

Q1 Q2 2010

HALBJAHRESBERICHT



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

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

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

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



HIGHLIGHTS Q1–Q2 2010

„Mit dem ersten Halbjahr liegen wir genau auf Kurs:
Das Ergebnis je Aktie soll sich im Jahr 2010 verdoppeln.“

Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender

► Umsatz legt zu

- Umsatz steigt deutlich: +6,0 % im ersten Halbjahr auf 180,4 Mio. Euro
- Mehrwert-Produkte stärken Fotofinishing-Umsatz: Umsatz pro Foto legt im ersten Halbjahr um +6,3 % zu
- Einzelhandels-Umsatz um 20,5 % (währungsbereinigt um 8,3 %) gestiegen

► Foto-Volumen auf dem Weg zum Jahresziel

- Gesamtzahl der Fotos zum Halbjahr bei 1,0 Mrd. Fotos und damit auf dem Weg zum Jahresziel
- CEWE FOTOBÜCHER weiter erfolgreich: +22 % auf 1,6 Mio. Bücher zum Halbjahr

► Ergebnisse auf Kurs zur Verdopplung des Ergebnisses/Aktie

- Ergebnisse – wie immer – saisonbedingt noch negativ
- Ergebnisse des zweiten Quartals treffen voll die Erwartungen im Rahmen der Saisonverschiebung
- Halbjahresergebnisse steigen um 7 Mio. Euro: EBITDA +8,6 Mio. Euro auf 14,0 Mio. Euro, EBIT +6,9 Mio. Euro auf –5,9 Mio. Euro
- EBIT der vergangenen zwölf Monate (Q3/2009 bis Q2/2010) um 14,5 Mio. Euro auf 25,5 Mio. Euro gesteigert: Ergebnis-Schub durch neue Saisonspitze im vierten Quartal und Abschluss der analog/digital-transformationsbedingten Restrukturierungen
- Quartals-, Halbjahres- und 12-Monats-Ergebnisse zeigen: Jahresziele 2010 sind plausibel und erreichbar

► Bilanz solide und Cash Flow legt kräftig zu

- Bilanz sehr solide: Eigenkapitalquote steigt um 5 Prozentpunkte auf 40,3 %
- Ergebnissteigerung und Working-Capital-Verbesserungen lassen Free-Cash Flow um +15,4 Mio. Euro wachsen
- Damit nach dem – immer ertragsschwachen, aber investitionsreichen – ersten Halbjahr bereits ausgeglichener Free Cash Flow erreicht (–0,4 Mio. Euro)

► Kapitalrentabilität weit mehr als verdoppelt

- Kapitaleinsatz (Capital Employed) um 10,4 Mio. Euro reduziert
- Kapitalrentabilität springt im 12-Monats-Vergleich von 6,9 % auf 16,1 %



CEWE FOTOBÜCHER weiterhin
sehr erfolgreich: +22 % auf 1,6 Mio. Bücher

INHALTSVERZEICHNIS

AN DIE AKTIONÄRE

Brief an die Aktionäre	4
CEWE COLOR Aktie	8

ZWISCHENLAGEBERICHT

Märkte und Produkte	14
Resultate	24
Mitarbeiter	46
Organisation und Verwaltung	47
Ausblick	48
Die CEWE COLOR Gruppe – Struktur und Organe	51

KONZERNABSCHLUSS

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

WEITERE INFORMATIONEN

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

Sehr geehrte Aktionärinnen,
sehr geehrte Aktionäre,

Ihr Unternehmen CEWE COLOR hat auch das zweite Quartal erfolgreich durchlaufen und hat so das erste Halbjahr 2010 gut abgeschlossen.

Auf dem Fundament des ersten Halbjahres sind wir sehr zuversichtlich, den Nachsteuergewinn von 1,00 Euro pro Aktie auf 1,76 bis 2,20 Euro pro Aktie verdoppeln zu können.

Die Hauptresultate des ersten Halbjahres haben wir für Sie auf der ersten Seite dieses Berichts sehr prägnant zusammengefasst. Diese Zusammenfassung möchte ich hier nicht wiederholen, sondern vielmehr eine Besonderheit betonen, die für das Verständnis unserer Ergebnisse bereits seit Jahren eine große und zunehmend größere Bedeutung hat: das **Saisonprofil** und insbesondere die **Saisonverschiebung** in das vierte Quartal.

Früher – festes Saisonprofil in der analogen Welt:

Q2 und vor allem Q3 machten den Gewinn

In der analogen Welt der Fotos von Filmen hat CEWE COLOR immer einen Verlust im ersten Quartal ausgewiesen. Dann begann die erfolgreiche Aufholjagd: Etwas im Frühlingsquartal, dem zweiten Quartal, und ganz besonders im Sommerurlaubsquartal, dem dritten Quartal, hat CEWE COLOR diesen Anfangsverlust wieder mehr als wettgemacht.

Das vierte Quartal schloss meist mit einem Nullergebnis, so dass nach dem dritten Quartal im Grunde das Jahresergebnis feststand.

Heute – neues Saisonprofil in der digitalen Welt:

Q3 und vor allem Q4 machen den Gewinn

Schon Ende des zweiten Quartals waren rund 81 % aller Fotos Digitalfotos und nur noch rund 19 % Fotos von Filmen. Durch diesen Wandel zu digitalen Produkten – besonders dem CEWE FOTOBUCH, digitalen Fotos, Foto-Kalendern und -grußkarten – verschiebt sich der Saisonschwerpunkt: Diese Produkte werden immer noch im dritten Quartal, nach dem Sommerurlaub, von vielen Konsumenten nachgefragt. Ein Teil dieser Nachfrage verschiebt sich aber in das vierte Quartal, da sich die Konsumenten die Bilder ja bereits elektronisch anschauen können. Daher stellen sie die Bilder zu einem passenden Zeitpunkt zusammen – zum Beispiel, um für Weihnachten ein CEWE FOTOBUCH zu bestellen. Hierdurch reduziert sich relativ die Bedeutung des dritten Quartals, und das vierte Quartal wird zum umsatz- und ertragsstärksten Quartal bei CEWE COLOR.

Reine Digital-/Online-Anbieter fahren den Gewinn ausschließlich im Q4 ein

Fotofinishing-Anbieter, die ausschließlich im Internet-Geschäft mit digitalen Produkten aktiv sind, weisen ein noch wesentlich ausgeprägteres „digitales“ Saisonprofil auf: In den ersten drei Quartalen steigt der Verlust mit jedem Quartal und erst im vierten Quartal wird der bis dahin aufgelaufene Verlust ausgeglichen und zusätzlich der Jahresgewinn generiert.

CEWE COLOR betreibt nicht nur Internet-Geschäft, sondern operiert auch über die Ladengeschäfte der Handelspartner. Besonders in diesem Teil unseres Geschäftes hat auch das dritte Quartal noch eine große Bedeutung.

Leicht geminderte Q2-Ergebnisse liegen voll in diesem Trend

Die Übersicht im Abschnitt „Kosten und Ergebnisse“ dieses Berichts zeigt: Die leichte Reduktion des operativen Ergebnisses (vor Zinsen und Steuern) von 2,1 Mio. Euro im Vorjahresquartal auf 1,9 Mio. Euro im Berichtsquartal liegt voll in diesem Trend – vielleicht sogar etwas positiver als der Trend. Neben den aktuellen Entwicklungen im operativen Geschäft bestärkt uns gerade dies auch in unserer Aussage: Wir sind auf Kurs! Wir sind auf dem besten Weg, das Ergebnis je Aktie zu verdoppeln.

Die 12-Monats-Perspektive: Ergebnis um 14,5 Mio. Euro auf 25,5 Mio. Euro mehr als verdoppelt!

In der 12-Monats-Perspektive wird die erheblich gestiegene Ertragskraft des Unternehmens deutlich: Das operative Ergebnis (EBIT) für die mit dem 30. Juni 2010 beendeten zwölf Monate hat sich von 11,0 Mio. Euro auf 25,5 Mio. Euro mehr als verdoppelt.

	EBIT (Mio. €)				
	Q1	Q2	Q3	Q4	
2008	-14,1	2,6	15,6	8,2	11,0
2009	-14,9	2,1	15,8	15,7	25,5
2010	-7,8	1,9			

Die Ertragssteigerung um 14,5 Mio. Euro basiert einerseits darauf, dass keine transformationsbedingten Restrukturierungsaufwendungen mehr entstanden sind. Andererseits trägt der Ergebnisanstieg im vierten Quartal durch den kräftig gewachsenen Anteil der Mehrwertprodukte im Rahmen der Saisonverschiebung zur höheren Ertragskraft bei. Sie sehen: Die geplante Gewinnsteigerung für 2010 steht auf einem sehr soliden Fundament!

Neue Produkte für das wichtige vierte Quartal

Um die hohen Potenziale – insbesondere des vierten Quartals – zu realisieren, werden wir zur diesjährigen photokina wieder zahlreiche neu und weiterentwickelte Mehrwertprodukte auf den Markt bringen.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
Sie sehen, die geplante Gewinnsteigerung steht auf einem sehr soliden Fundament und die Produkt-Pipeline für eine weitere Verbesserung der Ertragskraft Ihres Unternehmens in der wichtigen zweiten Jahreshälfte ist prall gefüllt.

Ihre CEWE COLOR Mannschaft arbeitet hart daran, das Wachstum und die Ertragskraft Ihres Unternehmens nachhaltig zu steigern.

Oldenburg, 16. August 2010

Dr. Rolf Hollander



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

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

CEWE COLOR Aktie

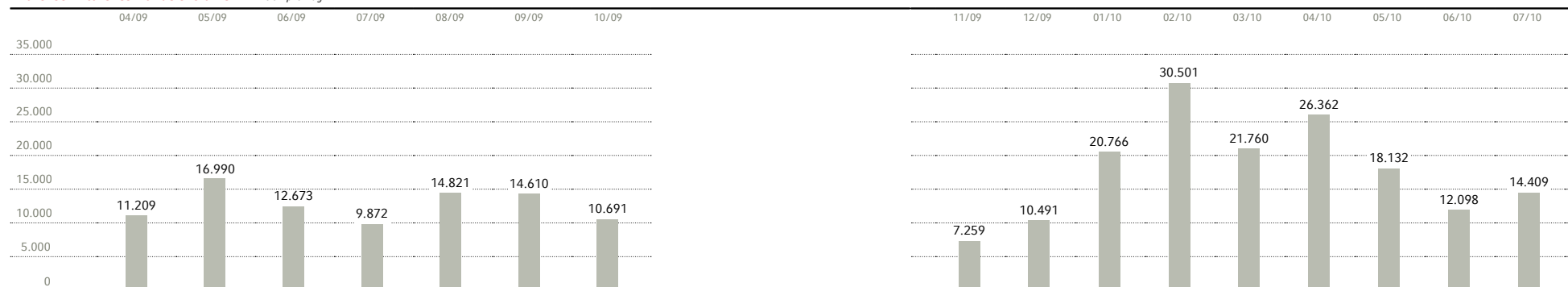
CEWE COLOR Aktie im ersten Halbjahr im Plus mit 13,4 %

Nach dem starken Kursanstieg der CEWE COLOR Aktie im ersten Quartal 2010 mit 22,9 % konnte die Aktie im zweiten Quartal diese Entwicklung mit einem Kursrückgang von 7,7 % nicht fortsetzen. Auch der DAX verlor im zweiten Quartal 3,0 %, der SDAX blieb mit +0,2 % fast konstant. Im ersten Halbjahr 2010 insgesamt legte die CEWE COLOR Aktie 13,4 % zu und entwickelte sich damit besser als DAX und SDAX. Die beiden Indizes verbesserten sich im ersten Halbjahr 2010 nur um +0,7 % (DAX) und +9,9 % (SDAX).

CEWE COLOR Aktienkurs 01.01.2009 bis 31.07.2010 in Euro



Durchschnittliches Handelsvolumen in Aktien pro Tag



Analysten sind sich weiter einig: Ausnahmslos Kauf-Empfehlungen

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

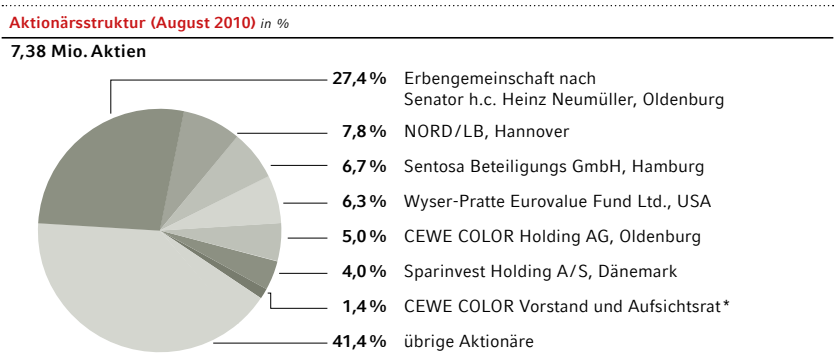
CEWE COLOR Aktie fest im SDAX etabliert

Nach dem Kriterium ‚Handelsvolumen‘ belegte CEWE COLOR im Juni 2010 die 79. Position, beurteilt nach der ‚Marktkapitalisierung‘ die 88. Position. Damit ist die CEWE COLOR Aktie eine feste Größe im Index SDAX, der typischerweise Aktien ab der Position 110 und besser berücksichtigt.

Übersicht der aktuellen Analystenurteile	Analyseurteil	Datum
SES Research	Kaufen	22.02.10
DZ Bank	Kaufen	27.04.10
NORD/LB	Kaufen	18.05.10
Close Brothers Seydler Bank	Kaufen	18.05.10
Bankhaus Lampe	Kaufen	19.05.10
BHF Bank	Kaufen	23.06.10
GSC Research	Kaufen	01.07.10

Stabile Aktionärsstruktur stärkt den Wachstumskurs des Managements

Im zweiten Quartal 2010 gab es keine Veränderungen in der Aktionärsbasis der institutionellen Investoren. CEWE COLOR hat mit der Erbgemeinschaft nach Senator h.c. Heinz Neumüller (ACN Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG) mit 27,4 %, der NORD/LB mit 7,8 %, sowie der Sentosa Beteiligungs GmbH (Dr. Joh. Christian Jacobs) mit 6,7 % Anteilsbesitz weiterhin eine überaus stabile Aktionärsbasis. Alle Ankerinvestoren unterstützen den langfristigen Wachstumskurs des Managements.



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



EBIT der vergangenen zwölf Monate
steigt um 14,5 Mio. Euro auf 25,5 Mio. Euro

ZWISCHENLAGEBERICHT

Märkte und Produkte	14
Aktuelle wirtschaftliche Rahmenbedingungen	14
Fotomarkt	15
Produkte und Marketing	17
Resultate	24
Absatz	24
Umsatz	27
Kosten und Ergebnisse	28
Segmente	35
Bilanz und Finanzierung	40
Cash Flow	44
Kapitalrentabilität	45
Mitarbeiter	46
Organisation und Verwaltung	47
Ausblick	48
Die CEWE COLOR Gruppe – Struktur und Organe	51

MÄRKTE UND PRODUKTE

Aktuelle wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Weltkonjunktur: Kräftiges Wachstum setzt sich fort

Nach einem kräftigen Zuwachs im vierten Quartal 2009 legte das globale reale Bruttoinlandsprodukt (BIP) gemäß einer Studie des Instituts für Weltwirtschaft (IfW), Kiel, auch im ersten Quartal 2010 deutlich zu: Das BIP lag demnach um rund 4,5 % höher als ein Jahr zuvor, als im Verlauf der globalen Rezession der Tiefpunkt der Produktion erreicht war. Auch für das zweite Quartal rechnet das Institut mit einem kräftigen Anstieg der Weltproduktion. Die Kapazitäten seien aber aufgrund des vorangegangenen konjunkturellen Einbruchs nach wie vor in erheblichem Maße unterausgelastet.

Für Deutschland geht das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), Berlin, im zweiten Quartal 2010 von einem Wirtschaftswachstum von 0,9 % aus. Auch die Bundesbank sieht in ihrem Juni-Bericht die Entwicklung im zweiten Quartal positiv.

Inflation gedämpft

Bei unverändert niedrigen Zinsen und einer weiterhin geringen Inflationsdynamik weist das Institut für Weltwirtschaft darauf hin, dass die Tendenz zu höheren Inflationsraten zum überwiegenden Teil der Erholung der Rohstoffpreise geschuldet sei. Die Kernrate der Inflation habe zum Teil sogar weiter abgenommen – vor allem in den Industrieländern.

Wechselkurs

Der Euro hat sich in den vergangenen drei Monaten in nominaler effektiver Rechnung vor dem Hintergrund einer erhöhten impliziten Volatilität weiter abgeschwächt. Die Kursverluste der Gemeinschaftswährung waren breit angelegt. Am 7. Juli 2010, dem Stichtag des Berichts der Europäischen Zentralbank (EZB), lag der nominale effektive Wechselkurs des Euro gemessen an den Währungen der 21 wichtigsten Handelspartner des Euro-Währungsgebiets –4,8 % unter seinem Niveau von Ende März und –8,9 % unter seinem Durchschnitt des vergangenen Jahres. Auch gegenüber dem US-Dollar verlor der Euro an Wert und erreichte ein Niveau, das zuletzt Anfang 2006 verzeichnet wurde. Am 7. Juli 2010 notierte der Euro bei 1,26 USD und damit 6,8 % unter seinem Stand von Ende März beziehungsweise rund 10 % unter seinem Durchschnitt von 2009.

