

CEWE COLOR: Europas führender Fotoservice und innovativer Online-Druck Partner

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

2011 entwickelte das Unternehmen 2,5 Mrd. Fotos sowie über 5,1 Mio. CEWE FOTOBÜCHER und Foto-Geschenkartikel. Die europaweit führende Fotobuch-Marke „CEWE FOTOBUCH“, die hohe Digitaldruckkompetenz, die Skalenvorteile einer industriell-effizienten Produktion und Logistik, die breite Distribution über das Internet und 33.000 belieferte Handelsgeschäfte sind wesentliche Wettbewerbsvorteile von CEWE COLOR.

Mit den Marken CEWE PRINT, Saxoprint und viaprinto.de bedient CEWE COLOR Kunden zunehmend als Online Druck-Dienstleister.



HIGHLIGHTS Q3 2012

Segment Fotofinishing

- ▶ *Volumen voll auf Kurs der Jahresziele*
- ▶ *Mehrwertprodukte stärken Fotofinishing-Umsatz*
- ▶ *Fotofinishing-Marge steigt auf 9,9 %*
- ▶ *Fotofinishing-Ergebnis über Zielkorridor und voll auf Kurs zum Jahresziel*

Segment Online Druck

- ▶ *CEWE PRINT als Hauptmarke für Online Druck gestartet*
- ▶ *Umsatz springt durch Saxoprint-Akquisition auf 11,7 Mio. Euro*
- ▶ *Auch viaprinto verdreifacht Umsatz auf 1,2 Mio. Euro*
- ▶ *Anlaufverluste durch Marketinginvestitionen*

Segment Einzelhandel

- ▶ *Umsatz um 13,0 % rückläufig durch Konsumflaute in Polen*
- ▶ *EBIT trotzdem weiter positiv: +0,4 Mio. Euro (1,4 % vom Umsatz)*

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

- ▶ *Online Druck-Wachstum lässt Konzernumsatz trotz Saisonverschiebung und Einzelhandelsrückgang wachsen: +2,3 Mio. Euro*
- ▶ *Fotofinishing trägt das Konzern-EBIT: 7,1 Mio. Euro*
- ▶ *Saxoprint-Akquisition beeinflusst GuV-Struktur an vielen Stellen*

Bilanz und Finanzierung

- ▶ *Bilanzsumme wächst im Jahresvergleich um 46,7 Mio. Euro*
- ▶ *Kurzfristiger Vermögenseinsatz reduziert*
- ▶ *Solides Jahresergebnis nach Steuern*

Cash Flow

- ▶ *EBIT-induzierter Cash Flow gestiegen*
- ▶ *Laufende Investitionen nahezu konstant*
- ▶ *Free-Cash Flow wieder positiv*

Kapitalrentabilität

- ▶ *Capital Employed durch Saxoprint Akquisition gestiegen*
- ▶ *ROCE bei soliden 13,7 %*



An die Aktionäre	6
Brief an die Aktionäre	6
CEWE COLOR Aktie	12
Zwischenlagebericht	16
Resultate	22
Mitarbeiter	45
Organisation und Verwaltung	46
Prognosebericht	51
Die CEWE COLOR Gruppe – Struktur und Organe	58
Konzernabschluss	60
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	62
Konzern-Gesamtergebnisrechnung	63
Konzernbilanz	64
Konzern-Eigenkapitalspiegel	66
Konzern-Kapitalflussrechnung	68
Segmentberichterstattung nach Geschäftsfeldern	70
Ausgewählte erläuternde Anhangsangaben	72
Weitere Informationen	78
Mehrjahresübersicht	80
Betriebsstätten und Vertriebsniederlassungen	88
Finanzterminkalender	89
Impressum	89
Glossar	90



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

Sehr geehrte Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionäre,

Ihr Unternehmen CEWE COLOR ist auch 2012 auf einem sehr guten Weg: Wir sind auf Kurs, unsere Ziele für das Jahr 2012 zu erreichen, und wir sind besonders stolz auf unsere Innovationen im Fotofinishing und die Fortschritte im Online Druck.

„Das ist ja wie bei Harry Potter: ‚Die Bilder lernen laufen!‘“

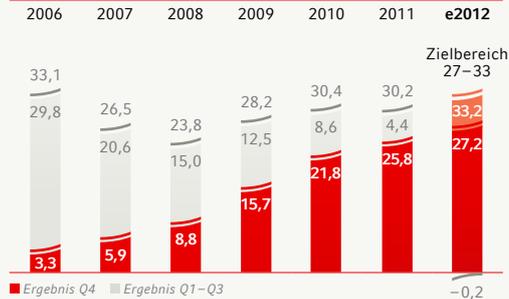
Das war der erstaunte Ausruf einer Journalistin, als sie sich auf dem CEWE COLOR Stand der weltgrößten Foto-Messe „photokina“ in Köln unsere Innovationen präsentieren ließ. Genau so, wie Sie heute bereits Ihre Bilder in Ihr CEWE FOTOBUCH integrieren, so können Sie von nun an auch kleine Filmsequenzen dort hinzufügen. Im Buch sind diese Filmchen als eine wählbare Anzahl kleiner Mini-Fotos enthalten und über Ihr Mobiltelefon oder Ihren Tablet Computer können Sie auf unseren Server zugreifen, um sich jederzeit und überall den Film anzuschauen. Das war eine von Messegästen bewunderte und von Medien gefeierte Innovation auf der photokina, für die wir auch die Auszeichnung „photokina-Star“ gewonnen haben.

CEWE goes mobile

Unsere zweite große Innovation der photokina: Die Software, mit der CEWE FOTOBÜCHER und alle anderen CEWE-Produkte gestaltet werden, war bisher als PC- und Mac-Version verfügbar. Nun liegt sie auch für alle gängigen Tablets vor: Gleichgültig ob Apple iPad®, Android- oder WindowsMobile-Tablets und -Smartphones – die Konsumenten können nun auch auf Reise oder auf dem heimischen Sofa unsere Foto-produkte gestalten und bestellen.

EBIT vor Restrukturierung*

Ergebnisverteilung Q1–Q3 vs. Q4 in Mio. Euro



*Restrukturierung nur in den Jahren 2006 bis 2010

EBIT vor Restrukturierung*

Ergebnisanteile Q1–Q3 vs. Q4 in %

**Ihr Unternehmen ist nach den ersten drei Quartalen 2012 weiter auf Zielkurs!**

Diese Innovationen und viele weitere neue Produkte, die wir auf der photokina präsentiert haben, werden uns im vierten Quartal wieder ein starkes Weihnachtsgeschäft beschern, das über dem Vorjahresquartal liegen wird. Die oben stehende Grafik hatten wir Ihnen bereits vor genau einem Jahr an dieser Stelle präsentiert. Damals mit der Aussage: „Um das Jahresziel von 28 bis 31 Mio. Euro EBIT zu erreichen, müsste das vierte Quartal 2011 23,6 bis 26,6 Mio. Euro EBIT beitragen; dies entspricht genau dem Trend der vergangenen Jahre.“

Wie Sie an der aktuellen Grafik sehen können, wurden es im vierten Quartal 2011 tatsächlich 25,8 Mio. Euro – genau im Zielbereich.

In der praktisch gleichen Lage sind wir heute: Um das Jahresziel von 27 bis 33 Mio. Euro EBIT zu erreichen, müsste das vierte Quartal 2012 27,2 bis 33,2 Mio. Euro EBIT beitragen; dies entspricht genau dem Trend der vergangenen Jahre. Auch der notwendige Zuwachs im EBIT des vierten Quartals von 1,5 bis 7,5 Mio. Euro entspricht dem Zuwachs, den wir in den vergangenen Jahren im vierten Quartal erwirtschaftet haben. Sie sehen also: Wir sind weiter genau auf Zielkurs.

Online Druck: Die Wachstumsquelle für Ihr Unternehmen

In den vergangenen zwölf Jahren ist es uns gelungen, das fast komplette Wegschmelzen der Umsätze mit Filmentwicklungen und analogen Fotos von Filmen völlig durch Umsätze auf digitaler Basis auszugleichen. Nun reduziert sich in diesem neu gewonnenen Umsatz im Digitalbereich das Geschäft mit einzelnen digitalen Fotoabzügen. Diesen Rückgang werden wir mit Zusatzumsatz aus unseren digitalen Mehrwertprodukten ausgleichen. Aufgrund dieser andauernden Dynamik im Produktmix können wir nicht auf nennenswertes Wachstum aus unserem Stammgeschäft des Fotofinishings zählen. Daher haben wir bereits vor zwei Jahren mit viaprinto.de begonnen, uns im aktuell entstehenden und stark wachsenden Markt des Online Drucks zu positionieren. Diese Entwicklung haben wir im Februar dieses Jahres mit der Akquisition von Saxoprint deutlich beschleunigt.

CEWE PRINT: Der Startschuss ist gefallen

Unsere Markenstruktur im Online Druck haben wir nun neu organisiert. Es galt, die akquirierte Marke „Saxoprint“ und die organisch gewachsene Marke „viaprinto“ mit der hohen Markenbekanntheit des sehr positiv besetzten CEWE FOTOBUCHS zusammenzuführen, so dass wir Synergien nutzen können. Dieses Ziel erreichen wir mit der Marke CEWE PRINT:



Zum Start der Fußball-Bundesliga-Saison in Deutschland haben wir begonnen, diese Marke einzuführen – gestützt durch Fußball-Bandenwerbung, TV-Kampagnen und gezielte Internet-Werbung. Ihr Unternehmen konzentriert seine Marketingaufwendungen nun auf zwei eng verbundene Marken: CEWE FOTOBUCH im Fotofinishing und CEWE PRINT im Online Druck. Die für diesen Markenaufbau notwendigen Marketingaufwendungen werden zunächst die Gewinn- und Verlustrechnung des Geschäftsfeldes Online Druck belasten – während wir mittel- und langfristig von einer starken Marke und Marktposition auch auf der Ertragsseite klar profitieren. Derzeit nutzen wir die Gewinne des Geschäftsfeldes Fotofinishing, um unser Wachstum im Geschäftsfeld Online Druck zu stärken.

Weihnachten steht vor der Tür: Beglücken Sie Ihre Lieben mit CEWE-Fotoprodukten

Eingangs hatten wir die Hauptinnovationen der photokina – Videos in CEWE FOTOBÜCHERN und CEWE goes mobile – sowie die weiteren neuen Produkte erwähnt. Dazu gehören auch selbstklebende Poster, Acryl-

Türschilder, 3D-Fotos, Cases für Smartphones und Tablets oder hochwertige Latte-Macchiato-Tassen. Mit unseren neuen Foto-Geschenkartikeln und Varianten des CEWE FOTOBUCHS gewinnen wir viele Konsumenten, die sich für unsere Fotoprodukte als tolle Weihnachtsgeschenke entscheiden. Dies gibt der Saisonverschiebung zusätzlichen Rückenwind, um eine erneute Gewinnsteigerung im vierten Quartal zu erreichen.

Lehnen Sie sich also entspannt zurück, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, und beglücken Sie Ihre Lieben mit Weihnachtsgeschenken Ihres Unternehmens. Bei CEWE COLOR arbeiten wir alle daran, Ihre Familien und Freunde und die vieler anderer Kunden mit diesen Geschenken glücklich zu machen ... damit wir Ihnen im März gute Zahlen für das Jahr 2012 präsentieren können.

Oldenburg, 7. November 2012



*„Der Startschuss für CEWE PRINT ist gefallen:
Wir freuen uns über die ersten Erfolge des neuen
Markenauftritts.“*

Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender

CEWE COLOR AKTIE

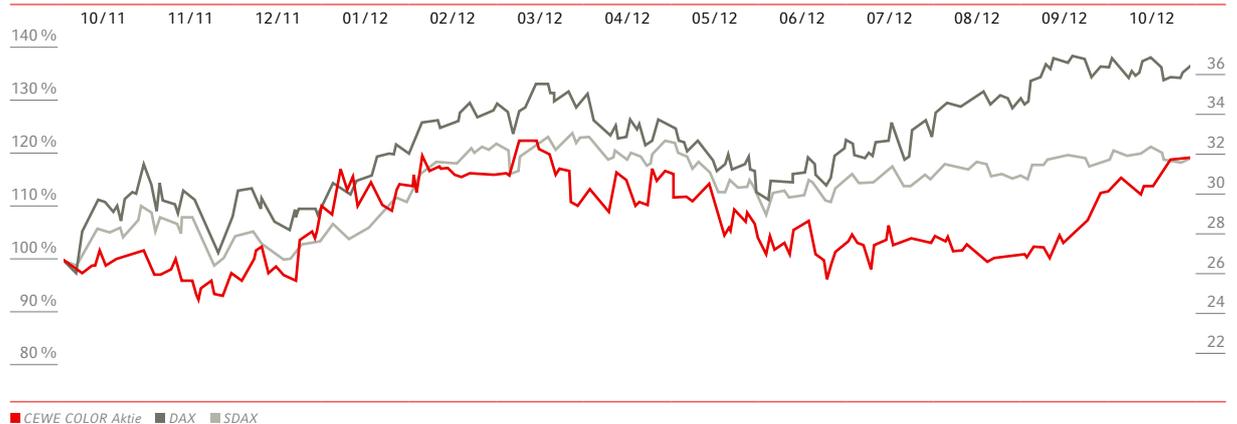
CEWE COLOR Aktie entwickelt sich im dritten Quartal besser als SDAX

Nachdem sich die CEWE COLOR Aktie im zweiten Quartal nahezu parallel zum Marktumfeld entwickelt hatte, legte der Aktienkurs im dritten Quartal überproportional zum Vergleichsindex SDAX zu: Die CEWE COLOR Aktie schloss Ende September bei einem Kurs von 31,00 Euro um 7,3 % stärker als noch zum Ende des zweiten Quartals. Der SDAX legte im gleichen Zeitraum nur um 4,2 % zu, der DAX um 12,5 %. Bis zum Zeit-

punkt der Fertigstellung dieses Zwischenberichts stieg der Kurs der CEWE COLOR Aktie weiter an, zuletzt am 5. November 2012 auf 34,02 Euro.

Handel mit CEWE COLOR Aktien auf konstant solidem Niveau
Die Nachfrage nach CEWE COLOR Aktien an den deutschen Börsenplätzen war per Ende des dritten Quartals 2012 kumuliert fast auf dem gleichen Niveau wie im entsprechenden Vorjahreszeitraum. So wurden durchschnittlich 14.480

CEWE COLOR Aktienkurs 01.10.2011 bis 31.10.2012 in Euro



CEWE COLOR Aktien pro Tag gehandelt, im Vorjahr waren es 15.542 Aktien pro Tag. Im Gesamtjahr 2011 wechselten im Schnitt 15.779 CEWE COLOR Aktien pro Tag ihren Besitzer.

Alle Analysten sehen CEWE COLOR weiterhin einheitlich positiv

Alle CEWE COLOR begleitenden Analysten sind sich in ihrem positiven Analyseurteil weiter einig. Sämtliche elf Analysten

stufen die CEWE COLOR Aktien mit „Kaufem“ oder „Overweight“ ein. Die ausführlichen Studien sind online im Internet auf der Seite von CEWE COLOR als Download verfügbar.

 [www.cewecolor.de/
de/investor-relations/
cewe-color-aktie/
analysten](http://www.cewecolor.de/de/investor-relations/cewe-color-aktie/analysten)

Übersicht der aktuellen Analystenurteile	Analyseurteil	Datum
Commerzbank	Kaufen	31.01.12
GSC Research	Kaufen	13.02.12
Deutsche Bank	Kaufen	21.06.12
DZ Bank	Kaufen	03.08.12
Silvia Quandt Research	Kaufen	09.08.12
Warburg Research	Kaufen	09.08.12
Berenberg Bank	Kaufen	09.08.12
Close Brothers Seydler Bank	Halten	09.08.12
BHF Bank	Overweight	09.08.12
Nord/LB	Kaufen	09.08.12
Bankhaus Lampe	Kaufen	10.08.12

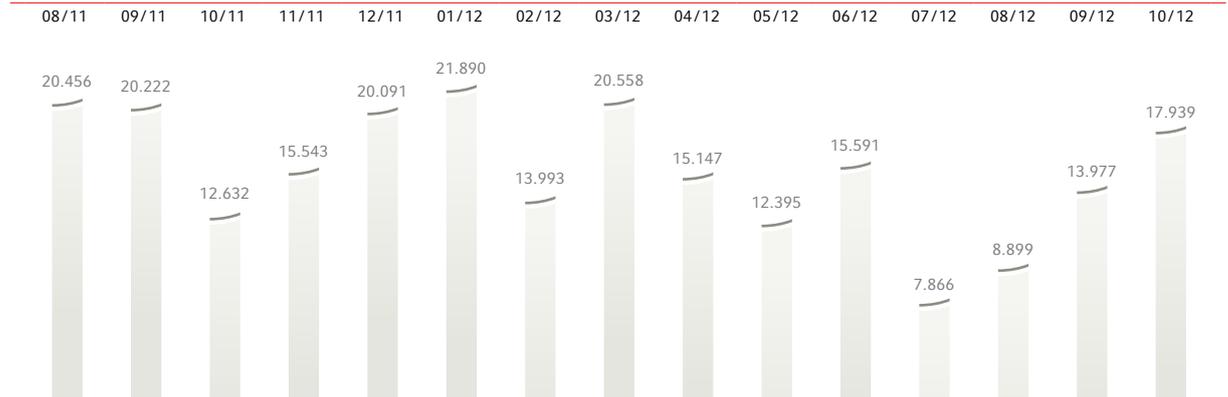
CEWE COLOR Aktie festes Mitglied im SDAX

Nach dem Kriterium „Handelsvolumen“ verbesserte sich CEWE COLOR im September 2012 auf die 75. Position (Vorjahr 81. Position). Auch nach der „Marktkapitalisierung“ belegte CEWE mit dem 92. Rang eine bessere Position als im Vorjahr (September 2011: 94. Position). Damit ist die CEWE COLOR Aktie eine feste Größe im Index SDAX, der typischerweise Aktien ab der Position 110 und besser berücksichtigt.

Stabile Aktionärsstruktur stärkt den Wachstumskurs des Managements

CEWE COLOR hat mit der Erbengemeinschaft nach Senator h.c. Heinz Neumüller (ACN Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG) mit 27,4 % und der Sentosa Beteiligungs GmbH (Dr. Joh. Christian Jacobs) mit 5,3 % Anteilsbesitz weiterhin eine überaus stabile Aktionärsbasis. Alle Investoren unterstützen den langfristigen Wachstumskurs des Managements.

