

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

an dieser Stelle darf ich Sie erstmals ganz herzlich als Vorstandsvorsitzende von CEWE begrüßen. In dieser Rolle bin ich seit dem 1. März 2023. Daher ist das Schreiben dieser Zeilen eine meiner ersten „Amtshandlungen“.

2022 wieder ein starkes Jahr für Ihr Unternehmen

Ich freue mich außerordentlich, Ihnen das zweitbeste Jahresergebnis der Unternehmensgeschichte zu verkünden. Nach dem „Lockdown“-bedingt außergewöhnlich guten Rekord-Jahr 2020 hatten wir schon für 2021 das damals immerhin zweitbeste Ergebnis verkündet. Dies haben wir 2022 mit 75,6 Mio. Euro EBIT wieder übertroffen.

Auslaufen der Pandemie bot Chancen für CEWE

Die letzten Pandemiemonate mit ihren Lockdowns waren für CEWE eine Herausforderung. Im Fotofinishing waren die Bildervorräte bei vielen Kundinnen und Kunden langsam erschöpft, d. h. die gewünschten Fotoprodukte auf Basis der vorhandenen Bilder waren bestellt. Und neue Fotos kamen wegen der Reisebeschränkungen nur wenige dazu. Das Auslaufen der Pandemie im Jahre 2022 bot die Chance für eine Wende zum Besseren.

CEWE hat diese Chance genutzt ...

Diese Chance hat CEWE hervorragend genutzt. Dies darf ich persönlich, als „Neuankömmling“, so unverblümt positiv sagen. Im Fotofinishing – ebenso wie im damit verbundenen Foto-Einzelhandel – bot die rückkehrende Reise- und damit auch Fotografier-Tätigkeit Chancen. Diese wurden mit Erfolg genutzt und in ein gutes Geschäft für CEWE



Yvonne Rostock
Vorstandsvorsitzende

VORWORT

DER VORSTAND



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

VORWORT

umgewandelt. Die hohe Innovationsdynamik, die nachhaltige Qualität der CEWE-Produkte, die konsumentenorientierte Markenkommunikation sowie der erstklassige Einsatz und die hervorragende Zusammenarbeit aller Mitarbeitenden bei CEWE waren dabei erneut die maßgeblichen Erfolgsfaktoren.

... und hat die Inflation mit dem für CEWE-typischem gutem Augenmaß erfolgreich aufgegriffen

Mit dem Start der Invasion Russlands in der Ukraine war ab Februar/März 2022 auch die lange bereits theoretisch diskutierte Inflation plötzlich real. CEWE ist dieser mit dem gewohnt starken und jetzt nochmals gesteigerten Kostenbewusstsein begegnet. Gleichzeitig wurde die Inflation aber auch mit Augenmaß in die Verkaufspreise eingepreist. Im Ergebnis können wir feststellen, dass CEWE diese schwierige Situation erfolgreich durchläuft, auch dank der Preissetzungsstärke eines echten Markenartikelunternehmens, das CEWE geworden ist.

Danke!

Für diesen starken Auftritt am Markt und für die engagierte Arbeit hinter den Kulissen, bedanke ich mich herzlichst beim ganzen CEWE-Team. Alle Kolleginnen und Kollegen haben in den schwierigen Pandemie-Jahren CEWE auf ein neues Niveau der Größe und des Ergebnisses geführt. Ich bin stolz darauf, Teil dieses Teams zu sein und gemeinsam die CEWE-Erfolgsgeschichte weiter fortzuschreiben. Ich persönlich sehe auch für die Zukunft noch viel Potenzial.

14. Dividendenerhöhung in Folge geplant

Dieses gute Jahresergebnis bietet auch die Möglichkeit, den Weg der jährlichen Dividendensteigerung weiterzugehen. Daher schlagen der Aufsichtsrat und der Vorstand der Hauptversammlung am 7. Juni 2023 vor, die Dividende zum 14. Mal in Folge zu erhöhen, auf dann 2,45 Euro pro Aktie. Damit sind wir am deutschen Aktienmarkt einer der kontinuierlichsten Dividendenzahler. Darauf ist Ihr Unternehmen stolz. Das wollen wir bleiben.

Nun wünsche ich Ihnen, liebe Aktionärinnen, liebe Aktionäre, eine angenehme Lektüre des Geschäftsberichts – entspannend und anregend. Entspannend, weil wieder eine gute Unternehmensentwicklung dargestellt wird. Anregend, weil das Unternehmen Ihnen auch Einblicke über den Standard hinaus gewähren möchte.

Für uns alle hoffe ich, dass wir die Pandemie wirklich hinter uns lassen und die Welt auch wieder friedlicher wird. Genießen Sie das Frühjahr mit vielen schönen Foto-Gelegenheiten. Wenn Sie daraus ein tolles Fotoprodukt machen möchten ... Sie wissen, wo Sie uns finden.

Für den CEWE-Vorstand

Ihre



Yvonne Rostock

DIE CEWE-GRUPPE

EUROPAS FÜHRENDER FOTO-SERVICE UND ONLINE-DRUCK-ANBIETER

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

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

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

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

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

PRÄSENT IN EUROPA

● BETRIEBSSTÄTTEN MIT VERTRIEBSNIEDERLASSUNGEN

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

● BETRIEBSSTÄTTEN

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

● VERTRIEBSNIEDERLASSUNGEN

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

□ LIEFERGEBIET CEWE-PRODUKTE

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

📄 siehe Betriebsstätten und Vertriebsniederlassungen, Seite 218



PREMIUMQUALITÄT MIT FÜHRENDEN MARKEN

FOTOFINISHING



EINZELHANDEL



KOMMERZIELLER
ONLINE-DRUCK



UNTERNEHMENSKENNZAHLEN CEWE-GRUPPE 2022



21

EUROPÄISCHE LÄNDER



27

VERTRIEBS-
NIEDERLASSUNGEN



741,0

MIO. EURO
UMSATZ IM JAHR 2022



5,85

MIO.
CEWE FOTOBUCH
EXEMPLARE
IM JAHR 2022



>22.000

CEWE FOTOSTATIONEN



4.000

MITARBEITENDE



14

BETRIEBSSTÄTTEN



20.000

HANDELSPARTNER



2,28

MRD.
FOTOS IM JAHR
2022

RESULTATE 2022

GRUPPEN-ERGEBNIS

- » Gruppen-Umsatz übertrifft Zielkorridor und steigt 2022 um 48,2 Mio. Euro auf 741,0 Mio. Euro (2021: 692,8 Mio. Euro): ein Plus von 7,0%
- » Starkes EBIT auch 2022: Mit 75,6 Mio. Euro erreicht CEWE das zweithöchste Ergebnis der Unternehmensgeschichte (2021: 72,2 Mio. Euro)
- » Steuerquote auf erwartet normalem Niveau von 31,7%
- » Ergebnis je Aktie steigt auf 7,20 Euro (2021: 6,77 Euro)

FOTOFINISHING

- » Der Fotofinishing-Umsatz steigt 2022 unter dem Eindruck der sich fortsetzenden Corona-Normalisierung mit neuen Fotoaufnahmen und durch Preissteigerungen um +4,4%: 616,1 Mio. Euro (2021: 590,1 Mio. Euro)
- » Das Fotofinishing-EBIT verbessert sich um 2,5 Mio. Euro auf 73,7 Mio. Euro (2021: 71,2 Mio. Euro)
- » Trend einer sich kontinuierlich verbessernden operativen Ergebnismarge weiter intakt: Nach 12,4% in 2019 (sowie coronabedingt vorübergehend außergewöhnlich hohen 15,1% in 2020) setzte er sich in 2021 und 2022 mit jeweils 12,7% erfreulich fort

EINZELHANDEL

- » Der Hardware-Einzelhandel zeigt sich weiter gut aufgestellt und steigert seinen Umsatz um 1,2 Mio. Euro auf 32,4 Mio. Euro (2021: 31,2 Mio. Euro)
- » Das EBIT im Einzelhandel liegt dabei mit 0,2 Mio. Euro konstant auf dem Niveau des Vorjahres (2021: 0,2 Mio. Euro)

KOMMERZIELLER ONLINE-DRUCK

- » Der Kommerzielle Online-Druck steigert seinen Umsatz deutlich um 31,0% auf 86,5 Mio. Euro (2021: 66,0 Mio. Euro)
- » Mit optimierter Kostenstruktur erreicht der KOD fast eine Verdoppelung des EBIT auf 2,3 Mio. Euro (2021: 1,2 Mio. Euro)

BILANZ UND FINANZIERUNG

- » Bilanzsumme um 33,2 Mio. Euro auf 632,7 Mio. Euro gestiegen (+5,5%)
- » CEWE mit starker Eigenkapitalquote von 57,3% (Vorjahr: 56,0%)
- » Capital Employed steigt vor allem durch umsatzbedingt gestiegene Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 15,2 Mio. Euro

CASH FLOW

- » Mit Ablauf der Coronapandemie steigt der betriebliche Cash Flow um 27,7 Mio. Euro auf 93,4 Mio. Euro
- » Free-Cash Flow vor allem durch Normalisierung der Steuerzahlungen und des infolge des höheren Geschäftsvolumens gesunkenen Netto-Working Capital um 10,0 Mio. Euro gestiegen
- » Normalisierter Free-Cash Flow mit 61,4 Mio. Euro auf dem Niveau des normalisierten Vorjahreswertes von 63,7 Mio. Euro

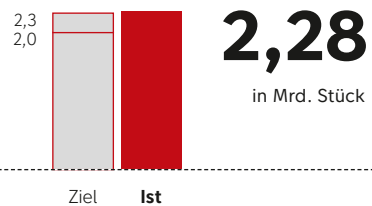
KAPITALRENTABILITÄT

- » Auch nach Ende der Corona-Sonderkonjunktur: ROCE mit 17,6% weiterhin deutlich über den 14,8% des letzten Vor-Corona-Jahres 2019

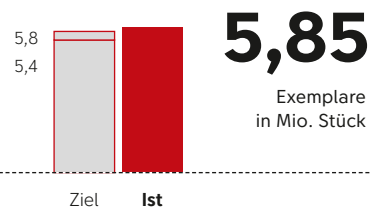
ENTWICKLUNG

FINANZKENNZAHLEN 2022

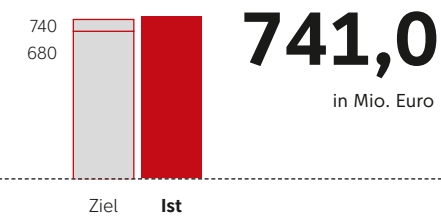
Fotos



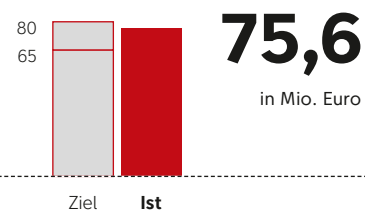
CEWE FOTOBUCH



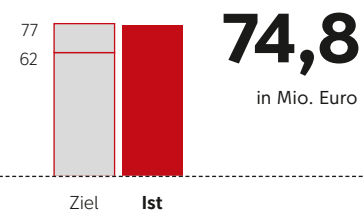
Umsatz



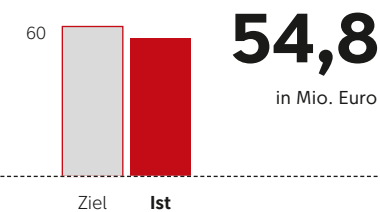
EBIT



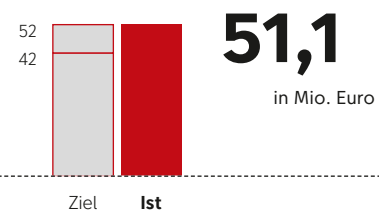
EBT



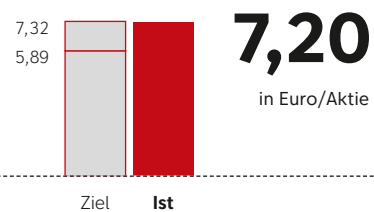
Operative Investitionen



Nachsteuerergebnis



Ergebnis je Aktie (unverwässert)





