−9,5	−10,1	−6,8
Free-Cash Flow	*in Mio. Euro*	4,1	11,3	15,8

AKTIE		Q3 2005	Q3 2006	Q3 2007
Anzahl der Aktien	*in Stück*	6.000.020	5.400.020	7.380.020
Ergebnis je Aktie				
unverwässert	*in Euro*	1,90	2,41	2,06
verwässert	*in Euro*	2,19	2,23	2,06

Q3 2008	Q3 2009	**Q3 2010**	Q1–Q3 2005	Q1–Q3 2006	Q1–Q3 2007	Q1–Q3 2008	Q1–Q3 2009	**Q1–Q3 2010**
558,9	601,6	609,6	603,1	793,2	1.089,1	1.267,1	1.415,9	1.462,8
269,4	187,0	119,2	2.123,3	1.430,5	1.048,7	682,8	460,2	300,2
828	789	729	2.726	2.224	2.138	1.950	1.876	1.763
747,0	942,9	1.076,5	0,0	252,0	893,0	1.609,0	2.263,1	2.685,5
2.821	2.666	2.607	3.734	3.165	3.155	2.837	2.730	2.602

Q3 2008	Q3 2009	**Q3 2010**	Q1–Q3 2005	Q1–Q3 2006	Q1–Q3 2007	Q1–Q3 2008	Q1–Q3 2009	**Q1–Q3 2010**
117,7	112,2	116,4	328,5	299,6	303,0	299,3	282,4	296,8
24,9	25,0	20,9	56,6	51,4	42,7	34,4	30,5	34,9
21,1	22,3	18,0	17,2	17,2	14,1	11,5	10,8	11,8
15,6	15,8	12,3	29,4	26,5	14,2	4,1	3,0	6,4
13,3	14,1	10,6	8,9	8,9	4,7	1,4	1,1	2,1
15,0	15,1	11,7	27,5	21,9	13,2	2,9	1,6	4,9
11,9	12,2	9,4	14,2	14,5	5,8	0,5	–3,0	–1,1

Q3 2008	Q3 2009	**Q3 2010**	Q1–Q3 2005	Q1–Q3 2006	Q1–Q3 2007	Q1–Q3 2008	Q1–Q3 2009	**Q1–Q3 2010**
–	–	–	296,5	270,1	280,2	255,6	260,7	248,2
–	–	–	163,0	171,8	171,5	165,3	168,7	157,9
–	–	–	115,9	113,0	120,4	113,6	102,2	105,1
–	–	–	39,1	41,8	43,0	44,5	39,2	42,4
–	–	–	9,7	13,3	24,4	30,3	44,5	21,3
2,6	7,0	14,1	–	–	–	–	–	–

Q3 2008	Q3 2009	**Q3 2010**	Q1–Q3 2005	Q1–Q3 2006	Q1–Q3 2007	Q1–Q3 2008	Q1–Q3 2009	**Q1–Q3 2010**
21,1	21,4	18,0	41,5	39,4	34,2	30,8	24,5	27,4
9,2	10,0	6,6	25,8	21,7	34,3	20,4	22,9	18,0
11,9	11,4	11,5	15,7	17,7	–0,1	10,4	1,6	9,4
20,6	15,3	19,9	24,3	12,9	31,0	12,2	12,3	30,8
–9,2	–9,9	–7,9	–25,8	–21,7	–34,3	–20,4	–22,6	–19,3
11,4	5,5	12,0	–1,5	–8,8	–3,4	–8,2	–10,3	11,6

Q3 2008	Q3 2009	**Q3 2010**	Q1–Q3 2005	Q1–Q3 2006	Q1–Q3 2007	Q1–Q3 2008	Q1–Q3 2009	**Q1–Q3 2010**
7.380.020	7.380.020	7.380.020	6.000.020	5.400.020	7.380.020	7.380.020	7.380.020	7.380.020
1,71	1,80	1,38	1,77	1,96	0,81	0,07	–0,44	–0,17
1,71	1,79	1,39	0,36	2,16	1,89	0,81	–0,44	–0,16

Betriebsstätten und Vertriebsniederlassungen

Inland

CEWE COLOR AG & Co. OHG
Meerweg 30–32
D–26133 Oldenburg
Tel. +49 (0) 4 41/4 04–0
Fax +49 (0) 4 41/4 04–421

