

Bilanzpressekonferenz Analystenkonferenz

CEWE COLOR Holding AG

Frankfurt, 30. März 2011



unser schönster Sommerurlaub

**Mein
CEWE FOTOBUCH**

Ihre Fotos als echtes Buch!

www.cele-fotobuch.de

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

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

Agenda

1. Highlights und Ausblick
2. Unternehmensentwicklung 2010
3. Ergebnisse 2010
4. www.viaprinto.de

Agenda

1. Highlights und Ausblick

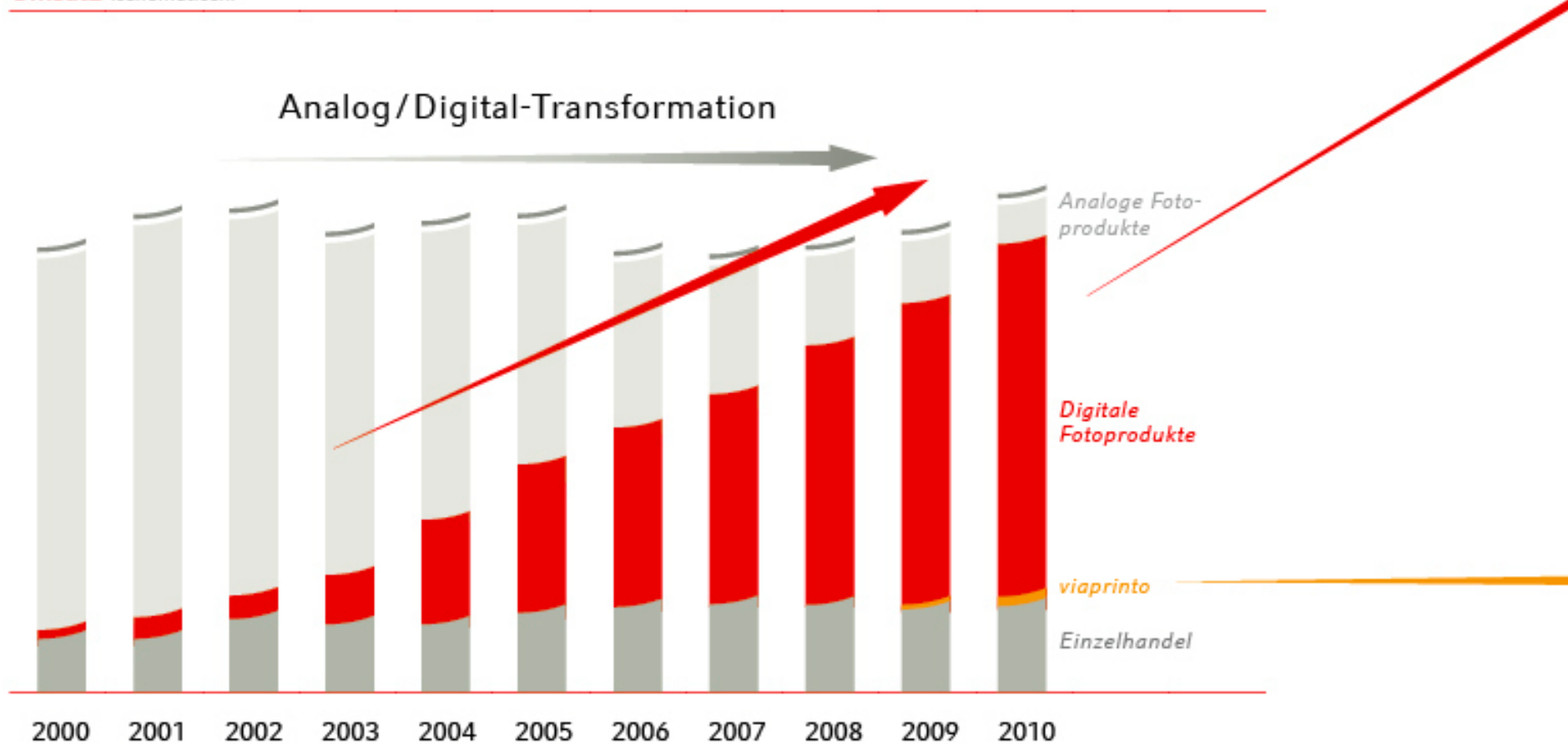
2. Unternehmensentwicklung 2010

3. Ergebnisse 2010

4. www.viaprinto.de

Highlights (1/3)

Umsatz (schematisch)



► Analog/Digital-Transformation mit Innovation bewältigt

Highlights (2/3)

Weiterentwicklung im Stammgeschäft: Fotofinishing



Fotofinishing:

Mit 4,3 Mio. Büchern und damit über 25 % Marktanteil ist das CEWE FOTOBUCH der klare Marktführer in Europa. Die Marke CEWE FOTOBUCH sowie das starke Wachstum von Fotogrußkarten, Fotokalendern und weiteren individualisierten Foto-Produkten haben maßgeblich zum Erfolg des Jahres 2010 beigetragen.

Wachstum im Neugeschäft: Kommerzieller Digitaldruck



Kommerzieller Digitaldruck:

CEWE COLOR hat mit viaprinto.de einen Online-Service für hochwertigen und schnellen Druck in kleinen Auflagen aufgebaut. Der einfach zu bedienende Webshop viaprinto.de verarbeitet neben PDF auch Word- und Powerpoint-Dateien.

Highlights (3/3)

Ergebnisse 2010	Ziel 2010*	Ist 2010	Zielerreichung
Farbfotos digital	2,0 Mrd. Stck.	2,13 Mrd. Stck.	+6,5%
analog	0,35 Mrd. Stck.	0,37 Mrd. Stck.	+5,1%
gesamt	2,35 Mrd. Stck.	2,50 Mrd. Stck.	+6,2%
CEWE FOTOBÜCHER	4,2 Mio. Stck.	4,3 Mio. Stck.	+3,3%
Investitionen	26 Mio. Euro	26,4 Mio. Euro	+1,5%
Umsatz	425 Mio. Euro	446,8 Mio. Euro	+5,1%
EBIT	26,5 Mio. Euro	28,2 Mio. Euro	+6,2%
EBT	24,5 Mio. Euro	26,4 Mio. Euro	+7,7%
Ergebnis nach Steuern	13,5 Mio. Euro	13,7 Mio. Euro	+1,6%
Ergebnis je Aktie	1,98 Euro/Aktie	2,02 Euro/Aktie	+2,0%

► Alle Ziele 2010 erreicht bzw. übererfüllt

* Bei ursprünglicher Angabe eines Zielkorridors für 2010 ist hier der entsprechende Mittelwert ausgewiesen.

Ausblick 2011 (1/2)

Zielsetzungen

Veränderung zu 2010

Farbfotos	digital	2,0-2,1	Mrd. Stück	-6% bis -1%
	analog	0,23-0,26	Mrd. Stück	-38% bis -30%
	gesamt	2,23-2,36	Mrd. Stück	-11% bis -6%
CEWE FOTOBÜCHER		4,6-4,8	Mio. Stück	+7% bis +12%
Investitionen		30-32	Mio. Euro	+14% bis +21%
Umsatz *		447-460	Mio. Euro	+/-0% bis +3%
EBIT		28-31	Mio. Euro	+/-0% bis +10%
EBT		26-29	Mio. Euro	+/-0% bis +10%
Ergebnis nach Steuern		16-19	Mio. Euro	+17% bis +39%
Ergebnis je Aktie		2,36-2,80	Euro/Aktie	+17% bis +39%

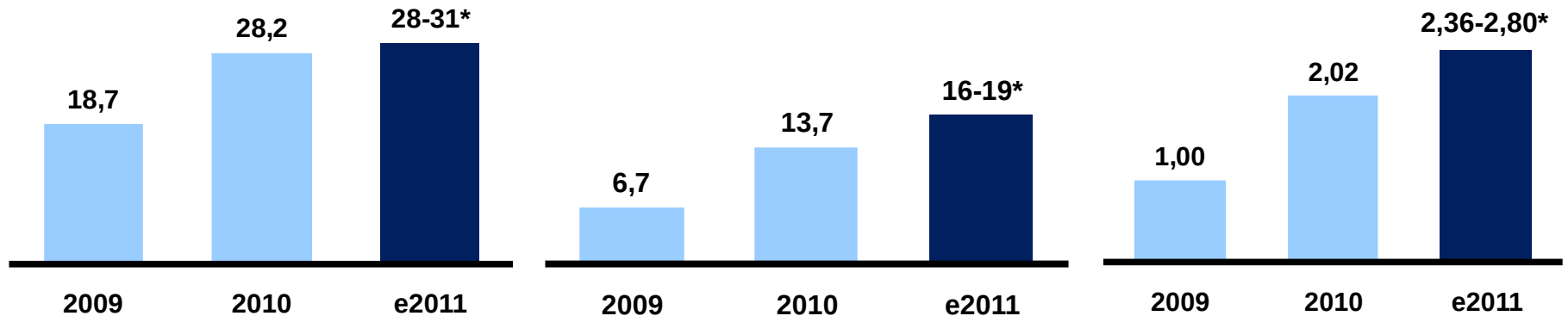
* währungsbereinigt

Ausblick 2011 (2/2)

EBIT
in Mio. Euro

Ergebnis nach Steuern
in Mio. Euro

Ergebnis je Aktie
in Euro pro Aktie



► **Ergebnis je Aktie soll in 2011 weiter um bis zu +39% wachsen**

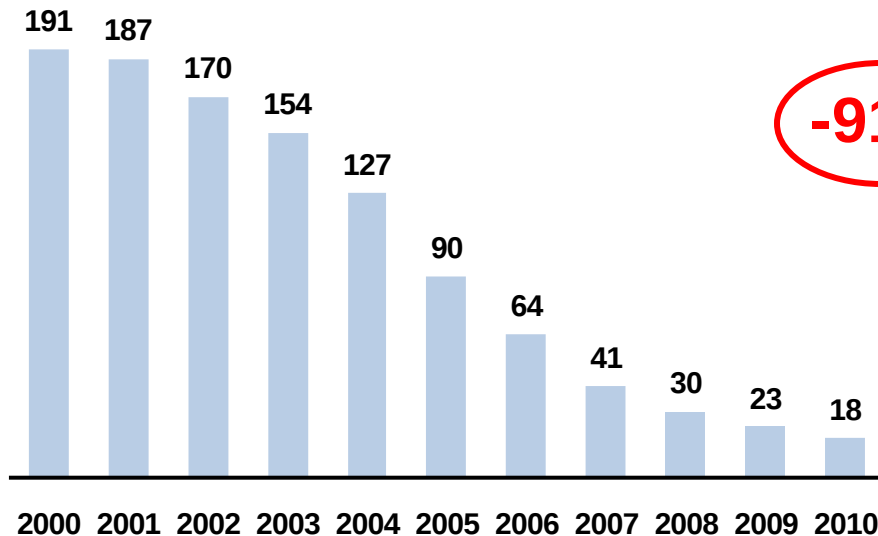
* In der Grafik ist der Mittelwert angezeigt.