RÜCKBLICK 2022

AUSBLICK 2023

LANGFRISTIGE ENTWICKLUNG

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

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

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

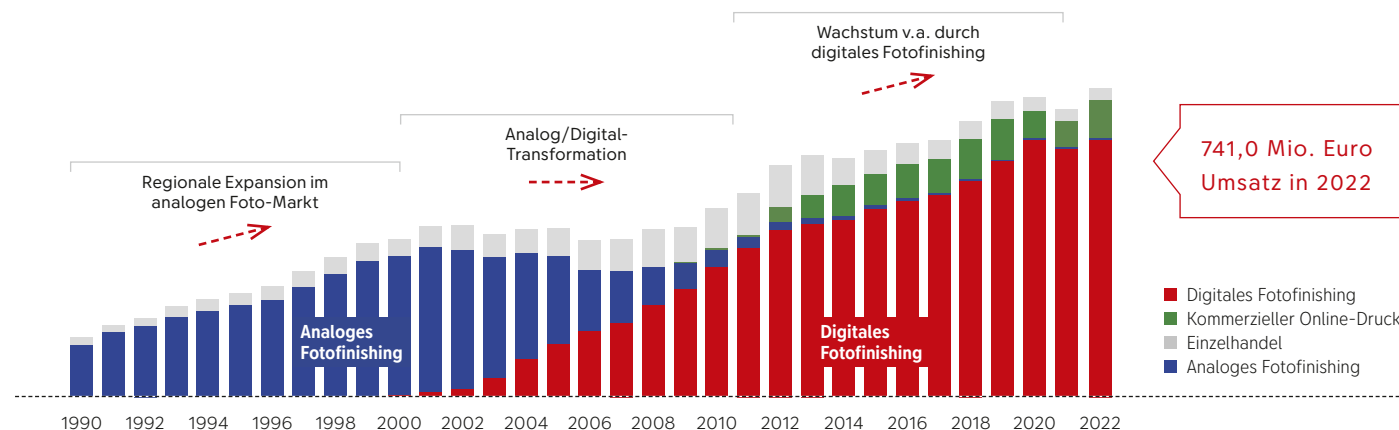
In den Jahren 2020 und 2021 hatte die Coronapandemie einen besonderen Einfluss auf die Nachfrage- und Umsatzentwicklung in allen CEWE-Geschäftsfeldern: So wirkte der „Stay-at-home“-Effekt besonders positiv auf den Absatz von Fotoprodukten des Fotofinishings, dagegen hatten Corona-Einschränkungen und Geschäftsschließungen negative Auswirkungen auf die Nachfrage in den Geschäftsfeldern Kommerzieller Online-Druck und Einzelhandel. Das Jahr 2022 war gekennzeichnet durch die sich fortsetzende Corona-Normalisierung mit v. a. wieder verstärkter Reiseaktivität und daraus resultierenden neuen Fotoaufnahmen. Die einsetzende Wiederbelebung des Geschäftslebens ließ auch die Nachfrage nach Werbedrucksachen wieder deutlich steigen. So legte der Umsatz im jüngst abgeschlossenen Geschäftsjahr 2022 deutlich auf 741,0 Mio. Euro (2021: 692,8 Mio. Euro) zu: Mit diesem Plus von 48,2 Mio. Euro bzw. 7,0% wurde dabei die eigene Zielbandbreite von 680 bis 740 Mio. Euro Umsatz für 2022 sogar übertroffen.



741,0
Mio. Euro
Umsatz in 2022

- » **Starkes EBIT auch 2022: Mit 75,6 Mio. Euro erreicht CEWE das zweithöchste Ergebnis der Unternehmensgeschichte**
- » **Mit zunehmender Normalisierung bzw. nach Ende der Coronapandemie führt v. a. die starke Urlaubsreiseaktivität zu vielen neuen Fotoaufnahmen und lässt Konsumenten verstärkt Fotoprodukte bestellen**
- » **Umgesetzte Preiserhöhungen kompensieren die inflationsgetriebene Verteuerung auf der Wareneinsatz- bzw. Kostenseite**
- » **Mit deutlicher Verbesserung trägt auch das Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck positiv zum Gruppen-EBIT bei**

Langfristige Umsatzentwicklung



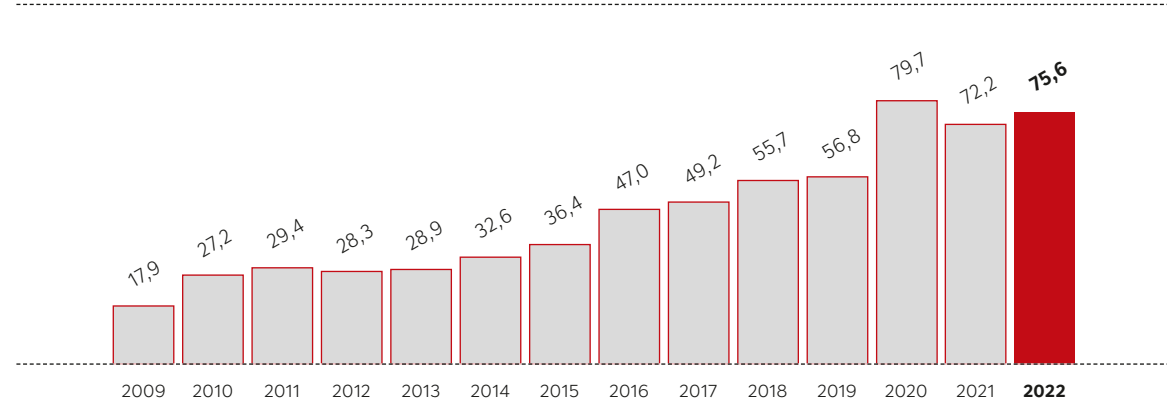
Schon seit der Analog/Digital-Transformation zeigt sich im Kerngeschäftsfeld Fotofinishing ein teils auch heute noch anhaltender Produktmixwandel: Zu Beginn der Digitalisierung fragten Konsumenten verstärkt weiterhin einzelne Fotoabzüge nach – wie früher von analogen Filmen jetzt eben von digitalen Bildformaten. Mit den digitalen Produktinnovationen veränderte sich dann die Nachfrage von diesen einfachen (niedrigmargigen) Fotoabzügen zu höhermargigen „Mehrwertprodukten“ wie dem CEWE FOTOBUCH, Fotokalendern, Wandbildern, Grußkarten und vielen weiteren Fotogeschenken. So hat v. a. diese Veränderung des Fotofinishing-Produktmixes zu einer stetig steigenden operativen Fotofinishing-EBIT-Marge geführt und damit auch die Ergebnissituation für die CEWE-Gruppe insgesamt kontinuierlich verbessert.

Das operative Ergebnis (EBIT) stieg 2022 auf 75,6 Mio. Euro und erreichte damit einen Wert deutlich in der oberen Hälfte der für das Geschäftsjahr 2022 geplanten Zielbandbreite von 65 bis 80 Mio. Euro (EBIT 2021: 72,2 Mio. Euro): Eine Verbesserung von 3,4 Mio. Euro bzw. 4,8% im Vergleich zum Vorjahr 2021. Auch verglichen mit dem letzten Vor-Corona-Jahr 2019 legte das 2022 erreichte EBIT um starke 18,8 Mio. Euro bzw. 33,1% zu (EBIT 2019: 56,8 Mio. Euro). Im Jahr 2020 war die positive Wirkung des „Stay-at-home“-Effekts im Dezember-Lockdown mit einem Ergebnissprung für das Gesamtjahr auf 79,7 Mio. Euro besonders groß.

So erreicht CEWE 2022 das zweithöchste Ergebnis der Unternehmensgeschichte. Insgesamt also erneut ein ergebnisstarkes Jahr, wobei die Ergebnisverteilung auf die Quartale anders verlief als noch im Vorjahr 2021:

Das Jahr 2022 startete mit einem erwarteten Umsatz- und Ergebnissrückgang im ersten Quartal, da das Vorjahres-Q1 noch im Corona-Lockdown mit starkem „Stay-at-home“-Effekt eine Sonderkonjunktur verzeichnet hatte. Schon mit dem zweiten Quartal kam es dann zu einer sich kontinuierlich steigernden Ergebnisverbesserung im Vergleich zum Vorjahr. Mit zunehmender Normalisierung bzw. nach Ende der Coronapandemie führte v. a. die

Langfristige Ergebnisentwicklung (EBIT in Mio. Euro)



starke Urlaubsreiseaktivität zu vielen neuen Fotoaufnahmen und ließ Konsumenten verstärkt Fotoprodukte bestellen. Zusätzlich unterstützten umgesetzte Preiserhöhungen den Umsatzzuwachs und kompensierten die inflationsgetriebene Verteuerung auf der Wareneinsatzseite und bei anderen Kosten. Neben dem Fotofinishing trägt auch das Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck in 2022 mit deutlicher Ergebnisverbesserung erneut positiv zum Gruppen-EBIT bei.

75,6

Mio. Euro EBIT in 2022



KERNGESCHÄFTSFELD FOTOFINISHING

Nachfrageprofil 2022: Erwartet schwieriger Jahresstart im ersten und Wachstum ab dem zweiten Quartal

Das Jahr 2022 startete im Fotofinishing noch mit einem erwarteten Nachfragerückgang im ersten Quartal, da das Vorjahres-Vergleichsquartal Q1 2021 noch ein vom Corona-Lockdown stark geprägtes Quartal mit positivem Effekt auf die Nachfrage im Fotofinishing war: Viele CEWE-Kundinnen und -Kunden hatten die Zeit zu Hause im Lockdown genutzt, um Fotoprodukte – auch mit älteren Fotos aus zurückliegenden Jahren – zu bestellen. Eine solche Sonderkonjunktur gab es im ersten Quartal 2022 erwartungsgemäß nicht. Mit zunehmender Normalisierung bzw.

- » Der Fotofinishing-Umsatz steigt 2022 unter dem Eindruck der sich fortsetzenden Corona-Normalisierung mit neuen Fotoaufnahmen und durch Preissteigerungen um +4,4%: 616,1 Mio. Euro (2021: 590,1 Mio. Euro)
- » Das Fotofinishing-EBIT verbessert sich um 2,5 Mio. Euro auf 73,7 Mio. Euro (2021: 71,2 Mio. Euro)
- » Trend einer sich kontinuierlich verbessernden operativen Ergebnismarge weiter intakt: Nach 12,4% in 2019 (sowie coronabedingt vorübergehend außergewöhnlich hohen 15,1% in 2020) setzte er sich in 2021 und 2022 mit jeweils 12,7% erfreulich fort



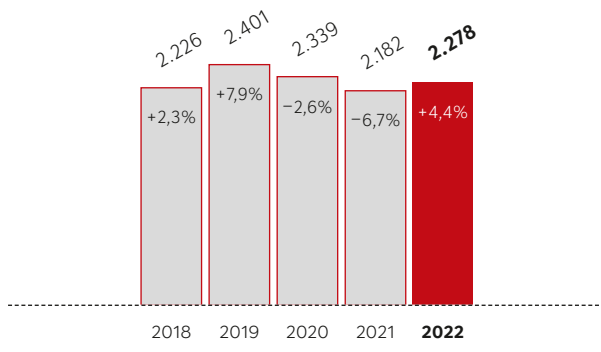
mit einsetzendem Ende der Coronapandemie brachte ab dem zweiten Quartal 2022 v.a. die starke Urlaubsreiseaktivität viele neue Fotoaufnahmen hervor und ließ Konsumenten verstärkt Fotoprodukte bestellen. Neben der wieder deutlich wachsenden Zahl von Urlaubsreisen schafften auch wieder stattfindende Feiern und Veranstaltungen zahlreiche Fotoanlässe, die im Laufe des zweiten, dritten und vierten Quartals zunehmend das Fotofinishing-Geschäft von CEWE stärkten und in einem CEWE FOTOBUCH, einem Fotokalender, auf einem Wandbild und vielen weiteren persönlichen Fotogeschenken zu bleibenden Erinnerungen wurden.