Durchschnittliches Handelsvolumen in Aktien pro Tag



CEWE COLOR ist für seine Aktionäre da

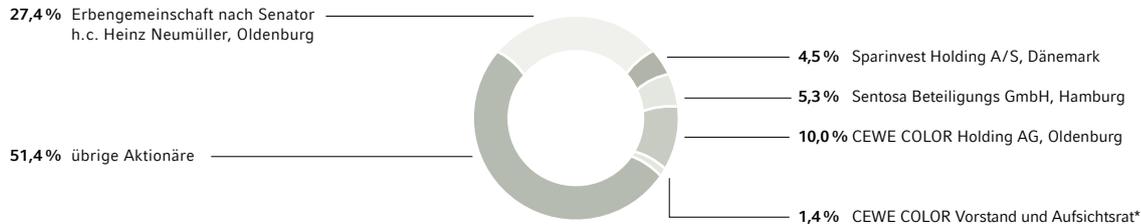
Die Investor-Relations-Arbeit bei CEWE COLOR hat das klare Ziel, alle Marktteilnehmer zeitnah, umfassend und gleichmäßig zu informieren und insgesamt eine hohe Transparenz sicherzustellen.

So veröffentlicht CEWE COLOR sämtliche Geschäfts- und Zwischenberichte zeitgleich im Internet unter www.cewecolor.de

und stellt alle Analysten-Telefonkonferenzen als Web- und Audio-Cast unmittelbar auf der CEWE COLOR Internetseite zur Verfügung. Zudem sind Präsentationen des Unternehmens auf Konferenzen und anderen Veranstaltungen, Informationen zum Aktienkurs, Presse- und Ad-hoc-Mitteilungen, Studien über CEWE COLOR und vieles mehr hier zu finden.

 www.cewecolor.de

Aktionärsstruktur (November 2012) in % (100 % beziehen sich auf 7,38 Mio. Aktien)



*inkl. der Anteile des Aufsichtsratsmitglieds Dr. Joh. Christian Jacobs (Sentosa Beteiligungs GmbH) insgesamt 6,7 %



ZWISCHENLAGEBERICHT

Resultate	22
Segment Fotofinishing	23
Segment Online Druck	30
Segment Einzelhandel	32
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	33
Bilanz und Finanzierung	38
Cash Flow	41
Kapitalrentabilität	43
Mitarbeiter	45
Organisation und Verwaltung	46
Prognosebericht	51
Die CEWE COLOR Gruppe – Struktur und Organe	58

PRODUKTINNOVATIONEN

CEWE FOTOBUCH – Digitaldruck mit Hochglanz-Veredelung

Neues vom Klassiker:

Das CEWE FOTOBUCH gibt es mittlerweile in über 40 verschiedenen Ausführungen. Neuerdings punktet es mit neuen, hochwertigen Varianten.

XXL Panorama / Compact Panorama mit Hochglanz-Veredelung

Glänzende Aussicht: Jetzt begeistern auch die CEWE FOTOBUCH Formate XXL Panorama und Compact Panorama mit Hochglanz-Veredelung und lassen die Farben im CEWE FOTOBUCH besonders erstrahlen.



CEWE FOTOBUCH – auf Fotopapier matt und glänzend



Groß/Compact Panorama matt

Matte Eleganz: Das CEWE FOTOBUCH in den Formaten Groß und Compact Panorama ist ab sofort auch auf mattem Fotopapier erhältlich. Hohe Detailgenauigkeit und außergewöhnliche Tiefenschärfe der Fotos treffen dabei auf eine besondere Bindung, die für absolute Planlage ohne Bindefalz in der Mitte sorgt. Das ist perfekt für die Darstellung von Fotos auf einer Doppelseite.



XL/Groß/Groß Panorama glänzend

Leuchtende Erinnerungen: Das CEWE FOTOBUCH in den Formaten XL, Groß und Groß Panorama brilliert zusätzlich auf bis zu 98 Seiten mit glänzendem Fotopapier. Dadurch entfalten die Farben in den Fotos ihre höchstmögliche Leuchtkraft.



PRODUKTINNOVATIONEN

CEWE WANDKALENDER

Jeder Monat neu und persönlich: Mit den individuellen Wandkalendern von CEWE ist Abwechslung garantiert und die Lieblingsmotive begleiten Freunde oder Familie durchs gesamte Jahr.

Wandkalender mit Hochglanz-Veredelung

Ein Jahr voller Hochglanz: Durch die brillante Oberfläche strahlen die eigenen Fotos in besonderem Glanz. Die hochwertig gedruckten Wandkalender von CEWE können nach eigenen Wünschen mit vielen verschiedenen Designs, Layouts und Kalendarrien gestaltet werden.



CEWE GRUSSKARTEN

Ganz schön persönlich: Von der Einladung über Dankeskarten bis hin zu individuellen Glückwünschen – das Grußkarten-Sortiment von CEWE bringt Freude. Über 1 200 Designs sorgen für nahezu unbegrenzten Gestaltungsspielraum – für jeden Geschmack.



Klappkarten mit hochglanzveredelten Außenseiten

Glanzvolle Größe: Die neuen hochglanzveredelten Außenseiten verleihen den Klappkarten von CEWE ein besonders hochwertiges Aussehen. Genau das Richtige für wichtige Menschen und Anlässe. Ob im Format Klassik oder XL und mit verschiedenen Designs – die Klappkarten sind im 10-er Set mit passenden Umschlägen online bestellbar.

RESULTATE

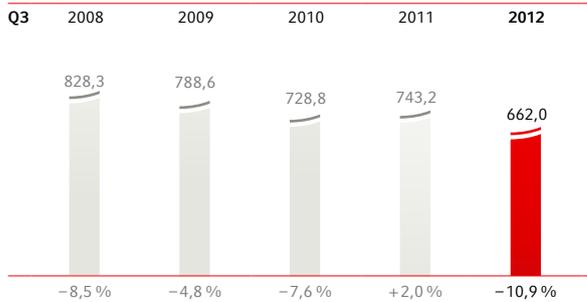
Wie im Geschäftsbericht 2011 angekündigt, hat CEWE COLOR die Segmentaufteilung in der Berichterstattung seit dem ersten Quartal 2012 geändert: Durch die Akquisition von Saxoprint erhält der Bereich Online Druck ein sehr viel höheres Gewicht als zuvor. Daher hat CEWE COLOR das Management-Reporting und die Gliederung des Segmentberichtes angepasst. Die neue Gliederung bildet die Sichtweise des Managements auf die strategischen Geschäftsfelder des Unternehmens ab.

Die bisher im Fotofinishing-Segment Zentraleuropa ausgewiesenen Online Druck-Aktivitäten werden nun gemeinsam mit der Geschäftsentwicklung der im ersten Quartal 2012 erworbenen Saxoprint GmbH als Segment „Online Druck“ gezeigt. Die bisher regional gegliederten Fotofinishing-Segmente sind zum

Segment „Fotofinishing“ zusammengefasst: Im Umsatz und Ergebnis dieses Segments enthalten ist das Geschäft mit Fotos von Filmen, Digitalfotos, CEWE FOTOBÜCHERN, Foto-Kalendern und -Grußkarten sowie anderen Foto-Geschenkartikeln und personalisierten Produkten. Neben dem Umsatz mit Handelspartnern zählt dazu auch der Umsatz, den CEWE COLOR Gesellschaften in einigen Ländern im Direktgeschäft mit Konsumenten generieren. Das Segment „Einzelhandel“ bleibt unverändert und umfasst weiterhin den Umsatz mit Hardware – also beispielsweise Kameras und Kamerazubehör –, die CEWE COLOR ohne weitere Veredelung durchhandelt.

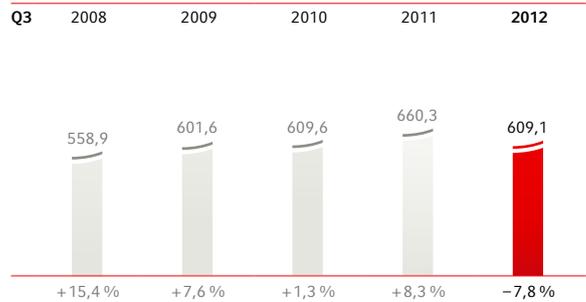
Die Entwicklungen in diesen Segmenten erklären die Veränderungen in der Gewinn- und Verlustrechnung des CEWE COLOR

Fotos gesamt in Mio. Stück



Veränderung zum Vorjahr

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



Veränderung zum Vorjahr

Konzerns. Daher ändert sich – im Vergleich zum Vorjahr – die Reihenfolge dieses Berichts: Zunächst werden die wichtigsten Trends je Segment und deren Wirkungen auf Segment-Umsatz und -EBIT erläutert; anschließend wird die Gewinn- und Verlustrechnung des Konzerns beleuchtet.

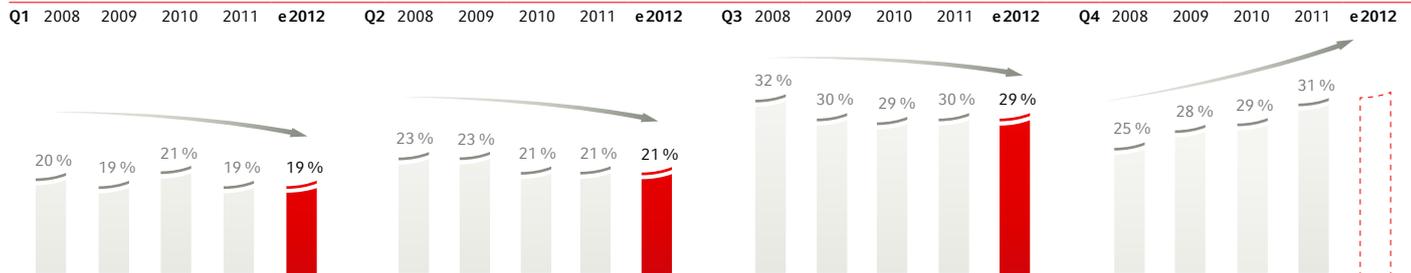
Die Erläuterungen der Resultate beziehen sich immer auf die Nominalwerte, also inklusive Währungseffekten. Wenn Währungseffekte sich nennenswert auswirken, wird dies jeweils erläutert.

Segment Fotofinishing

- ▶ *Volumen voll auf Kurs der Jahresziele*
- ▶ *Mehrwertprodukte stärken Fotofinishing-Umsatz*
- ▶ *Fotofinishing-Marge steigt auf 9,9 %*
- ▶ *Fotofinishing-Ergebnis über Zielkorridor und voll auf Kurs zum Jahresziel*

Resultate Absatz Q1–Q3	2012	2011	Veränderung
Umsatz (in Mio. Euro)	326,5	308,1	+6,0%
Digitalfotos (in Mio. Stück)	1.551,8	1.533,0	+1,2%
Fotos von Filmen (in Mio. Stück)	131,8	203,3	-35,2%
Fotos gesamt (in Mio. Stück)	1.683,6	1.736,3	-3,0%
CEWE FOTOBÜCHER (in Tsd. Stück)	3.483,1	3.244,3	+7,4%

Fotos gesamt – Saisonverteilung



Grundsätzlich ist der Absatz der CEWE COLOR Fotoprodukte von zwei anhaltenden Konsumtrends geprägt: dem Trend zu höherwertigen Produkten und der Saisonverschiebung in das vierte Quartal.

Saisonverschiebung hält an

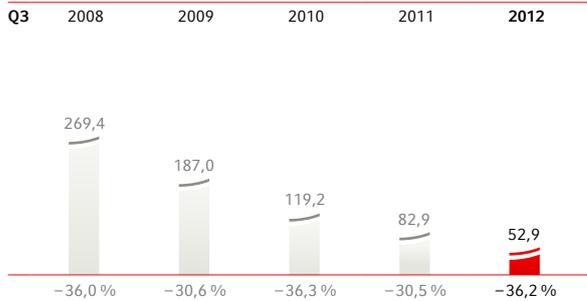
Der Absatz-, stärker noch der Umsatz- und vor allem der Ertragsschwerpunkt der Digitalprodukte liegen im vierten Quartal – bei hohen Wachstumsraten. Viele Konsumenten schätzen CEWE FOTOBÜCHER sowie Foto-Kalender, -Grußkarten und -Wanddekorationen sowie weitere Foto-Geschenkartikel als Weihnachtsgeschenke. Daher hat sich das saisonale Profil des CEWE COLOR Geschäfts sehr deutlich zum Jahresende

hin verschoben. Wie der Grafik auf Seite 26 zu entnehmen ist, hält diese Verschiebung klar erkennbar weiter an, scheint aber nun weniger dynamisch zu verlaufen.

Produktmixwandel hin zu Mehrwertprodukten steigert Saisonverschiebung des Gewinns

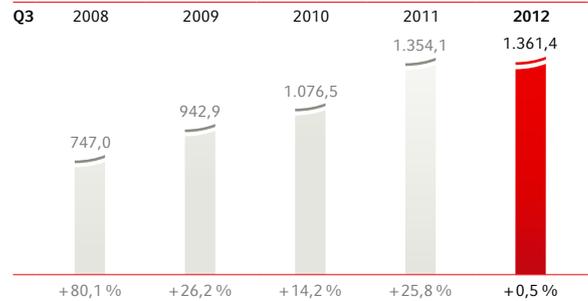
Konsumenten werden selektiver und verlangen höherwertige Fotoprodukte. Einzelne „einfache“ Fotoabzüge sind rückläufig – selbstverständlich auf analoger Basis, aber auch von digitalen Daten. Prints in Mehrwertprodukten mit hoher Wertigkeit kompensieren einen Teil dieses Rückgangs. So verändert sich der Produktmix von CEWE COLOR zunehmend zugunsten dieser Mehrwertprodukte, wie etwa der CEWE FOTOBÜCHER

Fotos vom Film in Mio. Stück



Veränderung zum Vorjahr

Anzahl CEWE FOTOBÜCHER in Tsd. Stück



Veränderung zum Vorjahr

oder der Foto-Geschenkartikel. Diese Artikel begründen nicht nur – wie oben beschrieben – als typische Geschenkartikel die Saisonverschiebung. Sie steigern diese Verschiebung sogar auf Umsatz- und Ergebnisebene, da der Anteil der „einfachen“ einzelnen Fotoabzüge im ersten sowie gerade im zweiten und dritten Quartal eines jeden Jahres fällt, während der Anteil der Bilder in Mehrwertprodukten ganz stark im vierten Quartal zulegt. Da CEWE COLOR mit Mehrwertprodukten einen tendenziell höheren Umsatz und ein höheres Ergebnis pro Bild erzielt, ist die Saisonverschiebung im Umsatz und vor allem im Ertrag noch ausgeprägter als im Volumen und setzt sich potenziell auch noch weitere Jahre fort.

ABSATZ

Volumen voll auf Kurs der Jahresziele

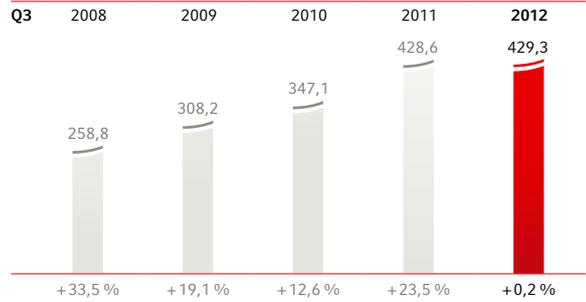
Vor diesem Hintergrund war für das Berichtsquartal von einem zum Vorjahr leicht sinkenden, vielleicht konstanten Volumenanteil auszugehen. Basierend auf dem Trend eines rückläufigen Volumenanteils des dritten Quartals – aufgrund der Saisonverschiebung in das vierte Quartal –, war mit einem Volumenanteil von etwa 29 % zu rechnen. Wendet man diesen Anteil auf das Gesamtjahresziel von 2,29 bis 2,36 Mrd. Fotos für 2012 an, so erhält man einen Zielkorridor von 0,66 bis 0,68 Mrd. Fotos. Mit 0,662 Mrd. verkauften Fotos (– 10,9 % zum Vorjahresquartal) hat CEWE COLOR diesen Zielkorridor erreicht. Das Gleiche

Digitalfoto-Bestellung im Geschäft in Mio. Stück



Veränderung zum Vorjahr

Digitalfoto-Bestellung über das Internet in Mio. Stück



Veränderung zum Vorjahr

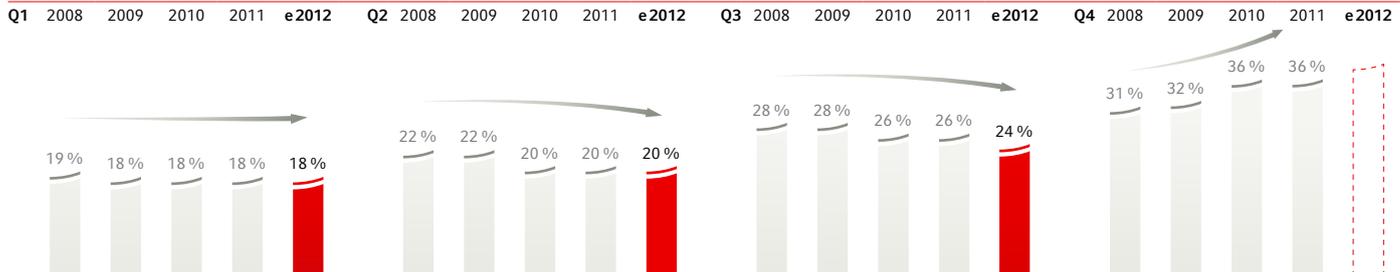
gilt für das Volumen der ersten drei Quartale in Summe:
 Eine Betrachtung entlang des Volumenanteils des ersten bis dritten Quartals führt zu einem Volumenziel von ca. 1,57 bis 1,62 Mrd. Fotos. Diesen Zielwert hat CEWE COLOR mit den tatsächlich erreichten 1,684 Mrd. Fotos (-3,0 % zum Vorjahreszeitraum) übertroffen. CEWE COLOR bekräftigt daher das Jahresvolumenziel für 2012.

CEWE FOTOBUCH steigert Wertigkeit

Das Volumen der CEWE FOTOBUCHER stieg im dritten Quartal nur um 0,5 % auf 1,361 Mio. Bücher (Q1-Q3 2012: +7,4 % auf 3,483 Mio. Bücher). Die vergleichsweise geringe Steigerung im dritten Quartal ist auf verschiedene Faktoren zurückzuführen.

