

# DER VORSTAND



DR. REINER FAGETH

CARSTEN HEITKAMP

PATRICK BERKHOUWER

DR. CHRISTIAN FRIEGE  
Vorstandsvorsitzender

DR. OLAF HOLZKÄMPER

THOMAS MEHLS

FRANK ZWEIGLE

# BRIEF AN DIE AKTIONÄRE

*Liebe Aktionärinnen, liebe Aktionäre,*

heute, im Frühjahr 2020, kann kein Unternehmen zu seinen Aktionärinnen und Aktionären über irgendetwas kommunizieren, ohne nicht auch die allgegenwärtige Corona-Krise aufzugreifen – so auch CEWE. In dieser Pandemie bemühen wir uns um die Gesundheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und die Liefer- und Servicefähigkeit für unsere Kunden. CEWE arbeitet auch in dieser Zeit daran, weiter funktionsfähig zu bleiben und die Wünsche der Kundinnen und Kunden zu erfüllen.

## **Auswirkungen der Corona-Krise derzeit noch nicht absehbar**

Die Corona-Pandemie wird aller Voraussicht nach negative Auswirkungen auf Ihr Unternehmen haben, wenngleich in der Krise für uns auch eine Chance liegt. Viele unserer Produkte – allen voran das CEWE FOTOBUCH – gestalten und bestellen Kunden in Ruhe aus den eigenen vier Wänden. Dazu könnte es in den nächsten Wochen angesichts der aktuell beginnenden Quarantäne-Überlegungen in vielen Ländern ausreichend Gelegenheit geben. Auch in dieser schwierigen Lage wollen wir weiter für unsere Kundinnen und Kunden da sein.

## **Wir sind heute hin- und hergerissen zwischen dem guten Jahr 2019 und der schwierigen Corona-Situation**

Das Jahr 2019 war in Europa von den Auswirkungen des Corona-Virus noch nicht betroffen. Entsprechend berichten wir in diesem Geschäftsbericht über den – durchaus erfolgreichen – Verlauf eines „normalen“ Jahres. Die Corona-Situation haben wir aufgegriffen im Nachtragsbericht und im daran anschließenden Prognosebericht. Und beim Stichwort „Prognose“ sagen wir es Ihnen gleich hier: In der anscheinend immer noch frühen Phase dieser Pandemie ist es uns derzeit nicht möglich, Ihnen einen seriösen Ausblick über das Jahr 2020 zu unterbreiten. Daher stellen wir im Prognosebericht dar, was wir vom Jahr 2020 erwartet hätten, wenn die Corona-Krise nicht aufgetreten wäre. Das Jahr 2020 startete nämlich nach einem guten Weihnachtsgeschäft 2019, mit dessen Hilfe CEWE die Jahresziele 2019 sehr schön erreicht hat. Blenden wir also Corona mal für eine Zeit aus, wenn das möglich ist.

## **Jahresziele 2019 erreicht**

Das gesamte CEWE-Team freut sich, Ihnen das Erreichen der wichtigen operativen Ziele vermelden zu können: Der Umsatz kletterte 2019 um +10,1% auf 714,9 Mio. Euro und das EBIT legte um +3,9% zu auf 57,8 Mio. Euro. Damit hat Ihr Unternehmen CEWE sogar wieder neue Höchstmarken platziert. Wir sind also ein weiteres Jahr nicht vollkommen unzufrieden mit dem Erreichten.

## **Klare Verbesserungsmaßnahmen für 2020 bei LASERLINE bereits eingepreist**

Eigentlich könnten wir uns darüber noch mehr freuen, wenn der Gewinn von 57,8 Mio. Euro nicht Belastungen durch eine Rückstellung von 5 Mio. Euro für Verbesserungsmaßnahmen im Kommerziellen Online-Druck für das Jahr 2020 enthielte. Dies war leider notwendig, da das Unternehmen LASERLINE, eine Akquisition aus dem Jahr 2018, seine Marktposition angesichts des allgemeinen Preisdrucks im Online-Druck-Markt nicht aufrechterhalten konnte. Daher wird nun eine Effizienzsteigerung eingeleitet.

## **Übriger Kommerzieller Online-Druck mit Umsatzwachstum und leicht positivem Ergebnis**

Dieser Sonderaufwand und die zusätzlichen operativen Herausforderungen bei LASERLINE haben das EBIT des Kommerziellen Online-Drucks insgesamt 2019 sogar deutlich negativ werden lassen (–7,7 Mio. Euro). Die übrigen Unternehmen des Kommerziellen Online-Drucks haben so viel Umsatzzuwachs erzielt, dass trotz eines Umsatzrückgangs bei LASERLINE das Geschäftsfeld insgesamt noch um +1,6% auf 103,2 Mio. Euro Umsatz zulegen konnte, und sie haben auch ein leicht positives EBIT erwirtschaftet. Darauf lässt sich aufbauen.