Fotovolumen und CEWE FOTOBUCH-Absatz legen wieder erfreulich zu

Die mit der Überwindung der Coronapandemie im Jahr 2022 wieder möglichen Foto-Anlässe wirkten sich auch positiv auf die Gesamtbildermenge und die CEWE FOTOBUCH Exemplare aus: Der Absatz des CEWE FOTOBUCH stieg mit 5,85 Mio. Exemplaren um +3,6% (2021: 5,65 Mio. Exemplare) und übertraf sogar den für 2022 geplanten Zielbereich von 5,4 bis 5,8 Mio. Exemplaren. Damit hat CEWE seit 2005 über 80 Mio. CEWE FOTOBUCH Exemplare für seine Kundinnen und Kunden produziert: Das

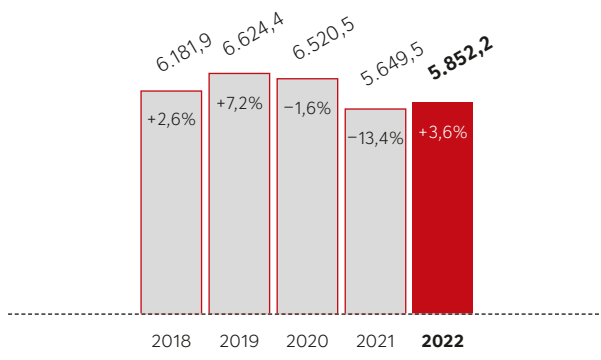
über
80
Mio. Euro
CEWE FOTOBUCH
Exemplare seit 2005

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



Die Corona-Normalisierung bringt mit wieder stattfindenden Urlaubsreisen, Festen und Veranstaltungen zahlreiche Foto-Anlässe hervor und belebt die Nachfrage nach Fotoprodukten.

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



Kunden erstellen mit neu aufgenommenen Fotos in 2022 wieder mehr CEWE FOTOBUCH Exemplare: ein Plus von 3,6%.

CEWE FOTOBUCH ist und bleibt das beliebteste Fotobuch in Europa. Auch die Gesamtanzahl an Fotos über alle Produkte legte um +4,4% auf 2,28 Mrd. Stück zu (2021: 2,18 Mrd. Fotos) und erreichte damit einen Wert am oberen Ende der geplanten Zielbandbreite von 2,0 bis 2,3 Mrd. Stück.

Neue Fotoprodukte bereichern das CEWE-Produktportfolio

Auch 2022 präsentierte CEWE pünktlich zum Saisonschwerpunkt im vierten Quartal erneut viele Innovationen rund um persönliche Fotogeschenke, wie z. B. den neuen XXL-Adventskalender mit Tony's Chocolonely, den Foto-Adventskalender mit Poster-Collage, den Tischkalender „Nature“ aus 100% recyceltem Papier oder den TIPA-prämierten, personalisierten Schubler für das CEWE FOTOBUCH XL. So ist es CEWE mit gewohnt hoher Innovationsdynamik, nachhaltiger Produktqualität und endkundenzentrierter Markenkommunikation erneut gelungen, die Kundenzufriedenheit im Jahr 2022 noch einmal im Vergleich zu den Vorjahren deutlich zu steigern.

Fotofinishing-Umsatz legt um 4,4% auf 616,1 Mio. Euro zu

War im ersten Quartal 2022 der Umsatz aufgrund der oben beschriebenen Sonderkonjunktur im Vorjahresquartal noch mit -9,9% erwartet rückläufig, so verzeichneten das zweite mit +8,2%, das dritte mit +13,0% und das vierte Quartal mit +6,4% ein deutliches Umsatzplus. Insgesamt legte der Fotofinishing-Umsatz damit



im Gesamtjahr 2022 um +4,4% auf 616,1 Mio. Euro zu (FF-Umsatz 2021: 590,1 Mio. Euro). Dabei haben Kundinnen und Kunden mit fortschreitender Corona-Normalisierung und neuen Fotoaufnahmen verstärkt Fotoprodukte bestellt, zusätzlich unterstützen umgesetzte Preiserhöhungen entlang fast aller Produktgruppen den Umsatzzuwachs. Gegenläufig wirkte die Umsatzentwicklung bei Wandbildern und Fotogeschenken wie z.B. Puzzeln, die während der Corona-Lockdowns des Vorjahres durch den "Stay-at-home"-Effekt besonders stark nachgefragt waren. Die Preiserhöhungen waren notwendig geworden, um inflationsgetriebene Kostensteigerungen entlang fast aller GuV-Positionen wie Wareneinsatz, Personalkosten, sonstiger betrieblicher Aufwand (u. a. Logistik und Energiekosten) zu kompensieren. Mit dem jetzt erreichten Umsatz legt das Fotofinishing auch im Vergleich zum letzten Vor-Corona-Zeitraum in 2019 um +8,5% deutlich zu (FF-Umsatz 2019: 568,0 Mio. Euro).

Das vierte Quartal hat mit dem Weihnachtsgeschäft weiterhin die größte Bedeutung für die Fotofinishing-Entwicklung: Mit einem Umsatzanteil von 45,8% am Gesamtjahresumsatz dokumentiert sich dieser Trend erneut (2014: 40,4%, 2015: 42,3%, 2016: 42,0%, 2017: 42,5%, 2018: 43,7%, 2019: 44,2%, 2020: 45,9%, 2021: 44,9%). So erreichte der Fotofinishing-Umsatz im Berichtsquartal 282,1 Mio. Euro: Ein Plus von 6,4% (Q4 2021: 265,2 Mio. Euro). Mit dem jetzt erreichten Umsatz legt das FF auch im Vergleich zum letzten Vor-Corona-Q4 in 2019 um +12,3% signifikant zu (Q4 2019: 251,1 Mio. Euro).

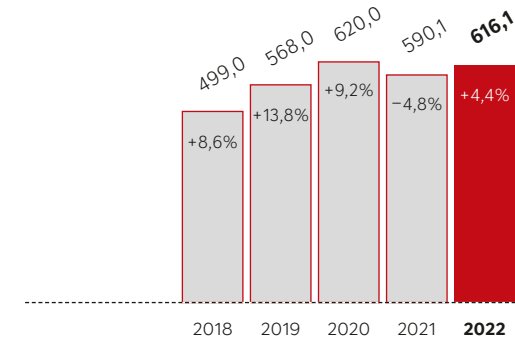
Umsatz pro Foto stabil bei 27,04 Cent

Seit Jahren stärkt der Trend zu höherwertigen Fotoprodukten die Umsatz- und Ergebnisentwicklung im Kerngeschäftsfeld Fotofinishing. Nach 27,04 Cent im Corona-Jahr 2021 erreichte der Umsatz pro Foto auch im Berichtsjahr erneut dieses starke Niveau. Dies ist umso bemerkenswerter, berücksichtigt man, dass im Corona-Lockdown der Vorjahre 2020 und 2021 Wandbilder mit einem sehr hohen Umsatz pro Foto besonders stark nachgefragt waren. So legt der Umsatz pro Foto verglichen zum letzten Vor-Corona-Zeitraum 2019 um 3,39 Cent bzw. 14,3% erfreulich zu.

Konsumenten fragen mit Überwindung der Coronapandemie und neuen Fotos aus Urlauben, von Festen, Veranstaltungen usw. wieder mehr Fotoprodukte nach. Zusätzlich wirken inflationsbedingt notwendige Preissteigerungen umsatzserhöhend.



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



Fotofinishing-EBIT legt 2022 mit erneut stärkerem Weihnachtsgeschäft auf 73,7 Mio. Euro zu

CEWE erwirtschaftet den größten Anteil des Jahresgewinns vor allem im vierten Kalenderquartal. Mit einem erneut stärkeren Weihnachtsgeschäft erreichte der Geschäftsbereich Fotofinishing 2022 ein EBIT von 73,7 Mio. Euro: ein Plus von 2,5 Mio. Euro (FF-EBIT 2021: 71,2 Mio. Euro). Im Vor-Vorjahr 2020 hatte der coronabedingte „Stay-at-home“-Effekt einen Nachfrageschub nach Fotoprodukten ausgelöst, der zu zusätzlichen Deckungsbeiträgen durch starke Skaleneffekte in der Produktion und damit zu einem Ergebnis in außergewöhnlicher Höhe führte. Im Vergleich zum letzten Vor-Corona-Jahr 2019 steigt das jetzt erreichte EBIT um 6,8 Mio. Euro (FF-EBIT 2019: 66,9 Mio. Euro). Eine schöne Entwicklung.

Auch das isolierte vierte Quartal konnte 2022 erneut zulegen: Nach einem EBIT von 69,1 Mio. Euro im Vorjahres-Q4 verbesserte sich das EBIT im Berichtsquartal um 5,5 Mio. Euro auf 74,6 Mio. Euro. Auch hier fällt der Vergleich gegen das letzte Vor-Corona-Q4 in 2019 mit einem Zuwachs von 10,3 Mio. Euro besonders deutlich aus (FF-EBIT Q4 2019: 64,3 Mio. Euro).

Umsatz pro Foto legt zum vergleichbaren letzten Vor-Corona-Wert aus 2019 um 14,3% zu.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2022 sind dabei insgesamt rund -4,2 Mio. Euro Sondereffekte im Rahmen der Abschreibungen aus den Kaufpreisallokationen von Cheerz (-1,7 Mio. Euro), WhiteWall (-2,1 Mio. Euro) und Hertz (0,4 Mio. Euro) angefallen. Im Vorjahr 2021 waren als Sonderaufwendungen zusammen -3,8 Mio. Euro für Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen (Cheerz -1,7 Mio. Euro und WhiteWall -2,1 Mio. Euro) gebucht worden. Bereinigt um diese Sondereffekte erreichte das operative EBIT des Geschäftsfeldes Fotofinishing 77,9 Mio. Euro im Geschäftsjahr 2022 (bereinigtes operatives EBIT 2021: 75,0 Mio. Euro).

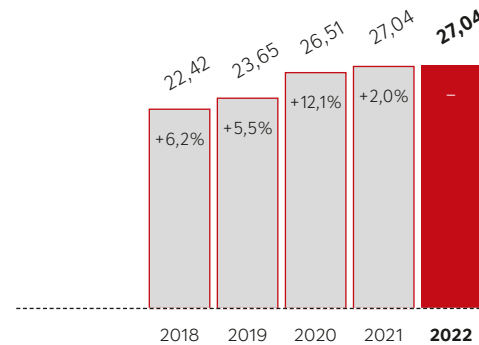
Operative Fotofinishing-EBIT-Marge erreicht erneut starke 12,7%

Die operative Ergebnismarge im Kerngeschäftsfeld Fotofinishing bestätigt auch 2022 erneut das starke Niveau: Nach 12,4% in 2019 (sowie coronabedingt vorübergehend außergewöhnlich hohen 15,1% in 2020) erreicht die Fotofinishing-EBIT-Marge mit 12,7% den sehr ordentlichen Vorjahreswert. Vor allem der anhaltende Produktmixwandel sowie die zusätzlichen Deckungsbeiträge aus dem langfristigen Umsatzzuwachs haben die operative EBIT-Marge im Fotofinishing (vor oben beschriebenen Sonderaufwendungen) in den letzten Jahren stetig ansteigen lassen.