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

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

Karl-Marx-Straße 18
D–01109 Dresden
Tel. +49 (0) 3 51/8 85 44–0
Fax +49 (0) 3 51/8 85 44–13

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

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

Ausland

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

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

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

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

CEWE COLOR AG & Co. OHG
Reitersee 111
A–2700 Wiener-Neustadt
Tel. +43/644/33 61 42–0

CEWE COLOR Belgium N.V.
Generaal de Wittelaan 9/b9
B–2800 Mechelen
Tel. +32/15/29 56–00
Fax +32/15/29 56–99

CEWE COLOR Nederland B.V.
Industrieweg 73
NL–8071 CS Nunspeet
Tel. +31/3 41/25 53–55
Fax +31/3 41/25 53–33

CEWE COLOR S.A.S.
La Tour Asnières
4 avenue Laurent Cély
92600 Asnières sur Seine
F–75886 Paris Cedex 18
Tel. +33/1/53 26 66–66
Fax +33/1/53 26 66–38

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

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

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

ul. Droga Mazowiecka 23
PL–86300 Graudenz
Tel. +48/56/4 51 58–00
Fax +48/56/4 51 58–01

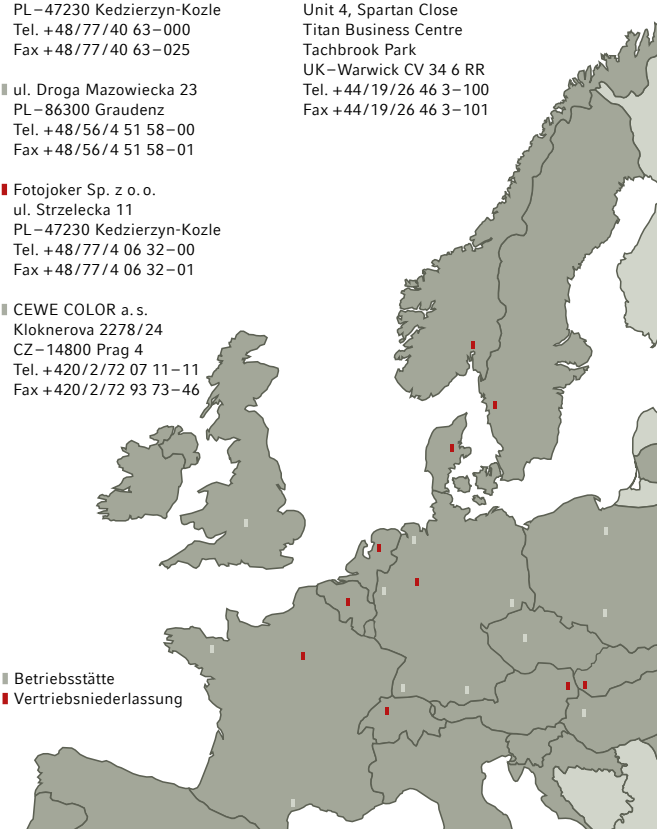
Fotojoker Sp. z o.o.
ul. Strzelecka 11
PL–47230 Kedzierzyn-Kozle
Tel. +48/77/4 06 32–00
Fax +48/77/4 06 32–01

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

CEWE COLOR a.s.
Kopcianska 15
SK–85101 Bratislava 5
Tel. +421/2/68 20 44–11
Fax +421/2/68 20 44–23

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

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



Betriebsstätte
Vertriebsniederlassung

Finanzterminkalender

22.11.2010 Deutsches Eigenkapitalforum, Frankfurt

Impressum

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

Telefon: +49 (0) 4 41/404–22 88
Fax: +49 (0) 4 41/404–421
IR@cewecolor.de

Die CEWE COLOR Holding AG ist Mitglied im Deutschen Investor Relations Kreis e. V.

Verantwortlich
CEWE COLOR Holding AG
Meerweg 30–32, D–26133 Oldenburg
Telefon: +49 (0) 4 41/404–0
Fax: +49 (0) 4 41/404–421
www.cewecolor.de
info@cewecolor.de

Gesamtkonzeption und Gestaltung
FIRST RABBIT GmbH, Köln

Fotos und Druck
CEWE COLOR AG & Co. OHG, Oldenburg

Prüfer des Konzernabschlusses
COMMERZIAL TREUHAND
Gesellschaft mit beschränkter Haftung
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft
Wilhelmshavener Heerstraße 79
D–26125 Oldenburg