**Auf den zweiten Blick – vor dem Sonderaufwand: Gewinnziel klar übererfüllt**

Wenn wir nur die genannten 5 Mio. Euro Sonderaufwand für die Verbesserungsmaßnahmen 2020 als nicht operative Größe wieder dem Gewinn von 57,8 Mio. Euro hinzufügten, dann hätten wir 2019 ein EBIT vor Sonderaufwand erreicht, das deutlich oberhalb des Zielkorridors von 51 Mio. Euro bis 58 Mio. Euro für 2019 gewesen wäre. Den Wert weisen wir in keiner Rechnungslegung aus. Aber wir wissen, dass viele von Ihnen als Aktionäre und Investoren so rechnen. Trotz eines kräftigen Seufzers und dem Ziel, 2020 die Situation bei LASERLINE klar zu verbessern, ist die Ertragsstärke von CEWE, die so sichtbar wird, schon ein Wert, der unseren Ehrgeiz anspornt. Sie sehen auch im Prognosebericht, dass Ihr CEWE-Team überzeugt ist: CEWE soll 2020 gegenüber 2019 im Gewinn noch mal zulegen.

**Das Fotofinishing ist die Basis der Ertragskraft von CEWE**

Der Pfeiler, der Ihr Unternehmen CEWE ganz wesentlich trägt, ist das Fotofinishing: +13,8% mehr Umsatz, +15,7% mehr EBIT im Jahr 2019. Und diejenigen von Ihnen, die uns schon länger verfolgen, wissen auch, was der harte Kern dieses Pfeilers ist: Das vierte Quartal ist mit seinem „bestellfreundlichen“ Wetter (dunkle, nasse, kalte Tage sind ideal zum Gestalten z.B. eines CEWE FOTOBUCH in den eigenen vier Wänden) und mit der Geschenkgelegenheit zum Weihnachtsfest (jedes CEWE-Fotoprodukt ist ein ganz persönliches Geschenk) der Kern des CEWE Ertrags im Fotofinishing. Im vierten Quartal wurden 44% des Fotofinishing-Umsatzes und 95% des Fotofinishing-Ertrags erzielt. Diese reibungslose Hochsaison ist eine starke operative Leistung ausnahmslos aller Funktionsbereiche im Unternehmen CEWE. Chapeau!

**6,6 Mio. Exemplare des CEWE FOTOBUCH – so viele wie noch nie**

Kern dieser schönen Entwicklung ist unsere weiterhin gültige Markenstrategie. Unter der Dachmarke CEWE bieten wir eine vollständige Palette an Fotoprodukten an. Dabei ist das CEWE FOTOBUCH die Lokomotive, die den Zug anführt. 6,6 Mio. Exemplare des CEWE FOTOBUCH wurden 2019 bestellt und produziert – auch das eine neue Höchstmarke. Dadurch konnten wir im Sommer das 60-millionste CEWE FOTOBUCH an eine glückliche Kundin in Österreich übergeben. Auch die übrigen Produkte wie CEWE KALENDER, CEWE CARDS, CEWE WANDBILDER und weitere Fotogeschenke haben sich sehr positiv entwickelt.

**WhiteWall rundet das Produktprogramm am oberen Ende mit Galeriequalität ab**

2019 haben wir uns im Wandbildbereich im High End weiter verstärkt. Durch den Zukauf des Unternehmens WhiteWall bieten wir nun auch Wandbilder in Galeriequalität und auch in riesigen Größenformaten (z. B. 1,80 x 5,00 Meter) an, wie sie vor allem in Museen oder Galerien zu sehen sind oder wenn Fotoliebhaber ihr Zuhause mit einem echten Top-Produkt schmücken möchten. Nicht ganz billig, aber das Beste. Und WhiteWall schmückt nicht nur Wände, sondern auch unsere Bilanz: Mit den Ergebnissen für CEWE seit Eintritt in die Gruppe im Juni 2019 liegen wir sehr gut im Plan.

**Das langfristige Ziel haben wir weiter klar vor Augen: CEWE = Foto, Foto = CEWE ...**

Alle diese Top-Produkte zahlen auf die Zielposition ein, die wir bei CEWE klar vor Augen haben und die wir langfristig erreichen möchten. Mit der zunehmenden Größe, die wir haben, mit der zunehmenden Produktbreite, die wir ständig ausbauen, und gerade mit der zunehmenden Zahl an Top-Produkten, die Konsumenten nur bei uns erhalten, werden wir für die Käufer von Fotoprodukten in ganz Europa zunehmend als die Marke Nr. 1 wahrgenommen. CEWE = Foto, Foto = CEWE. Dort wollen wir hin.