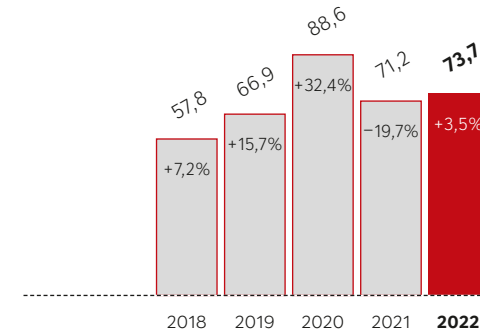
12,7%

Operative Fotofinishing-EBIT-Marge 2021

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



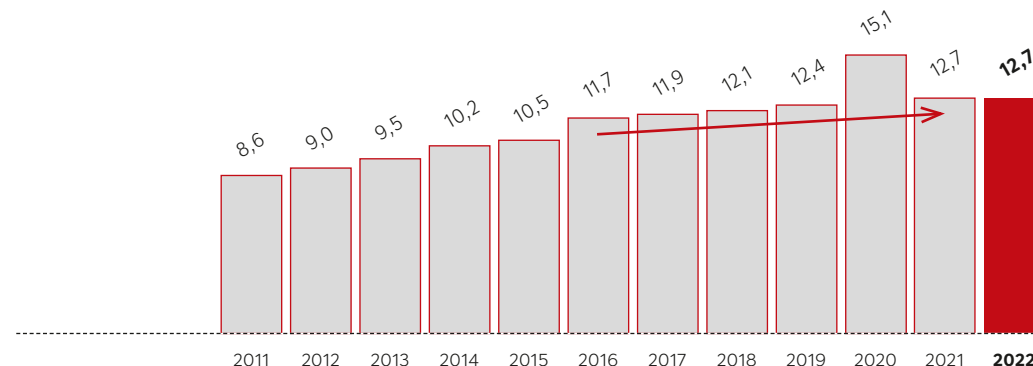
EBIT-Fotofinishing in Mio. Euro / Veränderung zum Vorjahr in %



Nach 12,4% in 2019 (sowie coronabedingt vorübergehend außergewöhnlich hohen 15,1% in 2020) erreicht die Fotofinishing-EBIT-Marge mit 12,7% erneut ein starkes Niveau.

Ein erneut stärkeres Weihnachtsgeschäft führt zu einem starken Fotofinishing-Jahresergebnis: 73,7 Mio. Euro EBIT in 2022.

Operative Fotofinishing-EBIT-Marge¹ steigt weiter in %



¹ ohne ausgewiesene Sondereffekte (hauptsächlich PPA-Effekte)

GESCHÄFTSFELD EINZELHANDEL

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

Einzelhandel steigert Umsatz um 3,9% auf 32,4 Mio. Euro

Der Hardware-Einzelhandel zeigte sich auch 2022 insgesamt gut aufgestellt und erreichte mit seinen rund 100 Filialen in Skandinavien und Mitteleuropa mit einem Jahresumsatz von 32,4 Mio. Euro ein Umsatzplus von 3,9% (2021: 31,2 Mio. Euro).

- » Der Hardware-Einzelhandel zeigt sich weiter gut aufgestellt und steigert seinen Umsatz um 1,2 Mio. Euro auf 32,4 Mio. Euro (2021: 31,2 Mio. Euro)
- » Das EBIT im Einzelhandel liegt dabei mit 0,2 Mio. Euro konstant auf dem Niveau des Vorjahres (2021: 0,2 Mio. Euro)

Schon im ersten Quartal 2022 konnte der CEWE-Einzelhandel mit der sich fortsetzenden Corona-Normalisierung seinen Umsatz um +4,0% steigern, diese positive Entwicklung setzt sich im Q2 mit +4,4%, im Q3 mit +2,5% und im Q4 mit +4,7% erfreulich fort. Auch für den Einzelhandel ist besonders das vierte Quartal mit dem Weihnachtsgeschäft und einem Umsatzanteil von über 30% das wichtigste Quartal des Jahres: Nach 9,8 Mio. Euro Q4-Umsatz im letzten Jahr steigerte der CEWE-Einzelhandel seinen Q4-Umsatz im nun abgeschlossenen Berichtsjahr auf 10,2 Mio. Euro.

Während der Coronapandemie zeigten sich die negativen Umsatzwirkungen der Lockdowns auf den gesamten Einzelhandel aufgrund der reduzierten Frequenz in Ladengeschäften besonders deutlich. Vor diesem Hintergrund hatte CEWE bereits im ersten Pandemie-Jahr 2020 beschlossen, insgesamt etwas mehr als 40 Filialen in allen Ländern, in denen CEWE Einzelhandel betreibt, zu schließen. Von dieser beschleunigten Optimierung der Filialstruktur hat der CEWE-Einzelhandel auch im nun abgeschlossenen Geschäftsjahr 2022 weiter im Ergebnis profitiert.

Hardware-Einzelhandel mit Ergebnis auf Vorjahresniveau

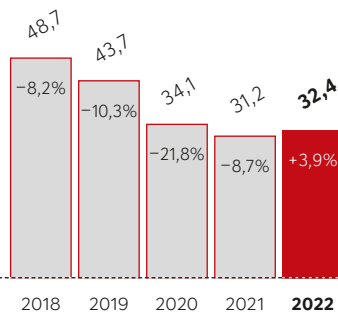
Das ausgewiesene EBIT im Einzelhandel erreichte 2022 mit 0,2 Mio. Euro das Niveau des Vorjahres (EH-EBIT 2021: 0,2 Mio. Euro). Dabei kompensiert der Einzelhandel noch im Vorjahr erfolgte Sozialversicherungsleistungen in Form von Kurzarbeitergeld in Höhe von 0,7 Mio. Euro vollständig (EH-EBIT 2021 ohne Kurzarbeitergeld: -0,5 Mio. Euro; 2022: kein Kurzarbeitergeld). Betrachtet man den CEWE-Einzelhandel gegen den letzten Vor-Corona-Zeitraum in 2019, so hat er den Hardware-Umsatz mit reduzierter Filialanzahl strategiegemäß um gut 25% deutlich reduziert und dabei die Ergebnissituation dennoch verbessern können (EH-EBIT 2019: 0,0 Mio. Euro).



100

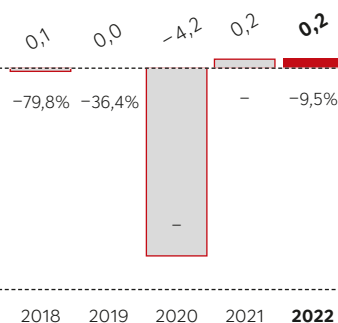
Einzelhandels-Filialen mit Fokus auf den Absatz von Fotofinishing-Produkten

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



Durch den bewussten Verzicht auf margenschwache Umsätze und die Fokussierung auf das Fotofinishing-Geschäft ist der Hardware-Umsatz des Einzelhandels bereits seit einigen Jahren geplant rückläufig. Nach der zu Pandemie-Beginn konsequent durchgeführten Optimierung der Filialstruktur zeigt sich der Einzelhandel mit rund 30% weniger Ladengeschäften auch 2022 gut aufgestellt.

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



Das EBIT im Einzelhandel lag mit 0,2 Mio. Euro auf dem Niveau des Vorjahres. Dabei kompensiert der Einzelhandel noch im Vorjahr erfolgte Sozialversicherungsleistungen in Form von Kurzarbeitergeld in Höhe von 0,7 Mio. Euro vollständig.

Auch im Einzelhandel ist das Weihnachtsgeschäft und damit das vierte Quartal entscheidend für die Ergebnisentwicklung im Gesamtjahr. Mit einem vor allem im Dezember-Weihnachtsgeschäft erzielten EBIT von 0,7 Mio. Euro wurde auch in diesem Jahr der bis zum Ende des dritten Quartals bestehende Ergebnisrückstand vollständig aufgeholt und ein positiver Beitrag zum Gruppenergebnis erwirtschaftet (EBIT Q4 2021: 0,9 Mio. Euro).



GESCHÄFTSFELD KOMMERZIELLER ONLINE-DRUCK

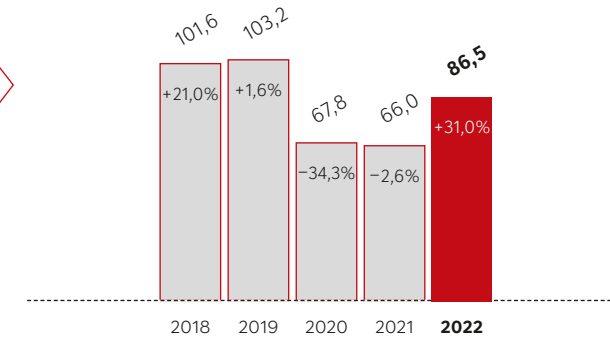
CEWE ist mit den Online-Druck-Marken SAXOPRINT, viaprinto und LASERLINE im europäischen Markt mit dem Schwerpunkt in der DACH-Region für online bestellte Werbe- und Geschäftsdrucksachen bestens aufgestellt: SAXOPRINT bedient mit der Bestpreisgarantie Kunden primär im Offsetdruck sowohl im Inland als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

Der Kommerzielle Online-Druck setzt mit der „Bestpreisgarantie“ für seine Kunden die wiedererstarkende Nachfrage nach Geschäftsdrucksachen in ein deutliches Umsatzplus um: **31,0% Umsatzwachstum in 2022.**

2,3

Mio. Euro EBIT im Kommerziellen Online-Druck in 2022

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



Kommerzieller Online-Druck holt nach schwierigen Corona-Jahren 2020/21 rasant auf

Die durch die Coronapandemie verursachten Lockdowns in den Jahren 2020 und 2021 reduzierten die Geschäfts- und damit die Werbeaktivität in vielen Ländern Europas deutlich. So hatte der Kommerzielle Online-Druck insbesondere durch die Schwäche der Veranstaltungs-, Tourismus- und Reisebranche in diesen beiden Corona-Jahren mit deutlichen Umsatzeinbußen zu kämpfen. Im nun abgeschlossenen Berichtsjahr 2022 konnte der Kommerzielle Online-Druck von der sich fortsetzenden Corona-Normalisierung bzw. dem Ende der Corona-Pandemie profitieren und seinen Umsatz signifikant steigern. Mit der Wiederbelebung des Geschäftslebens stieg die Nachfrage nach Werbedrucksachen, die der Kommerzielle Online-Druck mit der „Bestpreisgarantie“ für seine Kunden in ein deutliches Umsatzplus umsetzte: Das Q1 konnte um +38,8% zulegen, Q2 mit +52,5%, Q3 mit +28,4% und Q4 mit einem Umsatz von 26,5 Mio. Euro bzw. +15,7% Wachstum (Q4-Umsatz 2021: 22,9 Mio. Euro). Insgesamt erreichte der Kommerzielle Online-Druck so im Gesamtjahr 2022 mit 86,5 Mio. Euro einen deutlichen Umsatzzuwachs von 20,5 Mio. Euro bzw. von 31,0% (Umsatz 2021: 66,0 Mio. Euro).



KOD-Ergebnis in 2022 fast verdoppelt auf 2,3 Mio. Euro

Obwohl der Vor-Pandemie-Umsatz aus dem Jahr 2019 noch nicht wieder erreicht ist, verbessert der Kommerzielle Online-Druck seinen EBIT-Beitrag zum Gruppenergebnis erfreulich um 1,1 Mio. Euro auf 2,3 Mio. Euro und erreicht damit fast eine Verdoppelung des Vorjahresergebnisses (KOD-EBIT 2021: 1,2 Mio. Euro). Dabei kompensiert der KOD noch im Vorjahreszeitraum erfolgte Sozialversicherungsleistungen in Form von Kurzarbeitergeld in Höhe von 0,7 Mio. Euro vollständig (EBIT 2021 ohne Kurzarbeitergeld: 0,5 Mio. Euro; 2022: kein Kurzarbeitergeld). Ein weiter straffes Kostenmanagement entlang aller GuV-Positionen in Verbindung mit einer insgesamt effizienteren Produktions- und Kostenstruktur unterstützt diese Ergebnisverbesserung nachhaltig. CEWE hatte im Jahr 2020 den ehemaligen Produktionsstandort von LASERLINE in Berlin mit der größeren Produktion von SAXOPRINT in Dresden zusammengefasst und damit die Produktionseffizienz insgesamt erhöht. Im isolierten vierten Quartal 2022 erwirtschaftete der KOD mit 2,3 Mio. Euro ein EBIT auf Vorjahresniveau (KOD-EBIT Q4 2021: 2,3 Mio. Euro).