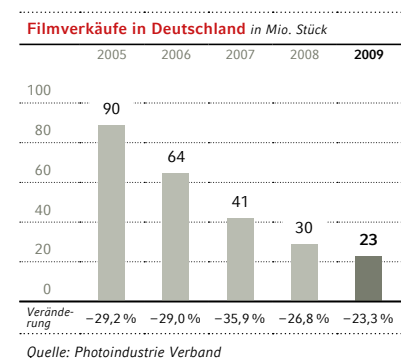
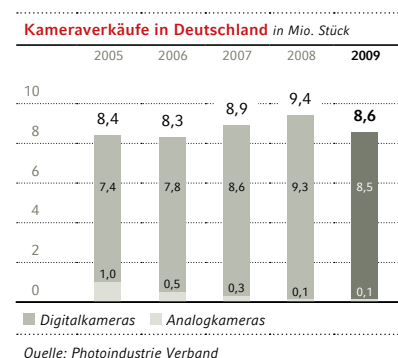
Fotomarkt

Digitalkameras erfreuen sich weiter hoher Beliebtheit

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

88 % des maximal möglichen Analogfilmrückgangs erfolgreich bewältigt

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



Digitale Technologie ändert das Bestellverhalten

Mit dem Wandel zur digitalen Fotografie haben sich auch die Arten der Fotoproduktion und die Zahl der Ablichtungen auf Papier geändert. Während der Konsument im analogen Zeitalter im Durchschnitt noch 120 Aufnahmen pro Jahr belichtet hat, werden von 500 digitalen Aufnahmen etwa 22 % auf Papier ausbelichtet. Hierbei ist jedoch ein sehr erfreulicher Trend hin zur Nutzung von Fotobüchern und digitalen Mehrwertprodukten wie Fotogrußkarten, Fotokalendern und Wanddekorationen zu verzeichnen.

Fotobücher und digitale Mehrwertprodukte mit starkem Wachstum

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

Europaweit trifft das Fotobuch auf eine große Resonanz bei den Konsumenten. Laut Bundesverband der Foto-Großlaboratorien wurden in Deutschland 2006 insgesamt 1,3 Mio. Fotobücher verkauft, 2008 bereits 4,4 Mio. Stück. In Westeuropa waren es im vergangenen Jahr sogar mehr als 10,7 Mio. Fotobücher. Bis zum Jahr 2012 wird sich nach Einschätzung der Marktforschungsgesellschaft FutureSource.com die Anzahl der verkauften Fotobücher mit knapp 23 Mio. Stück mehr als verdoppeln.



www.schlecker.de



www.mueller.de/fotoservice

Produkte und Marketing

Neben vielen neuen Produkten (v. a. CEWE FOTOBÜCHER und andere digitale Mehrwertprodukte) bleiben Fotos weiterhin eine wichtige Säule des digitalen Geschäfts.

Internet als Bestellweg immer beliebter

Die Breitbandinitiative der Bundesregierung und der Telekommunikationsindustrie wird den Vermarktungskanal Internet weiter deutlich stärken. Bis 2014 sollen 75 % der Haushalte über einen Internet-Anschluss mit 50 MBit/s verfügen. Damit wird die Übertragung von großen Fotodateien und Fotobuchdateien erheblich komfortabler. CEWE COLOR hat die wachsende Bedeutung des Vertriebskanals Internet früh erkannt und stellt seinen Handelspartnern seit Jahren komplette Internet-Lösungen für die Bestellung von Digitalfotos zur Verfügung. CEWE COLOR gestaltet die Internetseiten, koordiniert die Vermarktung, entwickelt die Software und betreibt die Rechenzentren für seine Handelspartner.

Preise pro Digitalfoto in Cent	Groß- finishing	Minilab	Sofortdrucker in Geschäften	Homeprinter
Einstiegspreis pro Digitalfoto für Konsumenten	7–15	25–49	25–39	29–60

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

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



www.budni.de



www.dm-digifoto.de

Digitalfoto-Bestellungen in den Geschäften erfolgen auf vier Wegen:



1. Speicherkarte

Die Konsumenten geben ihre Speicherkarte zur Fotobestellung direkt in die Fototasche. Mit den fertigen Fotoarbeiten erhalten die Konsumenten ihre Speicherkarte zurück.



2. Selbst gebrannte CD

Die Konsumenten brennen – meist mittels unserer Bestellsoftware CEWE FOTOWELT – zu Hause ihre Bilddaten auf CD-ROM und geben diese beim Händler ihrer Wahl ab.



3. DigiFoto-Maker

Die Konsumenten führen mit ihren Speicherkarten die Bildbestellung an den Orderterminals (DigiFoto-Makern) von CEWE COLOR bei ihrem Fotohändler durch. Die Bilddaten und der Bestellwunsch werden auf CD-ROM gebrannt. Diese CDs dienen zunächst der Auftragserteilung. Später sind die CDs für die Konsumenten ein hervorragendes, dauerhaftes Speichermedium zur Bilddatensicherung. Die Speicherkarten können sofort wieder verwendet werden. Viele Orderterminals sind per Internet mit den CEWE Betrieben verbunden. So gibt es einen unmittelbaren und schnellen Daten- und Auftragstransfer in die Produktion.



4. CEWE FOTO-KOMBI-KIOSK

Die Konsumenten führen mit ihren Speicherkarten die Bildbestellung direkt an den Orderterminals durch und drucken ihre Digitalfotos an den installierten Sofortdruckern im Geschäft des Handelspartners aus.

CEWE FOTOBUCH – Europas beliebtestes Fotobuch

CEWE COLOR hat sich mit dem CEWE FOTOBUCH sehr erfolgreich als Marktführer in diesem Produktbereich etabliert. Das Marktforschungsunternehmen GfK bescheinigt CEWE COLOR alleine in Deutschland wertmäßig den Marktanteil der Großlabore im Fotobuchmarkt von 43 % im dritten Quartal 2008 auf 50 % im Folgejahr ausgebaut zu haben. Dabei hat sich CEWE COLOR mit mehr als 3,6 Mio. verkauften CEWE FOTOBÜCHERN auch im Jahr 2009 als europäischer Marktführer behauptet.

Das CEWE FOTOBUCH – Testsieger in Serie

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



Breites Produktsortiment an CEWE FOTOBÜCHERN

Das CEWE FOTOBUCH im Format Groß (ca. 21 x 28 cm) mit individuellem Hardcover ist eindeutig der Bestseller im Sortiment. Aber auch die repräsentativen Produkte wie das CEWE FOTOBUCH XL und XXL gewinnen immer mehr an Bedeutung. Aus diesem Grund wurde auch in der neuen CEWE FOTOBUCH-Software das Sortiment um das CEWE FOTOBUCH XXL Panorama mit Hardcover ergänzt. Zusätzlich wird mit dem Format Compact Panorama (21 x 15 cm – DIN A5) ein preisgünstiges Format mit unterschiedlichen Einbänden zur Abrundung des Sortiments eingeführt. Insgesamt hat sich gezeigt, wie wichtig es ist, dass CEWE COLOR eine große Vielfalt an unterschiedlichen Versionen des CEWE FOTOBUCHS mit einem variablen Seitenumfang von 26 bis 130 Seiten anbietet. Denn Fotobücher sind sehr persönliche Produkte, bei denen die Verbraucher ihre eigenen Vorstellungen verwirklichen wollen. Mit dem breiten Sortiment wird CEWE COLOR diesen Anforderungen gerecht. Darüber hinaus lässt sich ein Trend zu immer großformatigeren und umfangreicheren CEWE FOTOBÜCHERN verzeichnen.

CEWE FOTOBUCH auf Fotopapier

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

Fotokalender und Fotogrußkarten

Mit sehr hohen Wachstumsraten legten die Bestellungen für Fotokalender und Fotogrußkarten zu. Dieses Wachstum wurde getrieben durch eine klare Ausrichtung an den Bedürfnissen der Kunden. Hierzu wurden rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft im Laufe des Vorjahres für alle Fotogrußkartenformate jeweils ca. 100 neue Designs eingeführt. Diese orientieren sich an den neuesten europäischen Markttrends und sollen sowohl bei den jungen als auch den älteren Zielgruppen besonderen Anklang finden.

Gleichzeitig wurden neue Anlasskategorien wie „Alles Liebe“ und „Danke“ aufgebaut, um für eine breitere Kundengruppe passende Fotogrußkartenmotive im Angebot zu haben. Sowohl für den Online-Fotoservice als auch für die Bestellsoftware wurde ein neuer anlassgesteuerter Bestellprozess entwickelt, so dass Kunden schneller und bequemer aus der Vielzahl von Anlässen und Designs ihre persönliche Wahl treffen können.

CEWE COLOR hat das Portfolio der Fotokalender um zwei neue Fotokalender im Format DIN A2 erweitert und um 40 neue Designs für alle Kalenderformate ergänzt.

Schul- und Büroprodukte

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

Wanddekorationen

Die klassischen Fotoposter als Wanddekoration werden in zunehmendem Maße durch hochwertigere Produkte wie Collagenposter und Fotoleinwände ersetzt. Darüber hinaus wurde die Kategorie mit den hochwertigen Produkten „Poster hinter Acryl“ (vier verfügbare Formate), „Poster auf Alu-Dibond“ (vier Formate) und „Poster XXL“ (23 Formate) um drei neue Varianten ergänzt. Poster XXL sind im Digitaldruck gefertigte matte Poster in den Größen bis 50x150 cm. Diese Poster werden im klassischen 2:3-Format wie auch im gefragten 3:4-Format, im quadratischen wie auch im Panoramaformat (1:3) angeboten.



So wird es garantiert ein außergewöhnliches Jahr.

Mit dem CEWE FOTOKALENDER können Sie jedes der zwölf Monatsblätter und das Deckblatt mit Ihren persönlichen Bildern des Jahres individuell gestalten. Und Dank der vielen Formate findet sich für jeden Platz und Anlass der richtige Kalender.



Jetzt gibt es besonders individuelle Grüße.

Suchen Sie eine individuelle Grußkarte für einen speziellen Menschen? Oder möchten Sie Ihre persönliche Einladung für eine Familienfeier gestalten? Mit der CEWE GRUSSKARTE geht das ganz einfach. Nutzen Sie unsere attraktiven Design-Vorlagen und rücken Sie Ihre persönlichen Fotos damit ins rechte Licht!

RESULTATE

Absatz

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

„Von Masse zu Klasse“... oder: „weniger ist mehr“

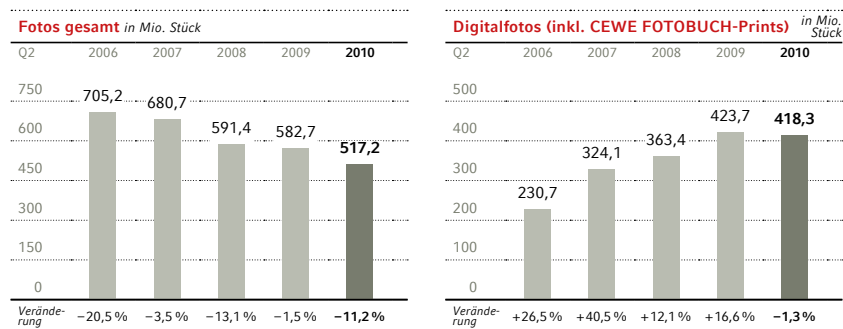
Konsumenten werden selektiver und verlangen höherwertigere Fotoprodukte. Die sehr großen Volumen „einfacher“ Fotoabzüge werden zunehmend ersetzt durch Prints in Mehrwertprodukten mit zum Teil geringerer Anzahl, aber höherer Wertigkeit – „von Masse zu Klasse“. So stieg etwa der Umsatz pro Foto im zweiten Quartal um +9,2 %.

Saisonverschiebung in das vierte Quartal setzt sich fort

Der Produktmix von CEWE COLOR verändert sich also zunehmend zugunsten der Mehrwertprodukte, wie etwa der CEWE FOTOBUCHER sowie der Foto-Geschenkartikel. Diese Produktgruppen kompensieren den deutlichen Rückgang der Fotos von Filmen. Dieser Rückgang vollzieht sich grundsätzlich in allen Quartalen eines Jahres – mit einem Schwerpunkt im dritten Quartal, dem Urlaubsquartal und damit der ehemaligen Saisonspitze der Fotofinishing-Industrie. Demgegenüber werden die stark wachsenden Volumina der CEWE FOTOBUCHER sowie der Foto-Geschenkartikel, Fotokalender und -grußkarten besonders im vierten Quartal abgesetzt, da viele Konsumenten diese Produkte als Weihnachtsgeschenke schätzen. Daher verschiebt sich das saisonale Profil des CEWE COLOR-Geschäfts deutlich zum Jahresende hin.

Gesamtzahl der Fotos auf dem Weg zum Jahresziel

Aufgrund des Trends „von Masse zu Klasse“ rechnet der Vorstand für das Jahr 2010 im Jahresdurchschnitt mit einer Reduktion des Bildervolumens um 10 %.



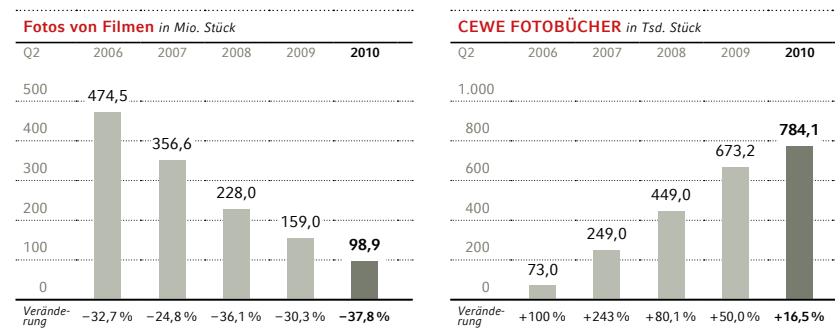
Aufgrund der beschriebenen Saisonverschiebung sind die Quartale davon unterschiedlich betroffen. Für das zweite Quartal wäre jedoch etwa mit einem Rückgang in dieser Höhe zu rechnen. Die Gesamtzahl der Fotos hat sich im zweiten Quartal 2010 um 11,2 % auf 517,2 Mio. Fotos und im ersten Halbjahr 2010 um 4,9 % auf 1.034,1 Mio. Fotos reduziert. Somit liegt die Gesamtzahl der Bilder genau auf dem Weg zum Jahresziel.

Fotos von Filmen mit leicht geringerer Reduktion als für Gesamtjahr erwartet

Analoge Fotos von Filmen reduzierten sich im Berichtsquartal um 37,8 % auf 98,9 Mio. Fotos bzw. im ersten Halbjahr um 33,7 % auf 181,0 Mio. Fotos – und damit weniger stark als für das Gesamtjahr erwartet (-42 %). Den stärksten Rückgang erwartet das Unternehmen im dritten Quartal, in dem die Zahl der analogen Fotos in den Vorjahren aufgrund von Urlaubsbildern ihren Saisonhöhepunkt erreicht hatte. Die analogen Fotos von Filmen hatten im Berichtsquartal nur noch einen Anteil von 19,1 %, nachdem im Vorjahresquartal ihr Anteil noch bei beachtlichen 27,3 % lag (Q1–Q2/2010: 17,5 % nach Q1–Q2/2009: 25,1 %).

Digitalfotos erwartungsgemäß stabil

Anders herum ausgedrückt: 80,9 % aller Fotos im Berichtsquartal waren Digitalfotos, inklusive CEWE FOTOBUCH-Prints und Foto-Geschenkartikel-Prints (Q2/2009: 72,7 %). Dies belegt die sehr erfolgreiche Transformation zum Geschäft mit digitalen Produkten bei CEWE COLOR. Die Zahl der Digitalfotos stieg im ersten Halbjahr 2010 auf 853,1 Mio. Fotos (nach 814,3 Mio. Fotos im gleichen Zeitraum 2009), im Berichtsquartal lag die Zahl der Digitalfotos stabil bei 418,3 Mio. Fotos (Q2/2009: 423,7 Mio. Fotos).