Agenda

1. Highlights und Ausblick
- 2. Unternehmensentwicklung 2010**
3. Ergebnisse 2010
4. www.viaprinto.de

Analoge Filmentwicklungen

Filmverkäufe in Deutschland in Mio. Stück



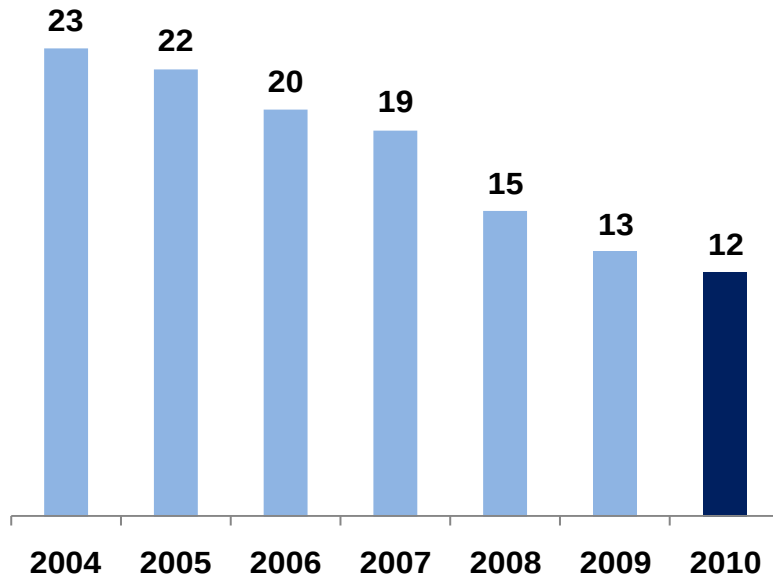
-91%



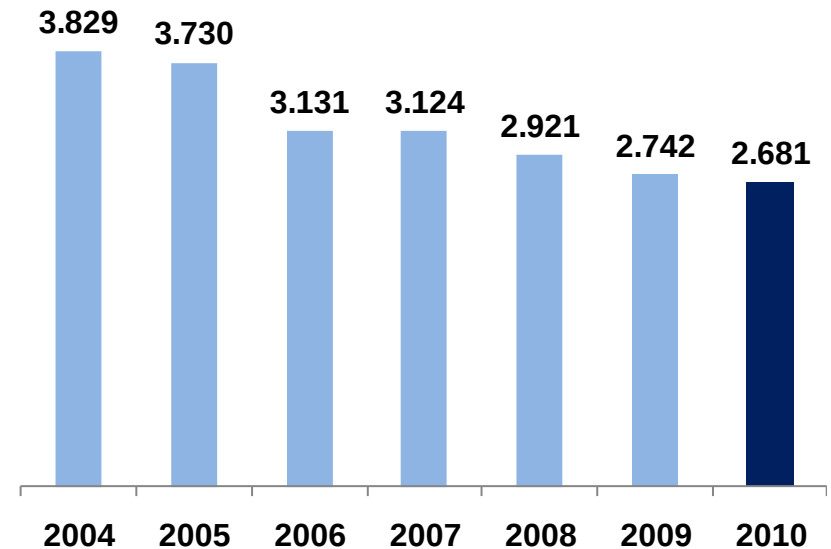
► Verlust des klassischen Marktes der Filmentwicklungen

Kapazitätsabbau

Anzahl Betriebe



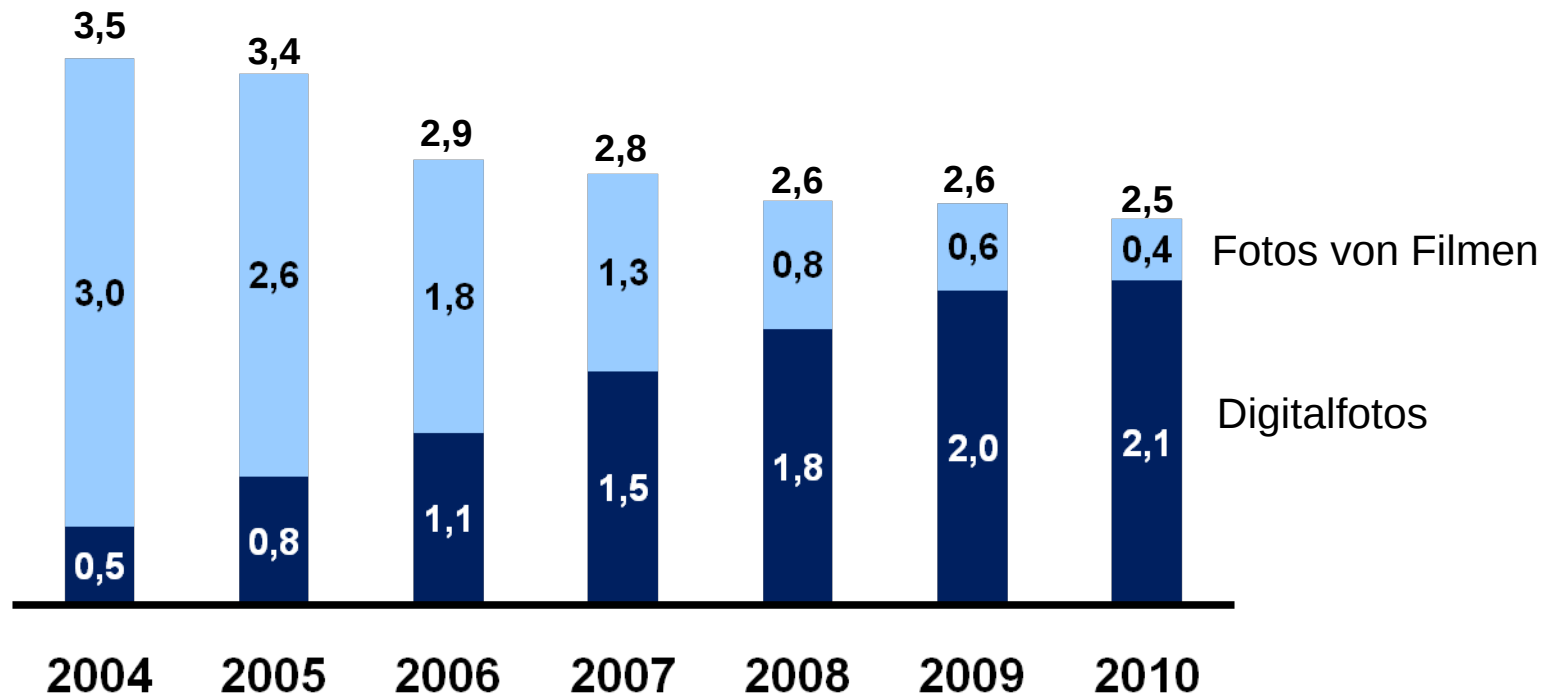
Anzahl Mitarbeiter



- ▶ Kapazitätsabbau entlang der Mengenentwicklung
- ▶ Verbleibende Betriebe mit erhöhter Effizienz

Volumenentwicklung CEWE COLOR

Fotos gesamt (Digitalfotos und Fotos von Filmen)
in Mrd. Stück



► Auch CEWE COLOR vom Analogrückgang betroffen

Kern-Maßnahmen der Analog-/Digital-Transformation

A. Kapazitäten angepasst

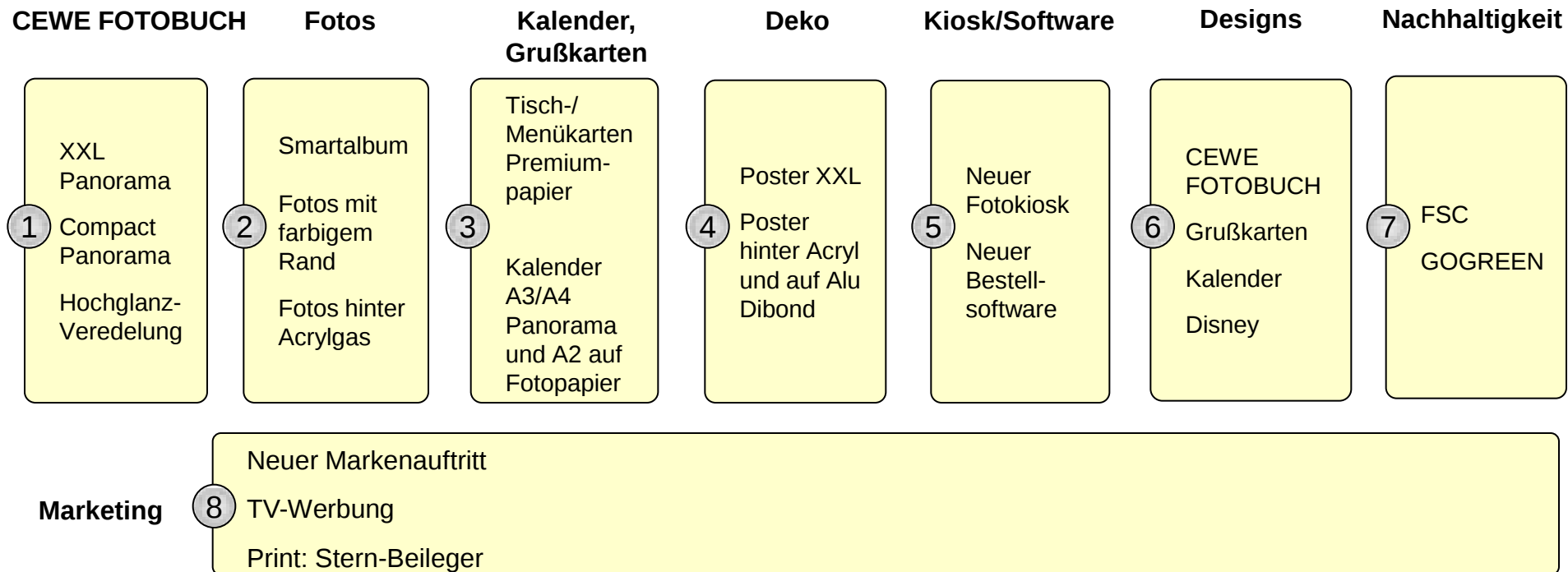
B. Innovationen frühzeitig gestartet

- 1 In neue Technologien investiert
- 2 Vertriebswege angepasst (Internet)
- 3 Neue Produkte entwickelt
- 4 Marke aufgebaut
- 5 Zukunftsgrundlage gelegt

C. Solide finanziert

► **Transformation heißt Innovation**

Neuheiten 2010



► Auch 2010: Weiterentwicklung im Produktportfolio / Marketing

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

Produktneuheiten 2010

CEWE FOTOBUCH XXL Panorama mit Hardcover



- Ziel: Optimale Ausschöpfung des Preispotentials im oberen Segment

Produktneuheiten 2010

CEWE FOTOBUCH Compact Panorama



- Ziel: Optimale Ausschöpfung des Preispotentials im unteren Segment

Produktneuheiten 2010

CEWE FOTOBUCH mit Hochglanz-Veredelung



ca. 21 cm

ca. 28 cm



ca. 28 cm

ca. 21 cm



ca. 30 cm

ca. 30 cm

► Ziel: Optimale Ausschöpfung des Upselling-Potentials im Bereich CEWE FOTOBUCH

Produktneuheiten 2010

Smartalbum



- Ziel: Ausschöpfung des Upselling-Potentials im Bereich Digitalfotos

Produktneuheiten 2010

Fotos mit farbigem Rand

Formate: 9x13cm, 10x15cm, 11x17cm und 13x18cm



► Ziel: Ausschöpfung des Upselling-Potentials im Bereich Digitalfotos

Produktneuheiten 2010

Fotos hinter Acryl



- Ziel: Umsatzausgleich/ -zuwachs in rückläufigen Bereich Digitalfotos

Produktneuheiten 2010

Menükarten (10er-Set)



- Ziel: Ausbau des Produktportfolios zur Ausschöpfung des Wachstumspotentials

Produktneuheiten 2010

Tischkarten (10er-Set)



- Ziel: Ausbau des Produktportfolios zur Ausschöpfung des Wachstumspotentials

Produktneuheiten 2010

Fotogrußkarten: Premiumpapier für Klappkarte Klassik und Klappkarte XL



- Ziel: Einführung einer Qualitätslinie zur Ausschöpfung des Upselling-Potentials

Produktneuheiten 2010

Fotokalender: neue Formate



A4 Panorama



A3 Panorama

- Ziel: Ausschöpfung des Wachstumspotentials im Bereich Digitaldruckkalender; insbesondere bei großformatigen Varianten

Produktneuheiten 2010

Neuer Fotokiosk mit Scanner



- Ziel: Erhöhung der Nutzerfreundlichkeit (marktgerechte Höhe, beleuchtete Druckerschächte), Erhöhung der Aufmerksamkeit (Design, deutlich sichtbare Kernbotschaften)

Produktneuheiten 2010

Dekoshop: Posterdruck XXL (28 verschiedene Formate)



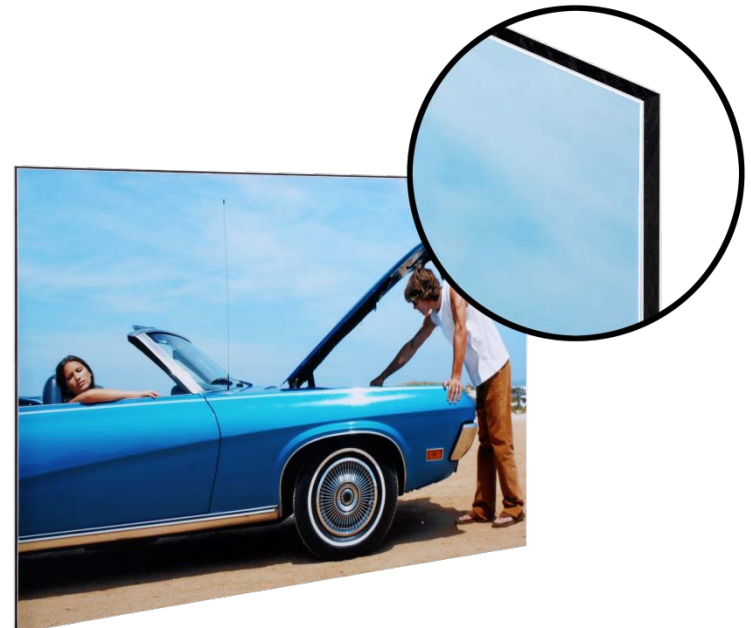
- Ziel: Attraktivitätssteigerung durch Erweiterung des Formatangebots (insbesondere Panorama-Formate)

Produktneuheiten 2010

Dekoshop: Poster hinter Acrylglas und auf Alu-Dibond (jeweils 9 Formate)



Poster hinter Acrylglas



Poster auf Alu-Dibond

► **Ziel: Erweiterung des Portfolios um hochwertige, edle Wanddekoration**

Neuheiten 2010

Software: Neue Features

Benutzerführung	CEWE FOTOBUCH-Assistent	CEWE FOTOBUCH-Editor	CEWE FOTOSCHAU
• Startseiten mit neuer Navigation und modernen Benutzeroberflächen • Verbesserte Benutzerführung • Direkteinstieg durch neue Oberkategorisierung der Produkte (Fotos, Poster & Leinwände, CEWE FOTOBÜCHER, Fotogrüßkarten, Fotokalender, Fotogeschenke)	• Verwendung einer Vielzahl von vordefinierten Stilen • Neugestaltung des CEWE FOTOBUCH-Assistenten	• Einfache Konvertierung eines CEWE FOTOBUCHS (z. B. Quadratisch zu XL) • Anbindung an weitere Portale (z. B. Facebook, Picasa, T-Online)	• Bewertung von Bildern und Erfassung von Metadaten • Startfähig als eigenständiges Programm

Neuheiten 2010

Designs: CEWE FOTOBUCH (Stile)



Kommunion/Konfirmation



Baby



Urlaub/Jahreszeiten



Hochzeit

...