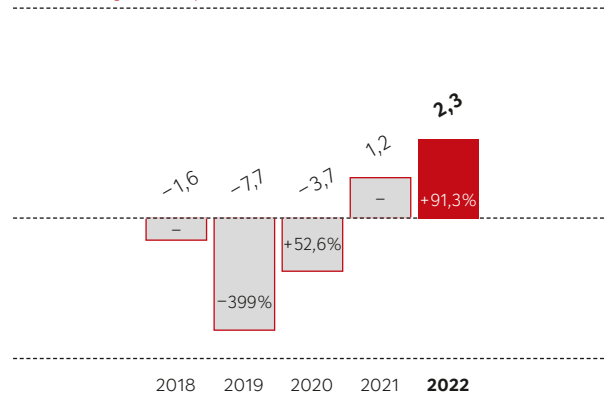


+31,0%

Umsatzwachstum im Kommerziellen
Online-Druck in 2022

- » Der Kommerzielle Online-Druck steigert seinen Umsatz deutlich um 31,0% auf 86,5 Mio. Euro (2021: 66,0 Mio. Euro)
- » Mit optimierter Kostenstruktur erreicht der KOD fast eine Verdoppelung des EBIT auf 2,3 Mio. Euro (2021: 1,2 Mio. Euro)

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



Ein weiter straffes Kostenmanagement in Verbindung mit einer insgesamt effizienteren Produktions- und Kostenstruktur führen zu einer deutlichen Ergebnisverbesserung auf 2,3 Mio. Euro.

GESCHÄFTSFELD SONSTIGES

CEWE führt seine Struktur- und Gesellschaftskosten sowie das Ergebnis aus Immobilienbesitz und Beteiligungen im Geschäftsfeld Sonstiges. Als geschäftsfeldübergreifende Struktur- und Gesellschaftskosten fallen im Wesentlichen Kosten der Aufsichtsgremien sowie der Hauptversammlung und aus der Investor-Relations-Tätigkeit an. Ferner werden die Ergebnisse der Konzerngesellschaft futalis in diesem Geschäftsfeld ausgewiesen, da sich die geschäftliche Tätigkeit nicht den anderen Geschäftsfeldern zuordnen lässt. futalis erzeugt und vermarktet online über www.futalis.de als Premiummarke hochindividuell und veterinärmedizinisch auf die speziellen Bedürfnisse eines Tieres abgestimmtes Tierfutter.

Im Geschäftsjahr 2022 hat CEWE im Geschäftsfeld Sonstiges Umsatzerlöse in Höhe von 8,3 Mio. Euro (2021: 7,6 Mio. Euro) erzielt, die sämtlich von der Gesellschaft futalis stammen. Das Geschäftsfeld Sonstiges trug in diesem Zeitraum mit einem Ergebnisbeitrag von – 0,6 Mio. Euro zum Gruppen-EBIT bei (2021: – 0,4 Mio. Euro). Im Vorjahres-EBIT hatte die Auflösung einer Rückstellung in Höhe von 0,3 Mio. Euro für eine potenzielle Grundsteuernachzahlung einen positiven Ergebniseffekt.

8,3

Mio. Euro Umsatzerlöse



GRUPPEN-GUV

Gruppen-Umsatz legt auf 741,0 Mio. Euro zu und übertrifft eigene Zielsetzung

Das Umsatzwachstum in den Geschäftsfeldern Fotofinishing, Einzelhandel und Kommerzieller Online-Druck führte im Gesamtjahr 2022 zusammen mit dem Zuwachs im Geschäftsfeld Sonstiges zu einem Gruppenumsatz von 741,0 Mio. Euro (2021: 692,8 Mio. Euro; +7,0%). Mit diesem Wert übertrifft CEWE sogar die für 2022 geplante Zielsetzung von 680 bis 740 Mio. Euro Umsatz. Betrachtet man das isolierte vierte Quartal 2022, so legt der Gruppen-Umsatz auf 318,7 Mio. Euro zu (Q4 2021: 297,8 Mio. Euro).

- » Gruppen-Umsatz übertrifft Zielkorridor und steigt 2022 um 48,2 Mio. Euro auf 741,0 Mio. Euro (2021: 692,8 Mio. Euro): ein Plus von 7,0%
- » Gruppen-EBIT mit 75,6 Mio. Euro deutlich in oberer Hälfte der Zielbandbreite für 2022 (2021: 72,2 Mio. Euro)
- » Steuerquote auf erwartet normalem Niveau von 31,7%
- » Ergebnis je Aktie steigt auf 7,20 Euro (2021: 6,77 Euro)

Gruppen-EBIT steigt auf 75,6 Mio. Euro und liegt deutlich in oberer Hälfte des Zielkorridors

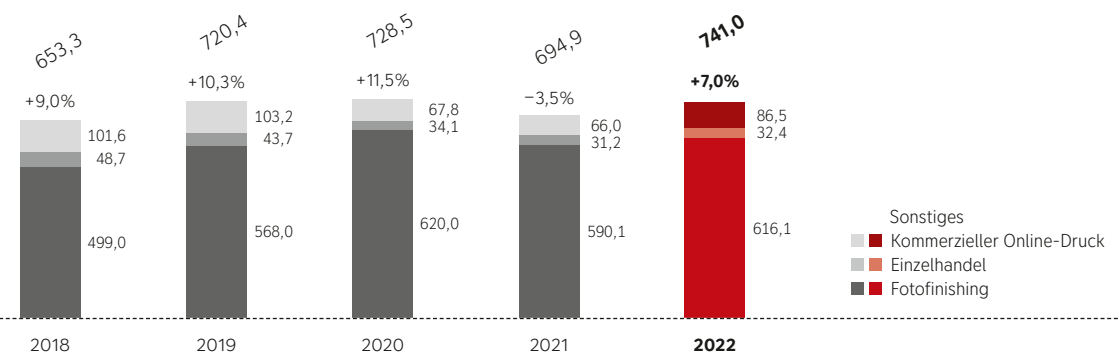
Das operative Ergebnis (EBIT) der CEWE-Gruppe steigt auf 75,6 Mio. Euro und erreicht einen Wert klar in der oberen Hälfte der für 2022 geplanten Zielbandbreite von 65 bis 80 Mio. Euro (EBIT 2021: 72,2 Mio. Euro). Dabei konnten alle (v.a. inflationsbedingten) Kostensteigerungen entlang quasi aller GuV-Positionen durch eigene Preissteigerungen kompensiert werden.

Kräftiges Wachstum im vierten Quartal

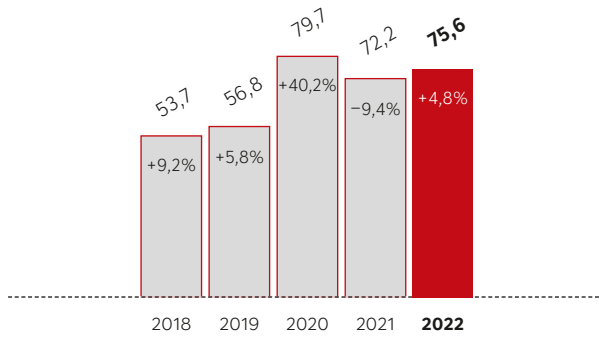
Die traditionelle Saisonspitze im vierten Quartal 2022 hat mehr als 100% des Jahresergebnisses beigetragen: Der Umsatz legte im Vergleich um 7,0% auf 318,7 Mio. Euro zu (Q4 2021: 297,8 Mio. Euro) und das EBIT um 6,8% auf 77,0 Mio. Euro (EBIT Q4 2021: 72,1 Mio. Euro). Dabei profitiert CEWE insgesamt weiter stark von seiner frühzeitigen Transformation in ein digitales Geschäftsmodell: Sowohl der Trend zum Fotografieren mit dem

Mit der sich fortsetzenden Corona-Normalisierung bzw. dem Ende der Coronapandemie erreicht CEWE mit Wachstum in allen Geschäftsfeldern 2022 ein Umsatzplus von 48,2 Mio. Euro bzw. 7,0%. Eine starke Entwicklung.

Umsatz in Mio. Euro / Veränderung zum Vorjahr in %



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



CEWE erzielt 2022 das zweitbeste Ergebnis der Unternehmensgeschichte. Auch im Vergleich zum letzten von Corona unbeeinflussten Jahr 2019 ein starker Zuwachs um 18,8 Mio. Euro.

Mitarbeitende der CEWE-Gruppe im Jahresdurchschnitt 2022
nach Geschäftsfeldern



3.816 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren im Jahresdurchschnitt 2022 in der CEWE-Gruppe beschäftigt.

Smartphone sowie einfach online oder mobil über Apps bestellbare Fotoprodukte treiben das Wachstum. Gleichzeitig bildet die flächendeckende Struktur von anerkannten Handelspartnern eine solide Basis für einen kundennahen Service.

Inflationsbeeinflusste Veränderungen der GuV-Positionen folgen maßgeblich der Geschäftsentwicklung

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

Im Jahresdurchschnitt 2022 waren 3.816 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei der CEWE-Gruppe beschäftigt (2021: 3.846). Davon arbeiteten 2.537 Mitarbeiter und damit rund 66,5% (2021: 2.534 Mitarbeiter bzw. 65,5%) in den inländischen und 1.279 Mitarbeiter und damit 33,5% (2021: 1.312 Mitarbeiter bzw. 34,5%) in den internationalen Betrieben der CEWE-Gruppe.

Der insgesamt leichte Rückgang des Durchschnittswerts um 30 Mitarbeitende resultiert dabei v. a. aus der leicht rückläufigen Mitarbeiterzahl in den Fotofinishing-Produktionsbetrieben sowie im CEWE-Einzelhandel. Gegenläufig führten Neueinstellungen beim Kommerziellen Online-Druck am Produktionsstandort in Dresden zu einem leichten Zubau. Auch die im Berichtsjahr erfolgte Übernahme der Hertz GmbH, dem Systemlieferanten für die CEWE Fotostation, brachte 17 neue Kolleginnen und Kollegen in die CEWE-Gruppe.

Gruppen-Gewinn- und Verlustrechnung

Höhere (an Dritte) weiterberechnete Raum- und Betriebskosten aus der Immobilienvermietung; gestiegene Erträge mit recyclingfähigen Restanten aus dem Produktionsprozess im Bereich der Verbrauchsmaterialien; zusätzlich erhöhen mehr Erträge aus Währungskursdifferenzen die Position.

Tarifanpassungen, Zahlung einer Inflationsprämie und mit dem signifikanten Geschäftszuwachs erfolgte Einstellungen im kommerziellen Online-Druck erhöhen die Position. Zudem haben im Vorjahr noch erfolgte Leistungen der Sozialversicherung in Form von Kurzarbeitergeld die Personalkosten reduziert.

Erstmalig fallen AfA-Effekte aus der Kaufpreisallokation der Hertz GmbH (Übernahmeeffekte in 2022) an; daneben erhöhen gestiegene Abschreibungen für zusätzlich installierte CEWE Fotostationen die Position.

in Mio. Euro	2021	2022	Veränderung
Umsatzerlöse	692,8	741,0	+48,2
Bestandsveränderung	0,3	0,0	-0,3
Andere aktivierte Eigenleistungen	1,3	2,9	+1,6
Sonstige betriebliche Erträge	27,1	29,3	+2,1
Materialaufwand	-160,7	-183,5	-22,8
Rohergebnis	560,7	589,6	+28,8
Personalaufwand	-194,9	-204,8	-9,9
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-241,2	-255,5	-14,3
EBITDA	124,6	129,2	+4,6
Abschreibungen	-52,4	-53,6	-1,2
EBIT	72,2	75,6	+3,4
Finanzerträge	2,0	0,7	-1,3
Finanzaufwendungen	-1,5	-1,5	+0,0
Finanzergebnis	0,5	-0,8	-1,3
EBT	72,7	74,8	+2,1
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-23,8	-23,7	+0,1
Ergebnis nach Steuern Konzern	48,9	51,1	+2,2

Die Übernahme der Hertz GmbH in 2022, dem Systemlieferanten für die CEWE Fotostation, führt zu höheren aktivierten Eigenleistungen.