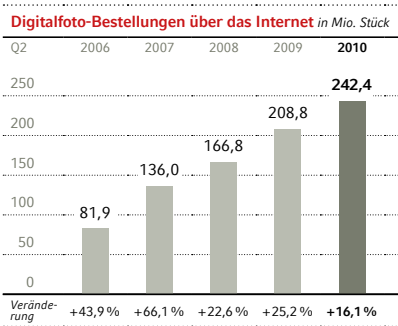
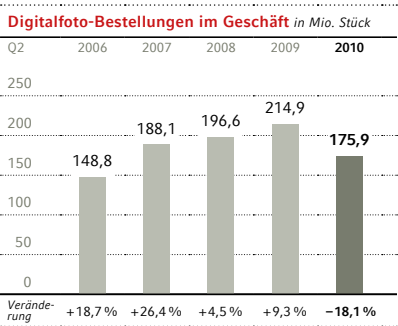
Königsweg „Internet-Bestellung, Ladengeschäft-Abholung“ bestätigt CEWE-Positionierung

Die Quote der über das Internet bestellten Fotos wuchs von 49,3 % im Vorjahresquartal auf 57,9 % (242,4 Mio. Fotos) im Berichtsquartal. 54 % dieser Konsumenten entschieden sich dabei für eine Abholung ihrer fertigen Aufträge im Ladengeschäft der von CEWE COLOR belieferten Händler. 46 % wählten die Zustellung per Post nach Hause. Damit wurden insgesamt 73 % aller Fotos in den Ladengeschäften der CEWE COLOR Handelspartner abgeholt. Dies bestätigt die Stärke der CEWE COLOR Positionierung „bricks and clicks“.

CEWE FOTOBÜCHER weiter sehr erfolgreich: Auf dem Weg zum Jahresziel

Das Absatz-Wachstum der CEWE FOTOBÜCHER liegt auch im zweiten Quartal auf Zielkurs (17 %): Mit einem Plus von 16,5 % auf 784,1 Tausend Bücher entwickelt sich das zweite Quartal genau im erwarteten Wachstums-Korridor (Q1–Q2/2010: +21,9 % auf 1.608,9 Tausend Bücher).

Q1–Q2	2010	2009	Veränderung
Umsatz (in Mio. Euro)	180,4	170,3	6,0 %
Digitalfotos (in Mio. Stück)	853,1	814,3	4,8 %
Fotos von Filmen (in Mio. Stück)	181,0	273,2	–33,7 %
Fotos gesamt (in Mio. Stück)	1.034,1	1.087,5	–4,9 %
CEWE FOTOBÜCHER (in Tsd. Stück)	1.608,9	1.320,2	21,9 %



Umsatz

Umsatz legt um 9 % zu

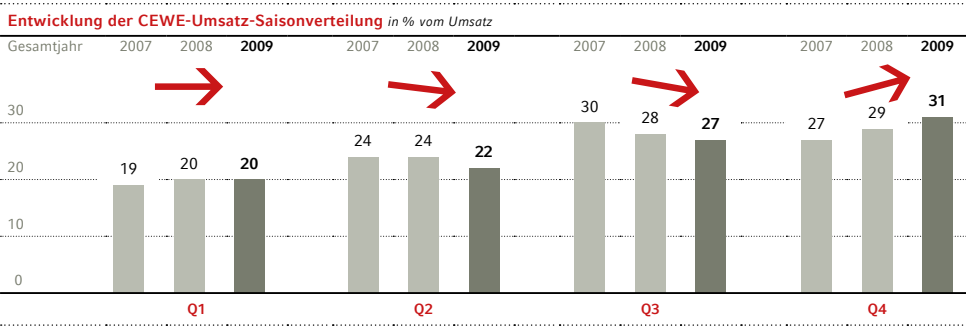
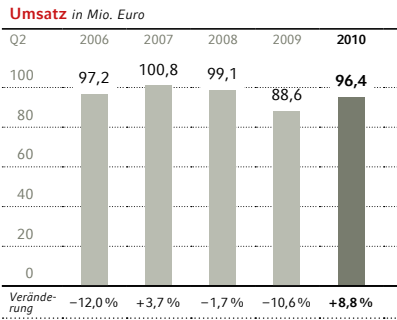
Im Berichtsquartal legte der Umsatz um 8,8 % auf 96,4 Mio. Euro zu (währungsbereinigt +4,8 % auf 92,9 Mio. Euro). Im gesamten ersten Halbjahr stieg der Umsatz um 6,0 % auf 180,4 Mio. Euro (währungsbereinigt +2,2 % auf 173,9 Mio. Euro).

Mehrwertprodukte stärken Fotofinishing-Umsatz deutlich

Der im Abschnitt „Absatz“ beschriebene Trend „von Masse zu Klasse“ lässt sich deutlich im Fotofinishing-Umsatz ablesen. Während die Anzahl der Fotos sich im zweiten Quartal erwartungsgemäß um 11,2 % reduzierte (siehe Abschnitt „Absatz“), lag der Umsatz mit 67,3 Mio. Euro nur um –3,0 % unter dem Vorjahresniveau (währungsbereinigt –4,1 %). Im ersten Halbjahr stieg der Fotofinishing-Umsatz um 1,1 % auf 129,1 Mio. Euro (währungsbereinigt +0,1 %). Auch im zweiten Quartal – kein Saisonschwerpunkt für Mehrwertprodukte – wuchs der Fotofinishing-Umsatz pro Foto deutlich: +9,2 % von 11,9 auf 13,0 Eurocent/Foto (währungsbereinigt +8,2 % auf 12,9 Eurocent/Foto).

Einzelhandel mit steigendem Umsatz

Das Segment Einzelhandel steigerte im Berichtsquartal den Umsatz um 51,6 % auf 29,1 Mio. Euro (währungsbereinigt 36,8 %). Die Hintergründe dazu werden im Abschnitt „Segmente“ erläutert.



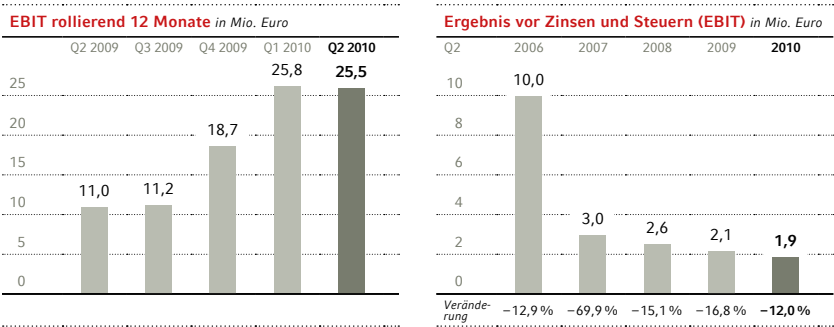
Kosten und Ergebnisse

Halbjahresergebnisse steigen um 7 Mio. Euro

Die Ergebnisse des ersten Halbjahres lagen – je nach Ergebnisebene – um rund 7,0 Mio. Euro höher als im Vorjahr: Das EBITDA stieg um 8,6 Mio. Euro auf 14,0 Mio. Euro, das EBIT verbesserte sich um 6,9 Mio. Euro auf –5,9 Mio. Euro, das EBT wuchs um 6,7 Mio. Euro auf –6,8 Mio. Euro und das Ergebnis nach Steuern um 4,7 Mio. Euro auf –10,6 Mio. Euro. Ursache ist in erster Linie der 2009 erreichte Abschluss der analog/digital-transformationsbedingten Restrukturierungen. Im ersten Halbjahr 2009 waren noch 9,4 Mio. Euro Restrukturierungsaufwendungen entstanden; im ersten Halbjahr 2010 waren es nur noch 2,2 Mio. Euro – also eine Reduktion um 7,2 Mio. Euro. Dieser Vorteil ist voll ergebniswirksam, obwohl zum einen Marketingaufwendungen im Vergleich zum Vorjahr um 2,4 Mio. Euro auf 9,4 Mio. Euro erhöht wurden und zum anderen im kommerziellen Digitaldruck weiterhin leichte Anlaufverluste anfallen. Die zusätzlichen Wachstumsaufwendungen wurden durch weitere strukturelle Kostensenkungen – ein wichtiges Ergebnis der Restrukturierung – kompensiert.

Geplante Jahresergebnissteigerung von 5 bis 10 Mio. Euro damit bereits eingefahren

Für dieses Jahr plant CEWE COLOR, das EBIT von 18,7 Mio. Euro im Jahr 2009 auf 24 bis 29 Mio. Euro zu steigern – eine Erhöhung von 5,3 bis 10,3 Mio. Euro. Dieser Zielkorridor ist schon nach dem ersten Halbjahr erreicht. Das EBIT wuchs bereits im ersten Halbjahr um 6,9 Mio. Euro und liegt nun (saisongemäß negativ) bei –5,9 Mio. Euro – voll im Rahmen der Erwartungen.



Ergebnissprung um über 100 % im rollierenden 12-Monats-Ergebnis

Das EBIT ist in der 12-Monats-Betrachtung per 30. Juni 2010 gegenüber dem vorangegangenen Jahr von 11,0 Mio. Euro auf 25,5 Mio. Euro gestiegen. Die 12-Monatsperspektive zeigt, dass die angepeilte Gewinnsteigerung für 2010 auf einem soliden Fundament steht.

Die Ergebnissteigerung um 14,5 Mio. Euro resultiert etwa zur Hälfte aus dem vierten Quartal 2009 – durch die Absatzsteigerung der Mehrwertprodukte – und zur anderen Hälfte aus dem ersten Quartal 2010, da die transformationsbedingte Restrukturierung 2009 beendet worden war und im Jahr 2010 erstmals kein großer Restrukturierungsaufwand anfällt.

Operatives Quartalsergebnis ebenfalls mindestens im Rahmen der Erwartungen

Das EBITDA lag im Berichtsquartal mit 10,6 Mio. Euro um 0,2 Mio. Euro höher als im Vorjahresquartal. Das EBIT erreichte 1,9 Mio. Euro (Q2/2009: 2,1 Mio. Euro). und das EBT belief sich auf 1,5 Mio. Euro nach 1,9 Mio. Euro im Vorjahresquartal. Somit lässt sich bei den operativen Ergebnissen tendenziell eine leichte Reduktion feststellen, beim EBIT um aufgerundet 0,3 Mio. Euro. Dies ist vollkommen im Rahmen der prognostizierten Saisonverschiebung.

Deutliche Saisonverschiebung zum vierten Quartal auch auf der Ergebnisebene

Die Saisonverschiebung auf der Absatz- und Umsatzebene wurde in den Abschnitten „Absatz“ und „Umsatz“ bereits erläutert. Diese Verschiebung setzt sich auf der Ergebnisebene fort. Die Wirkung in den verschiedenen Quartalen zeigt die folgende Tabelle:

Aktuelle Veränderungen durch Saisonverschiebung	Q1	Q2	Q3	Q4
Volumenentwicklung analoger Fotos von Filmen	↓	↓	↓	↓
Volumenentwicklung digitaler Produkte	→	→	→	↗
Entwicklung Umsatzanteil¹	→	↓	↓	↑
Entwicklung Ergebnisanteil¹	↓	↓	↓	↑

¹ Anteil des jeweiligen Quartals an Umsätzen/Ergebnissen eines Gesamtjahres

Mögliche Entwicklung der Quartalsergebnisse ist grob abschätzbar

Für die vergangenen Jahre werden die konkreten Zahlen der Umsatzanteile je Quartal im Abschnitt „Umsatz“ dargestellt, die Zahlen der Ergebnisanteile je Quartal sind unten auf dieser Seite zu sehen.

Das Jahresziel für das EBIT liegt bei 24 bis 29 Mio. Euro. Angesichts der im ersten Halbjahr erfolgten Restrukturierungen in Höhe von 2,2 Mio. Euro könnten die Erwartungen für ein EBIT vor Restrukturierungsaufwendungen bei 26,2 bis 31,2 Mio. Euro liegen (2009: 28,2 Mio. Euro). Auf diese Basis sind die Ergebnisanteile der Grafik unten zu beziehen.

Operative Ergebnisse des zweiten Quartals treffen voll die Erwartungen

An der Erreichung dieser Ziele hat das EBIT vor Restrukturierung des Berichtsquartals einen Anteil von 6,9 % (im Falle von 26,2 Mio. Euro) bzw. 5,8 % (im Falle von 31,2 Mio. Euro). An der Grafik lässt sich ablesen, dass diese beiden Anteile für ein zweites Quartal voll im deutlich erkennbaren Trend liegen, vielleicht sogar eher am oberen Rand der Erwartungen.

Diese Überlegungen zeigen: Die geplanten Jahresergebnisse 2010 sind plausibel und erreichbar.

Kommerzieller Digitaldruck wird zukünftig Geschäft im ersten bis dritten Quartal stärken

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

Kostenstruktur geprägt durch Anstieg des Einzelhandels

Ausgelöst durch die Verschiebung des Fotofinishings hin zu Mehrwertprodukten, ist bereits seit Jahren ein klarer Trend in der Kostenstruktur von CEWE COLOR auszumachen: Relativ sinkt der Materialaufwand, während der Personalaufwand und die sonstigen betrieblichen Aufwendungen steigen. Dies galt auch weitgehend im ersten Quartal 2010.

Der Einzelhandel hat in diesen drei Positionen eine genau entgegengesetzte Kostenstruktur: Relativ ist der Materialaufwand deutlich höher, der Personalaufwand und sonstige betriebliche Aufwendungen sind deutlich geringer.

Im zweiten Quartal hat der von 21,7 % auf 30,2 % gestiegene Umsatzanteil des Einzelhandels den Trend in der Kostenstruktur unterbrochen. Dafür waren einerseits die außerordentlich starke Performance des Einzelhandels und andererseits die Saisonalitätseffekte im Fotofinishing verantwortlich.

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



Materialaufwandsquote gestiegen

Der gewachsene Anteil des Einzelhandelsumsatzes hat zu einer um 2,2 Prozentpunkte höheren Materialquote von 40,0 % geführt (38,5 Mio. Euro). Diese Entwicklung ist auch für das Halbjahr zu erkennen: Die Materialquote ist um 0,6 Prozentpunkte auf 40,7 % gestiegen (73,4 Mio. Euro).

Personalaufwandsquote gesunken

Im ersten Quartal war die Personalkostenquote ohne Restrukturierung noch um 0,1 Prozentpunkte auf 29,3 % gestiegen. Das Umsatzwachstum des Einzelhandels hat nun zum entgegengesetzten Effekt geführt: Im Berichtsquartal fiel die Personalkostenquote von 27,2 % auf 25,8 % (24,8 Mio. Euro). Im gesamten ersten Halbjahr verringerte sich die Personalkostenquote um 2,3 Prozentpunkte auf 30,2 % (49,7 Mio. Euro).

Sonstiger betrieblicher Aufwand absolut gestiegen

Auch im ersten Quartal war die Kostenquote des sonstigen betrieblichen Aufwands ohne Restrukturierung um 0,3 Prozentpunkte (1 Mio. Euro) auf 32,4 % zurückgegangen (27,2 Mio. Euro). Der Trend zu höheren Vertriebsaufwendungen war im ersten Quartal durch einen Rückgang der Währungsverluste mehr als ausgeglichen worden, setzte sich aber im Berichtsquartal fort. Vor allem der wachsende Vertriebs- und Marketingaufwand haben den sonstigen betrieblichen Aufwand gegenüber dem Vorjahresquartal um 0,1 Prozentpunkte auf 27,3 Mio. Euro steigen lassen. Aufgrund des überproportionalen Umsatzanstiegs verringerte sich die Kostenquote des sonstigen betrieblichen Aufwands um 2,3 Prozentpunkte auf 28,4 % im Berichtsquartal. In Summe sank die Kostenquote für den sonstigen betrieblichen Aufwand im ersten Halbjahr um 2,3 Prozentpunkte auf 30,2 % (54,5 Mio. Euro).

Abschreibungsquote sinkt

Die Abschreibungsquote ohne Restrukturierung (gerechnet in % vom Umsatz) sank von 9,5 % im Vorjahresquartal auf 9,1 % im Berichtsquartal (8,8 Mio. Euro). Nach Restrukturierungseffekten sank die Abschreibungsquote ebenfalls, von 9,3 % auf 9,0 %.

Auch Umsatzrendite im Berichtsquartal durch Einzelhandel beeinflusst

Die Ergebnisse sowie die EBIT-Marge der Segmente werden im Abschnitt „Segmente“ erläutert. In Summe hat der wachsende Einzelhandelsumsatz – mit geringerer Wertschöpfung und Profitabilität – im Berichtsquartal die Umsatzrendite von 2,4 % auf 1,9 % verringert.

Operative Profitabilität im ersten Halbjahr gesteigert

Durch den starken Ergebnisanstieg im ersten Quartal wuchs jedoch auch die EBIT-Marge im gesamten Halbjahr von –7,5 % auf –3,3 %.

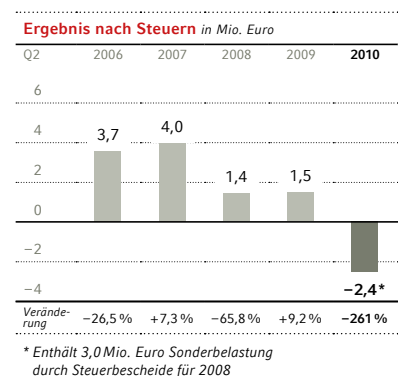
Finanzergebnis mit kleinen Änderungen

Im Berichtsquartal fiel ein Finanzergebnis von –0,4 Mio. Euro und damit ein Mehraufwand von 0,2 Mio. Euro an. Dieser ist zurückzuführen auf einen positiven Effekt aus den Bewertungen der vorhandenen Sicherungsgeschäfte, der im Vorjahr anfiel, sich aber im laufenden Jahr nicht wiederholte. Für das Halbjahr ist ebenfalls ein Mehraufwand in dieser Höhe zu erkennen, der auf Mehraufwendungen und Mindererträge in der Finanzierung zurückzuführen ist.