Neuheiten 2010

Designs: Fotogrußkarten

Hunderte neuer Designs zu diversen Themen



Jubiläum



Weihnachten



Hochzeit

...

Neuheiten 2010

Designs: Fotokalender



Baby



Taufe



Konfirmation/
Kommunion



Liebe

...

Neuheiten 2010

Designs: Disney

Erhältlich für viele verschiedene Produkte



CEWE FOTOBUCH



Fotogrußkarten



Fototasse



Collegeblock

...

Nachhaltigkeit

FSC-Zertifikat

- **Forest Stewardship Council** zertifiziert Unternehmen, die Materialien (Holz, Papier etc.) aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern verarbeiten
- Seit Q3 2010 ist CEWE COLOR als Unternehmen FSC-zertifiziert

GOGREEN

- CO₂-neutraler Versand der Deutschen Post
- Umfasst alle Produkte und Services, bei denen die CO₂-Emissionen vollständig erfasst und ausgeglichen werden
- Bewerbung seit 2010

Home | Newsletter abonnieren | Über uns  

Fotobücher Tipps Kundenbeispiele Anlässe Preisliste Für Profis Forum News  **Mein CEWE FOTOBUCH**



Wir versenden umweltfreundlich mit
GOGREEN
Der CO₂-neutrale Versand mit der Deutschen Post

Bestellsoftware kostenlos herunterladen

In nur drei Minuten zum eigenen CEWE FOTOBUCH!

Software erhältlich für:   

Software-Download

CO₂-neutraler Versand vom CEWE FOTOBUCH

CEWE COLOR redet nicht nur vom **Schutz der Umwelt**, sondern praktiziert ihn auch. Im Bereich Mailorder haben wir 2009 das Projekt **GOGREEN** mit der Deutschen Post AG aufgegriffen, welches seit Februar 2010 umgesetzt wird. Hierbei handelt es sich um den **CO₂-neutralen Versand** mit der Deutschen Post AG.

Im Rahmen der **GOGREEN**-Initiative werden die durch den Transport unserer Briefe und Pakete entstehenden CO₂-Emissionen nach einem zertifizierten Verfahren (ISO 14064) ermittelt.

In Übereinstimmung mit den Zielen und Vorgaben des **Kyoto-Protokolls** werden diese Emissionen durch von der Deutschen Post AG getragene Klimaschutzprojekte ausgeglichen.

Haben Sie Fragen?

Kompetente Hilfe, live und direkt!
Bitte rufen Sie uns gerne an:
Hotline-Nummer: 09 00 / 11 01 33 4 **

Schreiben Sie uns eine Email:
fragen@cewe-fotobuch.de

Nutzen Sie den Live Support Chat:

Vermarktung 2010

Neuer CEWE FOTOBUCH-Markenauftritt – Anlassbezogenes Marketing



ab 7,95€*

Mein
CEWE FOTOBUCH
Ihre Fotos als echtes Buch!

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

- Europäisches bestbewertetes Fotoalbum
- Preiswerte Qualität
- Einfachste Gestaltung
- Massenausschnitt

cewe
einfach schöne Fotos

www.cewe-fotobuch.de

Sommer



Mein persönliches Geschenk

Mein
CEWE FOTOBUCH
Ihre Fotos als echtes Buch!

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

- Europäisches bestbewertetes Fotoalbum
- Preiswerte Qualität
- Einfachste Gestaltung
- Massenausschnitt

cewe
einfach schöne Fotos

www.cewe-fotobuch.de

Weihnachten



ab 7,95€*

Mein
CEWE FOTOBUCH
Ihre Fotos als echtes Buch!

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

- Europäisches bestbewertetes Fotoalbum
- Preiswerte Qualität
- Einfachste Gestaltung
- Massenausschnitt

cewe
einfach schöne Fotos

www.cewe-fotobuch.de

Winter

Vermarktung 2010

TV-Werbung

Groß angelegte TV-Kampagnen in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Frankreich

7.000 TV-Spots in allen Ländern



Vermarktung 2010

Printkampagnen in Deutschland, Österreich und der Schweiz

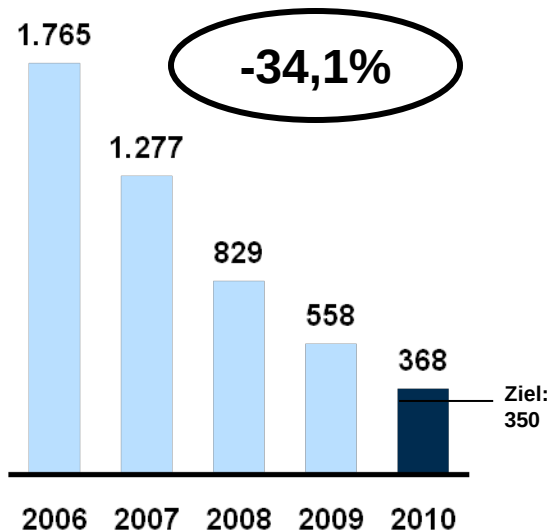


Agenda

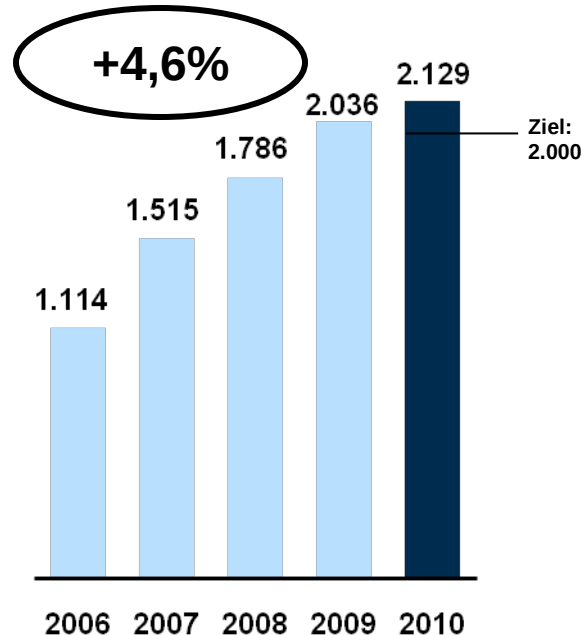
1. Highlights und Ausblick
2. Unternehmensentwicklung 2010
- 3. Ergebnisse 2010**
4. www.viaprinto.de

Fotos Q1-Q4 2010

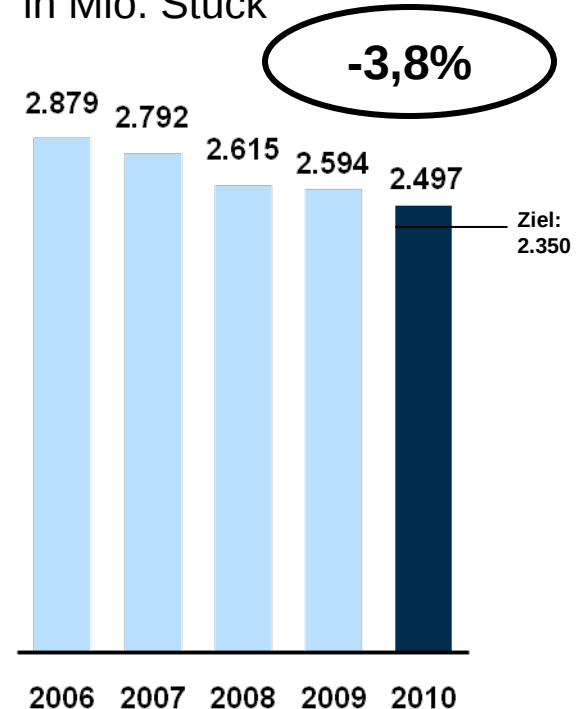
Fotos von Filmen in Mio. Stück



Digitalfotos (inkl. CEWE FOTOBUCH-Prints) in Mio. Stück



Fotos gesamt in Mio. Stück

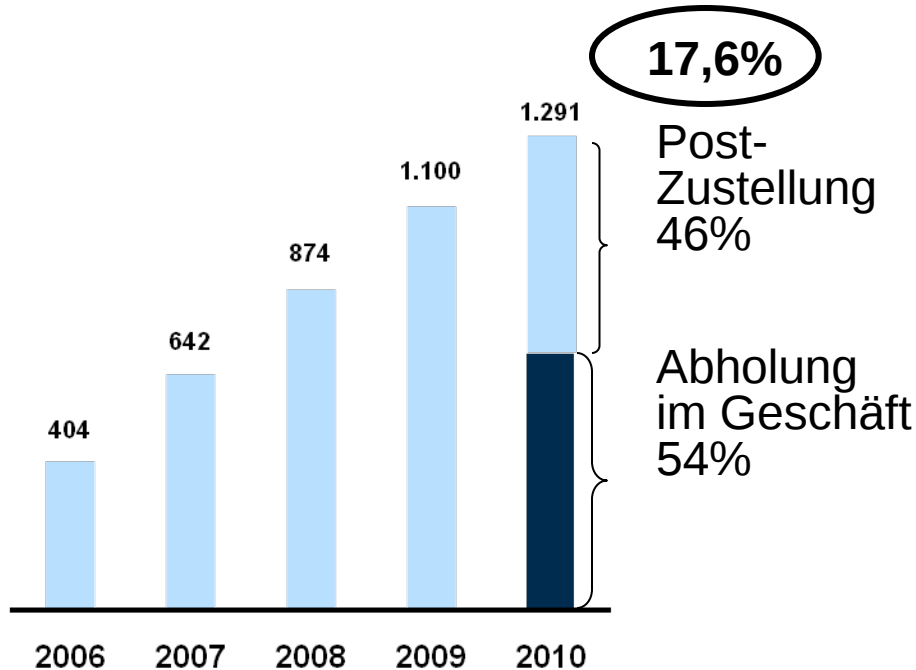


- Ziele erreicht
- „Von Masse zu Klasse“: Produktmix wird höherwertig

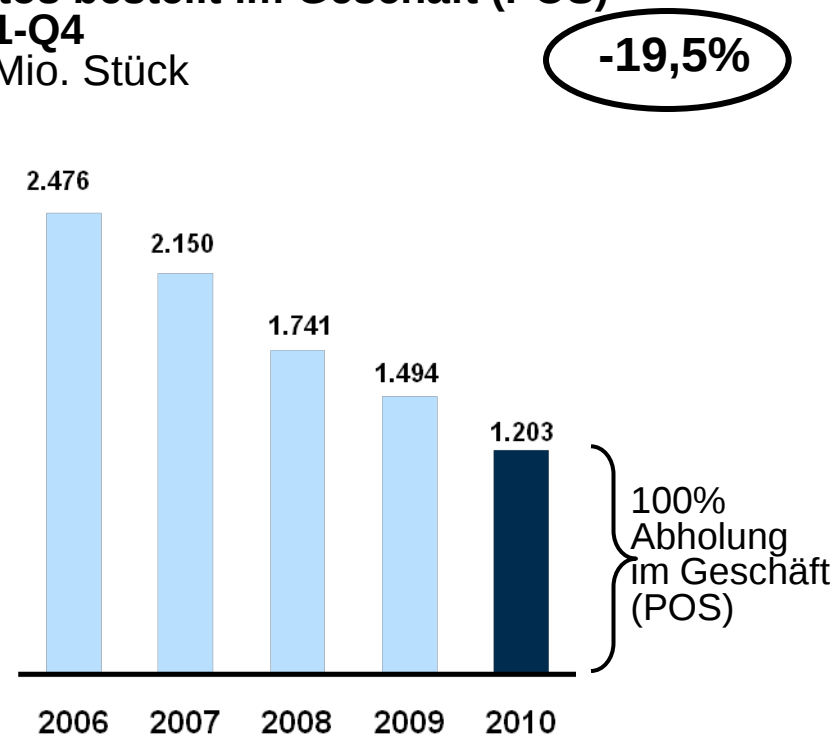
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Foto- Bestell-/Lieferwegen Q1-Q4 2010