Korrespondierend zur Umsatzentwicklung erhöht sich der Materialaufwand. Kostensteigerungen bei vielen RHB-Stoffen (u. a. bei Papier und Pappe) erhöhen die Wareneinsatzquote vom Umsatz von 23,2% auf 24,8%.

Logistik- und Vertriebskosten erhöhen sich absolut, gestiegene Marketingkosten, erhöhte Raumkosten u. a. durch ein neues Gebäude sowie ein höherer Aufwand aus Währungskursdifferenzen erhöhen die Position.

Der Veräußerungserlös einer Finanzbeteiligung (Junique.de) hatte die Finanzerträge im Vorjahr erhöht.

Konzernsteuerquote auf erwartetem, normalem Niveau von 31,7%

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

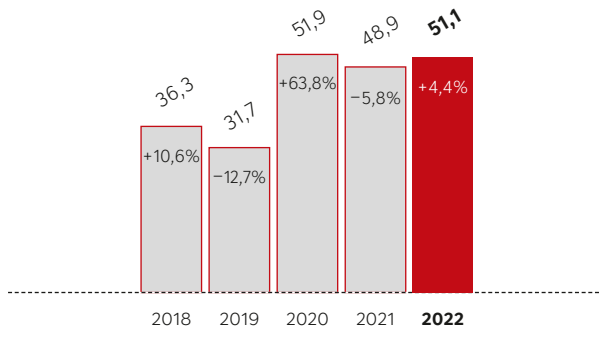
Nachsteuerergebnis von 51,1 Mio. Euro führt zu 7,20 Euro Ertrag je Aktie

Mit 51,1 Mio. Euro erreicht die CEWE-Gruppe für das Geschäftsjahr 2022 ein um 2,2 Mio. Euro gestiegenes Nachsteuerergebnis (2021: 48,9 Mio. Euro). Daraus folgend liegt das (unverwässerte) Ergebnis je Aktie bei 7,20 Euro (2021: 6,77 Euro).

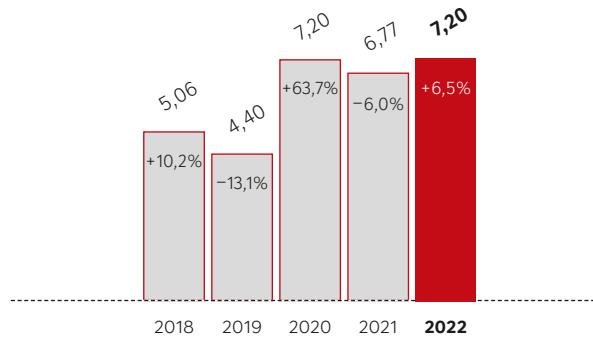
Die Konzernsteuerquote auf das ausgewiesene EBT beträgt 31,7% für das Geschäftsjahr 2022 und liegt damit auf dem erwarteten, normalen Niveau.



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



Ergebnis je Aktie in Euro / Veränderung zum Vorjahr in %



Das Ergebnis je Aktie erreicht 2022 erneut das Niveau des bisherigen Spitzenwertes von 2020.

BILANZ

- » Bilanzsumme um 33,2 Mio. Euro auf 632,7 Mio. Euro gestiegen (+ 5,5%)
- » CEWE mit starker Eigenkapitalquote von 57,3% (Vorjahr: 56,0%)
- » Capital Employed steigt durch das vor allem durch umsatzbedingt gestiegene Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 15,2 Mio. Euro

Bilanzsumme um 33,2 Mio. Euro auf 632,7 Mio. Euro gestiegen (+ 5,5%)

Im Vergleich zum gleichen Vorjahreszeitpunkt hat sich die Bilanzsumme zum 31. Dezember 2022 von 599,5 Mio. Euro um 33,2 Mio. Euro auf 632,7 Mio. Euro erhöht. Vor allem trägt der Anstieg der kurzfristigen Vermögenswerte um 18,9 Mio. Euro zu dieser Entwicklung bei. Kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind infolge des umsatzstärkeren vierten Quartals sowie durch auf das 1. Quartal 2023 verlegte Handelspartnerzahlungen gestiegen. Über dem Ergebnis des Jahres 2022 liegende höhere Steuervorauszahlungen lassen die Forderungen aus Ertragsteuererstattungen über den Wert des Vorjahres steigen. Diese Entwicklung wird zum Teil durch den Rückgang der Cash-Bestände kompensiert.

Weiterhin sind die langfristigen Vermögenswerte um 14,3 Mio. Euro auf 376,1 Mio. Euro angestiegen. Verantwortlich dafür sind Sachanlageninvestitionen im Rahmen des Kaufes eines Verwaltungsgebäudes am Firmensitz sowie Geschäfts- oder Firmenwerte aus der Akquisition der Hertz Systemtechnik GmbH, die mit 8,6 Mio. Euro (davon 5,0 Mio. langfristige Vermögenswerte und 3,6 Mio. kurzfristige Vermögenswerte) zum Anstieg der Bilanzsumme beitragen.

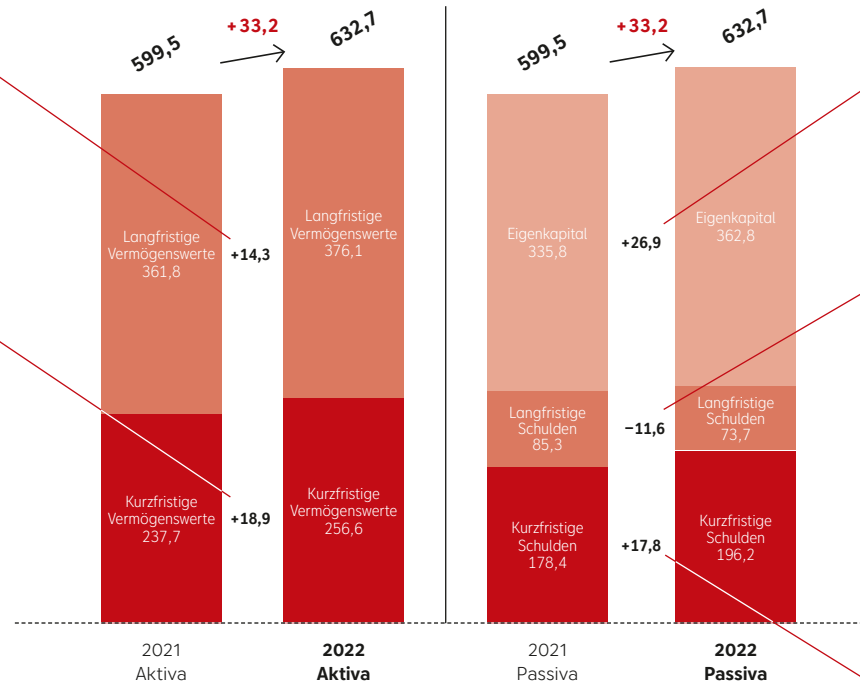
CEWE mit starker Eigenkapitalquote von 57,3% (Vorjahr: 56,0%)

Im Vergleich zum 31. Dezember 2022 erhöhte sich das Eigenkapital um insgesamt 26,9 Mio. Euro auf 362,8 Mio. Euro, vor allem durch das positive Gesamtergebnis der vergangenen vier Quartale von 57,9 Mio. Euro – gemindert um eigentümerbezogene Eigenkapitalveränderungen in Höhe von –31,0 Mio. Euro. Darin enthalten sind die Dividendenausschüttung in Höhe von –16,6 Mio. Euro sowie der Erwerb eigener Anteile von –13,7 Mio. Euro. Nach bereits sehr solidem Vorjahresniveau (31. Dezember 2021: 56,0%) ist die Eigenkapitalquote nochmals auf 57,3% gestiegen.

Die Konzernverschuldung (Summe der kurz- und langfristigen Schulden) steigt geringfügig um 6,2 Mio. Euro von 263,7 Mio. Euro auf 269,9 Mio. Euro an. Diese Entwicklung ist im Wesentlichen dem Anstieg der kurzfristigen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 13,1 Mio. Euro auf 120,6 Mio. Euro zuzuschreiben und folgt dem gestiegenen Geschäftsvolumen vor allem im KOD und Retail. Durch die deutliche Erhöhung des Rechnungszinses für die Berechnung der Pensionsrückstellungen verringerten sich diese um 9,1 Mio. Euro, sodass die langfristigen Schulden mit 73,7 Mio. Euro im Vergleich zum 31. Dezember 2021 (85,3 Mio. Euro) sinken.

Bilanz 31.12.

Bilanz 31.12. in Mio. Euro



Anlagevermögen
(+ 16,8 Mio. Euro):
(+) Erwerb eines Verwaltungsgebäudes am Firmensitz
(-) Planmäßige Abschreibungen
(+) Goodwill durch Kauf einer Tochtergesellschaft

Aktive latente Steuern
(- 3,1 Mio. Euro): Verringerung der Pensionsrückstellungen

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen
(+ 19,2 Mio. Euro): Höhere Umsätze im vierten Quartal im Vorjahresvergleich und ins 1. Quartal 2023 verschobene Zahlungen von Handelspartnern

Ertragsteuerforderungen
(+ 4,9 Mio. Euro): Immer noch höhere Vorauszahlungen

Kurzfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte
(+ 3,1 Mio. Euro): Rechnungsabgrenzungsposten

Vorräte
(+ 2,8 Mio. Euro): Bestandsaufbau im Fotofinishing durch Erstkonsolidierung Hertz

Liquide Mittel
(- 11,3 Mio. Euro)

Gesamtergebnis
(+ 57,9 Mio. Euro)

Dividende
(- 16,6 Mio. Euro)

Erwerb eigener Anteile
(- 13,7 Mio. Euro)

Pensionsrückstellungen
(- 9,1 Mio. Euro) Signifikante Änderung des Rechnungszinses

Langfristige Leasingverbindlichkeiten
(- 2,9 Mio. Euro):
(+) Erstkonsolidierung Hertz (2,9 Mio. Euro)
(-) Laufende Tilgung und Erhöhung der Rechnungszinsen (- 5,8 Mio. Euro)

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen
(+ 13,1 Mio. Euro): Erholung KOD und Retail

Kurzfristige übrige Verbindlichkeiten
(+ 4,0 Mio. Euro)

In der Managementbilanz wird die Bilanzsumme von 632,7 Mio. Euro um die kurzfristigen operativen und somit nicht zinstragenden Schulden in Summe von 186,3 Mio. Euro gekürzt und zeigt die durch Zinsen und Dividenden zu bedienenden Fremd- und Eigenkapitalelemente in Summe von 446,4 Mio. Euro.

Capital Employed steigt um 15,2 Mio., vor allem durch umsatzbedingt gestiegene Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und investitionsbedingt gestiegenem Anlagevermögen

Im Vorjahresvergleich ist das Capital Employed um 15,2 Mio. Euro aufgebaut worden, indem sowohl die langfristigen Vermögenswerte (+ 14,3 Mio. Euro) als auch das Netto-Working Capital (+ 12,2 Mio. Euro) gestiegen sind. Gegenläufig sind die liquiden Mittel (- 11,3 Mio. Euro) gesunken. Hauptsächlicher Treiber des Anstiegs des Capital Employed sind die infolge des umsatzstärkeren vierten Quartals und durch auf das 1. Quartal 2023 verlegten Handelspartnerzahlungen um 19,2 Mio. Euro gestiegenen kurzfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und der bereits erläuterte Anstieg der langfristigen Vermögenswerte.

Solides Eigenkapital lässt Capital Invested um 15,2 Mio. Euro steigen

Der Anstieg des Capital Invested um 15,2 Mio. Euro ist auf das um 26,9 Mio. Euro gestiegene Eigenkapital zurückzuführen. Im Eigenkapital zeigt sich das Gesamtergebnis von 57,9 Mio. Euro die Ertragsstärke von CEWE, die die Dividendenzahlung sowie die übrigen Eigenkapitalveränderungen überkompensiert. Die Brutto-Finanzschulden sinken infolge des Rückgangs der Leasingverbindlichkeiten um 3,0 Mio. Euro. Die nicht operativen Schulden betreffen ganz überwiegend die Pensionsrückstellungen und gehen infolge versicherungsmathematischer Gewinne um 8,4 Mio. Euro zurück.