Erstens konzentriert sich das Wachstum der Mehrwertprodukte auf das vierte Quartal – dies ist genau einer der Treiber der Saisonverschiebung. Zweitens fanden die Olympischen Spiele und die Fußball-Europameisterschaft statt. Daher fanden offenbar weniger Konsumenten Zeit und Muße für die Gestaltung der CEWE FOTOBUCHER. Weniger beeinträchtigt davon waren dagegen Bestellungen von einfachen Fotoabzügen, so dass das Fotogesamtvolumen – wie dargestellt – voll im Zielkorridor liegt. Wie die eigene Marktforschung von CEWE COLOR ergeben hat, gewinnt das CEWE FOTOBUCH als Weihnachtsgeschenk weiter an Bedeutung. Der Vorstand bekräftigt deshalb das Jahresziel einer Steigerung von +11 % bis +15 % auf 5,7 bis 5,9 Mio. Bücher im Gesamtjahr 2012.

Entwicklung der CEWE-Fotofinishingumsatz-Saisonverteilung in % vom Umsatz



Angaben 2008 bis 2011 gemäß altem Segmentbericht

Fotos zu 92 % digital

Die Zahl der analogen Fotos von Filmen ging im Berichtsquartal wieder deutlich um 36,2 % zurück: Nur 0,053 Mrd. Fotos (Q1–Q3 2012: –35,2 % auf 0,132 Mrd. Fotos) sind analogen Ursprungs. Mit dem Erfolg des CEWE FOTOBUCHS und weiterer Mehrwertprodukte nähert sich also die Digitalisierung immer mehr der 100 %-Marke. Nach 89 % im dritten Quartal 2011 waren im Berichtsquartal bereits 92 % aller Fotos digitalen Ursprungs.

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

Die Quote der über das Internet bestellten Digitalfotos wuchs von 65 % im Vorjahresquartal auf 71 % im Berichtsquartal. Wie im Vorjahr entschieden sich 52 % dieser Konsumenten dafür, ihre fertigen Aufträge im Ladengeschäft der von CEWE COLOR belieferten Händler abzuholen. 48 % erhielten ihre Fotos per Post. Damit haben die Kunden insgesamt 69 % aller Fotos in den Ladengeschäften der CEWE COLOR Handelspartner abgeholt. Dies bestätigt die Stärke der CEWE COLOR Positionierung „clicks and bricks“, nämlich die strategische Verbindung zwischen stationären Geschäften und Internet: CEWE COLOR ermöglicht einerseits den Einkauf in Ladengeschäften und andererseits die Abholung von Fotos im Laden sowie den Postversand zum Kunden.

UMSATZ

Mehrwertprodukte stärken Fotofinishing-Umsatz

Auch im Berichtsquartal stieg der Umsatzanteil der Mehrwertprodukte – allen voran der des CEWE FOTOBUCHS – am Gesamtumsatz. Damit stärkt der Trend zu höherwertigen Foto-Produkten weiterhin die Umsatzentwicklung. Der Umsatz pro Foto ist im Berichtsquartal daher erneut gestiegen: von 12,31 Eurocent im Vorjahresquartal um 6,0 % auf 13,05 Eurocent pro Foto im Berichtsquartal. Auch in den ersten drei Quartalen stieg der Umsatz pro Foto von 13,01 Eurocent auf 13,27 Eurocent an. Dieser relativ geringere Anstieg um 2,0 % ist auf einen Basis-effekt zurückzuführen: Im ersten Quartal des Vorjahres hatte eine sehr erfolgreiche Aktion mit Fotostickern zu einem kräftigen Anstieg des Durchschnittsumsatzes je Einzelfoto beigetragen, so dass im ersten Quartal 2012 der Umsatz pro Foto gegenüber dem ungewöhnlich starken Vorjahresquartal sogar gesunken war. Der stabile Anstieg des Umsatzes pro Foto im zweiten und dritten Quartal gleicht diesen Effekt inzwischen voll aus.

Fotofinishing-Umsatzzuwachs voll im Erwartungskorridor

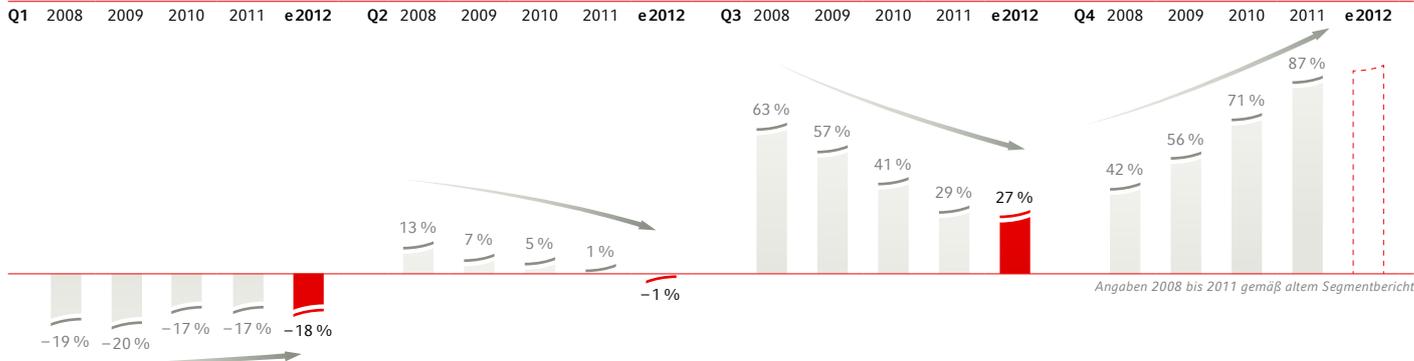
Aufgrund der Saisonverschiebung verringerte sich die Gesamtzahl der Fotos, so dass trotz des höheren durchschnittlichen Umsatzes pro Foto der Fotofinishing-Umsatz im Berichtsquartal um 5,5 % auf 86,4 Mio. Euro sank (Q1–Q3 2012: -1,1 % auf 223,4 Mio. Euro). Diese Entwicklung liegt voll im Rahmen der Erwartungen: Da das erwartete Umsatzwachstum der Mehrwertprodukte (allen voran der CEWE FOTOBÜCHER) im vierten Quartal für einen wachsenden Teil des Jahresumsatzes steht, war für das dritte Quartal mit einem leicht sinkenden Umsatzanteil zu rechnen. Ausgehend von einem erwarteten Anteil von 24 Prozent ergibt sich (gerechnet auf den für 2012 geplanten Fotofinishing-Gesamtjahresumsatz von etwa 348 bis 373 Mio. Euro) ein erwarteter Zielkorridor zwischen 83,5 und 89,5 Mio. Euro. Der im dritten Quartal 2012 realisierte Foto-

finishing-Umsatz von 86,4 Mio. Euro liegt damit voll in der erwarteten Bandbreite. Dies gilt entsprechend für den Umsatz der ersten drei Quartale: Der erzielte Umsatz von 223,4 Mio. Euro liegt in der Zielbandbreite, die – wie oben beschrieben – ermittelt wird: 214,9 bis 230,7 Mio. Euro.

ERGEBNIS

Wie die Grafik der Ergebnis-Saisonverteilung zeigt, erwirtschaftete CEWE COLOR in der Analog-Ära den größten Anteil des Jahresgewinns vor allem im Urlaubsquartal (drittes Kalenderquartal) und nun aufgrund der Saisonverschiebung sogar einen noch größeren Anteil im Weihnachtsquartal (viertes Kalenderquartal). Im ersten Quartal stehen aufgrund der starken

EBIT vor Restrukturierung – Fotofinishing-Saisonverteilung in % vom EBIT



Saisonschwerpunkte in den anderen Quartalen den Fixkosten keine entsprechenden Erträge gegenüber, so dass zwangsläufig negative Ergebnisse entstehen: „Fotofinishing im ersten Kalenderquartal ist wie Eisverkaufen im Winter“ – so lautet die Branchenregel.

Fotofinishing-Marge steigt auf 9,9 %

Zum Ausgleich des negativen Ergebnisses aus dem ersten Quartal tragen das zweite und das dritte Quartal aufgrund der Saisonverschiebung immer weniger bei. Auch für 2012 war mit einem sinkenden Beitrag zu rechnen. Analog zur Umsatzverschiebung ist auch bei der Ergebnisverschiebung mit einer weiteren Reduktion von mindestens einem Prozentpunkt gegenüber dem Vorjahresquartal zu rechnen: So kann von einem Rückgang des Jahresumsatzanteils im dritten Quartal auf 27 % ausgegangen werden. Auf Basis des Jahres-EBIT-Ziels von 24,5 bis 30,5 Mio. Euro ergibt sich rechnerisch ein zu erwartendes Quartalsergebnis von 6,6 bis 8,2 Mio. Euro. Das EBIT im dritten Quartal liegt mit 8,5 Mio. Euro (Q3 2011: 8,7 Mio. Euro, –1,5 %) sogar oberhalb dieser Bandbreite. Der leichte Ergebnisrückgang gegenüber dem Vorjahresquartal ist auf den saisonal bedingt niedrigeren Umsatz zurückzuführen, dem bereits Vorlaufkosten für die Saisonspitze im vierten Quartal gegenüberstehen.

Trotz der oben beschriebenen moderaten Volumenentwicklung des Haupt-Mehrwertproduktes CEWE FOTOBUCH konnte die Fotofinishing-EBIT-Marge nach 9,5 % auf 9,9 % zulegen. Zu dieser Entwicklung haben auch positive Einmaleffekte beigetragen, die im Abschnitt zur Gewinn- und Verlustrechnung vorgestellt werden. Ebenso hat CEWE COLOR das Logistiksystem verbessert, nachdem ein großer Kunde mit zahlreichen Standorten ausgefallen war. Die optimierte Logistik führte zu niedrigeren Kosten und einer höheren Marge.

Fotofinishing-Ergebnis über Zielkorridor und voll auf Kurs zum Jahresziel

Im ersten Quartal 2012 schlugen im Fotofinishing-EBIT einige negative Sondereffekte zu Buche. Der prominenteste: Die kontrollierte Weiterbelieferung eines Kunden vom Zeitpunkt der Beendigung der Kreditversicherung bis zum Eintritt der Insolvenz führte zu einer Einzelwertberichtigung. Dieser und weitere Effekte führten dazu, dass das Fotofinishing-EBIT im ersten Quartal auf –5,1 Mio. Euro zurückging. Im ersten Halbjahr ergab sich ein EBIT von –5,3 Mio. Euro. Im dritten Quartal ist es CEWE COLOR gelungen, das Fotofinishing-EBIT nun auf 3,2 Mio. Euro in die Gewinnzone zu drehen. Entlang der oben dargestellten Logik errechnet sich für die ersten drei Quartale eine EBIT-Zielbandbreite von 2,0 bis 2,4 Mio. Euro. Selbst mit den Sondereffekten des ersten Quartals liegt das Ergebnis also jenseits des Zielkorridors.

Segment Online Druck

- ▶ *CEWE PRINT als Hauptmarke für Online Druck gestartet*
- ▶ *Umsatz springt durch Saxoprint-Akquisition auf 11,7 Mio. Euro*
- ▶ *Auch viaprinto.de verdreifacht Umsatz auf 1,2 Mio. Euro*
- ▶ *Anlaufverluste durch Marketinginvestitionen*

CEWE PRINT ist die Hauptmarke des Online Drucks

Im strategischen Geschäftsfeld „Online Druck“ hat CEWE COLOR im Berichtsquartal die Markenstruktur neu organisiert. Es galt, die akquirierte Marke „Saxoprint“ und die organisch gewachsene Marke „viaprinto“ mit der hohen Markenbekanntheit des sehr positiv besetzten CEWE FOTOBUCHS zusammenzuführen, so dass Synergien genutzt werden können: Erstens soll die bereits existierende Fotofinishing-Marke CEWE FOTOBUCH das Online

Druck-Geschäft positiv beeinflussen. Zweitens sollen die zukünftigen Werbeaufwendungen effizient fokussiert werden. Aus diesen Gründen soll die neue Marke im Online Druck die Dachmarke „CEWE“ nutzen und zugleich die Printkompetenz deutlich machen: CEWE PRINT und die Website www.cewe-print.de profitieren von der Markenbekanntheit des CEWE FOTOBUCHS und werden künftig ihrerseits auch positiv auf diese Marke abstrahlen. In ihrer Funktionalität baut die Website www.cewe-print.de auf der Seite www.saxoprint.de auf. Die vor allem für den Digitaldruck konzipierte Website www.viaprinto.de ist mit einem direkten Link aus der [cewe-print.de](http://www.cewe-print.de) heraus erreichbar.



Umsatzentwicklung nach Segmenten in Mio. Euro	Q3 2012	Q3 2011	Veränderung
Fotofinishing	86,4	91,5	-5,5 %
Einzelhandel	26,0	29,9	-13,0 %
Online Druck	11,7	0,4	+2.772 %
Konzern	124,1	121,8	+1,9 %

EBIT nach Segmenten in Mio. Euro	Q3 2012	Q3 2011	Veränderung
Fotofinishing	8,5	8,7	-1,5 %
Einzelhandel	0,4	0,9	-58,9 %
Online Druck	-1,8	-0,7	-170 %
Konzern	7,1	8,9	-20,0 %

Zunächst ist CEWE PRINT mit Fokus auf Deutschland aktiv, plant aber die anderen Länder Europas schrittweise innerhalb der nächsten Jahre zu erschließen. Die Rollout-Geschwindigkeit richtet sich an den verfügbaren Ressourcen aus.

Werbung für CEWE PRINT hat im August 2012 begonnen

Zum Start der Fußball-Bundesliga in Deutschland hat CEWE COLOR die Marke CEWE PRINT eingeführt – gestützt auf Fußball-Bandenwerbung, TV-Kampagnen und gezielte Internet-Werbung. Die Websites der Marken Saxoprint und viaprinto existieren weiter. Sie werden weiterhin durch gezieltes Online-Marketing beworben, um das unmittelbare Geschäft weiter zu fördern. Investitionen in einen Markenaufbau erfolgen – außer natürlich für das CEWE FOTOBUCH im Fotofinishing – ausschließlich für die Marke CEWE PRINT.

Marketingaufwendungen sind Investitionen in den Geschäftsaufbau

Die für diesen Markenaufbau notwendigen Marketingaufwendungen werden für die erste Zeit des Online Drucks die Gewinn- und Verlustrechnung dieses Geschäftsfeldes prägen. CEWE COLOR nutzt die Ertragskraft des etablierten Geschäftsfeldes Fotofinishing, um das potenzialstarke Wachstumsfeld Online Druck auszubauen: Auch im Berichtsquartal wächst die EBIT-Marge im Fotofinishing, so dass CEWE COLOR diese Erträge einsetzen kann, um in die Marketing-Aufwendungen für den Online Druck zu investieren, die derzeit zu einem klar negativen Ergebnis führen.

Umsatz springt vor allem durch Saxoprint-Akquisition auf 11,7 Mio. Euro

Der Internet-Auftritt viaprinto.de, auf den der gesamte Online Druck-Umsatz des Vorjahres zurückzuführen ist, verdreifachte seinen Umsatz im Berichtsquartal auf 1,2 Mio. Euro. Den Löwenanteil am Umsatz des neuen Geschäftsfeldes „Online Druck“ steuert das im Februar 2012 akquirierte Saxoprint/CEWE PRINT mit 10,6 Mio. Euro bei und wuchs gegenüber dem Vorjahreswert um 30 %. Insgesamt springt der Online-Umsatz um 11,3 Mio. Euro auf 11,7 Mio. Ein ähnliches Bild zeigt sich für die ersten drei Quartale: Der viaprinto-Umsatz verdreifachte sich nahezu auf 2,6 Mio. Euro, Saxoprint/CEWE PRINT erwirtschaftete 26,0 Mio. Euro Umsatz, so dass das neue Geschäftsfeld Online Druck in den ersten drei Quartalen insgesamt einen Umsatz von 28,6 Mio. Euro erwirtschaftet hat.

Anlaufverluste durch Marketinginvestitionen

Viaprinto reduzierte seine Anlaufverluste auch durch die signifikante Umsatzsteigerung wiederum deutlich um 0,4 Mio. Euro auf –0,3 Mio. Euro EBIT. Im negativen Quartals-EBIT von Saxoprint/CEWE PRINT in Höhe von –1,5 Mio. Euro zeigen sich deutlich die geschilderten Marketing-Aufwendungen und die Abschreibung des Saxoprint-Kundenstamms aus der Akquisition. Insgesamt betrug das „Online Druck“-EBIT also –1,8 Mio. Euro. In den ersten drei Quartalen verbesserte viaprinto gegenüber dem gleichen Vorjahreszeitraum sein EBIT um 1,0 Mio. Euro auf –1,2 Mio. Euro. Das Saxoprint/CEWE PRINT-EBIT lag bei –2,4 Mio. Euro. Der Online Druck in Summe weist für die ersten drei Quartale also Anlaufverluste in Höhe von 3,6 Mio. Euro aus.

Segment Einzelhandel

- ▶ Umsatz um 13,0 % rückläufig durch Konsumflaute in Polen
- ▶ EBIT trotzdem weiter positiv: 0,4 Mio. Euro (1,4 % vom Umsatz)

Eigener Einzelhandel mit wichtigen Funktionen

CEWE COLOR betreibt in Polen, Tschechien, der Slowakei sowie Norwegen und Schweden Multi-Channel-Retailing in Form stationärer Läden und Online-Shops (Marken z. B. Fotojoker, Fotolab, Japan Photo). Dieser Einzelhandel erfüllt für CEWE COLOR wichtige Funktionen: Erstens ist er eine wichtige Vertriebs-schiene für CEWE COLOR Laborleistungen direkt an Endkonsumenten. Die entsprechenden Umsätze und Erträge werden im Fotofinishing-Segment 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 weiterzuentwickeln. Drittens kann dieses Wissen dann an die Handels-partner weitergegeben werden. Dafür liefert der CEWE COLOR Einzelhandel wichtige Erkenntnisse und Referenzen.

Umsatz um 13,0 % rückläufig durch weiter gedrückte Konsumstimmung in Polen

Während in den meisten regionalen Aktivitätsfeldern des Einzelhandels eine akzeptable Konsumstimmung festzustellen war, die zu einem leichten Umsatz- und Marktanteilswachstum führte, fiel der polnische Markt durch eine eingetrübte Konsumstimmung klar negativ auf. Offiziellen Berichten zufolge (z. B. der polnischen Nationalbank NBP) sank dort das real verfügbare Einkommen und v. a. der höherwertigere Konsum nahm ab. Wirtschaftsexperten prognostizieren trotz eines BIP-Wachstums um 3 Prozent bereits für das Jahresende 2012 einen Anstieg der Arbeitslosigkeit auf bis zu 14 Prozent. Dies verunsichert Verbraucher und führt zu Konsumzurückhaltung, die sich auch auf den dortigen CEWE COLOR Einzelhandel auswirkte: „Fotojoker“ verzeichnete Umsatzrückgänge, die sich durch Währungsverluste noch verstärkt haben. In Summe über alle Länder verringerte sich der Umsatz im Einzelhandel im Berichtsquartal um 13,0 % auf 26,0 Mio. Euro zurück (währungsbereinigt – 12,8 % auf 26,1 Mio. Euro). Für die ersten drei Quartale zeigt sich in etwas reduzierter Form ein ähnlicher Trend: – 8,3 % auf 74,5 Mio. Umsatz (währungsbereinigt – 6,7 % auf 75,8 Mio. Euro).