Digitalfotos bestellt über das Internet Q1-Q4
in Mio. Stück



Fotos bestellt im Geschäft (POS)
Q1-Q4
in Mio. Stück



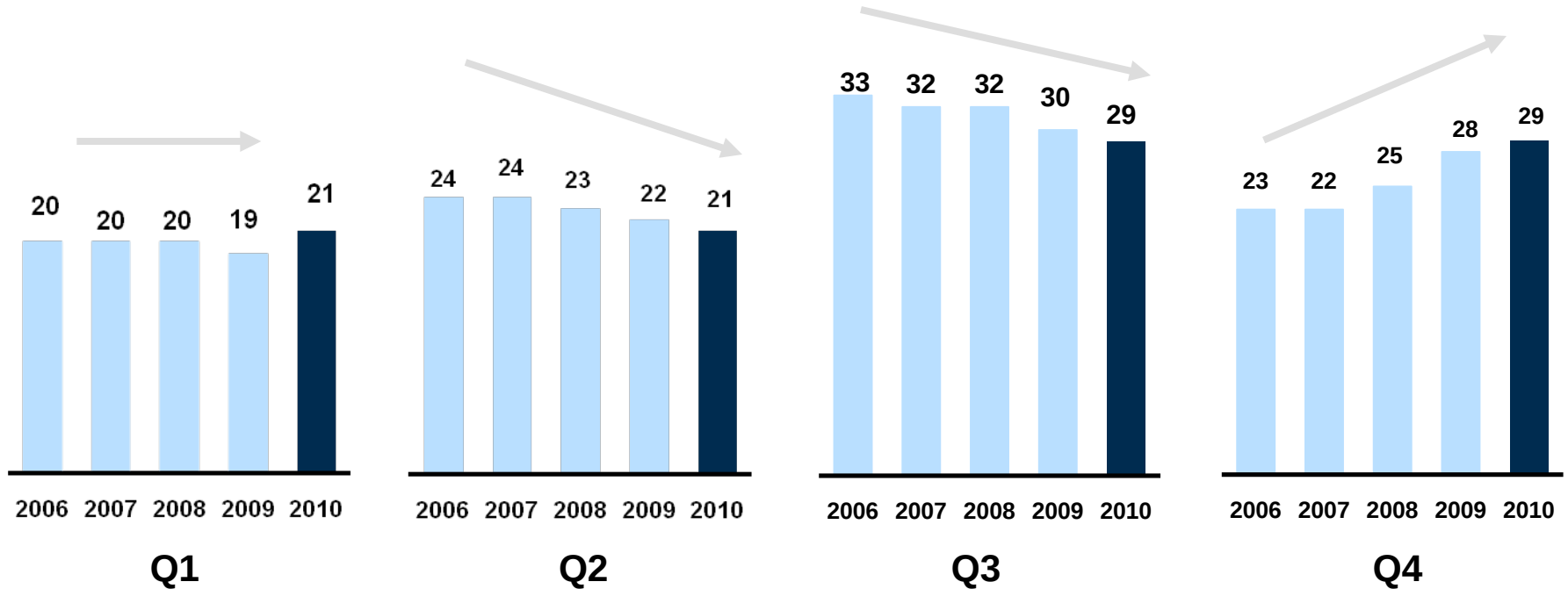
- ▶ 76% der Fotos wurden in Q1-Q4 in Geschäften abgeholt
- ▶ CEWE COLOR-Stärke: „bricks & clicks“

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Fotos Gesamt nach Quartalen

Saisonale Verteilung: CEWE 2006 bis 2010

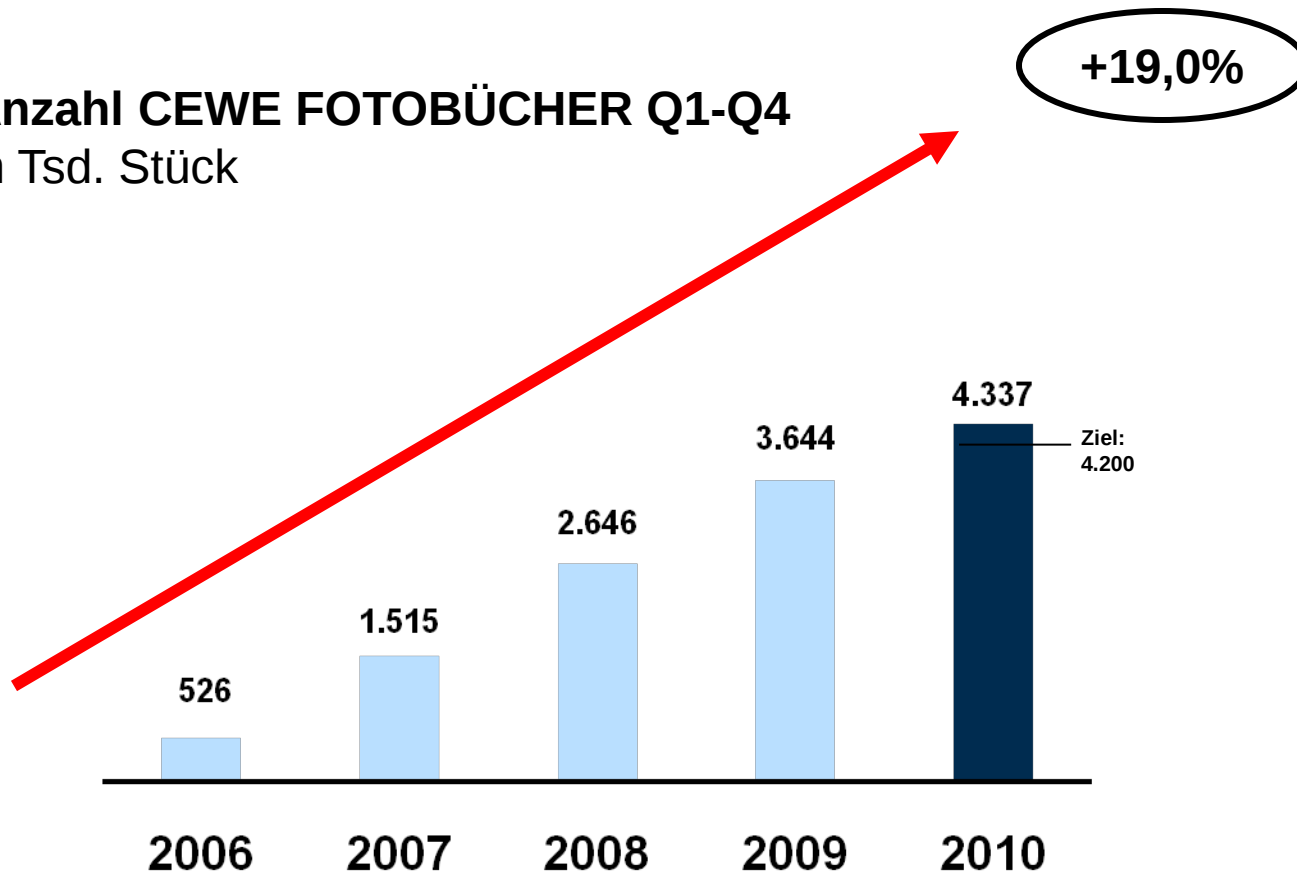
Fotos Gesamt- Anteil je Quartal in Prozent



► Saisonverschiebung im Volumen bestätigt

CEWE FOTOBUCH-Wachstum Q1-Q4 2010

Anzahl CEWE FOTOBÜCHER Q1-Q4
in Tsd. Stück

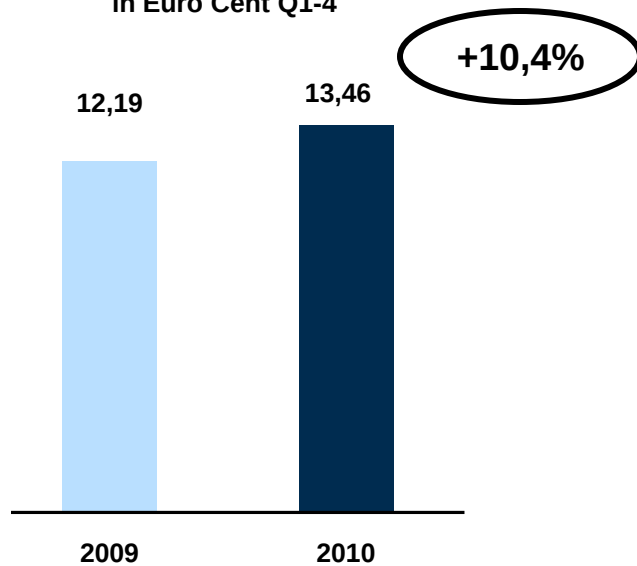


► CEWE FOTOBUCH übertrifft Ziel

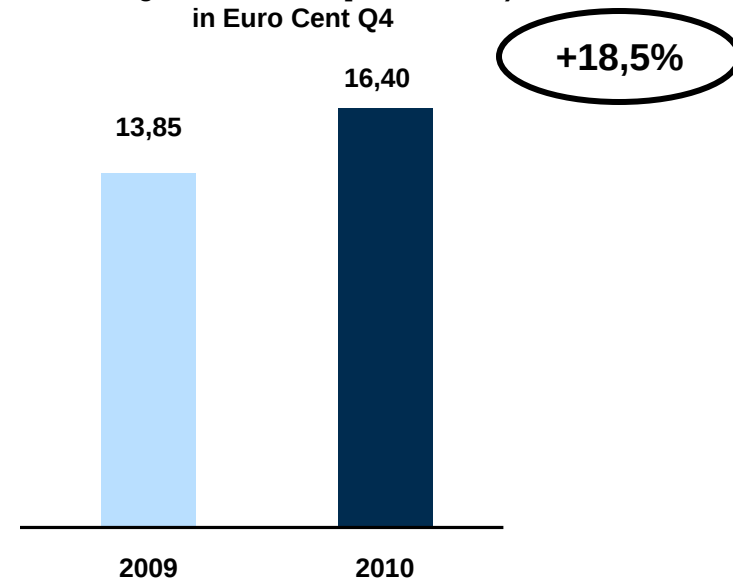
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Wertigkeit der Fotos 2010