Management-Bilanz 31.12.

Operatives Anlagevermögen

(+16,8 Mio. Euro):

- (+) Erwerb eines Verwaltungsgebäudes am Firmensitz
- (-) Planmäßige Abschreibungen
- (+) Goodwill durch Kauf einer Tochtergesellschaft

Aktive latente Steuern

(-3,1 Mio. Euro): Verringerung der Pensionsrückstellungen

Liquide Mittel (-11,3 Mio. Euro)

Operatives Netto-Working Capital

(+8,9 Mio. Euro)

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

(+19,2 Mio. Euro) sowie **Vorräte** (+2,8 Mio. Euro) steigen zusammen stärker als **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** (+13,1 Mio. Euro)

Sonstiges Netto-Working Capital

(+3,3 Mio. Euro)

Ertragsteuerforderungen

(+4,9 Mio. Euro): Immer noch höhere Vorauszahlungen

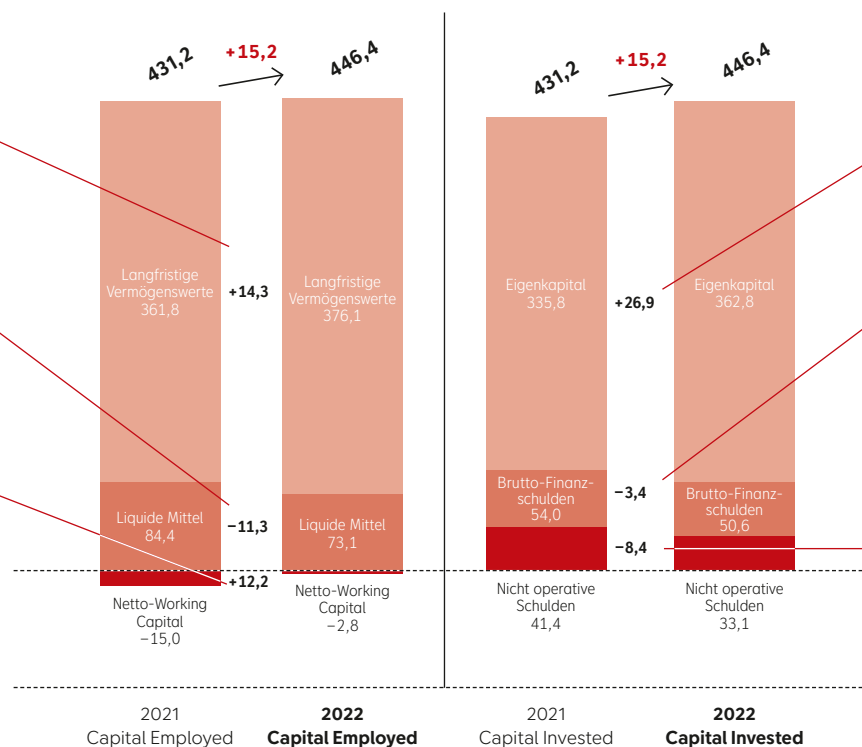
Kurzfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte

(+3,1 Mio. Euro): Rechnungsabgrenzungsposten

Kurzfristige übrige Verbindlichkeiten

(+4,0 Mio. Euro): Umsatzsteuerverbindlichkeiten und Lohn- und Gehaltsverbindlichkeiten

Management-Bilanz 31.12. in Mio. Euro



Gesamtergebnis

(+57,9 Mio. Euro)

Dividende

(-16,6 Mio. Euro)

Erwerb eigener Anteile

(-13,7 Mio. Euro)

Leasingverbindlichkeiten

(-3,0 Mio. Euro):

- (+) Erstkonsolidierung Hertz (2,9 Mio. Euro)
- (-) Laufende Tilgung und Erhöhung der Diskontierungszinsen (-5,8 Mio. Euro)

Pensionsrückstellungen

(-9,1 Mio. Euro) Signifikante Änderung des Rechnungszinses

CASH FLOW

- » Mit Ablauf der Coronapandemie steigt betrieblicher Cash Flow um 27,7 Mio. Euro auf 93,4 Mio. Euro
- » Betrieblicher Cash Flow steigt stärker als der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit und lässt Free-Cash Flow um 10,0 Mio. Euro ansteigen
- » Normalisierter Free-Cash Flow mit 61,4 Mio. Euro auf dem Niveau des normalisierten Vorjahreswertes von 63,7 Mio. Euro

Mit Ablauf der Coronapandemie steigt der betrieblicher Cash Flow um 27,7 Mio. Euro auf 93,4 Mio. Euro

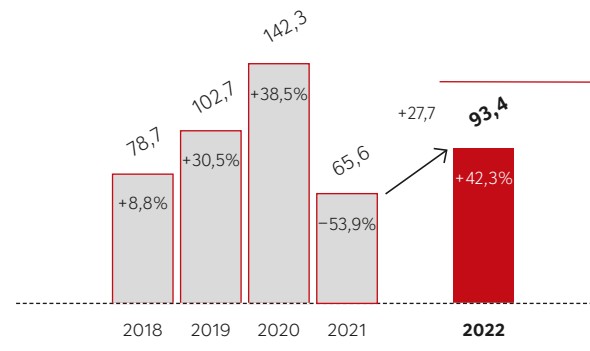
Nachdem der betriebliche Cash Flow im Vorjahr deutlich von den Wirkungen der Coronapandemie beeinflusst war und sich um 76,7 Mio. Euro reduziert hatte, kehrte sich dieser Effekt im abgelaufenen Geschäftsjahr wieder um. Vor allem die Steuerzahlungen normalisierten sich wieder. Nachdem sie im Jahr 2021 durch Nachholeffekte um 36,3 Mio. Euro angestiegen waren, reduzierten sie sich im abgelaufenen Geschäftsjahr um 20,5 Mio. Euro.

Im operativen Netto-Working Capital wurden die geschäftsvolumenbedingte und durch die auf den Jahresbeginn 2023 verzögerten Zahlungen von Handelspartnern verursachte Zunahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 25,4 Mio. Euro durch den ebenfalls geschäftsvolumenbedingten Aufbau von Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 25,3 Mio. Euro fast exakt kompensiert, sodass trotz dieser großen Bewegungen netto nur der geringere Aufbau des Vorratsbestands mit 5,1 Mio. Euro positiv auf den betrieblichen Cash Flow wirkte. Das sonstige Netto-Working Capital absorbierte 5,3 Mio. Euro weniger Cash als im Vorjahr.

Der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit steigt vor allem durch Anlageninvestitionen auf –61,9 Mio. Euro

Vor allem Anlageninvestitionen mit dem Kauf eines Verwaltungsgebäudes am Standort Oldenburg (–9,3 Mio. Euro) und –7,1 Mio. Euro höhere Abflüsse für operative Investitionen lassen den Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit auf –61,9 Mio. Euro steigen.

Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit
in Mio. Euro / Veränderung zum Vorjahr in %



93,4

Mio. Euro Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit

(–) 3,1 Zahlungsunwirksame Effekte überkompensieren den Ergebnisanstieg (Summe aus EBITDA und zahlungsunwirksamen Effekten)
 (+) 20,5 Mio. Euro geringere Steuerzahlungen wegen entfallener Nachholeffekte
 (+) 5,4 Mio. Euro Zunahme des sonstigen Netto-Working Capital infolge gesunkener Umsatzsteuerpositionen
 (+) 5,0 Mio. Euro Abnahme des operativen Netto-Working Capital wegen einer geringeren Zunahme der Vorräte (bei sich kompensierenden Bewegungen in den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und in den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen)

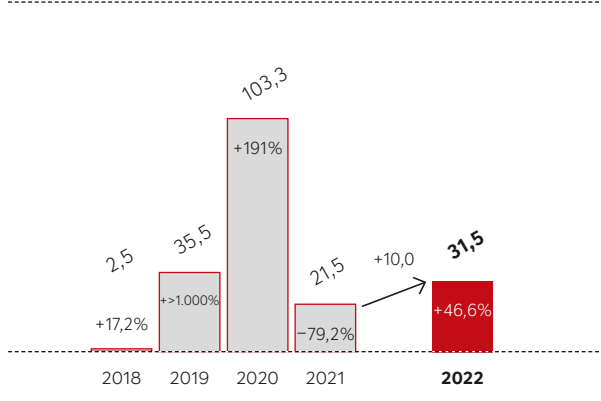
Betrieblicher Cash Flow steigt stärker als der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit und lässt Free-Cash Flow um 10,0 Mio. Euro ansteigen

In Summe erhöhte sich der Free-Cash Flow um 10,0 Mio. Euro auf 31,5 Mio. Euro. Dies war eine Folge des Anstiegs des Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit um 27,7 Mio. Euro auf 93,4 Mio. Euro, der, wie oben erläutert, durch den Wegfall der der Coronapandemie geschuldeten temporalen Effekte um rund 20,5 Mio. Euro gestärkt wurde, sowie eines auf -61,9 Mio. Euro gestiegenen Mittelabflusses aus der Investitionstätigkeit.

Normalisierter Free-Cash Flow mit 61,4 Mio. Euro auf dem Niveau des normalisierten Vorjahreswertes von 63,7 Mio. Euro

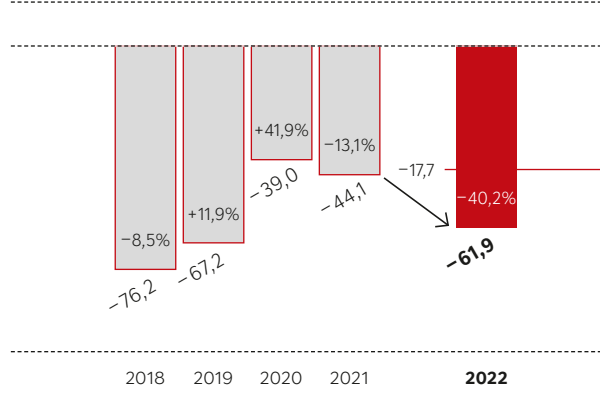
Im Geschäftsjahr 2021 wurde der betriebliche Cash Flow durch aus dem Vorjahr verschobene Steuerzahlungen um 18,9 Mio. Euro belastet. Ebenso waren 2020 zusätzliche (gegenüber einem „normalen“ Jahr) ca. 7,5 Mio. Euro durch an Handelspartner abzuführende Kundenzahlungen im Online-/Mailordergeschäft eingenommen worden, die 2021 tatsächlich überwiesen wurden. Daneben ergaben sich mit 6,3 Mio. Euro über dem Steueraufwand des Jahres 2021 liegende Steuerzahlungen. Im Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit führte der Erwerb

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

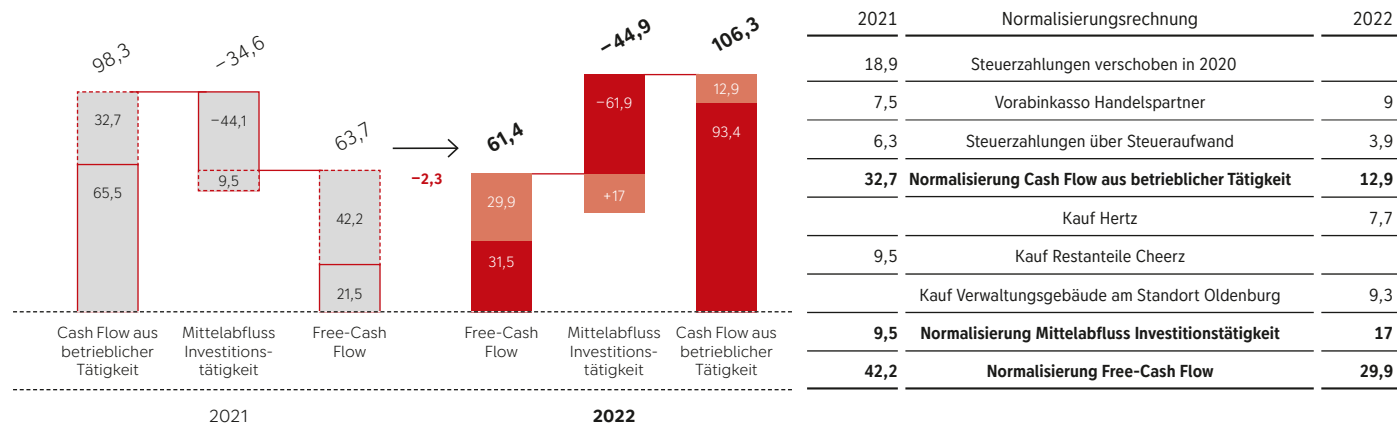


Der Free-Cash Flow steigt 2022 um 10,0 Mio. Euro auf 31,5 Mio. Euro.