Einzelhandelsergebnis trotzdem weiter positiv: +0,4 Mio. Euro

Trotz des im Berichtsquartal nennenswert rückläufigen Umsatzes gelang es dem CEWE-Einzelhandel, ein positives Ergebnis zu erwirtschaften. Im dritten Quartal belief sich das EBIT auf 0,4 Mio. Euro, eine Marge von 1,4 % (Q3 2011: 0,9 Mio. Euro, 3,0 %). Für die ersten drei Jahresquartale steht somit ein EBIT von 0,2 Mio. Euro in den Büchern; eine Marge von 0,2 % (Q1–Q3 2011: 0,8 Mio. Euro; 1,0 %). Insgesamt ist der Einzelhandel zwar nach den Spätwirkungen der Naturkatastrophen in Thailand und der Atomkatastrophe in Japan, die die erste Jahreshälfte beeinflusst haben, sowie der aktuellen Konsumflaute in Polen zwar in schwierigerem Fahrwasser; das auch im Einzelhandel sehr wichtige vierte Quartal steht allerdings noch bevor.

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

- ▶ *Online Druck-Wachstum lässt Konzernumsatz trotz Saisonverschiebung und Einzelhandelsrückgang wachsen: + 2,3 Mio. Euro*
- ▶ *Fotofinishing trägt das Konzern-EBIT: 7,1 Mio. Euro*
- ▶ *Saxoprint-Akquisition beeinflusst GuV-Struktur an vielen Stellen*

Online Druck-Zuwachs trägt Konzern-Wachstum

Die gelungene Akquisition im Online Druck hat den rückläufigen Einzelhandelsumsatz und den saisonverschiebungsbedingt ebenfalls rückläufigen Fotofinishing-Umsatz nicht nur ausgeglichen, sondern steigerte den Konzernumsatz im Berichtsquartal sogar leicht um 2,3 Mio. Euro (1,9 %) auf 124,1 Mio. Euro. In den ersten neun Monaten legte der Konzernumsatz deutlicher um 6,0 % auf 326,5 Mio. Euro zu.

Fotofinishing trägt das Konzern-EBIT

Auch wenn das Geschäftsfeld Einzelhandel – und zunehmend der Online Druck – erhebliche Umsatzanteile beisteuern, so macht Fotofinishing im Berichtsquartal mit 86,4 Mio. Euro knapp 70 Prozent des Konzernumsatzes aus. Auf der Ergeb-

nisebene ist die Dominanz des Fotofinishings noch deutlicher: Das etablierte Segment steuert 8,5 Mio. Euro bei und subventioniert – gemeinsam mit dem Einzelhandel, +0,4 Mio. Euro – den Anfangsverlust des Online Drucks (–1,8 Mio. Euro), so dass der Konzern im dritten Quartal 7,1 Mio. Euro EBIT erwirtschaftete.

Q4 wird erstmals über 100 % des Konzerngewinns beitragen

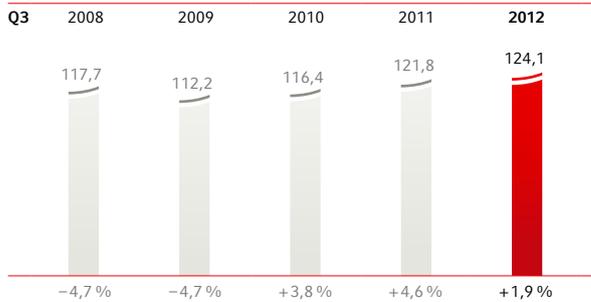
Diverse Einmaleffekte hatten das Fotofinishing-Segment im ersten Quartal belastet – vor allem die Insolvenz des Handelspartners Schlecker. Außerdem verschiebt sich durch die geänderte Saisonalität mit einem Umsatzschwerpunkt im vierten Quartal auch das Ergebnis in das vierte Quartal, wie im Abschnitt „Segment Fotofinishing“ beschrieben. Im Online Druck schlugen nicht nur die anlaufenden Marketing-Investitionen zu Buche, sondern auch die Akquisitionskosten für die Saxoprint GmbH

im ersten Quartal. Zusätzlich litt der Einzelhandel unter der beschriebenen Konsumflaute in Polen. In Summe hat dies zur Folge, dass in den ersten drei Quartalen der im Fotofinishing (3,2 Mio. Euro) und im Einzelhandel (0,2 Mio. Euro) erwirtschaftete Gewinn das durch Marketing-Investitionen belastete Online Druck-EBIT (–3,6 Mio. Euro) nicht ganz ausgleichen konnte, so dass CEWE COLOR auf Konzernebene ein EBIT von –0,2 Mio. Euro verzeichnet. Damit wird das erwartete starke vierte Quartal nicht nur etwa 90 % des Fotofinishing-EBITs erwirtschaften, sondern aufgrund der Marketing-Investitionen in den Online Druck sogar über 100 % des Konzerngewinns.

CEWE COLOR auf Kurs zu den Jahreszielen

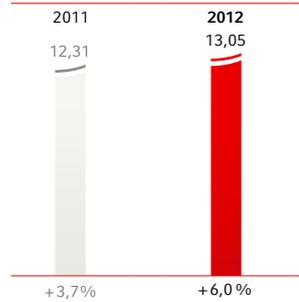
Der Trend der vergangenen Jahre setzt sich mit dieser Entwicklung logisch fort, wie im Brief an die Aktionäre und im Progn-

Umsatz in Mio. Euro



Veränderung zum Vorjahr

Umsatz pro Foto in Eurocent



Veränderung zum Vorjahr

sebericht dargestellt: Um das Jahresziel von 27 bis 33 Mio. Euro EBIT zu erreichen, müsste das vierte Quartal 27,2 bis 33,2 Mio. Euro EBIT beitragen. Die notwendige Steigerung entspricht genau dem saisonverschiebungsbedingten Trend der vergangenen Jahre. Daher sieht sich CEWE COLOR weiterhin auf Kurs, die Jahresziele zu erreichen.

Höherer Wertschöpfungsanteil verschiebt die GuV-Struktur

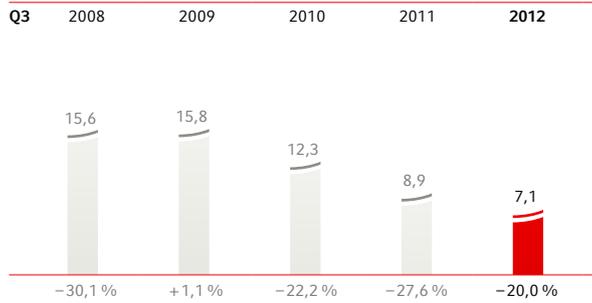
Der Trend zu Mehrwertprodukten im Fotofinishing verändert die Struktur der Gewinn- und Verlustrechnung (GuV) von CEWE COLOR. Der Materialaufwand sinkt, die Personalkosten und der sonstige betriebliche Aufwand steigen. Ferner schlägt sich das Ende der analog/digital-transformationsbedingten Investitionen in reduzierten Abschreibungen nieder. Diesen Trends im umsatzstarken Fotofinishing wirken – je nach Ent-

wicklung der Umsatzanteile – die Gegebenheiten im Online Druck bzw. im Einzelhandel entgegen. In der folgenden Diskussion der GuV-Struktur werden diese Effekte an den wesentlichen Positionen erläutert. Diese Diskussion beschränkt sich auf die Analyse der Entwicklungen im Berichtsquartal. Die Entwicklung der ersten drei Quartale wird nur erläutert, soweit sich deutlich andere Trends als im Berichtsquartal zeigen.

Sonstige betriebliche Erträge schwankend: Diesmal Mehrertrag

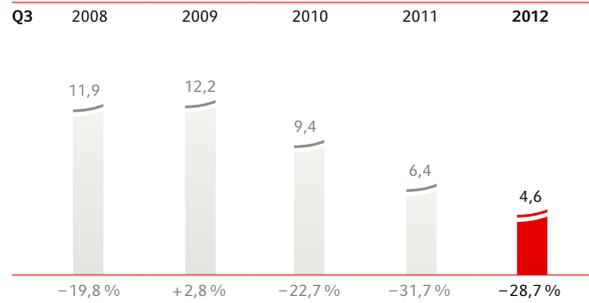
Die traditionell fluktuierenden sonstigen betrieblichen Erträge schlugen im Berichtsquartal – nach 3,5 Mio. Euro im Vorjahresquartal – mit 7,8 Mio. Euro positiv zu Buche. Darin befinden sich z. B. die Auflösung von Prozesskostenrückstellungen und Zollgutschriften, die durch eine Optimierung der Abwicklungsverfahren erreicht wurden.

Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in Mio. Euro



Veränderung zum Vorjahr

Ergebnis nach Steuern in Mio. Euro



Veränderung zum Vorjahr

Materialaufwandsquote steigt leicht auf 38,6 %

Der Trend zu Mehrwertprodukten hat den Materialaufwand im Fotofinishing – wie in der Einleitung zur GuV-Struktur beschrieben – weiter reduziert. Die gestiegene Bedeutung des Online Drucks hat diesen Effekt jedoch mehr als ausgeglichen, so dass der Materialaufwand im Berichtsquartal gegenüber dem Vorjahresquartal von 38,0 % vom Umsatz auf 38,6 % leicht gestiegen ist. Wie in der Online Druck-Branche üblich, wird der Mailorderaufwand für die Zustellung der Druckprodukte zum Kunden als Materialaufwand ausgewiesen. Auch daher liegt der Materialaufwand beim Online Druck höher als im Fotofinishing und geht – entsprechend dem gestiegenen Umsatzanteil des Online Drucks – nun stärker in den Konzerndurchschnitt ein.

Personalaufwandsquote auf 24,1 % erhöht

Produkte mit höherer Wertschöpfung im Fotofinishing führen zu einem höheren Personaleinsatz – nicht nur im vierten Quartal, in dem mit diesen Produkten die großen Volumina erwirtschaftet werden: Im Marketing und in F & E fallen die Personalkosten ganzjährig an. Auch ein geringerer Einzelhandelsumsatzanteil trägt tendenziell zu einer höheren Personalaufwandsquote bei. Aufgrund der höheren Personaleffizienz im Online Druck wirkt der stark gestiegene Umsatzanteil dieses Segments jedoch gegenläufig reduzierend auf die Personalaufwandsquote. Im Konzerndurchschnitt führen diese Effekte zu einem Anstieg des Personalaufwands um 2,4 Prozentpunkte auf 24,1 %.

Online Druck-Marketing erhöht sonstige betriebliche Aufwendungen auf 30,5 %

CEWE COLOR hat die Markteinführung von CEWE PRINT im Berichtsquartal mit entsprechenden Marketingaufwendungen gestartet. Ferner ist für Mehrwertprodukte im Fotofinishing zwar weniger Materialeinsatz, aber eine intensivere Vermarktung erforderlich. Beides ließ im Berichtsquartal die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 2,1 Mio. Euro steigen – auch relativ zum Umsatz ein Anstieg um 1,1 Prozentpunkte auf 30,5 %.

Saxoprint-Akquisition lässt Abschreibungen steigen

Seit Jahren gehen die nachhaltigen Abschreibungen bei CEWE COLOR zurück, da die Investitionen der vergangenen Jahre deutlich unter den Spitzeninvestitionsjahren der Analog-Digital-Transformation (2003 bis 2008) lagen. Dieser Trend hält noch an, so dass auch im Berichtsquartal die Abschreibungen im Stammgeschäft weiter rückläufig waren. Die Akquisition von Saxoprint hat jedoch aus zwei Gründen nennenswerte Abschreibungen zur Folge: Zum einen hatte Saxoprint zum Jahresende 2011 zwei neue Großdruckmaschinen installiert. Mit diesen Maschinen ist es möglich, das aktuelle Umsatzwachstum in der Produktion abzubilden. Sie belasten jedoch das Ergebnis mit entsprechenden Abschreibungen. Zum anderen wurde im Rahmen der vorläufigen Kaufpreisallokation der Wert des Saxoprint-Kundenstammes festgestellt, der nun über fünf Jahre abgeschrieben wird. Beides trägt maßgeblich zu erhöhten Abschreibungen aus dem Saxoprint-Engagement bei.

Im Konzern insgesamt haben sich daher die Abschreibungen von 6,6 % auf 7,5 % erhöht.

Saisonschiebung zeigt Einfluss auf das Finanzergebnis

Wie der Kapitalflussrechnung zu entnehmen ist, führt das saisonale Geschäft von CEWE COLOR in den ersten neun Monaten zu einem Finanzierungsbedarf. Die weiterhin stattfindende Saisonschiebung hin zum vierten Quartal nimmt zudem Einfluss auf den Finanzierungsaufwand. Die übernommenen Darlehen der Saxoprint GmbH sowie der saisonale Geschäftsverlauf von CEWE COLOR haben dazu geführt, dass das Finanzergebnis im Vorjahresvergleich um –0,6 Mio. Euro auf –0,8 Mio. Euro gesunken ist.

Ergebnisgemäß geringere Steueraufwendungen

Saisonschiebung und Marketing-Investitionen in den Online Druck haben das Ergebnis reduziert und konsequenterweise die Ertragsteueraufwendungen um 0,5 Mio. Euro auf 1,6 Mio. Euro verringert. Darin enthalten sind die latenten Steuereffekte, die im Berichtsquartal insbesondere aufgrund der Auflösung passiver latenter Steuerposten zu latenten Steuererträgen führten. In den ersten drei Quartalen waren sie insgesamt deutlich positiv und senkten den Steueraufwand auf nur 0,6 Mio. Euro, z. B. durch latente Steuererträge insbesondere aus Abschreibungen in den Ergänzungsbilanzen der Personengesellschaften sowie aus abweichenden steuerlichen Wertansätzen.

Ergebnis Q1–Q3 in Mio. Euro	2012	2011	Veränderung
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	–0,2	4,4	—
Ergebnis vor Steuern (EBT)	–2,0	3,6	—
Ergebnis nach Steuern	–3,2	0,4	—

Bilanz und Finanzierung

- ▶ *Bilanzsumme wächst im Jahresvergleich um 46,7 Mio. Euro*
- ▶ *Kurzfristiger Vermögenseinsatz reduziert*
- ▶ *Solides Jahresergebnis nach Steuern*

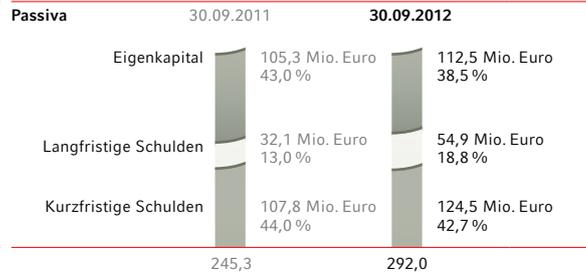
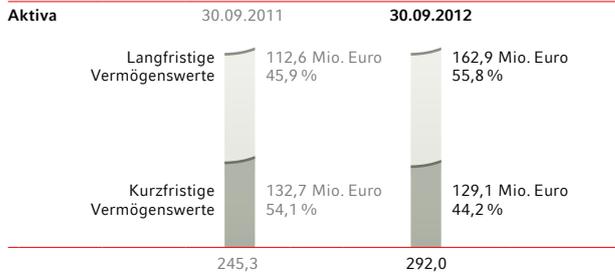
Die Bilanz per 30. September 2012 unterliegt nicht nur wesentlichen Saisonalitätseinflüssen, für deren Erläuterung die Vergleichszahlen sowohl per 30. Juni 2012 als auch per 30. September 2011 herangezogen werden, sondern ist auch durch die Konsolidierung der Saxoprint-Akquisition geprägt.

Seit dem 1. Februar 2012 gehört das Unternehmen zum CEWE COLOR Konzern.

Bilanzsumme wächst im Jahresvergleich um 46,7 Mio. Euro

Im Jahresvergleich, d. h. vom 30. September 2011 zum 30. September 2012, hat sich die Bilanz um 46,7 Mio. Euro auf 292,0 Mio. Euro verlängert. Allein die Konsolidierung von Saxoprint verlängert die Bilanz brutto um mehr als 50 Mio. Euro. Im Vergleich zum 30. Juni 2012 ergab sich eine Bilanzverlängerung um 15,5 Mio. Euro.

Bilanzdaten in Mio. Euro und in %



Bilanzverlängerung durch Saxoprint fast ausschließlich in den langfristigen Vermögenswerten

Auf die Working-Capital-Positionen hat Saxoprint absolut nur geringe Auswirkungen. Auf der Aktivseite ist die Akquisition fast ausschließlich in den langfristigen Vermögenswerten wirksam, die sich im Jahresvergleich um 50,3 Mio. Euro auf 162,9 Mio. Euro ausweiteten. Dieser Effekt konzentriert sich auf drei Positionen: Die Sachanlagen stiegen um 21,9 Mio. Euro, die Geschäfts- oder Firmenwerte um 17,7 Mio. Euro und die immateriellen Vermögenswerte um 9,5 Mio. Euro. Die Veränderungen resultieren hauptsächlich aus den Vermögenswerten der Saxoprint-Gesellschaften. Im abgelaufenen Quartal haben sich die langfristigen Vermögenswerte um 0,7 Mio. Euro ausgeweitet. Dies ist zu 1,5 Mio. Euro auf die Erhöhung des Geschäfts- und Firmenwerts zurückzuführen und betrifft die Einigung über den finalen nachgelagerten Kaufpreis der Diron GmbH & Co. KG, Münster, sowie neue Erkenntnisse im Rahmen der Kaufpreisallokation für die Saxoprint-Gruppe. Ohne diese Sondereffekte hat sich das langfristige Vermögen im abgelaufenen Quartal um 0,9 Mio. Euro annähernd mit der Rate des Vergleichszeitraums im Vorjahr reduziert (–1,2 Mio. Euro).