Glossar

Brutto-Cash Flow
Ergebnis nach Steuern zuzüglich Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen

Brutto-Finanzschulden
Summe aus langfristigen Finanzverbindlichkeiten und kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten

Brutto-Working Capital
Kurzfristige Vermögenswerte ohne Liquide Mittel

Capital Employed (CE)
Netto-Working Capital zuzüglich der langfristigen Vermögenswerte und der Liquiden Mittel

EBT
Ergebnis vor Steuern

EBIT
Ergebnis vor Steuern und Finanzergebnis

EBIT-induzierter Cash Flow
EBIT zuzüglich Abschreibungen (EBITDA) sowie weiterer Anpassungen; Zwischensumme vor dem Cash Flow aus operativer Geschäftstätigkeit, also vor Finanzierungseffekten aus Netto-Working Capital sowie den gezahlten Steuern

EBITDA
Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen

Eigenkapital
Der gemäß IAS 32 geltende Residualanspruch auf das nach Abzug der Schulden verbleibende Netto-Vermögen

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

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

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

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

Liquiditätsquote
Liquide Mittel im Verhältnis zur Bilanzsumme

Netto-Cash Flow
Brutto-Cash Flow abzüglich der Investitionen

Netto-Finanzschulden
Langfristige Finanzverbindlichkeiten zuzüglich kurzfristiger Finanzverbindlichkeiten abzüglich liquider Mittel

Netto-Working Capital
Kurzfristige Vermögenswerte ohne Liquide Mittel abzüglich kurzfristiger Schulden ohne kurzfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen und ohne kurzfristige Finanzverbindlichkeiten

Operatives Netto-Working Capital
Vorräte plus kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzüglich kurzfristiger Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Return on Capital Employed (ROCE)
Ergebnis vor Steuern und vor dem Finanzergebnis (EBIT) für einen vollständigen Jahreszyklus im Verhältnis zum 4-Quartals-Durchschnitt des Capital Employed

Sonstiges Netto-Working Capital
Zur Veräußerung gehalten Vermögenswerte, kurzfristige Forderungen aus Ertragsteuer-Erstattungen, kurzfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte abzüglich kurzfristiger Steuerrückstellungen sowie kurzfristiger übriger Rückstellungen und kurzfristiger übriger Verbindlichkeiten

Working Capital- und steuerinduzierter Cash Flow
Veränderungen aus dem Netto-Working Capital sowie den gezahlten Steuern

Hinweis:

Wenn in diesem Quartalsfinanzbericht über Digitalfotos gesprochen wird, beinhaltet die Zahl immer die CEWE FOTOBUCH-Prints sowie die Bilder der Foto-Geschenkartikel.
Alle Zahlenangaben werden grundsätzlich mit möglichst exakten Werten gerechnet und in der Darstellung kaufmännisch gerundet. Dadurch können speziell in Summenzeilen Rundungsabweichungen entstehen.

aprinto

Erstklassige Dokumente - ab Auflage 1.

Mit Ausdruck Eindruck machen.

aprinto ist die intelligente Online-Lösung für die Organisation, den Druck und die Verteilung von Dokumenten jeder Art, in jeder beliebigen Auflage und zu jeder Zeit.

Als Pionier hat aprinto den Druck als einen Gesamtprozess neu definiert, in dem das Dokumenten-Handling direkt mit dem Druckprozess verbunden wird.

Das Ergebnis: Effizientere Prozesse, mehr Sicherheit, bis zu 40% reduzierte Kosten und Zeitersparnis.

Erfolg hat schöne Seiten – mit aprinto.

www.aprinto.de

ab
7,95 €*

* Unverbindliche Preisempfehlung für ein CEWE FOTOBUCH „Klein" gemäß Preisliste inkl. MwSt. zzgl. Bearbeitungspauschale und evtl. anfallender Versandkosten.

- Europas beliebtestes Fotobuch
- Prämierte Qualität
- Einfachste Gestaltung
- Riesenauswahl

Mein CEWE FOTOBUCH

Ihre Fotos als echtes Buch!

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

EISA AWARD Best Product 2009-2010 PHOTO BOOK Cewe Fotobuch
DigitalPHOTO TESTSIEGER 07|2010 CEWE FOTOBUCH
Macwelt Testsieger Fotobücher MacweltPro 04/10
PLUS X AWARD ausgezeichnet für: Bedienkomfort

cewe
einfach schöne Fotos

www.cewe-fotobuch.de