Steuerreduzierung 2008 zum Berichtsquartalsende nicht anerkannt

Im Jahr 2008 konnte die Steuerbelastung durch einen Forderungsverzicht, den die deutsche Gesellschaft gegenüber der französischen Tochtergesellschaft erklärt hatte, um 3,0 Mio. Euro reduziert werden.¹ In der Erstellungsphase dieses Quartalsberichts gingen anderslautende Steuerbescheide für das Geschäftsjahr 2008 ein, die die Steuerschuld um diese 3,0 Mio. Euro höher festsetzen. Diese Verpflichtung musste daher zum Berichtsquartalsende als Steuerschuld berücksichtigt werden und erhöht somit um diesen Betrag das operativ angefallene Steuerergebnis.

¹ Eine ausführliche Beschreibung des Forderungsverzichts findet sich im Geschäftsbericht 2008, insbesondere auf S. 100.



Verdopplung des Nachsteuerergebnisses gilt weiter als Ausblick

Die höhere Steuerlast ändert allerdings nichts am Jahresausblick: Dort war die Möglichkeit, dass der Forderungsverzicht nicht anerkannt werden könnte, aus Vorsicht bereits eingeplant – wenn auch die Wahrscheinlichkeit dafür nicht sehr groß schien. Daher bleibt es unverändert bei der Prognose, dass das Nachsteuerergebnis 2010 gegenüber 2009 verdoppelt werden soll.

Steuerlast im nächsten Jahr um 3 Mio. Euro reduziert

Ceteris paribus kann damit ab dem Jahr 2011 von einer Reduzierung des Steueraufwands um 3 Mio. Euro, verglichen mit dem Jahr 2010, ausgegangen werden.

Chance auf positiven steuerlichen Sondereffekt in der Zukunft

Darüber hinaus hält CEWE COLOR weiterhin an seiner bisherigen steuerlichen Einschätzung fest und beabsichtigt Rechtsmittel gegen die abweichende Steuerfestsetzung einzulegen. Hieraus können sich in Zukunft entsprechende Steuererstattungen ergeben.

Latente Steuern senken operativen Steueraufwand im ersten Halbjahr

Unter Ausschluss dieses steuerlichen Sondereffektes hat sich der Steueraufwand im Berichtsquartal um 0,4 Mio. Euro auf 0,9 Mio. Euro leicht erhöht. Dies ist allein auf Effekte in den latenten Steuern in verschiedenen Ländern zurückzuführen. Im ersten Quartal hatten die latenten Steuern jedoch zu stärkeren positiven Effekten geführt, so dass im ersten Halbjahr der operative Steueraufwand um 1,0 Mio. Euro zurückgegangen ist. Inklusiv des steuerlichen Sondereffektes ist im Berichtsquartal ein Steuer-aufwand von 3,9 Mio. Euro und im ersten Halbjahr von 3,7 Mio. Euro entstanden.

Ergebnisse Q1–Q2 in Mio Euro	2010	2009	Veränderung
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	–5,9	–12,8	53,8 %
Ergebnis vor Steuern	–6,8	–13,6	49,7 %
Ergebnis nach Steuern	–10,6	–15,2	30,7 %

Segmente

Klare Gliederung der Segmente gemäß IFRS 8

CEWE COLOR berichtet in den vier Fotofinishing-Segmenten Zentraleuropa, Benelux, Westeuropa und Mittelosteuropa. Im fünften Segment werden die Einzelhandelsakti-vitäten zusammengefasst.

Seit dem ersten Quartal 2009 ordnet CEWE COLOR die Umsätze der Produktkate-gorie zu, mit der der Umsatz erzielt wird: Umsatz mit Fotofinishing-Produkten – also Fotos von Filmen, Digitalfotos, CEWE FOTOBÜCHER, Foto-Kalender und -gruß-karten sowie andere Foto-Geschenkartikel und personalisierte Produkte – werden den Fotofinishing-Segmenten zugeordnet. Umsatz mit Hardware, die ohne weitere Veredelung durchgehandelt wird – also beispielsweise Kameras und Kamerazube-hör – wird dem Segment Einzelhandel zugeordnet.

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

Westeuropa: Turnaround ist nachhaltig – deutliche Gewinnsteigerung

In Westeuropa (Frankreich und Großbritannien) zeigten sich – wie bereits im ersten Quartal – auch im Berichtsquartal deutliche, messbare Fortschritte: Die EBIT-Marge hat sich von –9,8 % auf +3,1 % signifikant gesteigert. Restrukturierungskosten waren im zweiten Quartal weder in 2009 noch in 2010 angefallen, so dass es sich hier um Verbesserungen im operativen Geschäft handelt – vor allem um die Wirkung der Restrukturierungsarbeit des Vorjahres sowie um Einsparungen in der französi-schen Logistik. Das EBIT hat sich dadurch im Berichtsquartal um 1,3 Mio. Euro auf 0,3 Mio. Euro gesteigert. Der Umsatz hat sich von 10,2 Mio. Euro auf 8,6 Mio. Euro verändert, z. B. weil ein wichtiger Handelspartner die Fotofinishing-Präsenz in seinen Ladengeschäften reduziert hat und stattdessen das Internet-Geschäft aufzubauen beginnt. Zusätzlich hat ein Kunde mit bereits vorher eigener Fotobuch-Produktion diese jetzt weiter ausgebaut, so dass er die zuvor an CEWE COLOR ausgelagerten Produktionsvolumina jetzt selbst fertigt.

Die positive Entwicklung im Gewinn zeigte sich im gesamten ersten Halbjahr: ein Plus von 2,5 Mio. Euro im EBIT vor Restrukturierung, das durch den zusätzlichen Wegfall der Restrukturierungskosten des ersten Quartals 2009 das EBT des ersten Halbjahres 2010 um 11,5 Mio. Euro gegenüber dem gleichen Vorjahreszeitraum steigen ließ. Der Umsatz hat sich in diesem Zeitraum von 19,0 auf 17,6 Mio. Euro verringert, spiegelt also nur die genannte Veränderung des zweiten Quartals mit gleichbleibendem Umsatz im ersten Quartal wider.

Zentraleuropa: 2,7 Mio. Euro EBIT – konstante, gute Performance

Das Fotofinishing-Segment Zentraleuropa (Deutschland, Österreich, Schweiz, Skandinavien) hat im Berichtsquartal mit einer konstanten EBIT-Marge von 5,9 % und einem fast konstanten Umsatz von 46,1 Mio. Euro (nach 46,3 Mio. Euro im Vorjahresquartal) einen nach Rundung konstanten Gewinn von 2,7 Mio. Euro erwirtschaftet. Die starke Marktposition in diesen Märkten (nicht zuletzt durch das erfolgreiche CEWE FOTOBUCH) sowie zusätzliche Gewinne aus dem Intercompany-Geschäft haben hier die zu beobachtende Saisonverschiebung ausgeglichen und zu diesem Erfolg geführt. Letztere fallen durch Produkte an, die in Zentraleuropa hergestellt werden, aber in anderen Segmenten abgesetzt werden, für die in Zentraleuropa die Produktionsmarge anfällt (z. B. Großformate der CEWE FOTOBUCHER).

Die Veränderung des Halbjahresergebnisses um –1,2 Mio. Euro ist daher allein auf das erste Quartal zurückzuführen, in dem erhöhte Marketingaufwendungen sowie die Anlaufverluste des Digitaldrucks das EBIT reduziert hatten.

Benelux: Handelspartner mit Problemen

Im Benelux-Markt haben einige Handelspartner mit Absatzproblemen zu kämpfen. Dies hat im zweiten Quartal zu einem Umsatzrückgang von 6,4 % auf 7,5 Mio. Euro geführt. Für das Halbjahr beträgt der Rückgang nur –3,9 % auf 14,2 Mio. Euro. CEWE COLOR unterstützt diese und andere Handelspartner durch den Aufbau von Vor-Ort-Druck-Kapazitäten für Digitalfotos, um diese Schwächephase zu überwinden. Auch dadurch reduzierte sich das EBIT im Quartal von 0,2 auf –0,3 Mio. Euro. Gegenüber dem ersten Halbjahr 2009 verringerte sich das EBIT im laufenden Geschäftsjahr um 0,6 Mio. Euro auf –0,4 Mio. Euro. Wie bereits im Bericht zum ersten Quartal 2010 erläutert, hatte CEWE COLOR im Jahr 2009 positive Einmaleffekte verzeichnet.

Mittelosteuropa: Umsatz gesteigert, Sondereffekt im Ergebnis

Im Segment Mittelosteuropa sind die Labore und Aktivitäten in Polen, Tschechien, der Slowakei und Ungarn sowie die vertrieblichen Aktivitäten in weiteren ost- und südosteuropäischen Ländern zusammengefasst. Unter den Fotofinishing-Segmenten sind nur in diesem Segment im Berichtsquartal nennenswerte Währungseffekte zu verzeichnen gewesen. Der Umsatz hat inklusive der Währungseffekte um 5,0 % auf 5,0 Mio. Euro zugelegt, währungsbereinigt ist noch eine leichte Steigerung von 0,7 % zu vermelden. Angesichts negativer Sondereinflüsse ist diese stabile Entwicklung sehr positiv zu bewerten. So hatte etwa das Jahrhunderthochwasser in Polen die Nachfrage in diesem wichtigen Land über längere Zeit deutlich gebremst. Auch für das Halbjahr ist mit einer Umsatzsteigerung von 9,3 % auf 11,3 Mio. Euro (währungsbereinigt 4,1 %) eine gute Entwicklung zu verzeichnen.

Das Ergebnis wurde durch deutliche Sondereffekte von einem Nullergebnis im Vorjahr auf ein EBIT von –1,3 Mio. Euro gesenkt: Die Umgestaltung des Standorts Bratislava in eine Vertriebsgesellschaft, die zum Ende des ersten Quartals verkündet worden war, ist im Berichtsquartal nun vollzogen worden. Die nicht als Restrukturierungsaufwand zu qualifizierenden Umstellungsaufwendungen, die auch in den aufnehmenden Produktionsbetrieben angefallen sind, waren nun im Berichtsquartal wirksam. Außerdem sind hier auch Währungseffekte zu nennen, die sich typischerweise auf den Jahresüberschuss der CEWE COLOR Gruppe weitaus weniger stark auswirken als auf den Umsatz. In diesem Quartal sind in Mittelosteuropa in einigen Ländern jedoch deutliche Aufwendungen angefallen, während im Vorjahresquartal Währungsgewinne angefallen waren, die für einen wesentlichen Teil der Veränderung verantwortlich sind. Zusätzlich hat sich das Ergebnis in Mittelosteuropa leicht dadurch verringert, dass ein Teil des ehemals im Betrieb Bratislava produzierten Volumens nun im Segment Zentraleuropa produziert wurde, so dass dort die Produzentenmarge angefallen ist.

Im Halbjahr wurde dies durch den Erfolg des ersten Quartals operativ zu einer Reduktion auf ein EBIT (vor Restrukturierungsaufwendungen) in Höhe von –0,7 Mio. Euro gemildert. In diesem ersten Quartal waren jedoch Restrukturierungsaufwendungen für die Umgestaltung des Standorts Bratislava in eine Vertriebsgesellschaft in Höhe von 2,2 Mio. Euro angefallen, von denen im zweiten Quartal aufgerundete 0,1 Mio. Euro ergebniserhöhend wieder aufgelöst wurden. Daher beläuft sich im Halbjahr das EBIT nach diesen Einmalkosten auf –4,3 Mio. Euro. Der Umsatz hat sich auch im Halbjahr sehr positiv entwickelt, währungsbereinigt konnte er um 4,1 %, inklusive der Währungseffekte sogar um 9,3 % auf 11,3 Mio. Euro zulegen.

Eigener Einzelhandel mit wichtigen Funktionen

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

Einzelhandel mit um 47 % gestiegenem Ergebnis

Mit der minimalen Veränderung in der EBIT-Marge von 1,8 % im Vorjahresquartal auf 1,7 % im Berichtsquartal bleibt die Ertragskraft des Einzelhandels trotz eines kräftig gestiegenen Umsatzvolumens auf konstant gutem Niveau. Währungsbereinigt wuchs der Umsatz um +36,8 % auf 29,1 Mio. Euro (inklusive der Währungseffekte: +51,6 %). Daher hat auch das EBIT um erfreuliche 47,1 % auf 0,5 Mio. Euro zugelegt. Grundlage dieses Erfolges ist die Multi-Channel-Strategie des CEWE COLOR Einzelhandels – die Verknüpfung eines erfolgreichen stationären Geschäftes mit dem Internetgeschäft. Wie im Fotofinishing gilt auch hier bei CEWE COLOR: „bricks and clicks“. So wurden nicht nur die Internet-Präsenzen weiter verfeinert, sondern Japan Photo eröffnete im Berichtszeitraum in Oslo seinen Flagshipstore und präsentiert nun in der Hauptstadt eines der breitesten Fotosortimente Skandinaviens.

Der auch im Foto-Einzelhandel übliche negative Jahresstart des ersten Quartals konnte noch nicht wieder ganz aufgeholt werden, so dass für das erste Halbjahr noch ein EBIT von –0,2 Mio. Euro aufgelaufen ist bei einem um 20,5 % (währungsbereinigt 8,3 %) auf 51,2 Mio. Euro gesteigerten Umsatz. Die Reduktion im EBIT von 0,3 Mio. Euro gegenüber dem ersten Halbjahr des Vorjahres ist durch einen positiven Sondereffekt im ersten Quartal des Vorjahres zu erklären, der auf besonders günstige Einkaufskonstellationen zurückzuführen war und der im Bericht zum ersten Quartal 2010 erläutert worden war.

Q2: Umsatzentwicklung nach Segmenten in Mio Euro	2010	2009	Veränderung
Fotofinishing – Zentraleuropa	46,1	46,3	–0,5 %
Fotofinishing – Westeuropa	8,6	10,2	–15,6 %
Fotofinishing – Benelux*	7,5	8,0	–6,4 %
Fotofinishing – Mitteleuropa	5,0	4,8	5,0 %
Einzelhandel	29,1	19,2	51,6 %
Konzern	96,4	88,6	8,8 %

* nur mit Vertriebsniederlassungen

Q2: EBIT nach Segmenten in Mio Euro	2010	2009	Veränderung
Fotofinishing – Zentraleuropa	2,7	2,7	0,5 %
Fotofinishing – Westeuropa	0,3	–1,0	126,4 %
Fotofinishing – Benelux*	–0,3	0,2	–292 %
Fotofinishing – Mitteleuropa	–1,3	–0,1	–1.650 %
Einzelhandel	0,5	0,3	47,1 %
Konzern	1,9	2,1	–12,0 %

* nur mit Vertriebsniederlassungen

Bilanz und Finanzierung

Die Kommentierung der Bilanz bezieht sich im Wesentlichen auf die Entwicklung innerhalb des Berichtsquartals, d. h. auf den Vergleich der Bilanzen vom 31. März 2010 und 30. Juni 2010. Die von der jährlichen Saisonalität beeinflussten Positionen werden zusätzlich im Vergleich zum 30. Juni 2009 kommentiert. Dies sind vor allem die Elemente des Operativen Working Capitals sowie die Eigenkapitalposition.

16,3 Mio. Euro Bilanzverkürzung im Vergleich zum Vorjahreszeitpunkt

Innerhalb des Berichtsquartals war die Bilanzlänge praktisch unverändert: 233,7 Mio. Euro zum Quartalsanfang stehen 235,2 Mio. Euro zum Quartalsende gegenüber. Im Vergleich zum Vorjahr ergibt sich eine Bilanzverkürzung um 16,3 Mio. Euro. Die Bilanzsumme zum 30. Juni 2009 betrug noch 251,5 Mio. Euro. Diese Reduktion ist zu zwei Dritteln auf die langfristigen Vermögenswerte und zu einem Drittel auf die kurzfristigen Vermögenswerte zurückzuführen.

Langfristige Vermögenswerte im Quartalsverlauf um 4,5 Mio. Euro reduziert

In den langfristigen Vermögenswerten haben sich im Berichtsquartal die Sachanlagen um 3,1 Mio. Euro reduziert. Dies ist im Wesentlichen auf die seit einigen Jahren reduzierten Investitionen zurückzuführen. Ebenso konnten die immateriellen Vermögenswerte um 1,1 Mio. Euro zurückgefahren werden. In Summe verminderten sich die langfristigen Vermögenswerte im Quartalsverlauf um 4,5 Mio. Euro.

Im Vergleich zum Vorjahr ist sogar eine Reduktion um 10,8 Mio. Euro festzustellen, da die im Quartal wirkenden Effekte hier über einen längeren Zeitraum wirken konnten. Außerdem trug die Umwandlung des Betriebes in Bratislava und daraus resultierende Abschreibungen zu dieser Veränderung bei.