**... und der CEWE Photo Award 2019 war ein weiterer erfolgreicher Schritt auf dem Weg zu diesem Ziel**

Zu diesem Ziel führen auch weitere Maßnahmen, die deutlich über das Produktsortiment hinausgehen. 2019 haben wir z. B. den CEWE Photo Award veranstaltet: Gelegenheitsfotografen, Hobbyfotografen, Halbprofis und auch Profifotografen aus vielen Ländern haben insgesamt fast 450.000 Fotos an eine international besetzte Jury unter der Präsidentschaft des Starfotografen Yann Arthus-Bertrand eingereicht. So wurde der CEWE Photo Award zum weltgrößten Fotowettbewerb, der jemals durchgeführt wurde. Entsprechend haben wir die Preisverleihung gefeiert: Im ehrwürdigen Naturhistorischen Museum in Wien wurden die strahlenden Sieger prämiert. CEWE = Foto, Foto = CEWE. Das verpflichtet, den nächsten Award bald aufzulegen. Dieser Herausforderung stellen wir uns gern.

**Hardware Einzelhandel unterstützt weiter das Fotofinishing**

Im Geschäftsbereich Einzelhandel sehen Sie nur Umsatz und Ergebnis mit Kameras, Objektiven und anderer Foto-Hardware. Dieses Geschäft fahren wir seit Jahren kontrolliert zurück (Umsatz 2019 -10,3% bei praktisch gleichem EBIT, 2019 35 TEuro nach 55 TEuro 2018). Viel wichtiger ist uns jedoch der Umsatz mit Fotofinishing-Produkten, die wir über diesen Kanal absetzen. Und der legt seit Jahren zu und ist auch 2019 Bestandteil der schönen Umsatzsteigerung von +13,8% im Fotofinishing, die bereits erwähnt wurde. Also: Auch der Einzelhandel ist auf dem richtigen Weg.

**futalis verbessert das sonst kostengeprägte Segment Sonstiges**

Das Segment Sonstiges ist eigentlich eine Sammelstelle vor allem für die typischen Strukturkosten, die eine Unternehmensgruppe wie CEWE hat (Hauptversammlungskosten, Kapitalmarktkommunikation, Aufsichtsgremien usw.). Hier ist aber auch das junge Unternehmen futalis enthalten, dessen Fortschritt wir auch würdigen wollen: +38,8% im Umsatz auf 5,5 Mio. Euro 2019 und dazu eine Ergebnisverbesserung, die sogar die eine oder andere Steigerung in den o.g. „Strukturkosten“ mehr als wettgemacht hat. Prima!

**„Ich bin CEWE-Aktionärin – ich bin CEWE-Aktionär“**

Und allen diesen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die schon seit längerem in der CEWE Gruppe tätig sind, haben wir auch 2019 wieder angeboten, zu günstigen Konditionen Belegschaftsaktionärin/-aktionär zu werden oder den Aktienbesitz zu steigern. Daher freuen wir uns sehr, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, dass Sie ca. 80% des gesamten CEWE-Teams Miteigentümer von CEWE nennen können. Diesen Weg möchten wir Schritt für Schritt weiter gehen. CEWE ist ein ganz besonderes, profitables Unternehmen mit ganz besonderen, persönlichen Produkten. Unsere Kolleginnen und Kollegen sollen alle an dem gemeinsam erarbeiteten Fortschritt in der Unternehmensentwicklung teilhaben, auch als Aktionärin und Aktionär und auch als Kundin und Kunde.

**Sie erfreuen sich an schönen Fotoprodukten ...**

Natürlich freuen wir uns, wenn Sie, die Sie Aktionäre sind, auch als Kunden bei uns bestellen, sei es im kommerziellen Online-Druck oder im Fotofinishing. Bei letzterem stehen derzeit nach den Valentinsgeschenken im Februar nun diverse persönliche Foto-Geschenke zu Ostern oder demnächst zum Muttertag hoch im Kurs.

**... und wir bereiten Ihr Weihnachten vor**

Denn bei uns dreht sich schon wieder das Innovationskarussell. Auf unserer großen Innovationsmesse im Februar haben wir Ideen und Wünsche von vielen Kundinnen und Kunden, Handelspartnern, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und vielen anderen bewertet und systematisch priorisiert. Die Ideen mit der höchsten Priorität sind nun bei allen CEWE-Funktionsbereichen in der Vorbereitung. Ob Einkauf, Produktion, Marketing, Kundendienst oder sogar Verwaltung – überall müssen die Neuigkeiten eingerichtet werden, auf dass sie zum Weihnachtsgeschäft Ihnen bekannt gemacht und von Ihnen bestellt werden können. Daran und an noch mehr Details arbeitet Ihr CEWE-Team jetzt mit dem Ziel, in einem Jahr Ihnen auch über die Erreichung der Ziele 2020 berichten zu können.

Während wir alle schon wieder an 2020 arbeiten, freut es uns, wenn Sie als Aktionärinnen und Aktionäre das CEWE-Jahr 2019, das wir Ihnen in diesem Bericht vorstellen, und das damit voraussichtlich verbundene elfte Jahr von aufeinanderfolgenden Dividendensteigerungen mit einem anerkennenden Kopfnicken quittieren.

Für das ganze Team von CEWE



Dr. Christian Friege