Wertigkeit der Fotos [Umsatz/Bild]
in Euro Cent Q1-4



Wertigkeit der Fotos [Umsatz/Bild]
in Euro Cent Q4

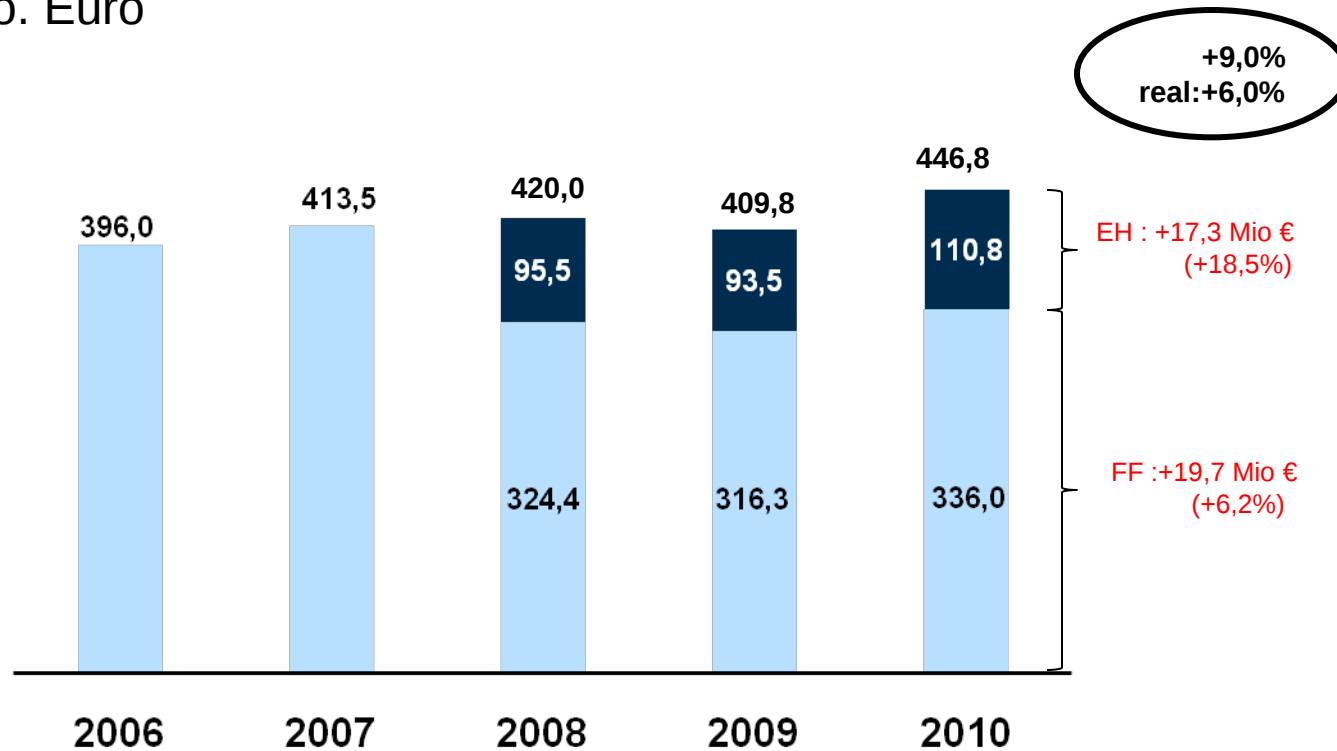


► „Von Masse zu Klasse“

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Umsatz Q1-Q4 2010

in Mio. Euro

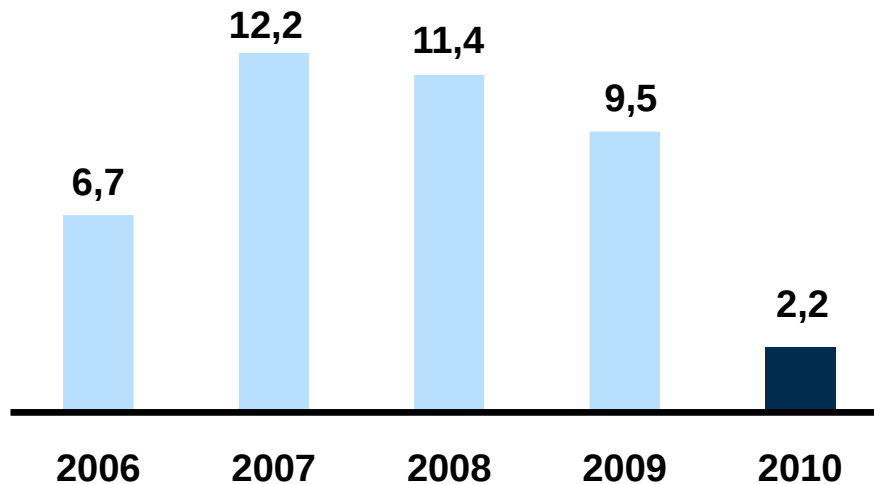


► Umsatz steigt um 9,0%

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Restrukturierungskosten Q1-Q4 2010

Restrukturierungskosten Q1-Q4 in Mio. Euro

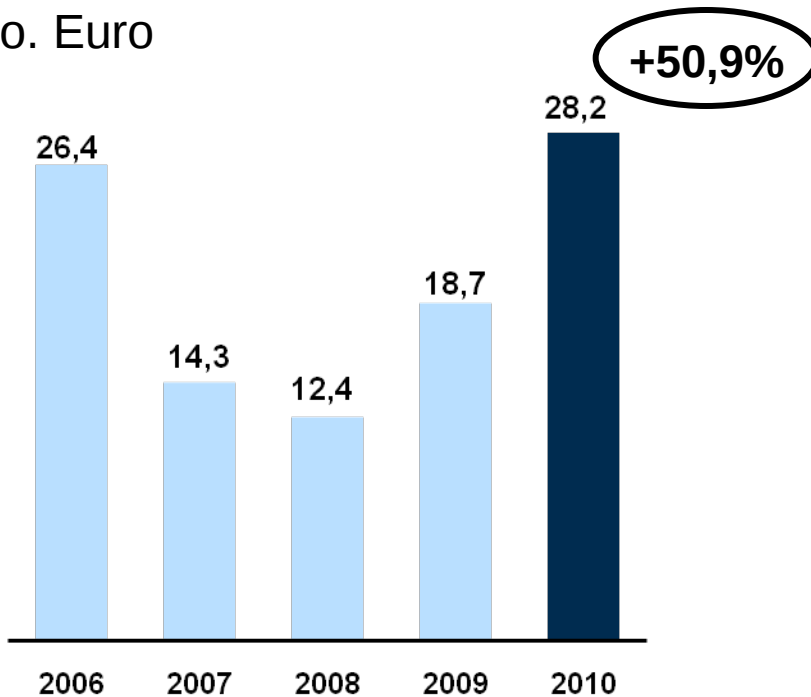


- ▶ **Analog-digital-transformationsbedingte Restrukturierung im Jahr 2009 beendet**

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Operatives Ergebnis (EBIT*) Q1-Q4 2010

EBIT Q1-Q4
in Mio. Euro



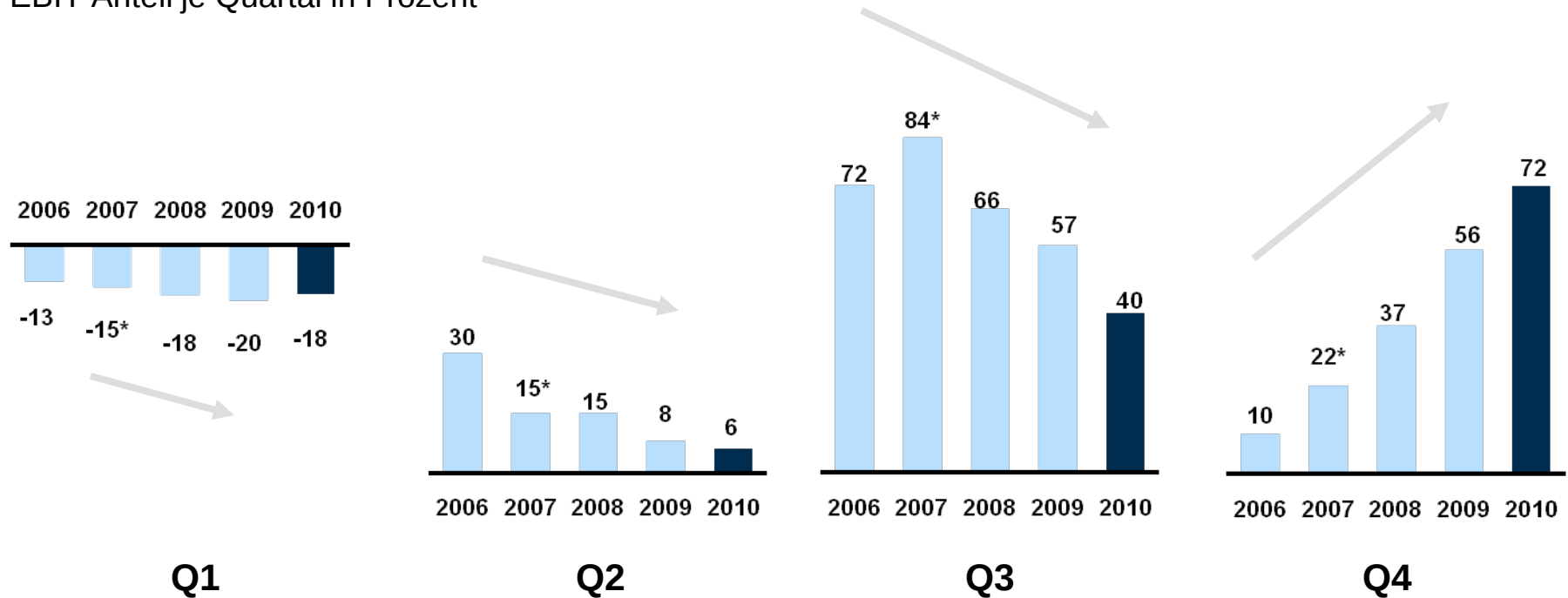
- ▶ **EBIT steigt operativ und durch Wegfall der analog/digital-transformationsbedingten Restrukturierungen**

*EBIT = Ergebnis vor Steuern und Zinsen
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

EBIT vor Restrukturierung nach Quartalen

Saisonale Verteilung: CEWE 2006 bis 2010

EBIT-Anteil je Quartal in Prozent



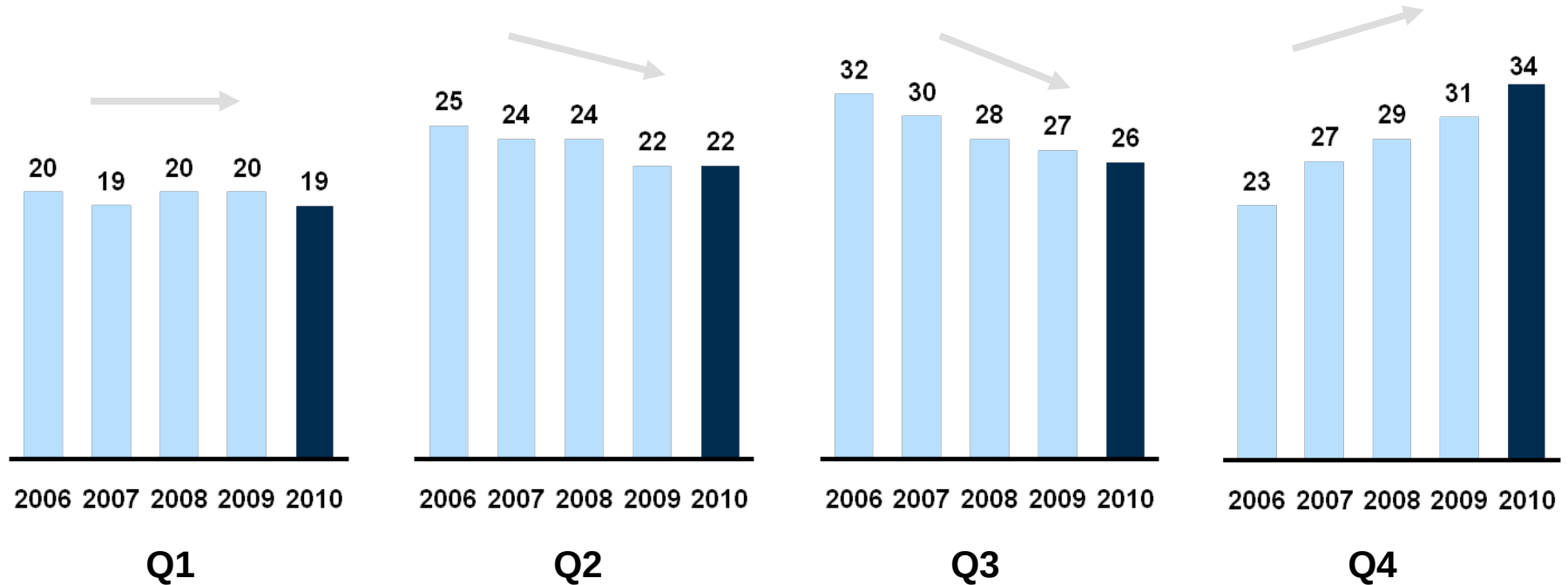
► Ergebnis-Saisonverschiebung überdeutlich