Kurzfristige Vermögenswerte um 6,0 Mio. Euro erhöht

Die Hauptveränderung in den kurzfristigen Vermögenswerten ist im Berichtsquartal in den kurzfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zu verzeichnen. Dem Trend der anziehenden Saison folgend erhöhten diese sich leicht um 5,1 Mio. Euro und damit sehr viel weniger stark als im Vorjahresquartal, als sie um 13,3 Mio. Euro zugelegt hatten. Daher reduzierte sich im Vergleich zum 30. Juni des Vorjahres diese Position um 5,4 Mio. Euro. Die Vorräte verringerten sich um 0,9 Mio. Euro, während sie im Vorjahresquartal um 7,9 Mio. Euro aufgebaut worden waren. Mit dieser weiteren saisonuntypischen Reduktion liegen sie nur noch 4,1 Mio. Euro über dem Vorjahreszeitpunkt, nachdem sie sechs Monate zuvor noch 13,0 Mio. Euro über dem Vorjahreszeitpunkt gelegen hatten. Die zugrunde liegenden Sondereffekte waren in den vergangenen Berichten ausführlich erläutert worden.

Im Vorjahresvergleich sanken die kurzfristigen Vermögenswerte insgesamt um 5,4 Mio. Euro.

Operatives Netto-Working Capital erfolgreich um 12,4 Mio. Euro stärker reduziert

Mit den beschriebenen Veränderungen der kurzfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie der Vorräte wurde also das Brutto-Working Capital nur um 4,1 Mio. Euro erhöht, während im Vorjahresquartal eine um 17,1 Mio. Euro größere Erhöhung der Kapitalbindung von insgesamt 21,2 Mio. Euro erforderlich war. Die zum Netto-Working Capital noch verbleibende Komponente, die kurzfristigen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, wurden im Berichtsquartal um 7,6 Mio. Euro aufgebaut; im Vorjahresquartal um 12,3 Mio. Euro, also um 4,7 Mio. Euro stärker. Somit wurde das Netto-Working Capital im Berichtsquartal um 3,5 Mio. Euro reduziert, während es im Vorjahresquartal um 8,9 Mio. Euro aufgebaut werden musste. Die Reichweite des operativen Netto-Working Capitals konnte damit im Berichtsquartal von 47 Tagen auf 38 Tage reduziert werden. Im Delta ergibt sich durch das operative Netto-Working Capital ein wichtiger positiver Verbesserungseffekt auf den Free-Cash Flow des zweiten Quartals gegenüber dem Vorjahresquartal von 12,4 Mio. Euro.

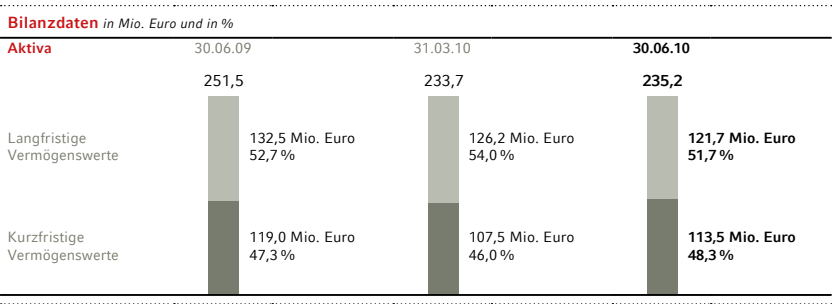
Eigenkapitalquote stark: 40,3 %

Das Eigenkapital lag zum 30. Juni 2010 bei 94,8 Mio. Euro (40,3 % der Bilanzsumme). Damit hat es sich gegenüber dem gleichen Zeitpunkt des Vorjahres um 6,1 Mio. Euro bzw. um 5,0 Prozentpunkte der Bilanzsumme erhöht.

Innerhalb des Berichtsquartals hat sich nur die Position Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn verändert: Vor allem die Zahlung der Dividende in Höhe von 7,1 Mio. Euro begründet die Reduktion dieser Position um 10,6 Mio. Euro.

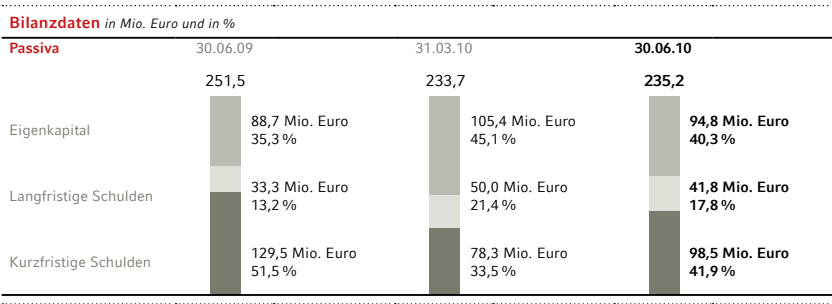
Finanzierung äußerst solide

Parallel zur im Vergleich zum Vorjahr deutlich erhöhten Eigenkapitalquote wurde die Inanspruchnahme von Finanzverbindlichkeiten um 16,6 Mio. Euro auf 32,7 Mio. Euro Netto-Finanzschulden deutlich reduziert. Im Berichtsquartal stiegen die Netto-Finanzschulden – saisongemäß leicht um 3,9 Mio. Euro – erheblich weniger als im Vorjahresquartal (13,3 Mio. Euro). Diese leichte Erhöhung wurde saisonal bedingt notwendig, da im zweiten Quartal zwar die Dividendenzahlung an die Aktionäre abfließt, aber gleichzeitig nur ein relativer geringer Ertragsanteil erwirtschaftet wird.



Fristigkeit der Linien unverändert

Hinsichtlich der Fristigkeit der genutzten Linien ist hier eine leichte Umschichtung zu Lasten der langfristigen Linien und zu Gunsten der kurzfristigen Linien zu sehen. Dieser liegt keine Veränderung in den Fremdkapitalvereinbarungen zu Grunde, vielmehr ist ein Teil des Finanzierungsvolumens, das vorher in Linien mit länger als 12 Monaten Fristigkeit hinterlegt war, nun unter diese Grenze geglitten; außerdem wurden die Linien der Banken leicht unterschiedlich genutzt, so dass teilweise Volumina, die vorher über Linien mit mehr als zwölf Monaten Fristigkeit hinterlegt waren, nun aus Linien mit kurzfristiger Fristigkeit finanziert werden. Mit dieser Finanzverschuldung sind die vorhandenen Fremdkapitallinien, die CEWE COLOR weiterhin in vollem Umfang von insgesamt über 90 Mio. Euro zur Verfügung stehen, bei weitem nicht ausgenutzt. Die Finanzierung von CEWE COLOR ist äußerst solide.



Cash Flow

Free-Cash Flow steigt um 9,6 Mio. Euro

Im Berichtsquartal hat der Free-Cash Flow um 9,6 Mio. Euro auf 3,7 Mio. Euro zugelegt, im ersten Halbjahr sogar um 15,4 Mio. Euro auf –0,4 Mio. Euro.

Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit legt um 8,9 Mio. Euro zu

Der Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit stieg um 8,9 Mio. Euro auf 8,5 Mio. Euro. Hauptursache dieser deutlichen Steigerung war die im Abschnitt „Bilanz und Finanzierung“ beschriebene Reduktion des operativen Netto-Working Capitals, die mit 12,4 Mio. Euro zur Verbesserung des Cash Flows beigetragen hat. Dieser Verbesserung hat ein leichter Mehr-Aufbau des sonstigen Working Capitals (im Vergleich zum Vorjahresquartal) entgegengewirkt, der beispielsweise auf den Abbau von Nicht-Ertragsteuerverbindlichkeiten oder den Aufbau von Bonusforderungen an Lieferanten zurückzuführen ist.

Im ersten Halbjahr konnte der Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit sogar um 14,0 Mio. Euro auf 10,9 Mio. Euro zulegen. Wichtigster Zusatzeffekt zum bereits erläuterten zweiten Quartal ist die Verbesserung im EBIT. Vor allem durch die Nicht-Wiederholung der Restrukturierungskosten des ersten Quartals 2009 hat das EBIT – als Startpunkt der Berechnung des Cash Flows – sich um 6,9 Mio. Euro erhöht.

Cash Flow aus Investitionstätigkeit: Investitionen um 0,6 Mio. Euro reduziert

Wie bereits in den letzten Jahren wird auch für 2010 eine Reduktion der Investitionen angestrebt. Daher hat sich der Cash Flow aus der Investitionstätigkeit entsprechend reduziert. Im Berichtsquartal flossen hierfür 4,8 Mio. Euro ab, 0,6 Mio. Euro weniger als im Vorjahresquartal. Für das erste Halbjahr summieren sich die Investitionen auf 11,3 Mio. Euro, d. h. eine Reduktion gegenüber dem Vorjahreszeitraum von 1,4 Mio. Euro und damit eine Verbesserung des Cash Flows in dieser Höhe.

Von diesen 4,8 Mio. Euro Cash Flow aus Investitionstätigkeit wurden etwa 2,2 Mio. Euro in technische Anlagen und Maschinen investiert sowie etwa 1,8 Mio. Euro in andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung. Unter die erstgenannte Position fallen Produktionseinrichtungen sowie die entsprechende IT-Ausrüstung. In beiden Positionen sind die DigiFoto-Maker mit Vor-Ort-Drucker sowie die zugehörigen Shopteile als Investitionsziel zu nennen. Etwa 0,8 Mio. Euro flossen in gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte. Darunter fallen sowohl selbst erstellte als auch erworbene Software.

Kapitalrentabilität

Zur Betrachtung der Kapitalrentabilität ist es sinnvoll, den Gewinn eines vollständigen Jahreszyklus in Summe auf den durchschnittlichen Kapitaleinsatz eines Jahreszyklus zu beziehen, damit die Division des Gewinns durch das eingesetzte Kapital eine Jahresrentabilität ausdrückt. Daher werden hier die Gewinne von jeweils zwölf Monaten addiert.

Capital Employed um 10,4 Mio. Euro reduziert

Im Vergleich zum gleichen Vorjahreszeitpunkt, hat sich das Capital Employed am 30. Juni 2010 um 10,4 Mio. Euro auf 151,7 Mio. Euro reduziert. Haupttreiber dieser Veränderung sind die wegen der reduzierten Investitionen in Sachanlagen und in immaterielle Vermögenswerte um 10,8 Mio. Euro geminderten langfristigen Vermögenswerte – wie im Abschnitt „Bilanz und Finanzierung“ beschrieben.

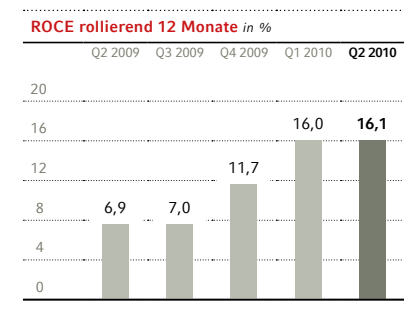
12-Monats-Perspektive: Geringerer Kapitaleinsatz und kräftig steigende Ertragskraft

Die 12-Monats-Perspektive ist besonders geeignet, um die Saisonalitätseffekte zu glätten: Das durchschnittliche Capital Employed des 30. Juni 2010 und der drei Quartalsstichtage davor betrug 159,1 Mio. Euro – eine Reduktion um 0,9 Mio. Euro. Wie bereits im Abschnitt „Kosten und Ergebnisse“ beschrieben, beläuft sich die Summe des EBIT vom dritten Quartal 2009 bis zum zweiten Quartal 2010 auf 25,5 Mio. Euro und liegt damit 14,5 Mio. Euro über dem Vergleichswert vom dritten Quartal 2008 bis zum zweiten Quartal 2009.

Große Renditesteigerung: ROCE von 6,9 % auf 16,1 % erhöht

Der Anstieg des EBITs der vergangenen zwölf Monate zum einen sowie die leichte Reduktion des 12-Monats-Durchschnitts des Kapitaleinsatzes zum anderen haben die Kapitalrendite deutlich steigen lassen.

Vor Restrukturierungsmaßnahmen hat CEWE COLOR den Return on Capital Employed (ROCE) von 13,1 % auf 17,5 % gesteigert. Nach Restrukturierungsmaßnahmen hat CEWE COLOR den ROCE von 6,9 % auf 16,1 % weit mehr als verdoppelt. CEWE COLOR erreicht damit eine attraktive Verzinsung des investierten Kapitals.



MITARBEITER

Mitarbeiterzahl im Vorjahresvergleich leicht rückläufig

Die Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der CEWE COLOR Gruppe verringerte sich im Vorjahresvergleich per Ende Juni 2010 um 5,8 % auf nun 2.601 Mitarbeiter (Vorjahr: 2.761 Mitarbeiter).

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

Q1–Q2: Mitarbeiter nach Regionen	2010	2009	Veränderung
Zentraleuropa	1.581	1.563	1,2 %
Westeuropa	197	292	–32,5 %
Benelux	34	34	0,0 %
Mittelosteuropa	789	872	–9,5 %
Konzern	2.601	2.761	–5,8 %

ORGANISATION UND VERWALTUNG

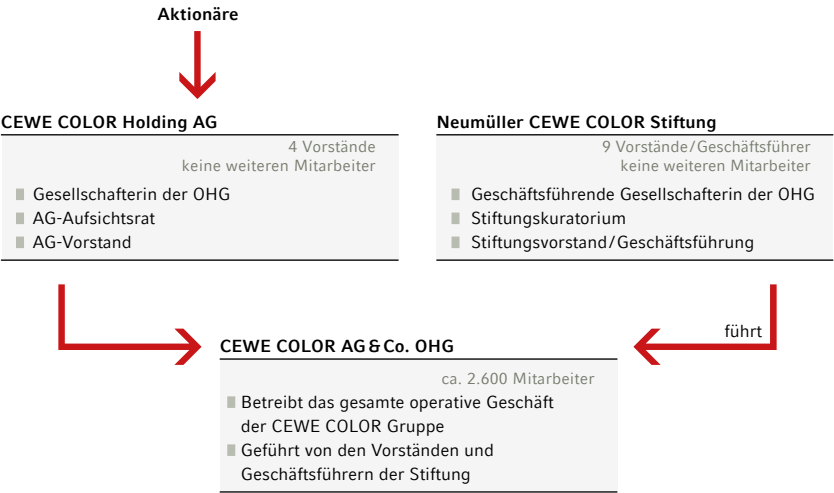
CEWE COLOR Holding AG, Neumüller CEWE COLOR Stiftung und CEWE COLOR AG & Co. OHG

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

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

Die CEWE COLOR AG & Co.OHG betreibt das gesamte operative Geschäft der Gruppe. Sie wird von den Vorständen und den Geschäftsführern der Neumüller CEWE COLOR Stiftung geleitet. Die verbleibenden 2.592 Mitarbeiter des Konzerns sind in den übrigen Konzerngesellschaften beschäftigt.

Organisationsstruktur der CEWE COLOR Gruppe



AUSBLICK

Gesamtwirtschaftliche Situation: Stärkeres BIP-Wachstum für 2010 erwartet

Für das weltweite Bruttoinlandsprodukt (BIP) erwartet das Institut für Weltwirtschaft in seiner am 16. Juni 2010 abgeschlossenen Studie „Weltkonjunktur im Sommer 2010“ ein stärkeres Wachstum als noch im März. Für 2010 rechnen die Wissenschaftler mit einem Anstieg des globalen BIP von 4,4 % (März-Prognose: 3,7 %). Dennoch betonen die Forscher, dass die Vertrauenskrise im Euro-Raum gezeigt habe, dass erhebliche Risiken für die Erholung in den Industrieländern bestehen. Die hohe Staatsverschuldung in den Industrieländern allgemein stelle wohl das größte Risiko für Konjunktur und Wachstum dar. Die Weltwirtschaft verliert nach Einschätzung des IfW ab der zweiten Jahreshälfte an Schwung. Das Auslaufen der in vielen Ländern aufgelegten Konjunkturprogramme werde zur Belastung. In einzelnen Ländern, nicht zuletzt in einigen großen Schwellenländern, hätten die Frühindikatoren bereits deutlich nachgegeben. Für 2011 prognostiziert das IfW dennoch einen Zuwachs der Weltproduktion von 3,7 % (März-Prognose: 3,6 %).

Der Prognose der Bundesbank aus Juni 2010 zufolge wird sich das preisbereinigte BIP in Deutschland in diesem Jahr um 1,9 % und 2011 um 1,4 % erhöhen – gegenüber der Prognose vom Dezember 2009 eine Aufwärtskorrektur um 0,3 Prozentpunkte für 2010 und um 0,2 Prozentpunkte für 2011.

CEWE COLOR von allgemeiner wirtschaftlicher Entwicklung wenig abhängig

Wie bereits in den vergangenen Jahren betont, geht der Vorstand weiter davon aus, dass CEWE COLOR sich weitgehend unabhängig von dem allgemeinen wirtschaftlichen Trend entwickeln wird. Da die Konsumenten die typischen CEWE COLOR Produkte zu vergleichsweise niedrigen Preisen erwerben, ihnen aber zugleich einen hohen emotionalen Wert beimessen, ist der für CEWE COLOR relevante Markt weniger konjunktursensibel. Für die Entwicklung von CEWE COLOR ist vielmehr entscheidend, wie schnell die digitalen Mehrwertprodukte von den Konsumenten aufgenommen werden.