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



(-) 9,3 Mio. Euro für den Kauf eines Verwaltungsgebäudes am Standort in Oldenburg
 (-) 7,1 Mio. Euro höhere operative Investitionen
 (-) 2,9 Mio. Euro geringere Zuflüsse aus Finanzanlagen und aus dem Sachanlagenverkauf
 (+) 2,1 Mio. Euro geringere Abflüsse aus Kaufpreiszahlungen für Akquisitionen

Normalisierter Cash Flow 2021 vs. 2022 in Mio Euro


der restlichen Anteile an Cheerz zu einem zusätzlichen Mittelbedarf in Höhe von 9,7 Mio. Euro. So wurde der Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit um 32,7 Mio. Euro reduziert. Für das Geschäftsjahr 2022 ergab sich, dass einige Handelspartner dem Geschäftsjahr 2022 zuzuordnende Verbindlichkeiten in Höhe von ca. 9,0 Mio. Euro erst im Geschäftsjahr 2023 getilgt hatten. Daneben ergaben sich mit 3,9 Mio. Euro über dem Steueraufwand des Jahres 2022 liegende Steuerzahlungen. Im Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit führte die Kaufpreiszahlung für Hertz sowie der Erwerb eines Verwaltungsgrundstücks am Standort Oldenburg zu einem zusätzlichen Mittelbedarf in Höhe von 17,0 Mio. Euro. Zusammenfassend wurde der Free-Cash Flow dadurch um 29,9 Mio. Euro reduziert. Ohne diese Effekte hätte der Free-Cash Flow des Jahres 2021 63,7 Mio. Euro betragen und der des aktuellen Geschäftsjahres 61,4 Mio. Euro und damit nur geringfügig unter dem des Vorjahres gelegen.

Free-Cash Flow des 4. Quartals im Vergleich zum Vorjahresquartal investitionsbedingt um 8,7 Mio. Euro zurückgegangen

Der Free-Cash Flow des vierten Quartals 2022 reduzierte sich um 8,7 Mio. Euro auf 91,1 Mio. Euro. Von diesem Rückgang entfielen im Vergleich zum Vorjahresquartal lediglich 1,0 Mio. Euro auf den Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit. Die Summe von EBITDA und den zahlungsunwirksamen Effekten geht um 1,2 Mio. Euro zurück. Das Netto-Working Capital steigt (-4,3 Mio. Euro). Dieser Anstieg ergibt sich durch die auf das Jahr 2023 verschobenen Handelspartnerzahlungen und gleichzeitig mehr vereinnahmter Umsatzsteuer. Gleichzeitig wurden 2,1 Mio. Euro weniger Steuerzahlungen geleistet. Als weitere Einflussgröße auf den Free-Cash Flow ist der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit zu nennen, der aufgrund operativer Investitionen um 7,7 Mio. Euro stieg.

KAPITALRENTABILITÄT

» Auch nach Ende der Corona-Sonderkonjunktur: ROCE mit 17,6% weiterhin deutlich über den 14,8% des letzten Vor-Corona-Jahres 2019

Auch nach Ende der Corona-Sonderkonjunktur: ROCE mit 17,6% weiterhin deutlich über den 14,8% des letzten Vor-Corona-Jahres 2019

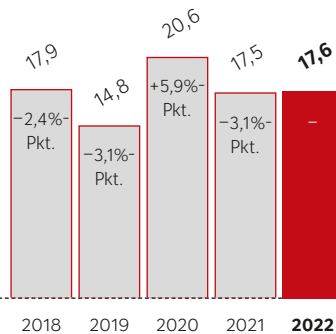
Der Return on Capital Employed (ROCE) als Kennzahl der Kapitalrentabilität erhöhte sich von 17,5% auf 17,6%. Damit liegt er weiterhin deutlich über 14,8% des letzten Vor-Corona-Jahres 2019. Der Wert von 17,6% ergibt sich aus dem 12-Monats-EBIT von 75,6 Mio. Euro und dem durchschnittlichen Capital Employed der vier Quartalsstichtage des Jahres 2022 von 430,5 Mio. Euro.

17,6%

ROCE auf Vor-Corona-Niveau

Die Kapitalrentabilität (ROCE) steigt 2022 auf sehr ordentliche 17,6%.

ROCE in % /
Veränderung zum Vorjahr in Prozentpunkten



AUSBLICK 2023

Exogene Unsicherheiten drücken sich in Zielbandbreiten für 2023 aus

Auch im Geschäftsjahr 2023 muss sich CEWE auf exogen vorgegebene Unsicherheiten einstellen: Zum einen könnten z. B. Energiekostennachzahlungen bei Konsumenten einen negativen Einfluss auf die Konsumneigung haben oder auch zu weniger Urlaubsreisen führen und damit auf das Fotografier- und Bestellverhalten einwirken. Zum anderen kann die anhaltend hohe Inflation zu einer weiteren Verteuerung auf der Wareneinsatz- und Kostenseite führen. Möglicherweise erforderliche und kompensierende Preiserhöhungen müssen umgesetzt werden. Um diesen externen Rahmenbedingungen Rechnung zu tragen und deren potenzielle Auswirkungen auf die CEWE-Geschäftsentwicklung planerisch zu erfassen, hat CEWE auch für das Geschäftsjahr 2023 für alle relevanten Zielgrößen Bandbreiten festgelegt. Diese Zielbandbreiten für 2023 stellen in etwa erwartete Größenordnungen dar und reflektieren dabei die vorgegebenen Unsicherheiten. CEWE war bisher weder auf der Beschaffungsnach noch auf der Absatzseite von dem Krieg in der Ukraine direkt betroffen. Auch zum jetzigen Zeitpunkt gibt es keine Anzeichen

negativer Einflüsse auf die Konsumenten-Neigung und damit auf die Umsatzentwicklung. Die CEWE-Planung für 2023 berücksichtigt etwaige Auswirkungen – v. a. auf die Konsumhaltung – einer möglichen Eskalation des Ukraine-Krieges jedoch nicht.

CEWE weiter auf langfristigem Wachstumskurs

Der Konzernumsatz soll 2023 von 741,0 Mio. Euro im Vorjahr 2022 auf 720 Mio. Euro bis 780 Mio. Euro im Mittel weiter zulegen. Dabei soll sich der Umsatz im Stammgeschäft Fotofinishing im Mittel leicht steigend entwickeln. Das Geschäftsfeld Einzelhandel soll geplant weiterhin eine leicht rückläufige Umsatzlinie mit Foto-Hardware zeigen, und der Kommerzielle Online-Druck sollte in den meisten Märkten weiter im Umsatz zulegen können.

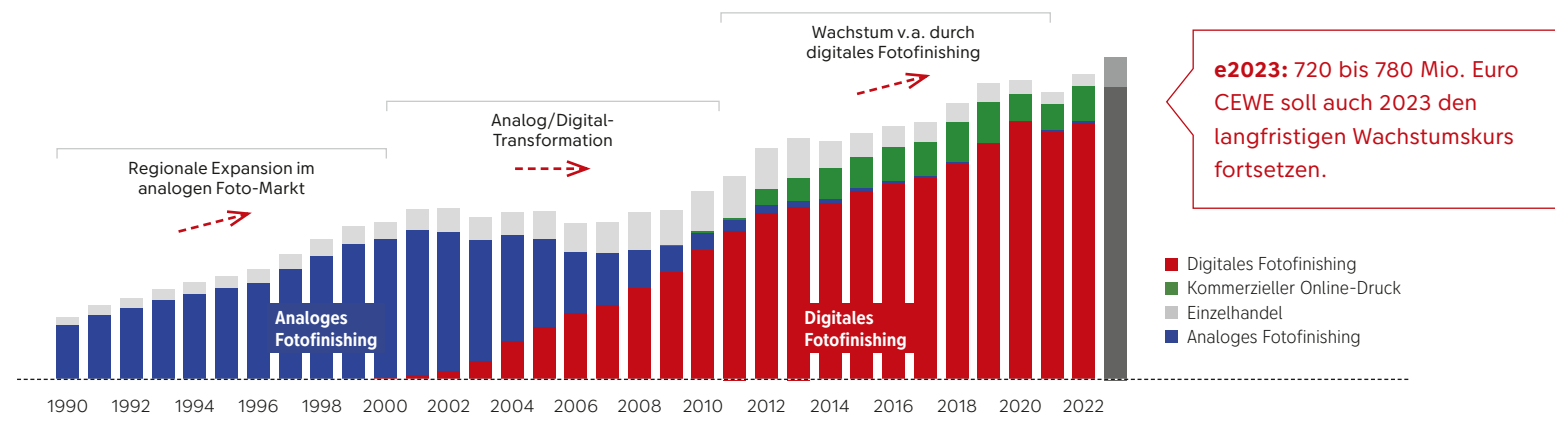
EBIT-Ergebniszielkorridor 2023: 70 bis 82 Mio. Euro

Das Konzern-EBIT soll nach 75,6 Mio. Euro im Vorjahr 2022 für das Geschäftsjahr 2023 im Korridor von 70 Mio. Euro bis 82 Mio. Euro liegen, das EBT zwischen 69 Mio. Euro und 81 Mio. Euro und das Nachsteuerergebnis zwischen 47 Mio. Euro und 55 Mio. Euro.

70–82

Mio. Euro EBIT für 2023 geplant

Langfristige Umsatzentwicklung



Die Bandbreiten dieser Ziele für 2023 reflektieren die Unsicherheiten, die sich derzeit aus der allgemeinen Verteuerung sowie der aktuell hohen Inflation und deren potenziellen Auswirkungen auf die CEWE-Geschäftsentwicklung ergeben.

Operative Investitionen auf typischem Normalniveau geplant

Die für 2023 geplanten operativen Investitionen (d.h. Abflüsse aus Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände, saldiert um Zuflüsse aus dem Verkauf von Sachanlagen und immateriellen Vermögensgegenständen; ohne Akquisitionen und Unternehmenszukäufe) sollten auf dem Niveau von etwa 60 Mio. Euro liegen.

Mindestens Dividendenkontinuität angestrebt

CEWE verfolgt grundsätzlich das Ziel der Dividendenkontinuität. Soweit dies angesichts der wirtschaftlichen Situation des Unternehmens und der vorhandenen Investitionsmöglichkeiten möglich erscheint, bedeutet dies eine mindestens absolut konstante, idealerweise steigende Dividende. Die absolute Höhe der Dividende ist dabei klar im Fokus, die Ausschüttungsquote ist ein Residuum dieser Politik.

Zielsetzung für 2023 CEWE-Konzern

		2023	Veränderung in %
Fotos	Mrd. Stck.	2,2 bis 2,3	-3 bis +3
CEWE FOTOBUCH	Mio. Stck.	5,7 bis 6,0	-3 bis +3
Operative Investitionen ¹	Mio. Euro	60	
Umsatz	Mio. Euro	720 bis 780	-3 bis +5
EBIT	Mio. Euro	70 bis 82	-7 bis +8
Ergebnis vor Steuern (EBT)	Mio. Euro	69 bis 81	-8 bis +8
Nachsteuerergebnis	Mio. Euro	47 bis 55	-9 bis +7
Ergebnis je Aktie	Euro/Aktie	6,58 bis 7,73	-9 bis +7

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

EBIT-Entwicklung in Mio. Euro

Für das Geschäftsjahr 2023 soll das Gruppen-EBIT bis zu 82 Mio. Euro erreichen.