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

Umsatzanteile nach Quartalen

Saisonale Verteilung: CEWE 2006 bis 2010

Umsatzanteil je Quartal in Prozent

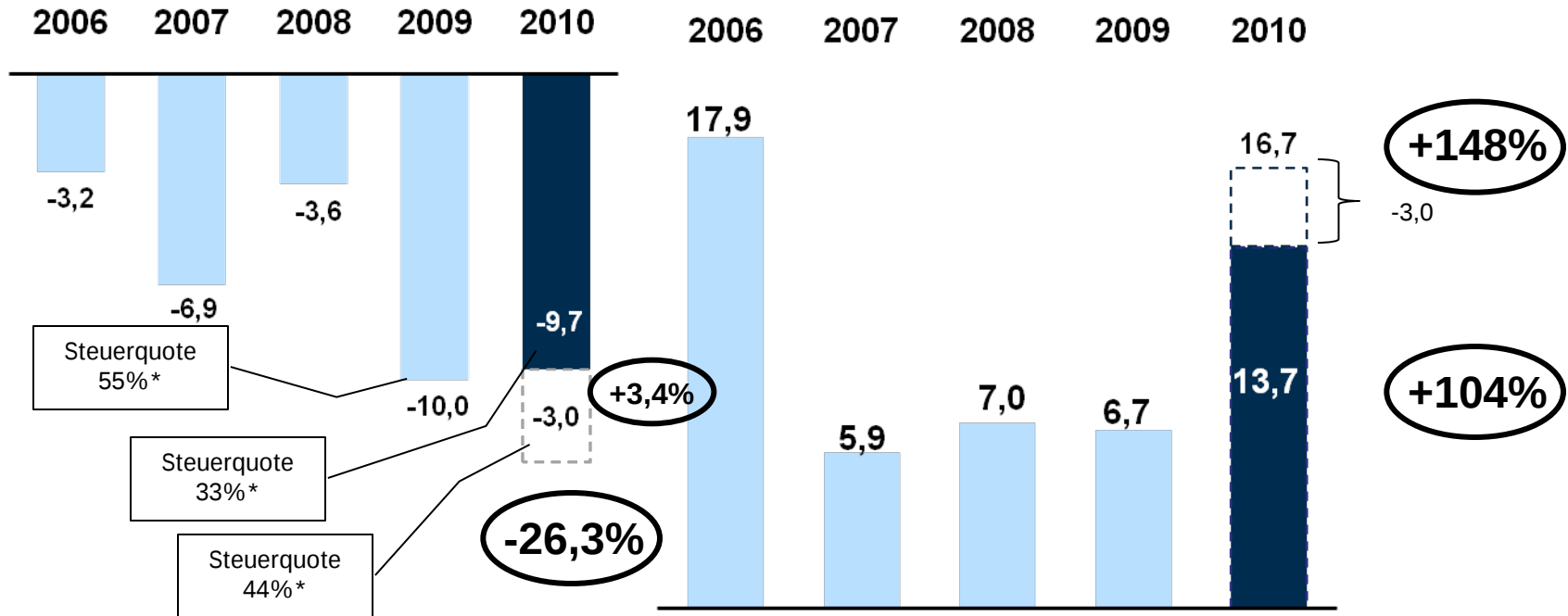


► Umsatz-Saisonverschiebung bestätigt

Steuerliche Effekte mit Sondereffekt Q1-Q4 2010

Steueraufwand Q1-Q4 in Mio. Euro

Ergebnis nach Steuern Q1-Q4 in Mio. Euro



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

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

*Ertragsteuern auf EBT bezogen

Konzern GuV-Darstellung – 2010

In Millionen Euro	2010	% v. Umsatz	2009	% v. Umsatz	Delta* m€	Delta* %
Umsatzerlöse	446,8	100,0%	409,8	100,0%	+37,0	+0,1 %
Bestandsveränderung	0,0	0,0%	0,0	0,0%	-0,1	-
Andere aktivierte Eigenleistung	1,5	0,3%	1,2	0,3%	+0,2	+0,2 %
Sonstige betriebliche Erträge	24,9	5,6%	28,3	6,9%	-3,3	-0,1 %
Materialaufwand	-168,7	-37,7%	-154,7	-37,8%	-13,9	-0,1 %
Rohergebnis	304,5	68,2%	284,6	69,5%	+19,9	+0,1 %
Personalaufwand	-102,3	-22,9%	-104,8	-25,6%	+2,5	+0,0 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-136,4	-30,5%	-124,0	-30,2%	-12,4	-0,1 %
EBITDA	65,9	14,7%	55,9	13,6%	+10,0	+0,2 %
Abschreibungen	-37,7	-8,4%	-37,2	-9,1%	-0,5	-0,0 %
EBIT	28,2	6,3%	18,7	4,6%	+9,5	+0,5 %
Finanzergebnis	-1,8	-0,4%	-1,9	-0,5%	+0,1	+0,1 %
EBT	26,4	5,9%	16,8	4,1%	+9,6	+0,6 %
Steuern	-12,7	-2,8%	-10,0	-2,4%	-2,6	-0,3 %
Ergebnis nach Steuern	13,7	3,1%	6,7	1,6%	+7,0	+1,0 %

*Vorzeichen entspricht Ergebnisauswirkung
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

+19,7 m€ Fotofinishing (+6,2 %)
+17,3 m€ Einzelhandel (+18,5 %)
Währungsbereinigt:
Fotofinishing: +5,1 %
Einzelhandel: +8,9 %

(-) Erträge aus abgeschriebenen/
wertberichtigten Forderungen
(-) Erträge aus der Auflösung der
ECO-Tax Rückstellung in NL
(-) Weiterberechnete Versandkosten
(-) Diverse Effekte

Konzern GuV-Darstellung – 2010

In Millionen Euro	2010	% v. Umsatz	2009	% v. Umsatz	Delta* m€	Delta* %
Umsatzerlöse	446,8	100,0%	409,8	100,0%	+37,0	+0,1 %
Bestandsveränderung	0,0	0,0%	0,0	0,0%	-0,1	-
Andere aktivierte Eigenleistung	1,5	0,3%	1,2	0,3%	+0,2	+0,2 %
Sonstige betriebliche Erträge	24,9	5,6%	28,3	6,9%	-3,3	-0,1 %
Materialaufwand	-168,7	-37,7%	-154,7	-37,8%	-13,9	-0,1 %
Rohergebnis	304,5	68,2%	284,6	69,5%	+19,9	+0,1 %
Personalaufwand	-102,3	-22,9%	-104,8	-25,6%	+2,5	+0,0 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-136,4	-30,5%	-124,0	-30,2%	-12,4	-0,1 %
EBITDA	65,9	14,7%	55,9	13,6%	+10,0	+0,2 %
Abschreibungen	-37,7	-8,4%	-37,2	-9,1%	-0,5	-0,0 %
EBIT	28,2	6,3%	18,7	4,6%	+9,5	+0,5 %
Finanzergebnis	-1,8	-0,4%	-1,9	-0,5%	+0,1	+0,1 %
EBT	26,4	5,9%	16,8	4,1%	+9,6	+0,6 %
Steuern	-12,7	-2,8%	-10,0	-2,4%	-2,6	-0,3 %
Ergebnis nach Steuern	13,7	3,1%	6,7	1,6%	+7,0	+1,0 %

(-) Allgemeiner Umsatzanstieg
sowie
(-) Steigender Einzelhandelsanteil
(+) Steigender Mehrwertproduktanteil

(+) Wegfall Restrukturierungsaufwand
(+) effizientere Produktion
(+) Steigender EH-Anteil
aber
(-) allgemeiner Umsatzanstieg

*Vorzeichen entspricht Ergebnisauswirkung
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Personalaufwand						
incl. Restrukturierung	-102,3	22,9	-104,8	25,6	+2,5	+2,4 %
ohne Restrukturierung	-102,1	22,9	-97,6	23,8	-4,5	-4,6 %
Restrukt. in Personalaufwand	-0,2	0,0	-7,2	1,8	+7,0	+97,1 %

Konzern GuV-Darstellung – 2010

In Millionen Euro	2010	% v. Umsatz	2009	% v. Umsatz	Delta* m€	Delta* %
Umsatzerlöse	446,8	100,0%	409,8	100,0%	+37,0	+0,1 %
Bestandsveränderung	0,0	0,0%	0,0	0,0%	-0,1	-
Andere aktivierte Eigenleistung	1,5	0,3%	1,2	0,3%	+0,2	+0,2 %
Sonstige betriebliche Erträge	24,9	5,6%	28,3	6,9%	-3,3	-0,1 %
Materialaufwand	-168,7	-37,7%	-154,7	-37,8%	-13,9	-0,1 %
Rohergebnis	304,5	68,2%	284,6	69,5%	+19,9	+0,1 %
Personalaufwand	-102,3	-22,9%	-104,8	-25,6%	+2,5	+0,0 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-136,4	-30,5%	-124,0	-30,2%	-12,4	-0,1 %
EBITDA	65,9	14,7%	55,9	13,6%	+10,0	+0,2 %
Abschreibungen	-37,7	-8,4%	-37,2	-9,1%	-0,5	-0,0 %
EBIT	28,2	6,3%	18,7	4,6%	+9,5	+0,5 %
Finanzergebnis	-1,8	-0,4%	-1,9	-0,5%	+0,1	+0,1 %
EBT	26,4	5,9%	16,8	4,1%	+9,6	+0,6 %
Steuern	-12,7	-2,8%	-10,0	-2,4%	-2,6	-0,3 %
Ergebnis nach Steuern	13,7	3,1%	6,7	1,6%	+7,0	+1,0 %

*Vorzeichen entspricht Ergebnisauswirkung
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Abschreibungen

incl. Restrukturierung	-37,7	8,4	-37,2	9,1	-0,5	-1,3 %
ohne Restrukturierung	-35,7	8,0	-36,4	8,9	+0,6	+1,7 %
Restrukt. in Abschreibungen	-2,0	0,4	-0,9	0,2	-1,1	-125 %

sonstige betriebliche Aufwendungen

incl. Restrukturierung	-136,4	30,5	-124,0	30,2	-12,4	-10,0 %
ohne Restrukturierung	-136,4	30,5	-122,5	29,9	-13,8	-11,3 %
Restrukt. in s. betr. Aufwend.	0,0	0,0	-1,5	0,4	+1,4	-

(-) Marketingaufwand
(-) IT-Aufwand
(+) Wegfall Restrukturierungsaufwand

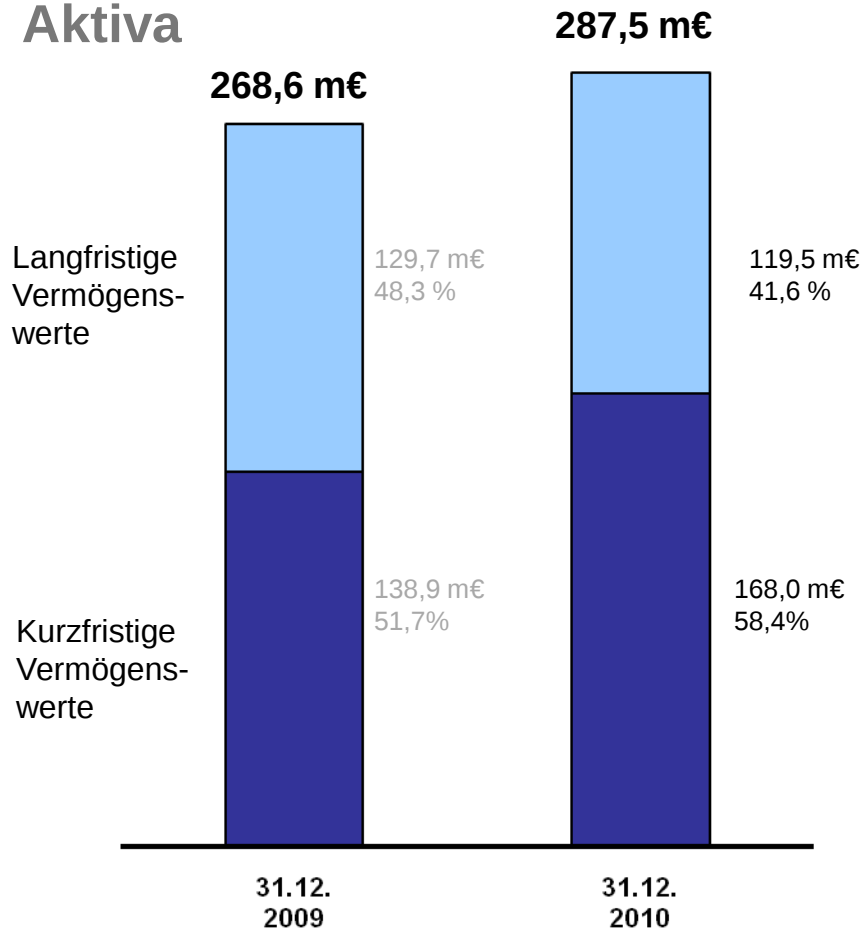
(-) Restrukturierungsaufwand

(-) Abschreibungen, da
Investitionen reduziert

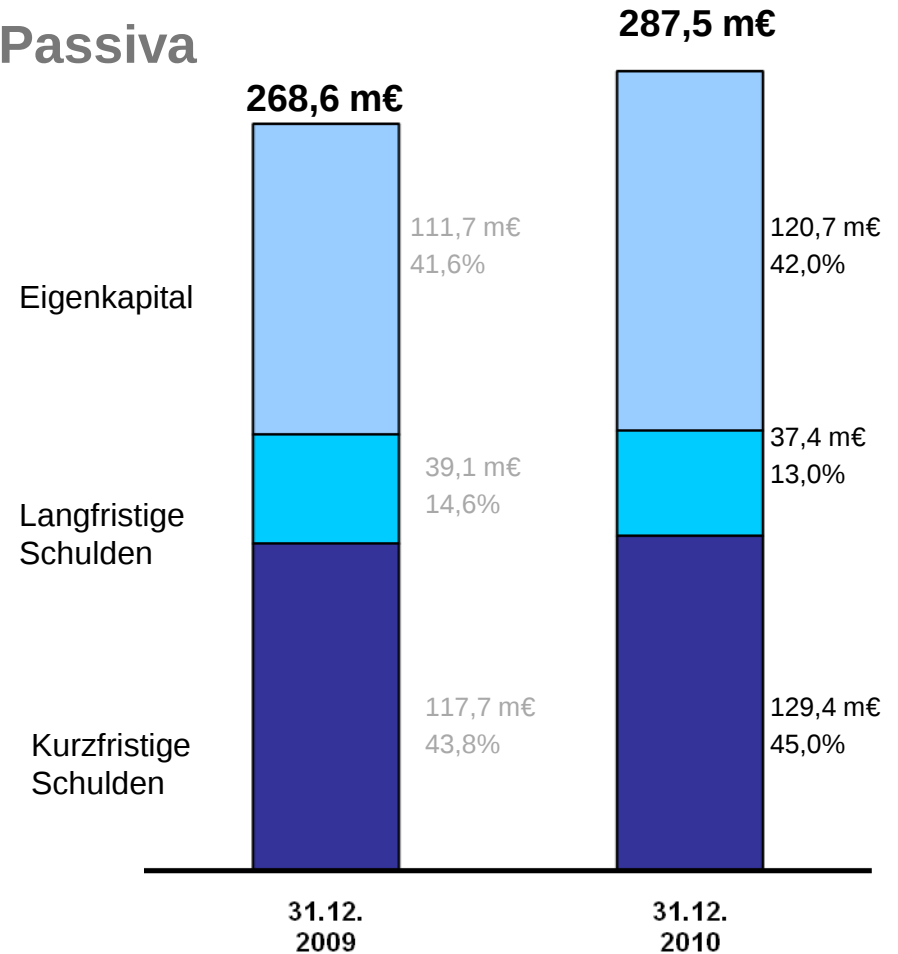
(-) Mehrergebnis
(-) Nichtanerkennung Forderungs-
verzicht im Steuerbescheid
(Rechtsmittel eingelegt)