CEWE FOTOBUCH und Internet-Geschäft auch 2010 als Hauptwachstumsbringer

Das CEWE FOTOBUCH wird auch 2010 das CEWE COLOR Wachstum wesentlich tragen. Die Ergebnisse des ersten Halbjahres 2010 belegen dies. Zum Jahresende 2009 hatte das CEWE FOTOBUCH in Deutschland eine ungestützte Markenbekanntheit von 16 % erreicht. Das auf europäischer Ebene marktführende Fotobuchangebot ist somit nur etwa jedem sechsten Konsumenten ein Begriff. Dies zeigt, dass mit der weiteren Marktdurchdringung des CEWE FOTOBUCHS noch weiteres Wachstum

erschlossen werden kann – besonders durch ein stark wachsendes Internet-Geschäft. Das Internet ist Hauptvermarktungskanal für das CEWE FOTOBUCH und für viele weitere Mehrwertprodukte. Auch im ersten Halbjahr des laufenden Jahres hat sich dies bestätigt.

Analogrückgang nur noch von marginaler Bedeutung

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

Die Ergebnissteigerung ist real: + 14,5 Mio. Euro EBIT in den vergangenen zwölf Monaten

Zu Jahresbeginn 2010 hatte der CEWE COLOR-Vorstand für das Gesamtjahr 2010 eine Verbesserung des operativen Ergebnisses (EBIT) von 5 bis 10 Mio. Euro prognostiziert. In den vergangenen zwölf Monaten (vom 1. Juli 2009 bis zum 30. Juni 2010) hat sich das EBIT bereits um 14,5 Mio. Euro gesteigert. Der Wegfall der analog/digital-transformationsbedingten Restrukturierungen ist damit real. Diese hatten mit jährlichen Restrukturierungsaufwendungen von 10 Mio. Euro die sichtbare Ertragskraft fünf Jahre lang gedrückt. Dieses Ertragshindernis ist nun offensichtlich überwunden. Zudem geht in diesem Zeitraum der Ertragsschub des vierten Quartals ein, der aufgrund der Saisonverschiebung zu erwarten war und der im vierten Quartal 2009 erstmals real geworden war.

Prognose bestätigt: Ergebnis je Aktie soll sich verdoppeln

Der Vorstand sieht das erste Halbjahr als sehr solides Fundament, um die Prognose für 2010 zu erreichen. Ebenso deutlich weist der Vorstand darauf hin, dass das dritte Quartal aufgrund der Saisonverschiebung einen geringeren Beitrag zum Jahresergebnis als in den vergangenen Jahren liefern können, während das Ergebnis im vierten Quartal voraussichtlich den Rekordwert des Vorjahres noch übertreffen wird (vgl. Grafik auf S. 29, die die Gesamtjahresprognose plausibilisiert). Damit bekräftigt der Vorstand sämtliche Zielwerte für 2010 – auch das Ziel, das Ergebnis je Aktie im Geschäftsjahr 2010 zu verdoppeln.

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

Oldenburg, 17. August 2010
CEWE COLOR Holding AG
– Der Vorstand –



Dr. Rolf Hollander
(Vorstandsvorsitzender)



Dr. Reiner Fageth



Andreas F.L. Heydemann



Dr. Olaf Holzkämper

DIE CEWE COLOR GRUPPE – STRUKTUR UND ORGANE

Neumüller CEWE COLOR Stiftung

Kuratorium

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

Vorstand

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

Geschäftsführung

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

CEWE COLOR Holding AG

Aufsichtsrat

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

Vorstand

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



Eigenkapitalquote legt um
fünf Prozentpunkte auf 40,3 % zu

KONZERNABSCHLUSS

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

Konzernbilanz

zum 30.06.2010 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

AKTIVA Angaben in TEuro	31.12.2009	30.06.2010	31.03.2010	Veränderung	30.06.2009	Veränderung
Sachanlagen	86.701	81.213	84.304	-3,7 %	88.538	-8,3 %
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	5.288	5.032	5.191	-3,1 %	3.631	38,6 %
Geschäfts- und Firmenwerte	10.325	10.325	10.325	0,0 %	10.325	0,0 %
Immaterielle Vermögenswerte	18.535	16.190	17.326	-6,6 %	20.714	-21,8 %
Finanzanlagen	294	189	189	0,0 %	273	-30,8 %
Langfristige Forderungen aus Ertragsteuer-Erstattungen	2.971	3.149	3.060	2,9 %	3.500	-10,0 %
Langfristige Forderungen und Vermögenswerte	334	335	361	-7,2 %	440	-23,9 %
Aktive latente Steuern	5.219	5.267	5.442	-3,2 %	5.120	2,9 %
Langfristige Vermögenswerte	129.667	121.700	126.198	-3,6 %	132.541	-8,2 %
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	2.044	2.075	2.089	-0,7 %	4.624	-55,1 %
Vorräte	52.259	42.931	43.862	-2,1 %	38.794	10,7 %
Kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	66.533	43.926	38.855	13,1 %	49.340	-11,0 %
Kurzfristige Forderungen aus Ertragsteuer-Erstattungen	1.131	3.543	2.332	51,9 %	7.497	-52,7 %
Kurzfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte	8.720	10.302	9.355	10,1 %	9.491	8,5 %
Liquide Mittel	8.218	10.759	11.004	-2,2 %	9.213	16,8 %
Kurzfristige Vermögenswerte	138.905	113.536	107.497	5,6 %	118.959	-4,6 %
	268.572	235.236	233.695	0,7 %	251.500	-6,5 %

PASSIVA Angaben in TEuro	31.12.2009	30.06.2010	31.03.2010	Veränderung	30.06.2009	Veränderung
Gezeichnetes Kapital	19.188	19.188	19.188	0,0 %	19.188	0,0 %
Kapitalrücklage	56.228	56.228	56.228	0,0 %	56.228	0,0 %
Sonderposten für eigene Anteile	-17.007	-17.007	-17.007	0,0 %	-17.007	0,0 %
Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn	53.250	36.406	46.960	-22,5 %	30.255	20,3 %
Den Anteilseignern zurechenbares Eigenkapital	111.659	94.815	105.369	-10,0 %	88.664	6,9 %
Anteile Dritter	35	34	35	-2,9 %	46	-26,1 %
Eigenkapital	111.694	94.849	105.404	-10,0 %	88.710	6,9 %
Langfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen	515	464	490	-5,3 %	589	-21,2 %
Langfristige Rückstellungen für Pensionen	9.695	9.986	9.841	1,5 %	9.798	1,9 %
Langfristige passive latente Steuern	1.650	1.746	1.560	11,9 %	2.512	-30,5 %
Langfristige übrige Rückstellungen	1.142	1.046	1.094	-4,4 %	1.465	-28,6 %
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	26.062	28.503	36.955	-22,9 %	18.362	55,2 %
Langfristige übrige Verbindlichkeiten	73	96	72	33,3 %	525	-81,7 %
Langfristige Schulden	39.137	41.841	50.012	-16,3 %	33.251	25,8 %
Kurzfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen	100	100	100	0,0 %	66	51,5 %
Kurzfristige Steuerrückstellungen	3.659	6.858	3.467	97,8 %	2.589	165 %
Kurzfristige übrige Rückstellungen	11.635	7.999	9.772	-18,1 %	13.674	-41,5 %
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	6.462	14.934	2.875	419,4 %	40.119	-62,8 %
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	73.225	46.778	39.149	19,5 %	51.471	-9,1 %
Kurzfristige übrige Verbindlichkeiten	22.660	21.877	22.916	-4,5 %	21.620	1,2 %
Kurzfristige Schulden	117.741	98.546	78.279	25,9 %	129.539	-23,9 %
	268.572	235.236	233.695	0,7 %	251.500	-6,5 %

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

für Q1–Q2 2009 und 2010 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

Angaben in TEuro	Q1–Q4 2009	Q2 2010	Q2 2009	Veränderung	Q1–Q2 2010	Q1–Q2 2009	Veränderung
Umsatzerlöse	409.813	96.384	88.583	8,8 %	180.394	170.253	6,0 %
Erhöhung/Verminderung des Bestands an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	42	–10	2	–600 %	–10	–9	–11,1 %
Andere aktivierte Eigenleistungen	1.249	417	453	–7,9 %	774	878	–11,8 %
Sonstige betriebliche Erträge	28.273	4.467	6.243	–28,4 %	10.469	12.783	–18,1 %
Materialaufwand	–154.735	–38.508	–33.490	–15,0 %	–73.403	–68.202	–7,6 %
Rohergebnis	284.642	62.750	61.791	1,6 %	118.224	115.703	2,2 %
Personalaufwand	–104.788	–24.844	–24.286	–2,3 %	–49.660	–54.933	9,6 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	–123.961	–27.325	–27.170	–0,6 %	–54.517	–55.323	1,5 %
Ergebnis vor Abschreibungen und Steuern (EBITDA)	55.893	10.581	10.335	2,4 %	14.047	5.447	158 %
Abschreibung auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	–37.238	–8.703	–8.202	–6,1 %	–19.971	–18.259	–9,4 %
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit (EBIT)	18.655	1.878	2.133	–12,0 %	–5.924	–12.812	53,8 %
Finanzergebnis	–1.894	–391	–184	–113 %	–902	–760	–18,7 %
Ergebnis vor Steuern (EBT)	16.761	1.487	1.949	–23,7 %	–6.826	–13.572	49,7 %
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	–9.242	–3.689	–341	–982 %	–3.306	–1.279	–158 %
Sonstige Steuern	–779	–180	–127	–41,7 %	–424	–371	–14,3 %
Ergebnis nach Steuern	6.740	–2.382	1.481	–261 %	–10.556	–15.222	30,7 %
auf Minderheitsgesellschafter entfallendes Ergebnis	–5	–1	–1	0,0 %	–3	–6	50,0 %
auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Ergebnis	6.745	–2.381	1.482	–260,7 %	–10.553	–15.216	30,6 %
Ergebnis je Aktie in Euro							
unverwässert	0,99	–0,35	0,22	–259 %	–1,55	–2,24	30,8 %
verwässert	1,00	–0,35	0,22	–259 %	–1,55	–2,23	30,5 %

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

für Q1–Q2 2009 und 2010 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

Angaben in TEuro	Q1–Q4 2009	Q2 2010	Q2 2009	Veränderung	Q1–Q2 2010	Q1–Q2 2009	Veränderung
Ergebnis nach Steuern	6.740	–2.381	1.481	–261 %	–10.553	–15.222	30,7 %
Unterschied aus Währungsumrechnung	1.381	–1.014	1.484	–168 %	946	–425	323 %
Marktbewertung von Sicherungsgeschäften	–68	–41	–298	86,2 %	–117	–43	–172 %
Ertragsteuern auf erfolgsneutral erfasste Erträge und Aufwendungen	–88	–99	0	–100 %	–99	0	–100 %
Erfolgsneutrale Aufwendungen und Erträge nach Steuern	1.225	–1.154	1.186	–197 %	730	–468	256 %
Gesamtergebnis	7.965	–3.535	2.667	–233 %	–9.823	–15.690	37,4 %
auf Minderheitsgesellschafter entfallendes Gesamtergebnis	–3	5	–3	267 %	–1	–10	90,0 %
auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Gesamtergebnis	7.968	–3.540	2.670	–233 %	–9.822	–15.680	37,4 %

Konzern-Kapitalflussrechnung

für Q1–Q2 2009 und 2010 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

Angaben in TEuro	Q2 2010	Q2 2009	Veränderung	Q1–Q2 2010	Q1–Q2 2009	Veränderung
EBIT	1.878	2.133	–12,0 %	–5.924	–12.812	53,8 %
+/- Anpassungen für:						
+/- Abschreibungen (+)/Zuschreibungen (–)	8.703	8.202	6,1 %	19.971	17.758	12,5 %
+/- Veränderung aktiver und passiver latenter Steuern	361	–209	273 %	48	611	–92,1 %
+/- Veränderung sonstiger langfristiger Forderungen und Schulden	146	–24	708 %	216	–95	327 %
+/- Ergebnis aus dem Abgang von Anlagevermögen	–112	739	–115 %	–130	859	–115 %
+/- Sonstige zahlungsunwirksame Transaktionen	–344	475	–172 %	461	1.500	–69,3 %
=	8.754	9.183	–4,7 %	20.566	20.633	–0,3 %
= operatives Ergebnis vor Veränderung des Working Capitals und der Steuerzahlungen	10.632	11.316	–6,0 %	14.642	7.821	87,2 %
+/- Abnahme (+)/Zunahme (–) Operatives Netto-Working Capital	3.489	–8.896	139 %	5.487	–9.160	160 %
+/- Abnahme (+)/Zunahme (–) Sonstiges Netto-Working Capital (ohne Ertragsteuerpositionen)	–3.771	–1.183	–219 %	–6.081	2.175	–380 %
– Gezahlte Steuern	–1.867	–1.677	–11,3 %	–3.121	–3.905	20,1 %
= Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit (1)	8.483	–440	2.028 %	10.927	–3.069	456 %
– Abflüsse aus Investitionen in das Anlagevermögen	–4.816	–5.452	11,7 %	–11.470	–12.857	10,8 %
+ Zuflüsse aus Verkauf von Sachanlagen und Immateriellen Vermögenswerten	36	37	–2,7 %	121	150	–19,3 %
= Cash Flow aus der Investitionstätigkeit (2)	–4.780	–5.415	11,7 %	–11.349	–12.707	10,7 %
= Free-Cash Flow (1) + (2)	3.703	–5.855	163 %	–422	–15.776	97,3 %
+/- Abflüsse (–) an/Zuflüsse (+) von Anteilseignern						
– Gezahlte Dividenden	–7.149	–6.809	–5 %	–7.149	–6.809	–5 %
– Erwerb von eigenen Anteilen	0	–52	100 %	0	–609	100 %
– Bewertung Stock Option nach IFRS 2	130	0	100 %	130	–8	>1.000 %
	–7.019	–6.861	–2,3 %	–7.019	–7.426	5,5 %
+/- Zuflüsse (+)/Abflüsse (–) aus der Veränderung der Finanzschulden	3.607	16.534	–78,2 %	10.912	23.208	–53,0 %
+/- Zuflüsse (+)/Abflüsse (–) aus dem Zinsergebnis	–379	–365	–3,8 %	–892	–693	–28,7 %
+/- Sonstige zahlungsunwirksame Finanztransaktionen	–148	–358	58,7 %	–214	–110	–94,5 %
= Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit	–3.939	8.950	–144 %	2.787	14.979	–81,4 %
Entwicklung des Finanzmittelbestandes						
= Zahlungswirksame Veränderung der Liquiden Mittel	–236	3.095	–108 %	2.365	–797	397 %
+/- Wechselkursbedingte Änderungen der Liquiden Mittel	–9	125	–107 %	176	–70	351 %
+ Liquide Mittel zum Beginn der Berichtsperiode	11.004	5.993	83,6 %	8.218	10.080	–18,5 %
= Liquide Mittel zum Ende der Berichtsperiode	10.759	9.213	16,8 %	10.759	9.213	16,8 %

Segmentberichterstattung

für Q1–Q2 2009 und 2010 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

Segmentberichterstattung Q1 – Q2 2010 <i>Angaben in TEuro</i>	Zentral- europa	Benelux	West- europa	Mittelost- europa	Fotofinishing	Einzelhandel	Eliminie- rungen	CEWE COLOR Konzern
					Addition Fotofinishing			
Umsatzerlöse mit externen Dritten	85.990	14.246	17.587	11.329	129.152	51.242	0	180.394
Währungseffekte	–626	0	–102	–533	–1.261	–5.188	0	–6.449
Umsatz mit fremden Dritten, währungsbereinigt	85.364	14.246	17.485	10.796	127.891	46.054	0	173.945
Umsatzerlöse mit anderen Segmenten	17.547	1.986	905	857	21.295	140	–21.435	0
Segmentumsatz	103.537	16.232	18.492	12.186	150.447	51.382	–21.435	180.394
EBIT	–215	–358	–899	–4.272	–5.744	–180	0	–5.924
Bereinigung um Restrukturierungsaufwand	0	0	0	2.211	2.211	0	0	2.211
Segmentergebnis vor Restrukturierung	–215	–358	–899	–2.061	–3.533	–180	0	–3.713

Segmentberichterstattung Q1 – Q2 2009 <i>Angaben in TEuro</i>	Zentral- europa	Benelux	West- europa	Mittelost- europa	Fotofinishing	Einzelhandel	Eliminie- rungen	CEWE COLOR Konzern
					Addition Fotofinishing			
Umsatzerlöse mit externen Dritten	83.540	14.828	18.995	10.368	127.731	42.522	0	170.253
Umsatzerlöse mit anderen Segmenten	17.548	622	1.126	3.551	22.847	590	–23.437	0
Segmentumsatz	101.088	15.450	20.121	13.919	150.578	43.112	–23.437	170.253
EBIT	971	208	–12.440	–1.689	–12.950	138	0	–12.812
Bereinigung um Restrukturierungsaufwand	0	0	9.071	298	9.369	0	0	9.369
Segmentergebnis vor Restrukturierung	971	208	–3.369	–1.391	–3.581	138	0	–3.443