Kurzfristiger Vermögenseinsatz deutlich reduziert

Im Vergleich zum gleichen Saisonzeitpunkt des Vorjahres hat sich das kurzfristige Vermögen um 3,6 Mio. Euro auf 129,1 Mio. Euro verringert – ohne die Saxoprint-Effekte hätte es sich sogar

noch stärker reduziert. Innerhalb des Berichtsquartals, das bereits zu Beginn Saxoprint enthält, erhöhten sich die kurzfristigen Vermögenswerte um 14,9 Mio. Euro. Die Vorräte lagen zum 30. September und damit unverändert zum 30. Juni bei 50,5 Mio. Euro, ein Bestandsaufbau von 8,2 Mio. Euro im Vergleich zum 30. September 2011. Dieser Anstieg ist weitgehend auf die Bevorratung im Onsite-Printing zurückzuführen sowie wegen Modellwechslern gestiegene Vorräte an Einzelhandelswaren. Innerhalb des Berichtsquartals wurde der Bestandsabbau im Fotofinishing durch die Bevorratung im Einzelhandel überlagert. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum wurde die höhere Kapitalbindung im Vorratsbestand durch einen Verbindlichkeitsaufbau in nahezu gleicher Höhe kompensiert. Die kurzfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen reduzierten sich im 12-Monats-Vergleich um 1,0 Mio. Euro auf 56,0 Mio. Euro. Innerhalb des Berichtsquartals bauten sie sich mit 14,7 Mio. Euro stärker als im üblichen Saisonverlauf auf. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass regelmäßig durchgeführte Überweisungen großer Handelspartner aufgrund des Wochenendes am Monatsschluss bankseitig erst im Oktober gebucht wurden sowie auf mit dem Umsatz steigende Forderungen aus dem Online Druck. Die liquiden Mittel haben sich – auch wegen der um 12 % (0,7 Mio. Euro) auf 9,2 Mio. Euro gestiegenen Dividendenzahlung und des Kaufs eigener Anteile in Höhe von 1,2 Mio. Euro – im 12-Monats-Vergleich um 12,3 Mio. Euro auf 6,9 Mio. Euro reduziert. Insgesamt hat diese Reduktion

der kurzfristigen Vermögenswerte bewirkt, dass die Bilanz sich nur um 46,7 Mio. Euro verlängerte, obwohl die langfristigen Vermögenswerte um 50,3 Mio. Euro zulegten.

Vor allem Online Druck erhöht das relative operative Netto-Working Capital leicht auf 35 Tage

Das Netto-Working Capital ist stark saisonabhängig und daher vor allem am Vorjahreswert zu messen. Die Erhöhung um 9,0 Mio. Euro auf 48,6 Mio. Euro ist vor allem auf die bereits erwähnte Steigerung der Vorräte um 8,2 Mio. Euro zurückzuführen. Zudem reduzierten sich die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (z. B. wegen eines geringeren Rückstellungsbedarfs für nachgelagerte Konditionen gegenüber Handelspartnern) um 1,8 Mio. Euro auf 57,9 Mio. Euro. Demgegenüber betrug die Reduktion auf der Forderungsseite – wie beschrieben – 1,0 Mio. Euro auf 56,0 Mio. Euro. Gemessen am gestiegenen Umsatz relativiert sich das höhere Netto-Working Capital und legte im Vergleich zum Vorjahreszeitpunkt leicht von 32 auf 35 Umsatztage zu.

Solides Jahresergebnis nach Steuern

Das Eigenkapital stieg im 12-Monats-Vergleich um 7,2 Mio. Euro auf 112,5 Mio. Euro (30. September 2011: 105,3 Mio. Euro). Damit hat also das Jahresergebnis nach Steuern von 14,9 Mio. Euro (vom 1. Oktober 2011 bis zum 30. September 2012) sowohl die Dividendenzahlung des Jahres 2012 (9,2 Mio. Euro) als auch den Aktienrückkauf (1,2 Mio. Euro) mehr als ausgeglichen. Im

Vergleich zum selben Vorjahreszeitraum ist es somit nur um 0,4 Mio. Euro zurückgegangen. Darüber hinaus sind in den vergangenen 12 Monaten aufgelaufene erfolgsneutrale Aufwendungen und Erträge von 2,3 Mio. Euro angefallen, so dass das Gesamtergebnis von 13,9 Mio. Euro um 3,4 Mio. Euro auf 17,2 Mio. Euro spürbar angestiegen ist. Die erfolgsneutralen Erträge betreffen Ausgleichsposten aus der Währungsumrechnung (2,2 Mio. Euro) sowie erfolgsneutral berücksichtigte Ertragsteuern (0,1 Mio. Euro).

Verbindlichkeiten durch Akquisition gestiegen

Durch die Saxoprint-Akquisition verlängert sich die Bilanzsumme auf der Passivseite hauptsächlich durch die operativen Verbindlichkeiten sowie Finanzverbindlichkeiten von Saxoprint, sowohl durch die übernommenen Finanzverbindlichkeiten als auch durch die Finanzierung der Akquisition. Ohne die Saxoprint-Akquisitionseffekte wären die Schuldenpositionen nahezu unverändert. Im Ergebnis ist die Konzernverschuldung im Jahresvergleich um 39,5 Mio. Euro auf 179,4 Mio. Euro gestiegen.

Langfristige Verbindlichkeiten

Die großen Effekte in den Schulden im Einzelnen, in der Reihenfolge der Schuldenpositionen in der Bilanz: Die passiven latenten Steuern haben im 12-Monats-Vergleich um 3,0 Mio. Euro auf 4,6 Mio. Euro zugelegt. Dieser Effekt ist im Wesentlichen auf Saxoprint durch die passiven Latenzen zurückzuführen, die im Rahmen der Erstkonsolidierung auf Fair

Values gebildet wurden. Gegenläufig wirkt ein Abnehmen von passiven latenten Steuern auf Bewertungsdifferenzen bei anderen Konzerngesellschaften. Die Erhöhung der langfristigen Finanzverbindlichkeiten um 16,1 Mio. Euro auf 34,7 Mio. Euro ist hauptsächlich dem Zugang in dieser Position durch die Saxoprint-Akquisition geschuldet. Die übrigen langfristigen Verbindlichkeiten nahmen um 3,0 Mio. Euro auf 3,3 Mio. Euro zu, da im Rahmen der Kaufpreiszahlung an die Saxoprint-Verkäufer ein Sicherheitseinbehalt vereinbart wurde.

Kurzfristige Verbindlichkeiten

Die kurzfristigen übrigen Rückstellungen werden hauptsächlich durch die bedingte Kaufpreisverpflichtung von 3,0 Mio. Euro beeinflusst. Sonstige Rückstellungen für Garantieverpflichtungen, Archivierungskosten sowie Rückstellungen im Zusammenhang mit nachgelagerten Kaufpreisforderungen und Prozessrisiken sind gesunken, so dass sich die Rückstellungen insgesamt im Vergleich zum 30. September 2011 um 0,6 Mio. Euro auf 7,7 Mio. Euro verringert haben. Die kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten erhöhten sich um 20,8 Mio. Euro. Dies entspricht weitgehend dem im Rahmen der Kaufpreiszahlung der Saxoprint-Akquisition gezahlten Betrag. Die Reduktion der kurzfristigen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen wurde bereits im Rahmen der Diskussion des Working Capitals erläutert. Die kurzfristigen übrigen Verbindlichkeiten sind ebenfalls um 2,4 Mio. Euro auf 26,2 Mio. Euro gesunken.

Cash Flow

- ▶ *EBIT-induzierter Cash Flow gestiegen*
- ▶ *Laufende Investitionen nahezu konstant*
- ▶ *Free-Cash Flow wieder positiv*

EBIT-induzierter Cash Flow gestiegen

Obwohl das EBIT des Berichtsquartals von 7,1 Mio. Euro einen Rückgang von 1,8 Mio. Euro gegenüber dem EBIT des Vorjahresquartals aufweist, lag der EBIT-induzierte Cash Flow i. H. v. 17,3 Mio. Euro um 1,6 Mio. Euro höher als im Vorjahr. Grund für die unterschiedliche Entwicklung sind insbesondere die höheren Abschreibungen durch die Saxoprint-Akquisition, die im Cash Flow nicht wirksam sind, sowie aufgrund der Euro-Schwäche festzustellende positive Währungseffekte.

Für das operative Netto-Working Capital verzeichnet CEWE COLOR im Berichtsquartal einen Cash-Abfluss von 5,5 Mio. Euro. Der üblicherweise im dritten Quartal eintretende Bestandsabbau in den Vorräten wurde zwar durch den Bestandsaufbau im Onsite-Printing sowie Einzelhandel überlagert, so dass der betriebliche Cash Flow im Vergleich zum Vorjahresquartal mit 6,1 Mio. Euro belastet wurde. Der zweite Hauptgrund für den Cash-Abfluss ist der im Abschnitt „Bilanz und Finanzierung“ erläuterte Forderungsaufbau von 14,7 Mio. Euro, der um 6,0 Mio. Euro höher lag als im Vorjahr.

Das sonstige Working Capital wirkt im Berichtsquartal mit 3,5 Mio. Euro um 3,4 Mio. Euro weniger positiv auf den Cash Flow aus operativer Geschäftstätigkeit als im Vorjahresquartal. Dies ist ganz wesentlich auf zahlungsunwirksame Effekte innerhalb der Rückstellungen und sonstigen Verbindlichkeiten zurückzuführen. So konnte eine Prozesskostenrückstellung für den Rechtsstreit mit den Altgesellschaftern der Diron im Zuge einer außergerichtlichen Einigung aufgelöst werden. Im abgelaufenen Quartal wurden Steuern in Höhe von 4,2 Mio. Euro gezahlt, 2,2 Mio. Euro mehr als im Vorjahresquartal. Dies liegt an höher festgesetzten Steuervorauszahlungen und an periodenfremden Steuerzahlungen. In Summe hat sich der Working Capital- und steuerinduzierte Cash Flow im Berichtsquartal gegenüber dem Vorjahresquartal hauptsächlich aufgrund des genannten Forderungsaufbaus und der höheren Steuerzahlungen um 11,7 Mio. Euro auf –6,2 Mio. Euro reduziert. Da der EBIT-induzierte Cash Flow im Berichtsquartal – wie oben beschrieben – bei 17,3 Mio. Euro lag, ergibt sich ein Cash Flow aus operativer Geschäftstätigkeit von 11,1 Mio. Euro (Q3 2011: 21,3 Mio. Euro).

Nachdem sich der Cash Flow aus operativer Tätigkeit im ersten Halbjahr vor allem durch den Wegfall eines sehr positiven, aber nicht wiederholbaren Vorjahres-Cash Flow-Effekts im operativen Working Capital um 10,3 Mio. Euro reduziert hatte, lag er kumuliert in den ersten drei Quartalen trotz eines Rückgangs von –20,5 Mio. Euro mit 13,3 Mio. Euro vor dem stark Cash-generativen vierten Quartal immer noch im positiven Bereich.

Laufende Investitionen nahezu konstant

Die Investitionen in das Anlagevermögen sind im Berichtsquartal im Vergleich zum Vorjahresquartal um 0,1 Mio. Euro gestiegen und somit nahezu konstant geblieben. Wobei die Investitionen in Sachanlagen leicht gesunken und Investitionen in immaterielle Vermögenswerte leicht gestiegen sind. Der Schwerpunkt der Sachanlageninvestitionen lag in der Saisonvorbereitung, so dass vorwiegend Druckmaschinen, Weiterverarbeitungsgeräte und Sortieranlagen angeschafft wurden. Bei den immateriellen Vermögenswerten sind vor allem neue Apps für mobile Apple- und Android-Geräte hervorzuheben. Darüber hinaus hat CEWE COLOR durch die finale Kaufpreiszahlung an die Altgesellschafter der Diron GmbH & Co. KG in die Beteiligungen investiert. Im Q1 bis Q3 ist die Saxoprint-Akquisition absolut dominant im Cash Flow aus Investitionstätigkeit und hat diesen neben der Investition in Diron KG um –26,9 Mio. Euro auf –45,9 Mio. Euro steigen lassen.

Free-Cash Flow wieder positiv

Trotz der genannten Auswirkungen der Mehrinvestitionen, Umsatzsteuerschwankungen und Veränderungen im operativen Working Capital ist der Free-Cash Flow im Berichtsquartal über die Nulllinie auf 0,4 Mio. Euro (Q3 2011: 13,0 Mio. Euro) gestiegen – im Vergleich zum zweiten Quartal eine Verbesserung um +2,9 Mio. Euro. Die Saxoprint-Akquisition war auch im Free-Cash Flow der ersten neun Monate der dominante Effekt, so dass der Free-Cash Flow bei –32,5 Mio. Euro nach +14,9 Mio. Euro im Vorjahresquartal lag. Der Rückgang von –47,4 Mio. Euro teilt sich auf in einen Rückgang aus operativer Geschäftstätigkeit von –20,5 Mio. Euro sowie einen um –26,9 Mio. Euro gestiegenen Cash Flow aus Investitionstätigkeit.

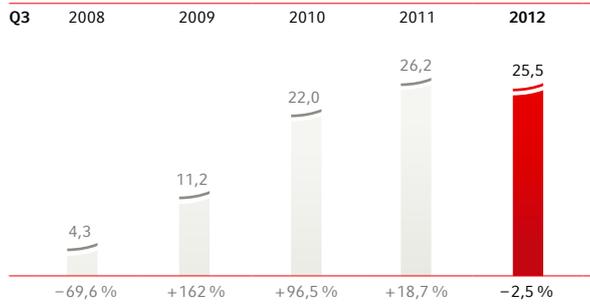
Kapitalrentabilität

- ▶ Capital Employed durch Saxoprint Akquisition gestiegen
- ▶ ROCE bei soliden 13,7 %

Capital Employed durch Saxoprint-Akquisition gestiegen

Im Vergleich zum gleichen Saisonzeitpunkt des Vorjahres hat sich das Capital Employed per 30. September 2012 bedingt durch die Expansion im Online Druck von 144,9 Mio. Euro im Vorjahr auf 195,7 Mio. Euro deutlich erhöht.

EBIT rollierend 12 Monate in Mio. Euro



Veränderung zum Vorjahr

12-Monats-Perspektive auf Capital Employed und EBIT anzuwenden

Bei der Betrachtung der Kapitalrentabilität wird der Gewinn eines vollständigen Jahreszyklus in Summe auf den durchschnittlichen Kapitaleinsatz eines Jahreszyklus bezogen, um durch die Division des Gewinns durch das eingesetzte Kapital eine Jahresrentabilität zu ermitteln und Saisonalitätseffekte auszublenden. Daher werden hier die Gewinne von jeweils vier Quartalen addiert und beim Capital Employed der Durchschnitt der entsprechenden vier Quartalsstichtage berechnet – startend beim Berichtsquartal plus die drei vorausgegangenen Quartale.

12-Monats-Perspektive:

Kapitaleinsatz durch Akquisition leicht erhöht

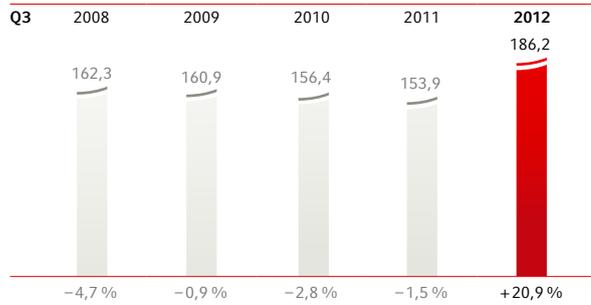
Das auf Basis der Quartalsstichtage ermittelte durchschnittliche Capital Employed zum 30. September 2012 betrug 186,2 Mio. Euro – ein Anstieg um 32,2 Mio. Euro gegenüber dem gleichen Zeitraum ein Jahr zuvor, der maßgeblich durch die Akquisition von Saxoprint bedingt war. Dieser Anstieg wird sich noch bis zum vierten Quartal 2012 weiter verstärken, da sich die Saxoprint-Akquisition zum ersten Quartal 2013 jähren wird. Die Summe des EBIT vom vierten Quartal 2011 bis zum dritten Quartal 2012 beläuft sich auf 25,5 Mio. Euro und liegt damit saisonverschiebungsbedingt um 0,7 Mio. Euro unter dem Vergleichswert vom vierten Quartal 2010 bis zum dritten Quartal 2011.

ROCE bei soliden 13,7 %

Mit 13,7 % erzielt CEWE COLOR weiterhin eine attraktive Verzinsung des investierten Kapitals (Vorjahr: 17,0 % per 30. September 2011). Der Rückgang spiegelt einen Teil des Vorleistungseffekts wider, der durch das im neuen Segment

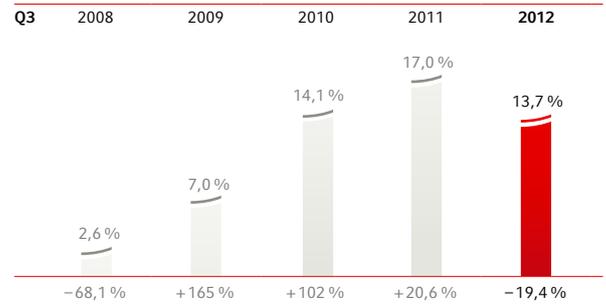
Online Druck gebundene Kapital entstanden ist. Beim eingesetzten Kapital wird sich dieser Effekt noch ein Quartal lang verstärken. Sobald dieses Segment wachsende Erträge erzielt, wird die Kapitaleffizienz davon profitieren.

Durchschnittliches Capital Employed der vergangenen 4 Quartale in Mio. Euro



Veränderung zum Vorjahr

12-Monats-ROCE in %



Veränderung zum Vorjahr

MITARBEITER

Mitarbeiterzahl steigt durch Saxoprint-Akquisition auf 3.124

Die Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der CEWE COLOR Gruppe erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr per Ende September 2012 auf 3.124 Mitarbeiter (Vorjahr: 2.686 Mitarbeiter).

Dieser Anstieg um insgesamt 438 Mitarbeiter/-innen resultiert größtenteils aus der im Februar 2012 durchgeführten Akquisition

der Saxoprint GmbH in Dresden. Mit dieser Expansion im Online Druck kamen 385 neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den CEWE COLOR Konzernverbund. Darüber hinaus wurden die Zentralfunktionen Forschung und Entwicklung im Bereich Software-Entwicklung sowie Marketing und Produktmanagement verstärkt und wachsende Produktionsbereiche in den CEWE-Betrieben weiter ausgebaut.

Q1 – Q3: Mitarbeiter nach Segmenten aufgelaufen	2012	2011	Veränderung
Fotofinishing	2.059	2.013	+2,3 %
Einzelhandel	638	640	-0,3 %
Online Druck	427	33	+1.194 %
Konzern	3.124	2.686	+16,3 %

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 drei 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 3.116 Mitarbeiter des Konzerns sind in der CEWE COLOR AG & Co. OHG sowie in den nachgelagerten Konzerngesellschaften beschäftigt.