Bilanz zum 31. Dezember 2010 – T-12

Aktiva



Passiva



► Eigenkapitalquote +0,4 Prozentpunkte auf 42,0 %

Konzern Bilanz-Darstellung: Aktiva – T-12

In Millionen Euro	2010	% v. Bilanzs.	2009	% v. Bilanzs.	Delta m€	Delta %	
Sachanlagen	80,5	28,0 %	86,7	32,3 %	-6,2	-7,2 %	(-) Reduktion technische Anlagen, da Abschreibungen größer als Invest (-) Restrukturierungseffekt Slowakei
Als Finanzinvestitionen gehaltene Immobilien	4,8	1,7 %	5,3	2,0 %	-0,5	-9,2 %	
Geschäfts- und Firmenwert	9,1	3,1 %	10,3	3,8 %	-1,3	-12,3 %	(-) Anpassung Geschäfts- und Firmenwert Diron wegen Kaufpreisanpassungsklausel
Immaterielle Vermögenswerte	16,3	5,7 %	18,5	6,9 %	-2,2	-12,1 %	
Finanzanlagen	0,2	0,1 %	0,3	0,1 %	-0,1	-32,0 %	
Langfristige Forderungen aus Ertragsteuer-Erstattungen	2,9	1,0 %	3,0	1,1 %	-0,1	-2,5 %	(-) Reinvest in Software geringer als Abschreibungen
Langfristige Forderungen und Vermögenswerte	0,4	0,1 %	0,3	0,1 %	+0,0	+6,9 %	
Aktive latente Steuern	5,4	1,9 %	5,2	1,9 %	+0,2	+3,2 %	
Langfristige Vermögenswerte	119,5	41,6 %	129,7	48,3 %	-10,2	-7,8 %	
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	0,2	0,1 %	2,0	0,8 %	-1,9	-90,6 %	(-) Verkauf Grundstück Teplice - CZ (-) Verkauf Grundstück Valence – F (-) Umgliederung CEWE-DK Aarhus
Vorräte	50,3	17,5 %	52,3	19,5 %	-2,0	-3,8 %	
Kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	72,0	25,1 %	66,5	24,8 %	+5,5	+8,3 %	
Kurzfristige Forderungen aus Ertragsteuer-Erstattungen	1,2	0,4 %	1,1	0,4 %	+0,0	+1,7 %	(-) Reduktion Vorrat Kiosk-Papier
Kurzfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte	21,0	7,3 %	8,7	3,2 %	+12,3	+141 %	
Liquide Mittel	23,4	8,1 %	8,2	3,1 %	+15,2	+185 %	(+) Wegen Umsatzanstieg (aber unterproportional)
Kurzfristige Vermögenswerte	168,0	58,4 %	138,9	51,7 %	+29,1	+21,0 %	
Bilanzsumme	287,5	100,0 %	268,6	100,0 %	+18,9	+7,1 %	(+) Geldmarktanlage

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Konzern Bilanz-Darstellung: Passiva – T-12

In Millionen Euro	2010	% v. Bilanzs.	2009	% v. Bilanzs.	Delta m€	Delta %
Gezeichnetes Kapital	19,2	6,7 %	19,2	7,1 %	+0,0	+0,0 %
Kapitalrücklage	56,2	19,6 %	56,2	20,9 %	+0,0	+0,0 %
Sonderposten für eigene Anteile	-17,6	-6,1 %	-17,0	-6,3 %	-0,6	+3,8 %
Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn	62,9	21,9 %	53,3	19,8 %	+9,6	+18,1 %
Anteile Dritter	0,0	0,0 %	0,04	0,0 %	+0,0	+14,3 %
Eigenkapital	120,7	42,0 %	111,7	41,6 %	+9,0	+8,1 %
Lfr. Sonderposten für Investitionszuwendungen	0,4	0,1 %	0,5	0,2 %	-0,1	-19,4 %
Lfr. Pensionsrückstellungen	10,0	3,5 %	9,7	3,6 %	+0,3	+3,4 %
Lfr. passive latente Steuern	1,8	0,6 %	1,7	0,6 %	+0,1	+8,5 %
Lfr. übrige Rückstellungen	0,9	0,3 %	1,1	0,4 %	-0,3	-23,1 %
Lfr. Finanzverbindlichkeiten	24,1	8,4 %	26,1	9,7 %	-2,0	-7,5 %
Lfr. übrige Verbindlichkeiten	0,2	0,1 %	0,1	0,0 %	+0,1	+150,7 %
Langfristige Schulden	37,4	13,0 %	39,1	14,6 %	-1,7	-4,5 %
Kfr. Sonderposten für Investitionszuwendungen	0,1	0,0 %	0,10	0,0 %	+0,0	+0,0 %
Kfr. Steuerrückstellungen	4,7	1,6 %	3,7	1,4 %	+1,0	+28,3 %
Kfr. Übrige Rückstellungen	8,6	4,0 %	11,6	4,3 %	-3,0	-25,8 %
Kfr. Finanzverbindlichkeiten	6,6	2,3 %	6,5	2,4 %	+0,2	+2,8 %
Kfr. übrige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	82,6	28,7 %	73,2	27,3 %	+9,4	+12,8 %
Kfr. übrige Verbindlichkeiten	26,7	9,3 %	22,7	8,4 %	+4,1	+18,0 %
Kurzfristige Schulden	129,4	45,0 %	117,7	43,8 %	+11,7	+9,9 %
Bilanzsumme	287,5	100,0 %	268,6	100,0 %	+18,9	+7,1 %

(+) Ergebnis nach Steuern
(+) Erfolgsneutr Erträge/Aufw
(-) Ausweis-/Bewertungsanp.
(-) Dividende
(+) Sonstige EK-Effekte

(-) Tilgung

(-) GewSt
(+) KSt
(+) Kapitalertragsteuer

(-) Inanspruchnahme Restruktu-
rierungsrückstellungen
(in Frankreich)

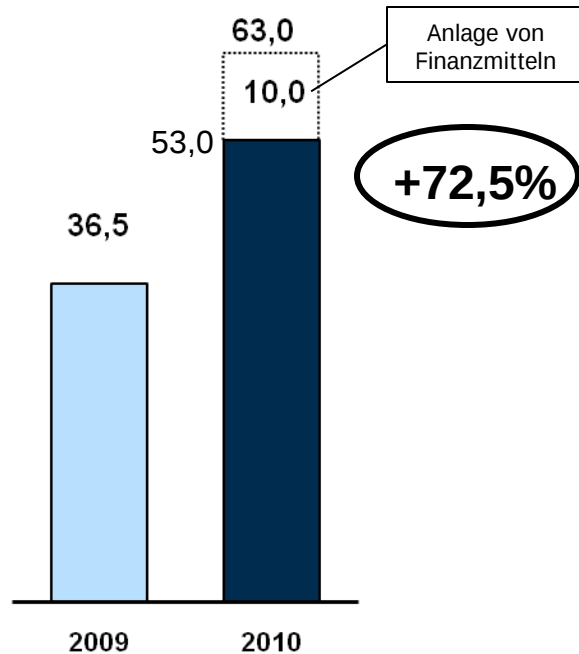
(+) Aufgrund Umsatzanstieg
(aber überproportional)

(+) Anstieg Kundenboni

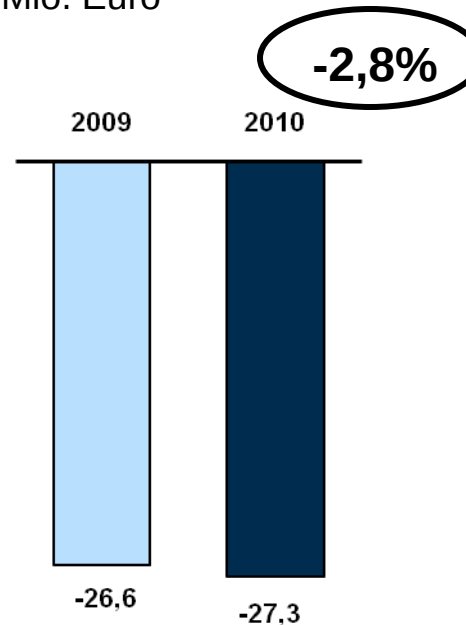
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Free Cash Flow Q1-Q4 2010

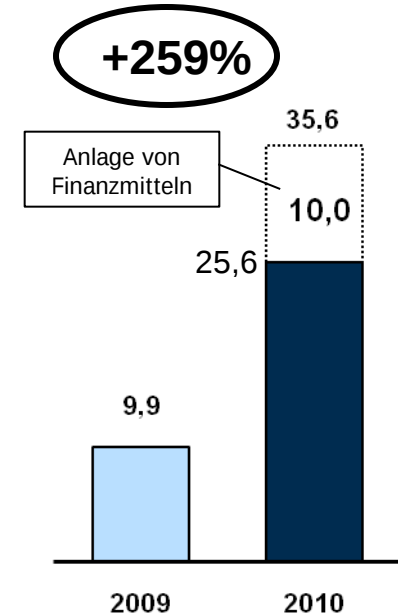
Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit
in Mio. Euro



Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit
in Mio. Euro



Free Cash Flow
in Mio. Euro

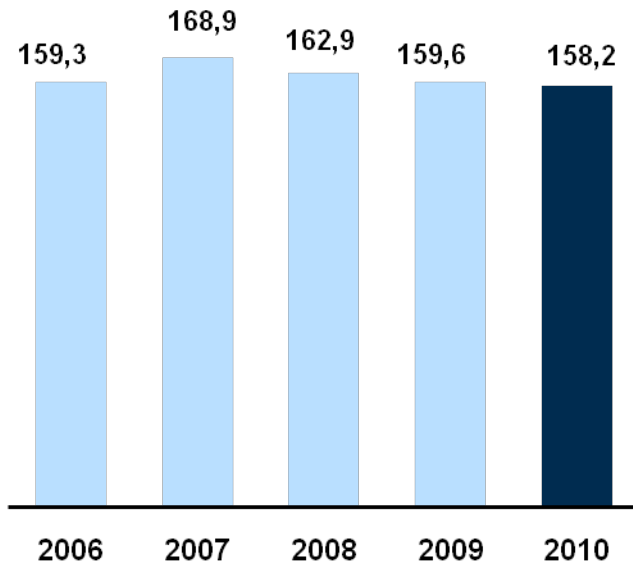


Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

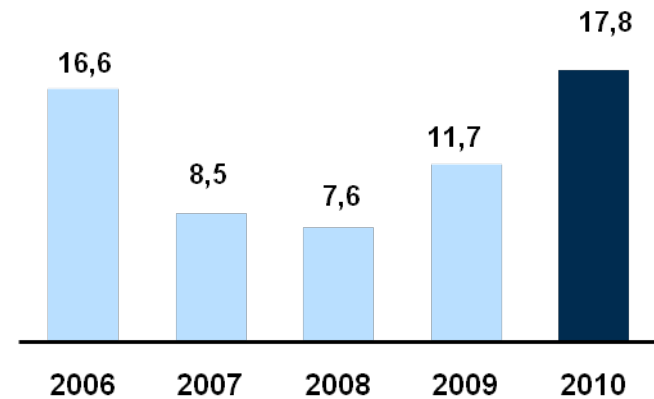
- ▶ **Free Cash Flow springt um 15,7 Mio. Euro auf 25,6 Mio. Euro**
- ▶ **Investitionen legen leicht zu**
- ▶ **Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit: +73% durch Gewinnsteigerung**