Segmentberichterstattung

für Q2 2009 und 2010 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

Segmentberichterstattung Q2 2010 <i>Angaben in TEuro</i>	Zentral- europa	Benelux	West- europa	Mittelost- europa	Fotofinishing	Einzelhandel	Eliminie- rungen	CEWE COLOR Konzern
					Addition Fotofinishing			
Umsatzerlöse mit externen Dritten	46.102	7.517	8.613	5.043	67.275	29.109	0	96.384
Währungseffekte	-407	0	-56	-208	-671	-2.836	0	-3.507
Umsatz mit fremden Dritten, währungsbereinigt	45.695	7.517	8.557	4.835	66.604	26.273	0	92.877
Umsatzerlöse mit anderen Segmenten	8.483	1.529	569	174	10.755	56	-10.811	0
Segmentumsatz	54.585	9.046	9.182	5.217	78.030	29.165	-10.811	96.384
EBIT	2.729	-288	264	-1.330	1.375	503	0	1.878
Bereinigung um Restrukturierungsaufwand	0	0	0	-65	-65	0	0	-65
Segmentergebnis vor Restrukturierung	2.729	-288	264	-1.395	1.310	503	0	1.813

Segmentberichterstattung Q2 2009 <i>Angaben in TEuro</i>	Zentral- europa	Benelux	West- europa	Mittelost- europa	Fotofinishing	Einzelhandel	Eliminie- rungen	CEWE COLOR Konzern
					Addition Fotofinishing			
Umsatzerlöse mit externen Dritten	46.335	8.032	10.210	4.803	69.380	19.203	0	88.583
Umsatzerlöse mit anderen Segmenten	9.814	342	589	1.692	12.437	530	-12.967	0
Segmentumsatz	56.149	8.374	10.799	6.495	81.817	19.793	-12.967	88.643
EBIT	2.716	150	-999	-76	1.791	342	0	2.133
Bereinigung um Restrukturierungsaufwand	0	0	0	0	0	0	0	0
Segmentergebnis vor Restrukturierung	2.716	150	-999	-76	1.791	342	0	2.133

Konzern-Eigenkapitalspiegel

für Q1–Q2 2009 und 2010 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

								Mutterunternehmen kumuliertes übriges Konzernergebnis							Minderheitsgesellschafter			
Angaben in TEuro	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Neubewertungs- rücklage IFRS 3.59	Erwirtschaftetes KonzernEigenkapital	Umbuchung aus erfolgs- neutralen Rücklagen	Sonderposten für Stock Option Plan	Sonstige Eigen- kapitalpositionen	Marktbewertung Sicherungsgeschäfte	Ausgleichsposten aus Währungsumrechnung	Latente Steuern auf Währungsdifferenzen Eigenkapital	Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn	Eigenkapital gemäß Konzernbilanz vor Abzug eigener Anteile	Sonderposten auf eigene Anteile	Den Anteilseignern zu- rechenbares Eigenkapital	Minderheiten- kapital	Ausgleichsposten aus Währungsumrechnung	Anteile Dritter	KonzernEigenkapital gemäß Konzernbilanz
Stand 01.01.2010	19.188	56.228	1.075	49.800	-214	3.504	-349	-244	-234	-88	53.250	128.666	-17.007	111.659	49	-14	35	111.694
Ergebnis nach Steuern	0	0	0	-10.553	0	0	0	0	0	0	-10.553	-10.553	0	-10.553	-3	0	-3	-10.556
Erfolgsneutrale Aufwendungen und Erträge	0	0	0	0	0	130	0	-117	944	-99	858	858	0	858	0	2	2	860
Gesamtergebnis	0	0	0	-10.553	0	130	0	-117	944	-99	-9.695	-9.695	0	-9.695	-3	2	-1	-9.696
Gezahlte Dividende	0	0	0	-7.149	0	0	0	0	0	0	-7.149	-7.149	0	-7.149	0	0	0	-7.149
Eigentümerbezogene Eigenkapitalveränderungen	0	0	0	-7.149	0	0	0	0	0	0	-7.149	-7.149	0	-7.149	0	0	0	-7.149
Stand 30.06.2010	19.188	56.228	1.075	32.098	-214	3.634	-349	-361	710	-187	36.406	111.822	-17.007	94.815	46	-12	34	94.849
Stand 31.12.2008	19.188	56.228	1.075	50.751	0	3.512	0	-403	-1.600	0	53.335	128.751	-16.398	112.353	52	4	56	112.409
Bewertungsanpassung aus Vorjahren	0	0	0	-261 ¹	0	0	-309	0	0	0	-570	-570	0	-570	0	0	0	-570
Latente Steuern Vorjahr	0	0	0	-624	0	0	0	0	0	0	-624	-624	0	-624	0	0	0	-624
Stand 01.01.2009	19.188	56.228	1.075	49.866	0	3.512	-309	-403	-1.600	0	52.141	127.557	-16.398	111.159	52	4	56	111.215
Ergebnis nach Steuern	0	0	0	-15.216	-273	0	0	273	0	0	-15.216	-15.216	0	-15.216	-6	0	-6	-15.222
Erfolgsneutrale Aufwendungen und Erträge	0	0	0	0	0	0	0	-43	-421	0	-464	-464	0	-464	0	-4	-4	-468
Gesamtergebnis	0	0	0	-15.216	-273	0	0	230	-421	0	-15.680	-15.680	0	-15.680	-6	-4	-10	-15.690
Gezahlte Dividende	0	0	0	-6.809	0	0	0	0	0	0	-6.809	-6.809	0	-6.809	0	0	0	-6.809
Erwerb eigener Anteile	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-609	-609	0	0	0	-609
Wertanpassungen des Wandlungsrechts der Stiftung	0	0	0	0	0	0	-13	0	0	0	-13	-13	0	-13	0	0	0	-13
Übrige Eigenkapitalveränderungen	0	0	0	0	0	-8	0	0	0	0	-8	-8	0	-8	0	0	0	-8
Eigentümerbezogene Eigenkapitalveränderungen	0	0	0	-6.809	0	-8	-13	0	0	0	-6.830	-6.830	-609	-7.439	0	0	0	-7.439
Stand 30.06.2009	19.188	56.228	1.075	27.841	-273	3.504	-322	-173	-2.021	0	29.631	105.047	-17.007	88.040	46	0	46	88.086

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

Ausgewählte erläuternde Anhangsangaben

Unternehmensinformation

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

Grundlagen für die Aufstellung des Konzernzwischenabschlusses zum 30. Juni 2010

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

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

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

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

Konsolidierungskreis

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

Saisonale Einflüsse auf die Geschäftstätigkeit

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

Wesentliche Geschäftsvorfälle

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

Das Steuerergebnis unterliegt einem Sondereffekt von insgesamt 3.000 TEuro. Im Geschäftsjahr 2008 hat die in Zentraleuropa ansässige CEWE COLOR AG & Co. OHG, Oldenburg, einen Forderungsverzicht in Höhe von 10.000 TEuro gegenüber der französischen CEWE COLOR S. A. S., Paris, Frankreich, ausgesprochen. Dies führte zu außerordentlichen Erträgen in Frankreich, die wegen bestehender Verlustvorträge steuerfrei vereinnahmt wurden, sowie zu gleich hohen außerordentlichen Aufwendungen in der verzichtenden CEWE COLOR AG & Co. OHG, Oldenburg. Die Belastungen in der deutschen Gesellschaft führten zu einer entsprechend deutlichen Reduktion des Vorsteuerergebnisses und damit zu einer Entlastung des Steuerergebnisses in der CEWE COLOR AG & Co. OHG, Oldenburg, sowie ihrer Gesellschafterin CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg, in Höhe von insgesamt 3.000 TEuro (siehe auch Geschäftsbericht 2008, Seite 100).

Nun haben die genannten deutschen Gesellschaften im Laufe des Juli 2010 aber anderslautende Steuerbescheide erhalten, die die Steuerschuld um 3.000 TEuro höher veranschlagen. Dementsprechend musste diese Verpflichtung zum Stichtag nunmehr als Steuerschuld berücksichtigt werden und erhöht um diesen Betrag das Steuerergebnis. Es ist beabsichtigt, gegen diese Steuerveranlagung im Wege des Rechtsbehelfs vorzugehen (s. auch Lagebericht, S. 33f.).

Im Februar 2010 wurde der Beschluss gefasst, den Betrieb in Bratislava, Slowakische Republik, von einer Produktionsgesellschaft in eine Vertriebsgesellschaft umzuwandeln. Der Produktionsbetrieb wurde zum Ende März 2010 geschlossen. Die im ersten Quartal zurückgestellten Restrukturierungsaufwendungen von 2,3 Mio. Euro konnten im abgelaufenen Quartal auf 2,2 Mio. Euro reduziert werden (Personalaufwand 208 TEuro, sonstige betriebliche Aufwendungen 11 TEuro sowie Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte 1.992 TEuro).

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Im Juli 2010 konnte das bisher als zur Veräußerung gehaltene Grundstück in Valence zu einem Kaufpreis in Höhe von 495 TEuro veräußert werden. Weitere nach Art, Ausmaß und Häufigkeit nennenswerte Sachverhalte nach dem 30. Juni 2010 lagen nicht vor.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz, Kapitalflussrechnung

Ausführliche Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung finden sich im Zwischenlagebericht in den Kapiteln „Umsatz“ (S. 27) und „Ergebnisse“ (S. 28); die Erläuterungen zur Bilanz und Kapitalflussrechnung in den Kapiteln „Bilanz und Finanzierung“ (S. 40) sowie „Cash Flow“ (S. 44). Die Entwicklung des Eigenkapitals wird durch den Eigenkapitalspiegel im Anschluss an Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung, Bilanz und Kapitalflussrechnung gesondert dargestellt.

Ergebnis je Aktie

<i>in Euro</i>	Q2 2010	Q2 2009	Q1–Q2 2010	Q1–Q2 2009
Konzernergebnis nach Ergebnisanteilen Dritter	–2.381	1.482	–10.553	–15.216
Gewichteter Durchschnitt unverwässerte Aktienzahl in Stück	6.790.663	6.790.839	6.790.663	6.804.089
Unverwässertes Ergebnis je Aktie in Euro	–0,35	0,22	–1,55	–2,24
Konzernergebnis nach Ergebnisanteilen Dritter	–2.381	1.482	–10.553	–15.216
+ Ergebnisanteil fremder Gesellschafter, denen die Bezugsrechte zustehen	0	7	0	8
+ Zinsaufwand aus Gesellschafterdarlehen der OHG	6	5	6	0
– Laufende und latente Steuern	0	0	0	0
Angepasstes Konzernergebnis	–2.375	1.494	–10.547	–15.208
Gewichteter Durchschnitt verwässerte Aktienzahl in Stück	6.810.663	6.810.839	6.810.663	6.824.089
Verwässertes Ergebnis je Aktie in Euro	–0,35	0,22	–1,55	–2,23

Eigenkapital

Zum 31. Dezember 2009 hielt die CEWE COLOR Holding 476.605 Stückaktien als eigene Anteile. Darüber hinaus hielt zu diesem Zeitpunkt die CEWE COLOR Versorgungskasse e. V., Wiesbaden, 112.752 Stückaktien der Gesellschaft. Letztere waren gemäß IAS 19 in den Konzernabschluss korrigierend einzubeziehen, so dass zum Stichtag 31. Dezember 2009 insgesamt 589.357 Stückaktien als eigene Anteile im Konzernabschluss der CEWE COLOR Holding auszuweisen waren. Seitdem sind keine weiteren Änderungen erfolgt.

Weiterhin hat der Vorstand im März 2010 beschlossen, den Mitarbeitern der inländischen Tochtergesellschaften der CEWE COLOR Holding Aktien der Gesellschaft zu einem vergünstigten Preis als Belegschaftsaktien zum Erwerb anzubieten. Dafür wurden insgesamt 10.882 Aktien benötigt. Der dafür notwendige Aktienrückkauf war bis zum 20. April 2010 abgeschlossen. Zum 30. Juni 2010 betrug bei der CEWE COLOR Holding der Bestand an eigenen Anteilen gemäß § 71 AktG 476.605 Stück (Gesamtbetrag 13.234 TEuro, durchschnittlicher Kaufkurs 28,08 Euro/Aktie; Vorjahr: 473.405 Stück, 10.823 TEuro, 33,93 Euro/Aktie) und für den Konzern gemäß IAS 19 insgesamt 589.357 Stück (Gesamtbetrag 17.007 TEuro, durchschnittlicher Kaufkurs 28,86 Euro/Aktie, Vorjahr: 586.157 Stück, 18.139 TEuro, 30,78 Euro/Aktie). Zum 30. Juni 2010 betrug das Grundkapital der CEWE COLOR Holding AG unverändert zum Vorquartal 19.188 TEuro, eingeteilt in 7.380.020 Aktien.

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

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

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

Erläuterungen zur Segmentberichterstattung

Die Segmentberichterstattung erfolgt seit dem Geschäftsjahr 2009 nach den Vorschriften des IFRS 8 „Geschäftssegmente“. Der Segmentbericht gliedert sich in die Fotofinishing-Segmente Zentraleuropa, Westeuropa, Benelux und Mittelosteuropa sowie das Segment Einzelhandel. Diese Aufteilung entspricht dem internen Management-Reporting. In der Spalte Eliminierungen werden die konzerninternen Umsatzerlöse konsolidiert. Als wesentliche Ergebnis- und Steuerungsgröße wird das Segmentergebnis vor Finanzergebnis und Steuern berichtet. Eine detaillierte Erläuterung zum Segmentbericht befindet sich im Zwischenlagebericht, Kapitel „Segmente“ (S. 35).

Eventualverbindlichkeiten

Es bestanden Eventualschulden aus der Hingabe von Bürgschaften und Garantien für Dritte, aus möglichen Prozessrisiken und aus anderen Sachverhalten in Höhe von 2.071 TEuro (Ende Vorjahresquartal: 7.720 TEuro). Es bestehen Eventualforderungen in Höhe von 3.000 TEuro (Ende Vorjahresquartal: 0 TEuro).

Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

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

Oldenburg, 17. August 2010

CEWE COLOR Holding AG

– Der Vorstand –



Dr. Rolf Hollander

(Vorstandsvorsitzender)



Dr. Reiner Fageth



Andreas F.L. Heydemann



Dr. Olaf Holzkämper

Bescheinigung des Wirtschaftsprüfers

An die CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

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

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

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

Oldenburg, 17. August 2010

COMMERZIAL TREUHAND
Gesellschaft mit beschränkter Haftung
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft

(Dipl.-Kfm. H. Sanders)
Wirtschaftsprüfer

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



WEITERE INFORMATIONEN

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

Kapitalrentabilität (ROCE) springt im
12-Monats-Vergleich von 6,8 % auf 16,8 %

MEHRJAHRESÜBERSICHT

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

Angaben in Mio. Euro	Q2 2004	Q2 2005	Q2 2006	Q2 2007	Q2 2008	Q2 2009	Q2 2010	Q1–Q2 2004	Q1–Q2 2005	Q1–Q2 2006	Q1–Q2 2007	Q1–Q2 2008	Q1–Q2 2009	Q1–Q2 2010
Umsatzerlöse	102,7	110,4	97,2	100,8	99,1	88,6	96,4	179,9	196,7	174,9	179,4	181,5	170,3	180,4
Erhöhung/Verminderung des Bestands an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	–0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Andere aktivierte Eigenleistungen	0,5	0,4	0,3	0,4	0,5	0,5	0,4	0,7	0,7	0,7	0,7	1,1	0,9	0,8
Sonstige betriebliche Erträge	2,4	13,1	5,7	6,0	7,4	6,2	4,5	8,3	18,6	9,9	11,4	12,3	12,8	10,5
Materialaufwand	–41,0	–40,7	–34,2	–40,4	–40,7	–33,5	–38,5	–71,7	–72,7	–60,5	–70,5	–73,2	–68,2	–73,4
Rohergebnis	64,1	83,2	69,0	66,7	66,3	61,8	62,8	117,2	143,3	124,9	121,1	121,7	115,7	118,2
Personalaufwand	–29,1	–30,6	–26,1	–23,9	–24,8	–24,3	–24,8	–58,3	–59,4	–52,9	–53,2	–56,2	–54,9	–49,7
Sonstige betriebliche Aufwendungen	–23,5	–32,6	–24,8	–30,3	–29,7	–27,2	–27,3	–47,6	–58,3	–49,9	–56,6	–55,9	–55,3	–54,5
Ergebnis vor Abschreibungen und Steuern (EBITDA)	11,4	20,0	18,1	12,5	11,8	10,3	10,6	11,2	25,6	22,2	11,3	9,6	5,4	14,0
Abschreibung auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	–9,9	–8,5	–8,1	–9,5	–9,2	–8,2	–8,7	–19,2	–18,5	–16,4	–19,5	–21,1	–18,3	–20,0
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit (EBIT)	1,6	11,5	10,0	3,0	2,6	2,1	1,9	–8,0	7,0	5,8	–8,2	–11,5	–12,8	–5,9
Finanzergebnis	–0,5	–0,7	–2,2	0,1	–0,4	–0,2	–0,4	–0,9	–1,0	–4,2	–0,5	–0,6	–0,8	–0,9
Ergebnis vor Steuern (EBT)	1,1	10,8	7,8	3,1	2,2	1,9	1,5	–8,9	6,1	1,6	–8,7	–12,1	–13,6	–6,8
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	–1,8	–4,7	–3,2	1,6	–0,6	–0,3	–3,7	–0,6	–5,0	–3,1	1,1	1,3	–1,3	–3,3
Sonstige Steuern	–1,0	–1,1	–0,9	–0,7	–0,3	–0,1	–0,2	–1,7	–1,8	–1,5	–1,5	–0,6	–0,4	–0,4
Ergebnis nach Steuern	–1,7	5,0	3,7	4,0	1,4	1,5	–2,4	–11,2	–0,7	–3,0	–9,0	–11,4	–15,2	–10,6
auf Minderheitsgesellschafter entfallendes Ergebnis	–0,4	1,5	1,2	0,0	0,0	0,0	0,0	–3,0	0,0	–0,6	0,0	0,0	0,0	0,0
auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Ergebnis	–1,4	3,5	2,5	4,0	1,4	1,5	–2,4	–8,2	–0,7	–2,4	–9,0	–11,4	–15,2	–10,6