Aktionäre



CEWE COLOR Holding AG

- 4 Vorstände, keine weiteren Mitarbeiter
- Gesellschafterin der OHG
 - AG-Aufsichtsrat
 - AG-Vorstand
-

Neumüller CEWE COLOR Stiftung

- 8 Vorstände/Geschäftsführer, keine weiteren Mitarbeiter
- Geschäftsführende Gesellschafterin der OHG
 - Stiftungskuratorium
 - Stiftungsvorstand/Geschäftsführung
-



CEWE COLOR AG & Co. OHG

- ca. 3.100 Mitarbeiter
- Betreibt das gesamte operative Geschäft der CEWE COLOR Gruppe
 - Geführt von den Vorständen und Geschäftsführern der Stiftung
-

Deutschlands schnellste Online-Druckerei.

Heute bis 18.00 Uhr bestellt – morgen bis 10.30 Uhr geliefert*.

Mit der Online-Druckerei von CEWE.

viaprinto macht aus Ihren Unterlagen im Handumdrehen erstklassige Print-Produkte:

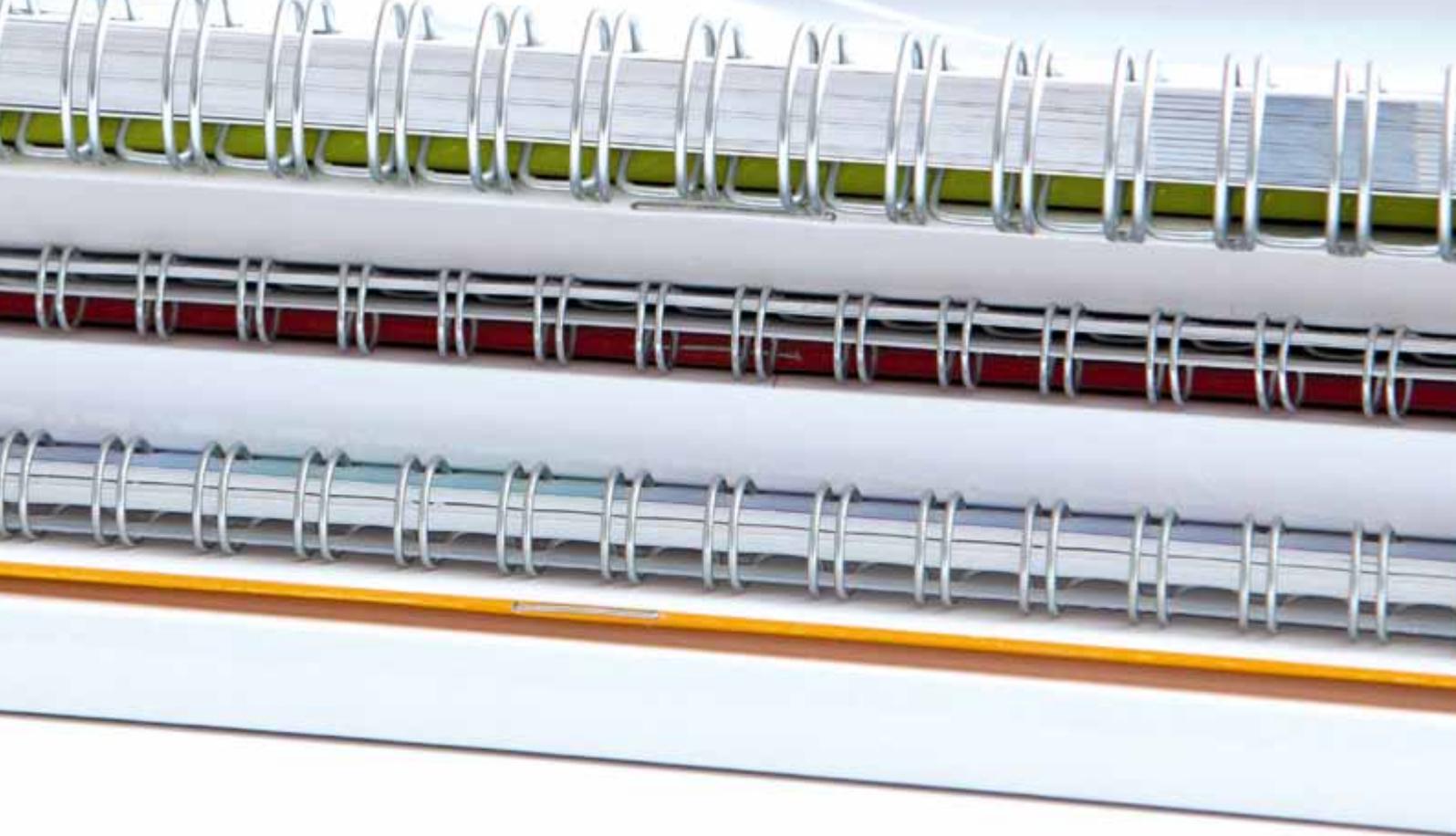
- ▶ **Perfekte Qualität** - immer schnell und zuverlässig gedruckt
- ▶ **Absolut flexibel** - sämtliche Produkte ohne Mindestbestellmengen
- ▶ **Verblüffend einfach** - Dokumente hochladen, Vorschau prüfen, bestellen und zügig geliefert

www.viaprinto.de

viaprinto ist ausgezeichnet:

Druck & Medien
AWARDS
2011
FINALIST





Wir freuen uns auf Sie:
Tel. +49(0)251 - 203 111 101 00

*Overnight-Service bereits in vielen Regionen verfügbar.

 **viaprinto**
Erfolg hat schöne Seiten.

...online.günstig.drucken!



PROGNOSEBERICHT

CEWE COLOR will durch neues Geschäftsfeld nachhaltig wachsen

Um die Basis für künftiges Wachstum im Online Druck zu legen, hat CEWE COLOR im Februar 2012 die Saxoprint GmbH, Dresden, übernommen. Damit verfügt CEWE COLOR nun zusätzlich zum Digitaldruck auch über online verfügbare Offsetdruck-Kapazitäten zur effizienten industriellen Produktion größerer Auflagen.

Im Fotofinishing setzt CEWE COLOR seine Ausrichtung fort, mit dem CEWE FOTOBUCH erstmals ein Markenprodukt aufzubauen, das im Premiumsegment positioniert ist und erworben wird. Ziel ist es, das Produkt bei Konsumenten „vorzuzukaufen“ und die Konsumenten so auch Handelspartnern zuzuleiten. Beim Einzelhandel ist kein signifikanter weiterer Ausbau geplant.

Weiterhin Fokus auf Europa

CEWE COLOR betreibt sein Geschäft derzeit zu praktisch 100 % in Europa. Umsatz und Ertrag werden auch in absehbarer Zukunft voraussichtlich nahezu vollständig aus Europa kommen. Je nach sich bietenden Opportunitäten könnte die regionale Präsenz jedoch auch ausgeweitet werden.

Permanente Arbeit an der Technologiebasis

Wie in der Vergangenheit wird CEWE COLOR auch in den nächsten Jahren daran arbeiten, Effektivitäts- und Effizienzpotenziale der Produktions- und Datentransfertechnologien zu heben. Anstöße dafür entstehen sowohl innerhalb des Unternehmens durch Best-Practice-Transfers zwischen den Betrieben als auch von außen, z. B. durch regelmäßige Konferenzteilnahmen und den gezielten Einsatz von externen Beratern. Insbesondere durch die Akquisition von Saxoprint entwickelt sich CEWE COLOR 2012 einerseits in der Technologie weiter und erschließt andererseits den Online Druck-Markt. Ebenso ist Saxoprint in den Best-Practice-Austausch innerhalb der CEWE COLOR Gruppe eingebunden.

Permanente Innovation umfasst auch Produkte und Dienstleistungen

Das Portfolio der von CEWE COLOR angebotenen Produkte und Dienstleistungen muss dauerhaft weiterentwickelt werden. Dies war in den vergangenen Jahren ein wesentliches Charakteristikum der Analog-Digital-Transformation. CEWE COLOR strebt danach, die in den vergangenen Jahren bereits nahezu zur Routine gewordene Innovationskraft aufrechtzuerhalten, um auf dieser Basis die oftmals marktführende Position zu erhalten bzw.

auszubauen. Jüngste Beispiele dieser Innovationsarbeit sind die Möglichkeit, Filme ins CEWE FOTOBUCH zu integrieren, und „CEWE goes mobile“, die Migration der Bestellsoftware auf alle gängigen Tablet-Computer.

Niedrigeres Wachstumstempo erwartet

Der internationale Währungsfonds (IWF) schätzt in seiner jüngsten Prognose vom 9. Oktober die Wachstumsaussichten deutlich schwächer ein als bisher. Die Wachstumsprognose für die Weltwirtschaft wurde für 2012 um 0,2 % Prozentpunkte auf 3,3 %, den ursprünglichen Prognosewert vom Anfang dieses Jahres, zurückgenommen. Für 2013 erwartet der IWF nun ein Wachstum von 3,6 % statt wie bisher 3,9 %. Die Ursache dafür sind, laut IWF, die Wachstumsschwäche der Industrieländer, die unter der Konsolidierung der öffentlichen Finanzen und den noch immer angeschlagenen Bankensystemen litten, und ein niedrigeres Expansionstempo der Schwellenländer. Voraussetzungen für die Prognose sind die Annahmen, dass die USA nicht das „Financial Cliff“ überschreiten, das mit automatischen Ausgabenkürzungen und Steuererhöhungen verbunden wäre, und dass die EU-Konsolidierung Erfolg zeitigt.

Sowohl die EZB (Europäische Zentralbank) als auch die Fed (US-Zentralbank Federal Reserve) haben die Leitzinsen unverändert und damit auf sehr niedrigem Niveau belassen. Die

Fed erklärte zudem, die Zinsen nicht vor Mitte 2015 anzuheben. Um zusätzlich Einfluss auf die längerfristigen Zinsen zu nehmen, wollen sowohl die EZB als auch die Fed in den Markt eingreifen. Die Inflationsrate im Euroraum ist vor allem durch die Verteuerung der Energie- und Rohstoffpreise wieder angestiegen und erreichte im September 2,7 % – deutlich mehr als im Durchschnitt der OECD-Länder (August: 2,0 %).

Einschätzung des Managements von CEWE COLOR zu den gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen

Das gesamtwirtschaftliche Umfeld hat sich weiter eingetrübt. In den für CEWE COLOR wesentlichen Märkten Zentraleuropas herrscht Rezession – bis auf Deutschland. Da die Inflationsrisiken beherrschbar scheinen, bleibt die EZB bei ihrer Politik historisch niedriger Zinsen, so dass sich die Fremdfinanzierungsbedingungen für Unternehmen nicht verschlechtern dürften.

Unabhängig davon sieht CEWE COLOR aufgrund der soliden Finanzierungsstruktur keine nennenswerten Finanzierungsrisiken. CEWE COLOR wäre auch von einer potenziell restriktiveren Kreditvergabepolitik des Finanzsektors aufgrund höherer Eigenkapitalanforderungen voraussichtlich nicht betroffen. Das Risiko für Schuldenschnitte einzelner Staaten innerhalb des Euroraums bleibt weiterhin bestehen, führt

aber für CEWE COLOR nicht zu materiellen Risiken. Mit Blick auf die ausstehenden Forderungen erwartet das Management derzeit keine nennenswerten Belastungen, da Forderungen gegenüber Fachhandelspartnern weitestgehend über Kreditversicherungen abgesichert sind. Auf Basis der Erfahrung der vergangenen Jahre hat sich gezeigt, dass die konjunkturelle Entwicklung insgesamt, aber auch die generelle Konsumneigung der Kunden nur äußerst schwach mit der Nachfrage nach den Fotofinishing-Produkten von CEWE COLOR korrelieren. Der Einfluss der Konjunktorentwicklung könnte theoretisch steigen, wenn der Anteil von Unternehmenskunden am Umsatz von CEWE COLOR wächst. Derzeit sieht das Management im Geschäftsfeld des Online Drucks allerdings sogar in konjunkturellen Schwächephase eher zusätzliche Opportunitäten, da die günstige Kosten-Nutzen-Relation der Produkte für Geschäftskunden vor diesem Hintergrund ein noch wichtigeres Differenzierungsmerkmal sein dürfte. Einzig der Einzelhandel dürfte sich nach Einschätzung des Managements eher parallel zur Gesamtwirtschaft entwickeln.

Fotofinishing zukünftig konstant, evtl. leichtes Wachstum

CEWE COLOR fördert den wachsenden Marktanteil von Mehrwertprodukten, um den Rückgang der produzierten Fotos im klassischen chemischen Silber-Halogenid-Verfahren auszugleichen. Neben dem inzwischen weit fortgeschrittenen Rückgang der Analog-Fotos von Filmen betrifft dies den beginnenden Rückgang der Einzel-Fotos von digitalen Daten. Mit dem europäischen Marktführer CEWE FOTOBUCH sowie den weiteren Mehrwertprodukten und den starken Internet-Kompetenzen ist CEWE COLOR hervorragend positioniert, um diesen Wandel aktiv zu fördern und davon zu profitieren.

Im Ergebnis dürfte der Trend zu Mehrwertprodukten das Fotofinishing also weiterhin stärken und bietet die Chance für eine mittelfristige Margenstärkung. Für 2012 sieht das Management jedoch verschiedene Unsicherheitsfaktoren: Die wirtschaftliche Abkühlung könnte weitere Handelspartner gefährden und potenziell Wertberichtigungen auf Forderungen notwendig machen. Die durch den deutschen Tarifabschluss 2011 im Hauptmarkt um 4 % gestiegenen Personalkosten müssen wieder aufgefangen werden.

Einzelhandel auf gleichem Niveau

Grundsätzlich geht das Management für 2012 und 2013 im Einzelhandel von einer stabilen Entwicklung aus. Der Absatz der Kompakt-Digitalkameras dürfte weiter zurückgehen. An alternativen Produkten und Segmenten wird gearbeitet. Im Jahr 2011 war durch die mangelnde Verfügbarkeit von Waren wegen der Lieferschwierigkeiten der Hersteller ein sehr auskömmliches Preisniveau erzielbar. Nicht zuletzt dies hatte die EBIT-Marge von 1,7 % auf 2,2 % steigen lassen. Das Management strebt an, das verbesserte Margenniveau weitgehend zu halten. Dies wird jedoch derzeit durch die anhaltende Konsumflaute im polnischen Markt erschwert.

CEWE PRINT gestartet – Markensynergien im Blick

Im Online Druck wurde im Berichtsquartal die Marke CEWE PRINT gestartet. Ziel ist, die akquirierte Marke „Saxoprint“ und die organisch gewachsene Marke „viaprinto“ mit der hohen Markenbekanntheit des sehr positiv besetzten CEWE FOTOBUCHS zusammenzuführen, so dass Synergien genutzt werden können. Dazu dient die Marke CEWE PRINT. CEWE COLOR wird seine Marketingaufwendungen zukünftig auf zwei eng verbundene Marken konzentrieren: CEWE FOTOBUCH im Fotofinishing und CEWE PRINT im Online Druck. Die für diesen Markenaufbau notwendigen Marketingaufwendungen werden für die erste Zeit des Online Drucks die Gewinn- und

Verlustrechnung dieses Geschäftsfeldes prägen. Es ist beabsichtigt, die Gewinne des Geschäftsfeldes Fotofinishing zu nutzen, um das Geschäftsfeld Online Druck zu stärken.

Wachstum im Online Druck unabhängig von Wirtschaftslage

Der Online Druck bietet eine Reihe von Vorteilen für den Besteller: Qualitätsgewinn durch hochprofessionelle Druckprodukte weit über der heute oft genutzten Copy-Shop-Qualität sowie einen Zeitgewinn durch bedienerfreundliche Internet-Bestellung, schnelle Produktion und zügige Lieferung. Darüber hinaus können Kunden durch Nutzung einfach zu bedienender Office-Standardprogramme für die Gestaltung ihrer Druckprodukte Agenturaufwand sparen und zusätzlich preisgünstige, bedarfsorientierte Kleinstauflagen nutzen. Die Besteller wollen sich diese Vorteile erschließen – mindestens unabhängig von der gesamtwirtschaftlichen Lage, vielleicht sogar gerade in wirtschaftlich schwierigen Lagen. Daher erwartet das Management für die Jahre 2012 und 2013 im Bereich Online Druck eine sehr positive Umsatzentwicklung. Da zunächst die Priorität auf Wachstum liegt, rechnet das Management auf der Ergebnisebene für das Jahr 2012 mit einem leicht negativen Ergebnis: Die Integrationskosten, die Abschreibung auf die übernommene Kundenbasis, Investitionen in die Marke und Werbeaufwendungen werden das Ergebnis belasten.

2013 stehen Mehrwertprodukte und Online Druck im Mittelpunkt

Auch 2013 werden die Weiterentwicklung des CEWE FOTO-
BUCHS und weiterer Mehrwertprodukte sowie der zügige
Ausbau des Online Drucks im Mittelpunkt stehen. Diese Ent-
wicklungsrichtungen werden aus heutiger Sicht also auch
über 2012 hinaus mittelfristig die dominanten Entwick-
lungs-
linien für CEWE COLOR sein.

Zielsetzung 2012 bestätigt

Aufgrund der genannten Entwicklungen und insbesondere der
Unsicherheiten in den Bereichen Fotofinishing, Einzelhandel

und Online Druck hatte sich das Management entschlossen,
für das Jahr 2012 größere Bandbreiten für die Zielgrößen zu
prognostizieren. Da das Management aus dem erwarteten
Umsatz im Online Druck von rund 40 Mio. Euro – wie oben
beschrieben – keinen Ergebnisbeitrag plant, prognostiziert
CEWE COLOR einen für die EBIT-Marge maßgeblichen Umsatz
des Fotofinishings und des Einzelhandels von 460 Mio. Euro
(– 1,9 %) bis 485 Mio. Euro (+ 3,3 %). Die genannten EBIT-
Ziele entsprechen einer EBIT-Marge von 5,6 % bis 7,2 % – im
Mittel 6,4 % und damit einem Wert, der identisch mit der im
Vorjahr erreichten EBIT-Marge von 6,4 % ist.