Capital Employed und ROCE Q1-Q4 2010

Durchschn. Capital Employed
der vergangenen 4 Quartale
in Mio. Euro



ROCE
in %



► **Starke Kapitalrentabilität**

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Kursentwicklung CEWE COLOR-Aktie

Performance 2009

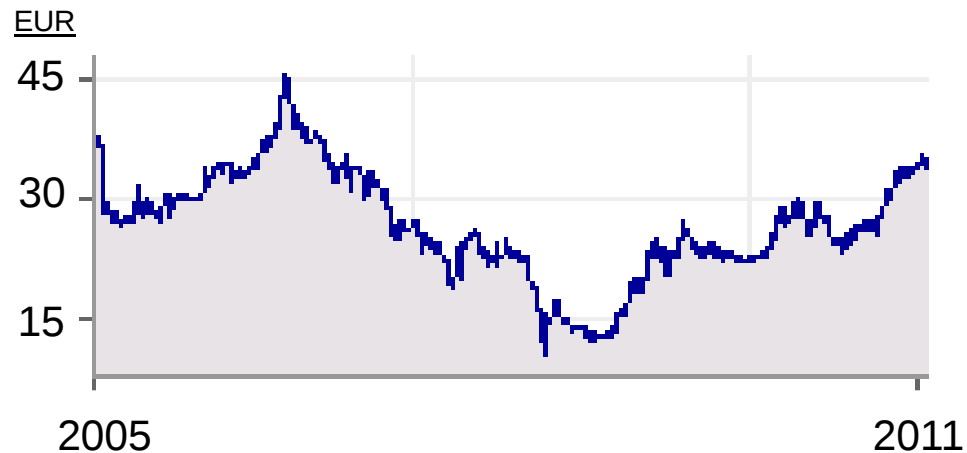
CEWE: +60.9%
SDAX: +26.8%
DAX: +19.8%

Performance 2010

CEWE: +47.6%
SDAX: +45.4%
DAX: +16.1%

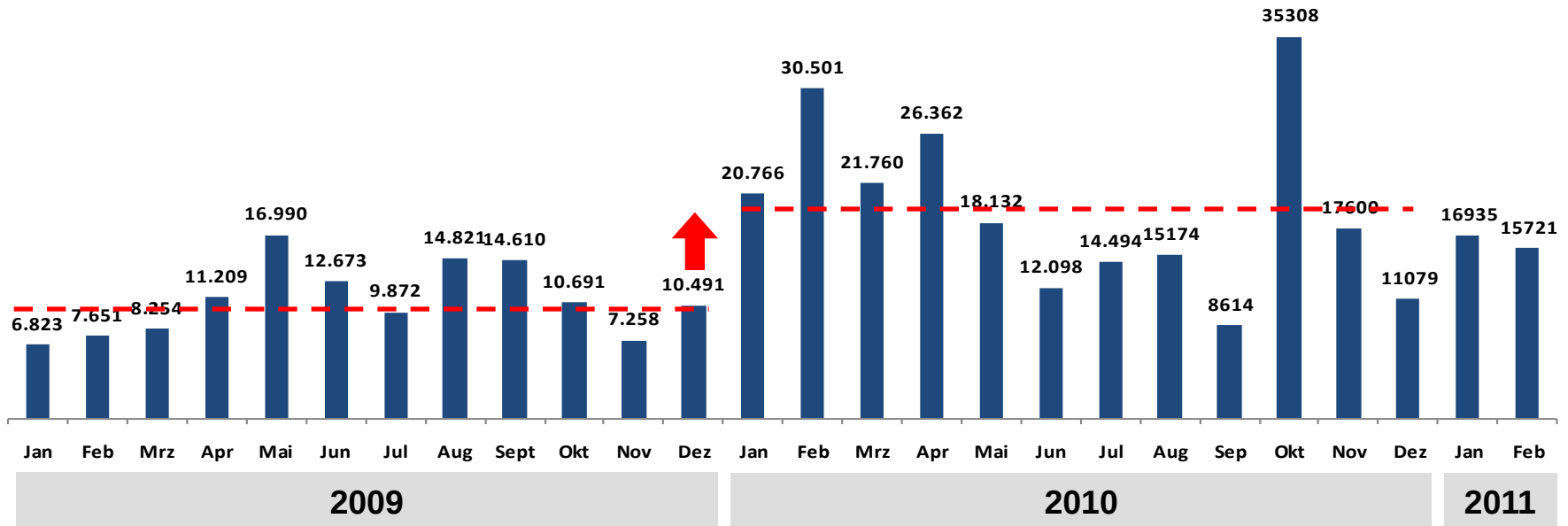
CEWE COLOR Holding AG

ISIN DE0005403901, WKN 540390, CWC



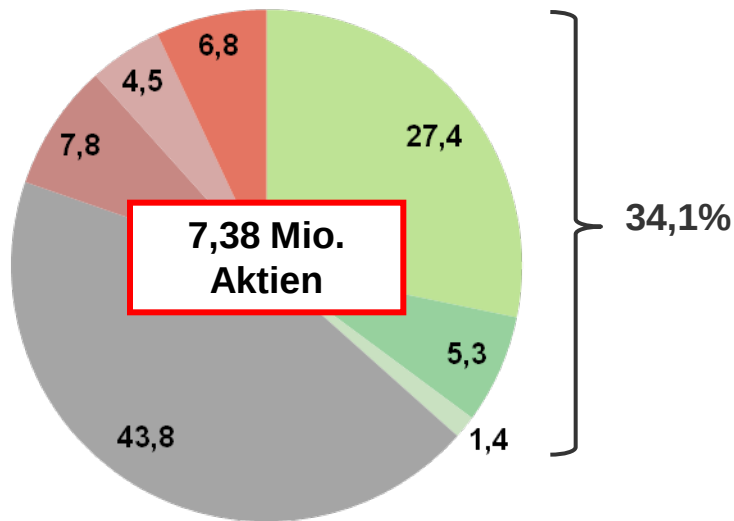
► CEWE COLOR-Aktie in 2010 erneut stärker als DAX und SDAX

Tägliches Handelsvolumen



- ▶ Handelsvolumen nachhaltig gestärkt
- ▶ Durchschnittlich wurden 19.927 Aktien pro Tag im Jahr 2010 gehandelt (2009: 11.109 Aktien pro Tag)

Aktionärsstruktur (März 2011)



lt. Mitteilung gemäß §§ 21, 22 WpHG

* nach eigenen Angaben

** ohne Anteile von Herrn Dr. Jacobs, Mitglied des Aufsichtsrates, die als Sentosa Beteiligungs-GmbH ausgewiesen werden

27,4% **ACN Vermögensverwaltungs-gesellschaft mbH & Co. KG**
(Erbengemeinschaft nach
Heinz Neumüller)

7,8% **Nord LB***

6,8% **CEWE COLOR Holding AG**

5,3% **Sentosa Beteiligungs GmbH**

4,5% **Sparinvest Holding A/S**

3,0% **Schroders plc**

1,4% **CEWE COLOR Vorstand
und Aufsichtsrat****

43,8% **Weitere Aktionäre**

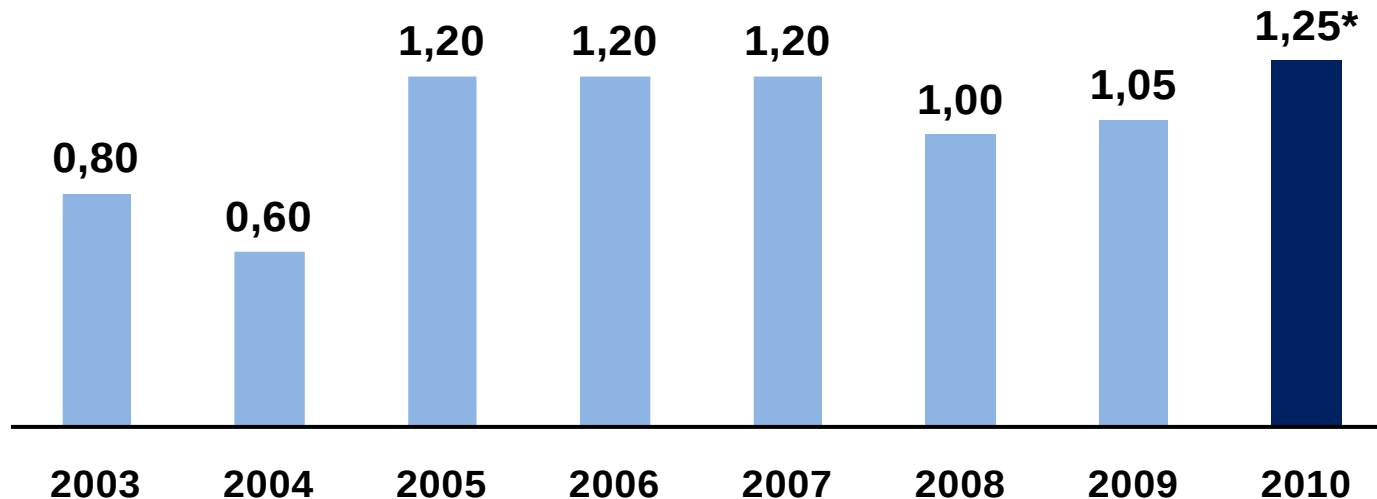
51,9% **Free Float** (gem. Deutsche Börse)

► **Erbengemeinschaft des Firmengründers ist der Hauptaktionär der CEWE COLOR Holding AG**

► **34,1% der Aktien sind in Aufsichtsrat und Vorstand vertreten**

Dividende

Dividende
in Euro



- ▶ Die Dividende für das Geschäftsjahr 2010 soll auf 1,25 Euro steigen
- ▶ Dividendenrendite 4,0%

* Dividendenvorschlag des Vorstands und Aufsichtsrats für die Hauptversammlung am 18. Mai 2011

** Bezogen auf den Xetra-Kurs in Höhe von 31,25 Euro/Aktie vom 23. März 2011, 13:28 Uhr (Zeitpunkt Aufsichtsratsbeschluss)

Analystenurteile zur CEWE-Aktie

Übersicht der aktuellen Analystenurteile

	Analyseurteil	Datum
DZ Bank	Kaufen	25.02.2011
GSC Research	Halten	24.02.2011
Bankhaus Lampe	Kaufen	24.02.2011
Silvia Quandt Research	Kaufen	23.02.2011
CB Seydler Bank	Kaufen	23.02.2011
Nord/LB	Kaufen	23.02.2011
Warburg Research	Halten	23.02.2011
BHF Bank	Kaufen	15.11.2010
Commerzbank	Kaufen	10.11.2010

► **Einheitlich positive Analystenurteile**

Agenda

1. Highlights und Ausblick
2. Unternehmensentwicklung 2010
3. Ergebnisse 2010
- 4. www.viaprinto.de**

viaprinto



viaprinto



Referenzen



viaprinto – wenn es einfach und schnell sein soll!

- ▶ Ohne Mindestbestellmengen:
Ab 1 Exemplar
- ▶ Einfache Bedienung
- ▶ Schnelle Lieferung
- ▶ Hohe Qualität
- ▶ Datensicherheit





unser schönster
Sommerurlaub

**Mein
CEWE FOTOBUCH**

Ihre Fotos als echtes Buch!

www.cele-fotobuch.de



www.viaprinto.de

Der leicht zu bedienende Online-
Druckservice für hochwertigen und
schnellen Druck in kleinen Auflagen

Finanzterminkalender 2011

30. März 2011	Bilanzpresse- und Analystenkonferenz, Frankfurt
12. Mai 2011	Bekanntgabe der Zahlen für das Q1 2011
18. Mai 2011	Hauptversammlung, Park Hotel, Bremen
11. August 2011	Bekanntgabe der Zahlen für das Q2 2011
29. August 2011	SCC_Small Cap Conference, Frankfurt
15. November 2011	Bekanntgabe der Zahlen für das Q3 2011
21. November 2011	Deutsches Eigenkapitalforum, Frankfurt

viaprinto entspannt.

Professioneller Druck kann so einfach sein:

viaprinto ist die intelligente Online-Lösung für Organisation, Druck und Verteilung von Dokumenten wie z. B. Präsentationen, Broschüren, Flyer oder Geschäftsberichten. www.viaprinto.de



Was unsere Kunden besonders schätzen:

- > Immer den besten Eindruck:
Professionelle Dokumente für Ihren Auftritt.
- > Qualitätsdruck ab Auflage 1:
Kosteneffizientes Drucken ohne Mindestbestellmengen.
- > Express-Produktion und -Lieferung:
Innerhalb von 36 Stunden möglich.