MEHRJAHRESÜBERSICHT

Konzern-Bilanz

AKTIVA Angaben in Mio. Euro	30.06.2004	30.06.2005	30.06.2006	30.06.2007	30.06.2008	30.06.2009	30.06.2010
Sachanlagen	122,4	116,0	111,0	114,4	99,0	88,5	81,2
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,6	5,0
Geschäfts- und Firmenwerte	10,9	6,2	2,5	2,4	6,3	10,3	10,3
Immaterielle Vermögenswerte	7,6	9,0	9,6	13,9	22,5	20,7	16,2
Finanzanlagen nach At-Equity	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0
Finanzanlagen	1,8	1,3	1,4	2,1	0,3	0,3	0,2
Langfristige Forderungen aus Ertragsteuer-Erstattungen	0,0	0,0	0,0	4,4	3,9	3,5	3,1
Langfristige Forderungen und Vermögenswerte	2,7	2,8	0,6	0,5	0,6	0,4	0,3
Aktive latente Steuern	2,1	1,4	2,8	4,2	6,0	5,1	5,3
Langfristige Vermögenswerte	147,4	136,8	128,3	141,8	138,6	132,5	121,7
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	0,0	0,0	0,0	0,0	4,6	4,6	2,1
Vorräte	29,8	36,5	30,1	33,6	40,4	38,8	42,9
Kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	73,8	71,8	60,5	69,5	53,2	49,3	43,9
Kurzfristige Forderungen aus Ertragsteuer-Erstattungen	0,1	0,8	2,6	11,3	4,4	7,5	3,5
Kurzfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte	14,8	13,8	9,9	8,2	10,6	9,5	10,3
Liquide Mittel	8,2	18,2	9,3	16,0	6,7	9,2	10,8
Kurzfristige Vermögenswerte	126,8	141,2	112,5	138,6	119,9	119,0	113,5
	274,2	278,0	240,9	280,4	258,5	251,5	235,2

PASSIVA Angaben in Mio. Euro	30.06.2004	30.06.2005	30.06.2006	30.06.2007	30.06.2008	30.06.2009	30.06.2010
Gezeichnetes Kapital	15,6	15,6	15,6	19,2	19,2	19,2	19,2
Kapitalrücklage	29,2	29,2	29,2	56,2	56,2	56,2	56,2
Sonderposten für eigene Anteile	-12,0	-10,1	-14,6	-7,6	-14,3	-17,0	-17,0
Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn	50,4	60,2	57,4	42,3	41,8	30,3	36,4
Den Anteilseignern zurechenbares Eigenkapital	83,2	94,9	87,6	110,1	102,9	88,7	94,8
Anteile Dritter	12,8	13,5	13,6	0,0	0,1	0,0	0,0
Eigenkapital	96,1	108,4	101,3	110,2	103,0	88,7	94,8
Langfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen	1,4	1,1	0,7	0,8	0,7	0,6	0,5
Langfristige Rückstellungen für Pensionen	8,0	8,6	9,0	9,5	9,8	9,8	10,0
Langfristige passive latente Steuern	5,1	3,8	1,5	2,3	3,8	2,5	1,7
Langfristige übrige Rückstellungen	4,0	3,8	3,9	1,8	1,7	1,5	1,0
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	18,1	10,1	18,9	3,9	8,9	18,4	28,5
Langfristige übrige Verbindlichkeiten	0,5	8,2	3,0	0,2	0,5	0,5	0,1
Langfristige Schulden	37,0	35,6	37,1	18,5	25,5	33,3	41,8
Kurzfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen	0,3	0,2	0,4	0,1	0,1	0,1	0,1
Kurzfristige Steuerrückstellungen	5,5	4,9	7,1	4,3	2,2	2,6	6,9
Kurzfristige übrige Rückstellungen	8,0	12,6	8,0	9,2	12,6	13,7	8,0
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	25,6	14,5	9,2	47,7	37,7	40,1	14,9
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	0,0	0,0	0,0	62,9	54,4	51,5	46,8
Kurzfristige übrige Verbindlichkeiten	101,7	101,6	77,8	27,6	22,9	21,6	21,9
Kurzfristige Schulden	141,2	133,9	102,5	151,7	130,0	129,5	98,5
	274,2	278,0	240,9	280,4	258,5	251,5	235,2

MEHRJAHRESÜBERSICHT

Kennzahlen

VOLUMEN UND MITARBEITER		Q2 2005	Q2 2006	Q2 2007	Q2 2008	Q2 2009	Q2 2010	Q1–Q2 2005	Q1–Q2 2006	Q1–Q2 2007	Q1–Q2 2008	Q1–Q2 2009	Q1–Q2 2010
Digitalfotos	<i>in Mio. Stück</i>	182,4	230,8	324,1	363,4	423,7	418,3	319,4	422,0	604,8	708,2	814,3	853,1
Fotos von Filmen	<i>in Mio. Stück</i>	705,0	474,5	356,6	228,0	159,0	98,9	1.256,0	854,8	627,9	413,4	273,2	181,0
Fotos gesamt	<i>in Mio. Stück</i>	887	705	681	591	583	517	1.575	1.277	1.233	1.122	1.088	1.034
CEWE FOTOBÜCHER	<i>in Tsd. Stück</i>	0,0	73,0	249,0	449,0	673,2	784,1	0,0	123,0	450,0	859,0	1.320,2	1.608,9
Mitarbeiter	<i>auf Vollzeit umgerechnet</i>	3.706	3.104	3.190	2.738	2.703	2.578	3.734	3.218	3.216	2.778	2.761	2.601
ERTRAG		Q2 2005	Q2 2006	Q2 2007	Q2 2008	Q2 2009	Q2 2010	Q1–Q2 2005	Q1–Q2 2006	Q1–Q2 2007	Q1–Q2 2008	Q1–Q2 2009	Q1–Q2 2010
Umsatz	<i>in Mio. Euro</i>	110,4	97,2	100,8	99,1	88,6	96,4	196,7	174,9	179,4	181,5	170,3	180,4
EBITDA	<i>in Mio. Euro</i>	20,0	18,1	12,5	11,8	10,3	10,6	25,6	22,2	11,3	9,6	5,4	14,0
EBITDA-Marge	<i>in % vom Umsatz</i>	18,1	18,6	12,4	11,9	11,7	11,0	13,0	12,7	6,3	5,3	3,2	7,8
EBIT	<i>in Mio. Euro</i>	11,5	10,0	3,0	2,6	2,1	1,9	7,0	5,8	–8,2	–11,5	–12,8	–5,9
EBIT-Marge	<i>in % vom Umsatz</i>	10,4	10,3	3,0	2,6	2,4	1,9	3,6	3,3	–4,5	–6,3	–7,5	–3,3
EBT	<i>in Mio. Euro</i>	10,8	7,8	3,1	2,2	1,9	1,5	6,1	1,6	–8,7	–12,1	–13,6	–6,8
Ergebnis nach Steuern	<i>in Mio. Euro</i>	5,0	3,7	4,0	1,4	1,5	–2,4	–0,7	–3,0	–9,0	–11,4	–15,2	–10,6
KAPITAL		Q2 2005	Q2 2006	Q2 2007	Q2 2008	Q2 2009	Q2 2010	Q1–Q2 2005	Q1–Q2 2006	Q1–Q2 2007	Q1–Q2 2008	Q1–Q2 2009	Q1–Q2 2010
Bilanzsumme	<i>in Mio. Euro</i>	–	–	–	–	–	–	278,0	240,9	280,4	258,5	251,5	235,2
Capital Employed (CE)	<i>in Mio. Euro</i>	–	–	–	–	–	–	92,8	106,3	176,5	166,3	162,1	151,7
Eigenkapital	<i>in Mio. Euro</i>	–	–	–	–	–	–	108,4	101,3	110,2	103,0	88,7	94,8
Eigenkapitalquote	<i>in % der Bilanzsumme</i>	–	–	–	–	–	–	39,0	42,0	39,3	39,8	35,3	40,3
Netto-Finanzschulden	<i>in Mio. Euro</i>	–	–	–	–	–	–	6,3	18,8	35,6	40,0	49,3	32,7
ROCE (letzte 12 Monate)	<i>in % vom Capital Employed</i>	–	17,6	7,3	6,7	6,9	16,1	–	–	–	–	–	–
CASH FLOW		Q2 2005	Q2 2006	Q2 2007	Q2 2008	Q2 2009	Q2 2010	Q1–Q2 2005	Q1–Q2 2006	Q1–Q2 2007	Q1–Q2 2008	Q1–Q2 2009	Q1–Q2 2010
Brutto-Cash Flow	<i>in Mio. Euro</i>	13,5	11,8	13,5	10,6	9,7	6,3	17,8	13,4	10,4	9,7	3,0	9,4
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	<i>in Mio. Euro</i>	8,1	6,3	9,1	2,4	5,4	4,8	16,3	11,6	27,6	11,2	12,9	11,5
Netto-Cash Flow	<i>in Mio. Euro</i>	5,4	5,5	4,4	8,2	4,3	1,5	1,5	1,8	–17,2	–1,5	–9,8	–2,1
Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	<i>in Mio. Euro</i>	20,1	8,3	–0,4	–6,0	–0,4	8,5	10,8	–8,5	8,5	–8,4	–3,1	10,9
Cash Flow aus der Investitionstätigkeit	<i>in Mio. Euro</i>	–8,1	–6,3	–9,1	–2,4	–5,4	–4,8	–16,3	–11,6	–27,6	–11,2	–12,7	–11,3
Free-Cash Flow	<i>in Mio. Euro</i>	12,0	2,0	–9,5	–8,4	–5,9	3,7	–5,6	–20,1	–19,1	–19,6	–15,8	–0,4
AKTIE		Q2 2005	Q2 2006	Q2 2007	Q2 2008	Q2 2009	Q2 2010	Q1–Q2 2005	Q1–Q2 2006	Q1–Q2 2007	Q1–Q2 2008	Q1–Q2 2009	Q1–Q2 2010
Anzahl der Aktien	<i>in Stück</i>	6.000.020	6.000.020	7.380.020	7.380.020	7.380.020	7.380.020	6.000.020	6.000.020	7.380.020	7.380.020	7.380.020	7.380.020
Ergebnis je Aktie													
unverwässert	<i>in Euro</i>	0,64	0,45	0,56	0,19	0,22	–0,35	–0,13	–0,45	–1,25	–1,64	–2,24	–1,55
verwässert	<i>in Euro</i>	0,67	0,52	0,56	0,19	0,22	–0,35	0,06	–0,34	–1,25	–1,63	–2,23	–1,55

Betriebsstätten und Vertriebsniederlassungen

Inland

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

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

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

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

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

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

Ausland

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

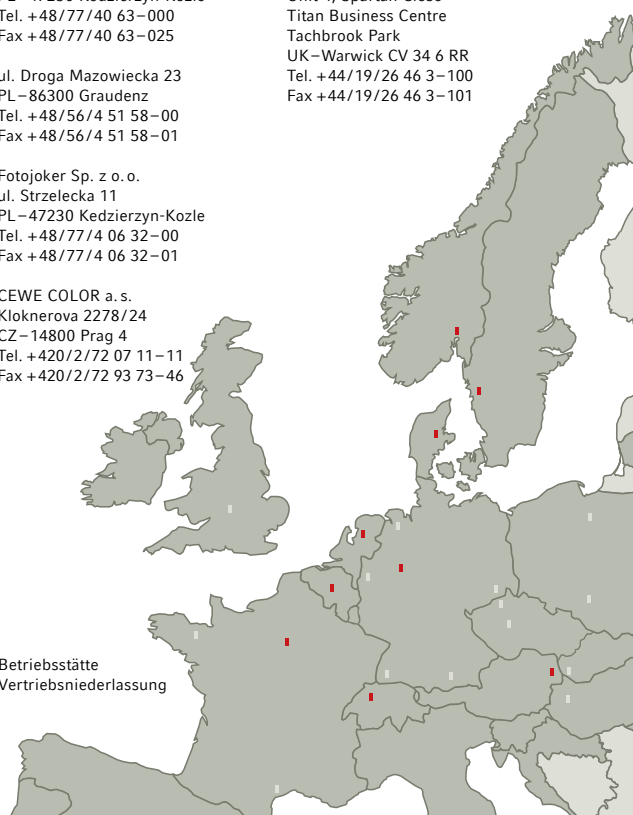
■ CEWE COLOR a.s.
Kloknerova 2278/24
CZ–14800 Prag 4
Tel. +420/2/72 07 11–11
Fax +420/2/72 93 73–46

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

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

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

■ Betriebsstätte
■ Vertriebsniederlassung



Finanzterminkalender

19.08.2010 Konferenz „Konsum/Retail“ Bankhaus Lampe, Frankfurt

30.08.2010 SCC_Small Cap Conference, Frankfurt

16.11.2010 Bekanntgabe der Zahlen für das Q3 2010

16.11.2010 Analysten-Telefonkonferenz zum Q3 2010

22.11.2010 Deutsches Eigenkapitalforum, Frankfurt

Impressum

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

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

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

Verantwortlich

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

Gesamtkonzeption und Gestaltung
FIRST RABBIT GmbH, Köln

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

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

Glossar

Brutto-Cash Flow

Ergebnis nach Steuern zuzüglich Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen

Brutto-Finanzschulden

Summe aus langfristigen Finanzverbindlichkeiten und kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten

Brutto-Working Capital

Kurzfristige Vermögenswerte ohne liquide Mittel

Capital Employed (CE)

Netto-Working Capital zuzüglich der langfristigen Vermögenswerte und der liquiden Mittel

EBT

Ergebnis vor Steuern

EBIT

Ergebnis vor Steuern und Finanzergebnis

EBITDA

Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen

Eigenkapital

Der gemäß IAS 32 geltende Residualanspruch auf das nach Abzug der Schulden verbleibende Netto-Vermögen; rechnerisch der unter den Passiva als Eigenkapital ausgewiesene Wert

Eigenkapitalquote

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

Finanzverbindlichkeiten

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

Free-Cash Flow

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

Fremdkapital

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

Liquiditätsquote

Rechnerisch die liquiden Mittel im Verhältnis zur Bilanzsumme

Netto-Cash Flow

Der Netto-Cash Flow ist definiert als Brutto-Cash Flow abzüglich der Investitionen

Netto-Finanzschulden

Langfristige Finanzverbindlichkeiten zuzüglich kurzfristiger Finanzverbindlichkeiten abzüglich liquider Mittel

Netto-Working Capital

Kurzfristige Vermögenswerte ohne liquide Mittel abzüglich kurzfristiger Schulden ohne kurzfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen und ohne kurzfristige Finanzverbindlichkeiten

Operatives

Netto-Working Capital

Vorräte plus kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzüglich kurzfristiger Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Return on

Capital Employed (ROCE)

Ergebnis vor Steuern und vor dem Finanzergebnis (EBIT) im Verhältnis zum Capital Employed

Sonstiges Netto-Working Capital

Beinhaltet die zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte, kurzfristige Forderungen aus Ertragsteuer-Erstattungen, kurzfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte abzüglich kurzfristiger Steuerrückstellungen sowie kurzfristiger übriger Rückstellungen und kurzfristiger übriger Verbindlichkeiten



Erstklassige Dokumente - ab Auflage 1.

Mit Ausdruck Eindruck machen.

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

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

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

Erfolg hat schöne Seiten – mit aprinto.



www.aprinto.de

Hinweis:

Wenn in diesem Quartalsfinanzbericht über Digitalfotos gesprochen wird, beinhaltet die Zahl immer die CEWE FOTOBUCH-Prints sowie die Bilder der Foto-Geschenkartikel.

Alle Zahlenangaben werden grundsätzlich mit möglichst exakten Werten gerechnet und in der Darstellung kaufmännisch gerundet. Dadurch können speziell in Summenzeilen Rundungsabweichungen entstehen.

ab
7,95 €*



* Unverbindliche Preisempfehlung für ein CEWE FOTOBUCH „Klein“ gemäß Preisliste, zzgl. Bearbeitungspauschale.

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

Mein CEWE FOTOBUCH

Ihre Fotos als echtes Buch!

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



 **cewe**
einfach schöne Fotos

www.cewe-fotobuch.de