Zielsetzung für 2012		Veränderung zum Vorjahr
Digitalfotos	2,13–2,18 Mrd. Stück	– 3 % bis – 5 %
Fotos von Filmen	0,16–0,18 Mrd. Stück	– 30 % bis – 35 %
Fotos gesamt	2,29–2,36 Mrd. Stück	– 5 % bis – 8 %
CEWE FOTOBÜCHER	5,7–5,9 Mio. Stück	+ 11 % bis + 15 %
Investitionen	30–33 Mio. Euro	– 1 % bis + 9 %
Umsatz (währungsbereinigt)	500–525 Mio. Euro	+ 7 % bis + 12 %
EBIT	27–33 Mio. Euro	– 10 % bis + 10 %
Ergebnis vor Steuern (EBT)	25–31 Mio. Euro	– 14 % bis + 6 %
Nachsteuerergebnis	16–20 Mio. Euro	– 14 % bis + 8 %
Ergebnis je Aktie	2,44–3,06 Euro/Stück	– 14 % bis + 8 %

CEWE COLOR auf Kurs zu den Jahreszielen

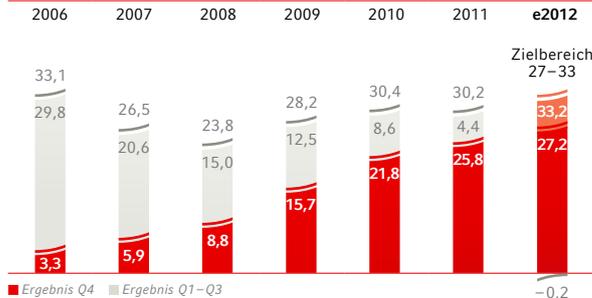
Wie bereits 2011 nach dem dritten Quartal, sind nun auch 2012 zum gleichen Zeitpunkt die Jahresziele in greifbarer Nähe. Damals mit der Aussage: Um das Jahresziel von 28 bis 31 Mio. Euro EBIT zu erreichen, müsste das vierte Quartal 2011 23,6 bis 26,6 Mio. Euro EBIT beitragen; dies entspricht genau dem Trend der vergangenen Jahre. Wie die aktuelle Grafik zeigt, erwirtschaftete CEWE COLOR im vierten Quartal 2011 tatsächlich 25,8 Mio. Euro – genau im Zielbereich. Analog zu 2011 ist nun die Aussage: Um das Jahresziel von 27 bis

33 Mio. Euro EBIT zu erreichen, müsste das vierte Quartal 2012 27,2 bis 33,2 Mio. Euro EBIT beitragen; dies entspricht genau dem Trend der vergangenen Jahre. Auch der notwendige Zuwachs im EBIT des vierten Quartals von 1,5 bis 7,5 Mio. Euro entspricht dem Zuwachs, den das Unternehmen in den vergangenen Jahren erreicht hat.

Der Vorstand bekräftigt auf Basis des dritten Quartals seine Ergebnisziele für 2012.

EBIT vor Restrukturierung*

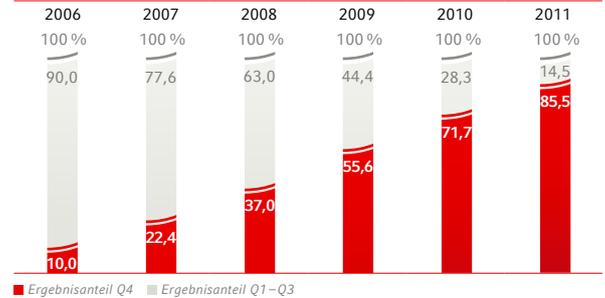
Ergebnisverteilung Q1–Q3 vs. Q4 in Mio. Euro



*Restrukturierung nur in den Jahren 2006 bis 2010

EBIT vor Restrukturierung*

Ergebnisanteile Q1–Q3 vs. Q4 in %



Kontinuierliche Dividendenpolitik

CEWE COLOR verfolgt grundsätzlich das Ziel einer Dividendenkontinuität, soweit dies angesichts der wirtschaftlichen Situation des Unternehmens und der vorhandenen Investitionsmöglichkeiten opportun erscheint. Gleichzeitig sollen die Aktionäre an Ertragssteigerungen des Unternehmens teilhaben.

Die absolute Höhe der Dividende ist dabei klar im Fokus, die Ausschüttungsquote ist ein Residuum dieser Politik. Über die Dividende hinaus nutzt CEWE COLOR das Mittel des Aktienrückkaufs, um – bei als günstig eingeschätzten Aktienkursen und bei entsprechender Liquiditätssituation – durch Aktienrückkäufe Mittel an die Aktionäre fließen zu lassen.

Oldenburg, 7. November 2012
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

Andreas F.L. Heydemann, Bad Zwischenahn

Dr. Olaf Holzkämper, Oldenburg

CEWE COLOR Holding AG

Aufsichtsrat

Hubert Rothärmel, Oldenburg (Vorsitzender), bis 06.06.2012
Pensionär (ehemaliger Vorsitzender des Vorstands
der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg, ehemaliger
Vorsitzender des Vorstands der Neumüller CEWE COLOR
Stiftung, Oldenburg)

Hartmut Fromm, Berlin (stellv. Vorsitzender), bis 06.06.2012
Rechtsanwalt und Partner der Anwaltskanzlei Buse Heberer
Fromm Rechtsanwälte Steuerberater Partnerschaftsgesellschaft,
Frankfurt am Main

Prof. Dr. Dr. h. c. Hans-Jürgen Appelrath, Oldenburg
(stellv. Vorsitzender ab 06.06.2012)
Universitätsprofessor für Informatik an der Universität
Oldenburg

Otto Korte, Oldenburg (Vorsitzender ab 06.06.2012)
Rechtsanwalt/Steuerberater/Fachanwalt für Steuerrecht
und Partner der Anwaltskanzlei Korte Dierkes Künnemann
& Partner, Oldenburg

Professor Dr. Michael Paetsch, Willich
Professor an der Hochschule Pforzheim

Dr. Joh. Christian Jacobs, Hamburg
Rechtsanwalt und Partner, White & Case LLP Rechtsanwälte,
Hamburg

Professor Dr. Christiane Hipp, Cottbus
Professorin für Organisation, Personalmanagement sowie
Unternehmensführung an der Brandenburgischen
Technischen Universität Cottbus sowie Geschäftsführerin
der deep innovation GmbH, Cottbus

Corinna Linner, Baldham
Selbstständige Wirtschaftsprüferin und Diplomökonomin

Vorstand

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



KONZERNABSCHLUSS

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	62
Konzern-Gesamtergebnisrechnung	63
Konzernbilanz	64
Konzern-Eigenkapitalspiegel	66
Konzern-Kapitalflussrechnung	68
Segmentberichterstattung nach Geschäftsfeldern	70
Ausgewählte erläuternde Anhangsangaben	72

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

für Q1–Q3 2011 und 2012 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

<i>Angaben in TEuro</i>	Q1–Q4 2011	Q3 2012	Q3 2011	Veränderung	Q1–Q3 2012	Q1–Q3 2011	Veränderung
Umsatzerlöse	469.043	124.080	121.771	1,9 %	326.481	308.070	6,0 %
Erhöhung/Verminderung des Bestands an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	0	106	0	—	132	0	—
Andere aktivierte Eigenleistungen	937	203	250	-18,8 %	616	1.007	-38,8 %
Sonstige betriebliche Erträge	23.142	7.761	3.477	123 %	19.353	13.871	39,5 %
Materialaufwand	-173.631	-47.932	-46.332	-3,5 %	-126.641	-119.245	-6,2 %
Rohergebnis	319.491	84.218	79.166	6,4 %	219.941	203.703	8,0 %
Personalaufwand	-108.506	-29.952	-26.475	-13,1 %	-88.315	-78.293	-12,8 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-147.360	-37.813	-35.761	-5,7 %	-104.183	-96.059	-8,5 %
Ergebnis vor Abschreibungen und Steuern (EBITDA)	63.625	16.453	16.930	-2,8 %	27.443	29.351	-6,5 %
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens und Sachanlagen	-33.498	-9.325	-8.023	-16,2 %	-27.691	-24.975	-10,9 %
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	30.127	7.128	8.907	-20,0 %	-248	4.376	—
Finanzergebnis	-954	-763	-187	-308 %	-1.769	-768	-130 %
Ergebnis vor Steuern (EBT)	29.173	6.365	8.720	-27,0 %	-2.017	3.608	—
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-9.848	-1.565	-2.096	25,3 %	-612	-2.627	76,7 %
Sonstige Steuern	-737	-214	-190	-12,6 %	-570	-536	-6,3 %
Ergebnis nach Steuern	18.588	4.586	6.434	-28,7 %	-3.199	445	—
auf Minderheitsgesellschafter entfallend	0	0	2	—	0	—	—
auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallend	18.588	4.586	6.432	-28,7 %	-3.199	445	—
Ergebnis je Aktie (in Euro)							
unverwässert	2,84	0,70	0,95	-26,2 %	-0,49	0,07	—
verwässert	2,84	0,70	0,95	-25,9 %	-0,49	0,07	—

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

für Q1–Q3 2011 und 2012 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

Angaben in TEuro	Q1–Q4 2011	Q3 2012	Q3 2011	Veränderung	Q1–Q3 2012	Q1–Q3 2011	Veränderung
Ergebnis nach Steuern	18.588	4.586	6.434	-28,7 %	-3.199	445	—
Unterschied aus Währungsumrechnung	-2.691	1.171	-2.087	—	2.688	-2.162	—
Ertragsteuern auf erfolgsneutral erfasste Erträge und Aufwendungen	-133	0	-260	—	0	-260	—
Erfolgsneutrale Aufwendungen und Erträge nach Steuern	-2.824	1.171	-2.347	—	2.688	-2.422	—
Gesamtergebnis	15.764	5.757	4.087	40,9 %	-511	-1.977	74,2 %

Konzernbilanz

zum 30. September 2012 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

AKTIVA	<i>Angaben in TEuro</i>	31.12.2011	30.09.2012	30.06.2012	Veränderung	30.09.2011	Veränderung
Sachanlagen		79.216	97.999	97.785	0,2 %	76.122	28,7 %
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien		4.839	4.505	4.603	-2,1 %	4.852	-7,2 %
Geschäfts- und Firmenwerte		9.072	26.728	25.183	6,1 %	9.072	195 %
Immaterielle Vermögenswerte		13.040	23.527	24.121	-2,5 %	14.030	67,7 %
Finanzanlagen		214	658	658	—	200	229 %
Langfristige Forderungen aus Ertragsteuererstattungen		2.551	1.991	2.551	-22,0 %	2.437	-18,3 %
Langfristige Forderungen und Vermögenswerte		581	624	487	28,1 %	523	19,3 %
Aktive latente Steuern		4.798	6.844	6.796	0,7 %	5.376	27,3 %
Langfristige Vermögenswerte		114.311	162.876	162.184	0,4 %	112.612	44,6 %
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte		187	192	188	2,1 %	195	-1,5 %
Vorräte		48.026	50.501	50.493	0,0 %	42.268	19,5 %
Kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		77.861	55.992	41.268	35,7 %	56.978	-1,7 %
Kurzfristige Forderungen aus Ertragsteuererstattungen		971	5.803	3.891	49,1 %	5.095	13,9 %
Kurzfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte		17.618	9.680	10.852	-10,8 %	8.943	8,2 %
Liquide Mittel		30.764	6.913	7.544	-8,4 %	19.173	-63,9 %
Kurzfristige Vermögenswerte		175.427	129.081	114.236	13,0 %	132.652	-2,7 %
Aktiva		289.738	291.957	276.420	5,6 %	245.264	19,0 %

PASSIVA	<i>Angaben in TEuro</i>	31.12.2011	30.09.2012	30.06.2012	Veränderung	30.09.2011	Veränderung
Gezeichnetes Kapital		19.188	19.188	19.188	—	19.188	—
Kapitalrücklage		56.228	56.228	56.228	—	56.228	—
Sonderposten für eigene Anteile		–24.431	–23.939	–23.939	—	–22.749	–5,2 %
Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn		70.502	61.041	55.206	10,6 %	52.677	15,9 %
Eigenkapital		121.487	112.518	106.683	5,5 %	105.344	6,8 %
Langfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen		320	264	294	–10,2 %	341	–22,6 %
Langfristige Rückstellungen für Pensionen		10.796	11.272	11.096	1,6 %	10.621	6,1 %
Langfristige passive latente Steuern		641	4.576	4.935	–7,3 %	1.589	188 %
Langfristige übrige Rückstellungen		812	812	813	–0,1 %	745	9,0 %
Langfristige Finanzverbindlichkeiten		16.699	34.676	30.897	12,2 %	18.545	87,0 %
Langfristige übrige Verbindlichkeiten		255	3.290	3.294	–0,1 %	261	1.161 %
Langfristige Schulden		29.523	54.890	51.329	6,9 %	32.102	71,0 %
Kurzfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen		95	77	83	–7,2 %	99	–22,2 %
Kurzfristige Steuerrückstellungen		5.567	4.454	5.024	–11,3 %	3.821	16,6 %
Kurzfristige übrige Rückstellungen		7.416	7.675	9.210	–16,7 %	8.274	–7,2 %
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten		7.393	28.223	32.341	–12,7 %	7.391	282 %
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		90.175	57.888	48.648	19,0 %	59.649	–3,0 %
Kurzfristige übrige Verbindlichkeiten		28.082	26.232	23.102	13,5 %	28.584	–8,2 %
Kurzfristige Schulden		138.728	124.549	118.408	5,2 %	107.818	15,5 %
Passiva		289.738	291.957	276.420	5,6 %	245.264	19,0 %

Konzern-Eigenkapitalspiegel

für Q1–Q3 2011 und 2012 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

Angaben in TEuro	Mutterunternehmen kumuliertes übriges Konzernergebnis				
	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Neubewertungsrücklage IFRS 3.59	Erwirtschaftetes Konzern-eigenkapital	Sonderposten für Stock Option Plan
Stand 01.01.2012	19.188	56.228	1.075	69.766*	628
Ergebnis nach Steuern	—	—	—	–3.199	—
Erfolgsneutrale Aufwendungen und Erträge	—	—	—	—	—
Gesamtergebnis	—	—	—	–3.199	—
Gezahlte Dividende	—	—	—	–9.188	—
Verkauf eigener Anteile	—	—	—	—	—
Aktionsoptionsplan 2010	—	—	—	—	239
Eigentümerbezogene Eigenkapitalveränderungen	—	—	—	–9.188	239
Stand 30.09.2012	19.188	56.228	1.075	57.379	867
Stand 01.01.2011	19.188	56.228	1.075	59.656*	309
Ergebnis nach Steuern	—	—	—	445	—
Änderung Konsolidierungskreis	—	—	—	—	—
Erfolgsneutrale Aufwendungen und Erträge	—	—	—	—	—
Gesamtergebnis	—	—	—	445	—
Gezahlte Dividende	—	—	—	–8.482	—
Erwerb eigener Anteile	—	—	—	—	—
Aktionsoptionsprogramm 2010	—	—	—	—	239
Eigentümerbezogene Eigenkapitalveränderungen	—	—	—	–8.482	239
Stand 30.09.2011	19.188	56.228	1.075	51.619	548

* unter Berücksichtigung einer Umbuchung von 214 TEuro aus den erfolgsneutralen Rücklagen

Mutterunternehmen kumuliertes übriges Konzernergebnis							Minderheitsgesellschafter				
Sonstige Eigen- kapital- positionen	Ausgleichs- posten aus Währungs- umrechnung	Erfolgsneu- tral berück- sichtigte Ertragsteuern	Gewinn- rücklagen und Bilanz- gewinn	Eigenkapital gemäß Konzern- bilanz vor Abzug eigener Anteile	Sonder- posten auf eigene Anteile	Den An- teilseignern zurechenbares Eigenkapital	Minder- heiten- kapital	Ausgleichs- posten aus Währungs- umrechnung	Anteile Dritter	Konzern- eigenkapital gemäß Konzernbilanz	
-349	-1.132	514	70.502	145.918	-24.431	121.487	—	—	—	121.487	
—	—	—	-3.199	-3.199	—	-3.199	—	—	—	-3.199	
-1	2.688	—	2.687	2.687	—	2.687	—	—	—	2.687	
-1	2.688	—	-512	-512	—	-512	—	—	—	-512	
—	—	—	-9.188	-9.188	—	-9.188	—	—	—	-9.188	
—	—	—	—	—	492	492	—	—	—	492	
—	—	—	239	239	—	239	—	—	—	239	
—	—	—	-8.949	-8.949	492	-8.457	—	—	—	-8.457	
-350	1.556	514	61.041	136.457	-23.939	112.518	—	—	—	112.518	
-349	1.559	647	62.897	138.313	-17.647	120.666	51	-11	40	120.706	
—	—	—	445	445	—	445	—	—	—	445	
—	—	—	—	—	—	—	-51	11	-40	-40	
—	-2.162	-260	-2.422	-2.422	—	-2.422	—	—	—	-2.422	
—	-2.162	-260	-1.977	-1.977	—	-1.977	-51	11	-40	-2.017	
—	—	—	-8.482	-8.482	—	-8.482	—	—	—	-8.482	
—	—	—	—	—	-5.102	-5.102	—	—	—	-5.102	
—	—	—	239	239	—	239	—	—	—	239	
—	—	—	-8.243	-8.243	-5.102	-13.345	—	—	—	-13.345	
-349	-603	387	52.677	128.093	-22.749	105.344	—	—	—	105.344	

Konzern-Kapitalflussrechnung

für Q1–Q3 2011 und 2012 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

Angaben in TEuro	Q3 2012	Q3 2011	Veränderung
EBIT	7.128	8.907	-20,0 %
+/- Anpassungen für:			
+/- Abschreibungen (+)/Zuschreibungen (-)	9.325	8.023	16,2 %
+/- Unrealisierte Fremdwährungseffekte	780	-1.077	—
+/- Veränderung sonstiger langfristiger Schulden	171	11	1.455 %
+/- Veränderung sonstiger langfristiger Forderungen	-138	93	—
+/- Ergebnis aus dem Abgang von Anlagevermögen	67	79	-15,2 %
+/- Sonstige zahlungsunwirksame Transaktionen	0	-263	—
= EBIT-Anpassung für Cash Flow	10.205	6.866	48,6 %
= EBIT-induzierter Cash Flow	17.333	15.773	9,9 %
+/- Abnahme (+)/Zunahme (-) Operatives Netto-Working Capital	-5.491	679	—
Abnahme (+)/Zunahme (-) Sonstiges Netto-Working Capital			
+/- (ohne Ertragsteuerpositionen)	3.456	6.813	-49,3 %
- Gezahlte Steuern	-4.186	-1.979	-112 %
= Working Capital- und steuerinduzierter Cash Flow	-6.221	5.513	—
= Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit	11.112	21.286	-47,8 %
- Abflüsse aus Investitionen in das Anlagevermögen	-8.430	-8.335	-1,1 %
- Abflüsse aus Käufen von konsolidierten Anteilen/Akquisitionen	0	0	—
- Abflüsse aus Investitionen in Finanzanlagen und ähnliche Vermögenswerte	-2.374	0	—
+ Zuflüsse aus dem Verkauf von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	78	12	550 %
= Cash Flow aus Investitionstätigkeit	-10.726	-8.323	-28,9 %
= Free-Cash Flow	386	12.963	-97,0 %
+/- Abflüsse (-) an/Zuflüsse (+) von Anteilseignern			
- Gezahlte Dividenden	0	0	—
- Erwerb von eigenen Anteilen	0	-4.934	—
+ Verkauf von eigenen Anteilen	0	0	—
- Bewertung Stock Option nach IFRS 2	79	79	—
= Abflüsse an Anteilseigner	79	-4.855	—
+/- Zuflüsse (+)/Abflüsse (-) aus der Veränderung der Finanzschulden	-339	-1.974	82,8 %
+/- Zuflüsse (+)/Abflüsse (-) aus dem Zinsergebnis	-727	-135	-439 %
+/- Sonstige zahlungsunwirksame Finanztransaktionen	-36	-52	30,8 %
= Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit	-1.023	-7.016	85,4 %
Liquide Mittel zum Beginn der Berichtsperiode	7.544	13.480	-44,0 %
+/- Wechselkursbedingte Änderungen der liquiden Mittel	6	-254	—
+ Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit	11.112	21.286	-47,8 %
- Cash Flow aus Investitionstätigkeit	-10.726	-8.323	-28,9 %
+/- Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit	-1.023	-7.016	85,4 %
= Liquide Mittel zum Ende der Berichtsperiode	6.913	19.173	-63,9 %

Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2011	Veränderung	
-248	4.376		—
27.691	24.975	10,9 %	
1.454	-1.482	—	
1.283	501	156 %	
-44	-166	-73,5 %	
199	70	184 %	
0	-263	—	
30.583	23.635		29,4 %
30.335	28.011		8,3 %
-14.178	115		—
6.219	13.441	-53,7 %	
-9.037	-7.713	-17,2 %	
-16.996	5.843		—
13.339	33.854		-60,6 %
-22.509	-19.219	-17,1 %	
-21.174	0	—	
-2.397	0	—	
195	230	-15,2 %	
-45.885	-18.989		-142 %
-32.546	14.865		—
-9.188	-8.481	-8,3 %	
0	-5.102	—	
492	0	—	
239	239	—	
-8.457	-13.344	36,6 %	
21.850	-4.804	—	
-1.705	-795	-114 %	
-3.264	27	—	
8.424	-18.916		—
30.764	23.382		31,6 %
271	-158	—	
13.339	33.854	-60,6 %	
-45.885	-18.989	-142 %	
8.424	-18.916	—	
6.913	19.173		-63,9 %

Segmentberichterstattung nach Geschäftsfeldern*

für Q1–Q3 2011 und 2012 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

Q1–Q3 2012	<i>Angaben in TEuro</i>	Fotofinishing	Einzelhandel	Online Druck	Konsolidierung	CEWE COLOR Konzern
Außenumsatz		223.358	74.490	28.633	—	326.481
Währungseffekte		–247	1.353	—	—	1.106
Außenumsatz währungsbereinigt		223.111	75.843	28.633	—	327.587
Innenumsatz		1.362	130	—	–1.492	—
Gesamtumsatz		224.720	74.620	28.633	–1.492	326.481
EBIT		3.189	165	–3.602	—	–248

Q1–Q3 2011	<i>Angaben in TEuro</i>	Fotofinishing	Einzelhandel	Online Druck	Konsolidierung	CEWE COLOR Konzern
Außenumsatz		225.898	81.252	920	—	308.070
Innenumsatz		1.478	604	—	–2.082	—
Gesamtumsatz		227.376	81.856	920	–2.082	308.070
EBIT		5.742	814	–2.180	—	4.376

* Die Segmentberichterstattung ist Bestandteil der ausgewählten erläuternden Anhangsangaben und wird aufgrund der besseren Lesbarkeit hier ausgewiesen. Bis zum 1. Quartal 2012 wurden der Außenumsatz als Umsatz mit externen Dritten, der Innenumsatz als Umsatzerlös mit anderen Segmenten sowie der Gesamtumsatz als Segmentumsatz bezeichnet.

Segmentberichterstattung nach Geschäftsfeldern

für Q3 2011 und 2012 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

Q3 2012	<i>Angaben in TEuro</i>	Fotofinishing	Einzelhandel	Online Druck	Konsolidierung	CEWE COLOR Konzern
Außenumsatz		86.378	26.014	11.688	—	124.080
Währungseffekte		-277	71	—	—	-206
Außenumsatz währungsbereinigt		86.101	26.085	11.688	—	123.874
Innenumsatz		217	44	—	-261	—
Gesamtumsatz		86.595	26.058	11.688	-261	124.080
EBIT		8.531	372	-1.775	—	7.128

Q3 2011	<i>Angaben in TEuro</i>	Fotofinishing	Einzelhandel	Online Druck	Konsolidierung	CEWE COLOR Konzern
Außenumsatz		91.451	29.913	407	—	121.771
Innenumsatz		648	54	—	-702	—
Gesamtumsatz		92.099	29.967	407	-702	121.771
EBIT		8.658	906	-657	—	8.907

Ausgewählte erläuternde Anhangsangaben

Unternehmensinformation

Die CEWE COLOR Holding AG mit Sitz in Oldenburg (im Folgenden: CEWE COLOR Holding) ist Muttergesellschaft der CEWE COLOR Gruppe (im Folgenden: CEWE COLOR) und eine börsennotierte Aktiengesellschaft deutschen Rechts.

Die CEWE COLOR Gruppe besteht aus der CEWE COLOR Holding und ihren in- und ausländischen Tochtergesellschaften. CEWE COLOR ist ein international tätiger Konzern, dessen Schwerpunkte als Technologie- und Marktführer im Bereich Fotofinishing, im Fotoeinzelhandel sowie im Online Druck liegen.

Grundlagen für die Aufstellung des Konzernzwischenabschlusses zum 30. September 2012

Der Konzernzwischenabschluss zum 30. September 2012 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.

Die Bilanzierungs-, Bewertungs- und Ansatzvorschriften sowie Konsolidierungsmethoden wurden für den Quartalsfinanzbericht zum 30. September 2012 ohne wesentliche Änderungen im Vergleich zum 31. Dezember 2011 angewendet und sind dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2011 zu entnehmen. Ebenso haben sich Grundlagen und Methoden der Schätzungen für den Quartalsfinanzbericht gegenüber den Vorperioden nicht geändert.

Konsolidierungskreis

In den Konzernzwischenabschluss zum 30. September 2012 sind neben der CEWE COLOR Holding die in- und ausländischen Gesellschaften einbezogen, bei denen die CEWE COLOR Holding unmittelbar oder mittelbar die Möglichkeit eines beherrschenden Einflusses hat. Die Gesellschaften werden ab dem Zeitpunkt einbezogen, an dem die Möglichkeit der Beherrschung erlangt wird. Der Konsolidierungskreis umfasst zum Abschlussstichtag neben der CEWE COLOR Holding als Obergesellschaft zwölf inländische und 20 ausländische Gesellschaften. Daneben werden die auf die CEWE COLOR Versorgungskasse e. V., Wiesbaden,

ausgelagerten Pensionsverpflichtungen gemäß IAS 19 weiterhin in den Konzernabschluss einbezogen. Nicht einbezogen in den Konsolidierungskreis wurden wegen untergeordneter wirtschaftlicher Bedeutung die Bilder-planet.de GmbH, Köln, die Printpartners Nederland B. V., Veenendaal, Niederlande, sowie die Saxoprint B. V., Dordrecht, Niederlande.

Die Erstkonsolidierung der im ersten Quartal 2012 erworbenen Online-Druckerei Saxoprint GmbH, Dresden, mit fünf in- und ausländischen Vertriebsgesellschaften erfolgte zum 1. Februar 2012. Die im Rahmen der Kaufpreisallokation zu ermittelnden beizulegenden Zeitwerte haben sich im Vergleich zum Vorquartal aufgrund neuer Erkenntnisse für folgende Bilanzposten geändert: Der Markenname wird mit 1.600 TEuro angesetzt (Q2 2012: 1.450 TEuro) und die passiven latenten Steuern mit 4.538 TEuro (Q2 2012: 4.490 TEuro). Sofern sich innerhalb der Bewertungsperiode von zwölf Monaten gemäß IFRS 3.45 neue Erkenntnisse bezüglich des Ansatzes von im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierten Vermögenswerten und Schulden ergeben, können hieraus noch Änderungen resultieren; die in diesem Zwischenabschluss berücksichtigten Ansätze sind insoweit vorläufig. Der übernommene Kundenstamm wird über eine Nutzungsdauer von fünf Jahren abgeschrieben. Der Wertansatz des Markennamens erfolgt weiterhin unter vorläufigen Annahmen, da noch nicht alle bewertungsrelevanten Informationen vorliegen. Obwohl Technologie und Know-how bedeutsame Faktoren für Saxoprint

sind, wird weiterhin davon ausgegangen, dass der Ansatz eines immateriellen Vermögenswerts „Technologien und Know-how“ mangels Separierbarkeit unterbleiben muss.

Seit der Erstkonsolidierung haben die übernommenen Aktivitäten in Höhe von 24.911 TEuro zum Konzernumsatz und –801 TEuro zum Ergebnis nach Steuern beigetragen. Wenn der Unternehmerwerb zu Beginn des Geschäftsjahres erfolgt wäre, hätten sich der Konzernumsatz um weitere 2.661 TEuro erhöht und das Ergebnis nach Steuern um –175 TEuro vermindert.

<i>Angaben in TEuro</i>	Beizulegende Zeitwerte zum Erwerbszeitpunkt
Sachanlagen	21.546
Immaterielle Vermögenswerte	
Kundenbeziehungen	8.600
Markenname	1.600
Software	1.742
Übrige immaterielle Vermögenswerte	105
Finanzanlagen	418
Aktive latente Steuern	411
Vorräte	927
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.008
Kurzfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte	4.990
Liquide Mittel	826
	42.173
Langfristige Schulden	16.185
Passive latente Steuern	4.538
Kurzfristige Schulden	9.459
	30.182
Nettovermögen	11.991

Basierend auf den vorläufigen beizulegenden Zeitwerten ergibt sich ein Geschäfts- oder Firmenwert von 16.009 TEuro.

Firmenwert	<i>Angaben in TEuro</i>	Beizulegende Zeitwerte zum Erwerbszeitpunkt
Kaufpreis		28.000
Nettovermögen		11.991
Firmenwert		16.009

Im dritten Quartal wurde die im Juli 2012 gegründete CEWE PRINT GmbH, Oldenburg, erstmals vollkonsolidiert. Die Gesellschaft soll in erster Linie Geschäftsausstattung und Werbemittel an Geschäftskunden vertreiben.

Saisonale Einflüsse auf die Geschäftstätigkeit

Hinsichtlich der saisonalen und konjunkturellen Einflüsse auf den Zwischenabschluss zum 30. September 2012 wird auf die Erläuterungen im Zwischenlagebericht verwiesen.

Wesentliche Geschäftsvorfälle

Nach Art, Ausmaß und Häufigkeit nennenswerte Sachverhalte, die die Bilanz, die Gewinn- und Verlustrechnung oder den Cash Flow beeinflussen, sind bis zum 30. September des laufenden Geschäftsjahres nicht angefallen.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach Art, Ausmaß und Häufigkeit nennenswerte Sachverhalte nach dem 30. September 2012 lagen nicht vor.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz, Kapitalflussrechnung

Ausführliche Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung finden sich im Zwischenlagebericht in den Abschnitten der Segmente sowie in „Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung“, die Erläuterungen zur Bilanz und Kapitalflussrechnung in den Abschnitten „Bilanz und Finanzierung“ sowie „Cash Flow“. Die Entwicklung des Eigenkapitals wird durch den Eigenkapitalspiegel im Anschluss an Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung, Bilanz, Kapitalflussrechnung und Segmentberichterstattung gesondert dargestellt. Seit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2011 wurde gemäß IAS 8.42 der Ausweis von Kosten für Personaleinstellungen sowie Schulungen und Fortbildungen im Zusammenhang mit dem eigenen Personal angepasst. Die betreffenden Kosten werden seitdem unter den sonstigen

betrieblichen Aufwendungen ausgewiesen und nicht mehr im Personalaufwand. Die entsprechenden Angaben zum Vorjahresquartal wurden angepasst, so dass der Personalaufwand aufgelaufen um 1.258 TEuro geringer und die sonstigen betrieblichen Aufwendungen entsprechend höher ausfallen.

Eigenkapital

Zum 31. Dezember 2011 hielt die CEWE COLOR Holding AG 737.952 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 einzu beziehen, so dass zum Stichtag 31. Dezember 2011 insgesamt 850.704 Stückaktien als eigene Anteile im Konzernabschluss der CEWE COLOR Holding auszuweisen waren.

Seite 23 ff.
Segmente

Seite 33
Konzern-Gewinn- und
Verlustrechnung

Seite 38
Bilanz und Finanzierung

Seite 41
Cash Flow

Ergebnis je Aktie	<i>Angaben in TEuro</i>	Q3 2012	Q3 2011	Q1 – Q3 2012	Q1 – Q3 2011
Konzernergebnis nach Ergebnisanteilen Dritter		4.586	6.433	-3.199	445
Gewichteter Durchschnitt unverwässerte Aktienzahl (<i>in Stück</i>)		6.544.814	6.740.888	6.539.669	6.691.775
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (<i>in Euro</i>)		0,70	0,95	-0,49	0,07
Konzernergebnis nach Ergebnisanteilen Dritter		4.586	6.433	-3.199	445
+ Ergebnisanteil fremder Gesellschafter, denen die Bezugsrechte zustehen		—	—	—	—
+ Zinsaufwand aus Gesellschafterdarlehen der OHG		3	4	8	10
– Laufende und latente Steuern		—	-1	—	—
Angepasstes Konzernergebnis		4.589	6.436	-3.191	455
Gewichteter Durchschnitt verwässerte Aktienzahl (<i>in Stück</i>)		6.564.814	6.760.888	6.559.669	6.711.775
Verwässertes Ergebnis je Aktie (<i>in Euro</i>)		0,70	0,95	-0,49	0,07

Der Vorstand hat im März 2012 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 15.489 Aktien benötigt (Ausgabe von 15.506 Belegschaftsaktien in Q2 und Rücknahme von 17 Belegschaftsaktien in Q3). Die dafür notwendigen Aktien wurden aus dem Bestand der CEWE COLOR Holding genommen. Zum 30. September 2012 betrug damit der Bestand an eigenen Anteilen gemäß IAS 19 insgesamt 835.215 Stück zu einem durchschnittlichen Kaufkurs von 28,68 Euro.

Zum 30. September 2012 betrug das Grundkapital der CEWE COLOR Holding AG unverändert zum Vorquartal 19.188 TEuro, eingeteilt in 7.380.020 Aktien. Die Entwicklung des Eigenkapitals ist im Konzern-Eigenkapitalspiegel zu sehen und wird im Zwischenlagebericht im Kapitel „Bilanz und Finanzierung“ erläutert.

Erläuterungen zur Segmentberichterstattung

Wie im Geschäftsbericht 2011 angekündigt, wird die Berichterstattung vom Jahr 2012 an in der Segmentaufteilung geändert: Durch die Akquisition von Saxoprint erhält der Bereich Online Druck ein sehr viel höheres Gewicht als zuvor. Daher hat CEWE COLOR das Management-Reporting und die Gliederung des Segmentberichtes angepasst. Seit dem zweiten Quartal 2012 werden die Segmente als Geschäftsfelder bezeichnet. Die bisher im Fotofinishing-Segment Zentraleuropa ausgewiesenen Online Druck-Aktivitäten werden nun herausgelöst und gemein-

sam mit der Geschäftsentwicklung von Saxoprint als Geschäftsfeld „Online Druck“ gezeigt. Die bisher regional gegliederten Fotofinishing-Segmente werden zu einem Geschäftsfeld „Fotofinishing“ zusammengefasst, in dem Umsatz und Ergebnis mit Fotofinishing-Produkten ausgewiesen werden – also Fotos von Filmen, Digitalfotos, CEWE FOTOBÜCHER, Foto-Kalender und -grußkarten sowie andere Foto-Geschenkartikel und personalisierte Produkte. Neben dem mit Handelspartnern getätigten Umsatz zählt dazu auch der Umsatz, den CEWE COLOR Gesellschaften in einigen Ländern im Direktgeschäft mit Konsumenten generieren. Das Geschäftsfeld „Einzelhandel“ bleibt unverändert und umfasst weiterhin den Umsatz mit Hardware – also beispielsweise Kameras und Kamerazubehör –, die CEWE COLOR ohne weitere Veredelung durchhandelt. Diese Aufteilung entspricht dem internen Management-Reporting der strategischen Geschäftsfelder. In der Spalte Eliminierungen werden die konzerninternen Innenumsätze konsolidiert. Als wesentliche Ergebnis- und Steuerungsgröße wird das EBIT berichtet. Die jeweiligen Vorjahresangaben wurden ebenfalls angepasst. Eine detaillierte Erläuterung zum Segmentbericht befindet sich im Zwischenlagebericht im Abschnitt Segmente.

Eventualverbindlichkeiten

Es bestanden Eventualschulden aus der Hingabe von Bürgschaften und Garantien für Dritte, aus möglichen Prozessrisiken und aus anderen Sachverhalten in Höhe von 563 TEuro (Ende Vorjahresquartal: 2.385 TEuro).

Seite 38
Bilanz und
Finanzierung

Seite 23 ff.
Segmente

Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Als nahestehende Personen werden in der CEWE COLOR Gruppe die Mitglieder des Vorstandes und des Aufsichtsrates sowie die Mitglieder der Erbengemeinschaft nach Senator h. c. Heinz Neumüller, Oldenburg, und mit der Erbengemeinschaft verbundene Unternehmen definiert.

Geschäftsvorfälle mit sonstigen nahestehenden Personen haben in den ersten drei Quartalen 2012 stattgefunden. Wesentliche Transaktionen betreffen einzelne Mietverhältnisse zwischen dem Konzern und verbundenen Unternehmen der Erbengemeinschaft nach Senator h. c. Heinz Neumüller, Oldenburg, über betrieblich genutzte Immobilien. Art und Umfang der Geschäfte haben sich im Vergleich zum Konzernabschluss zum 31. Dezember 2011 nicht wesentlich verändert.

Versicherung der gesetzlichen Vertreter

Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Oldenburg, 7. November 2012
CEWE COLOR Holding AG
– Der Vorstand –



Dr. Rolf Hollander
(Vorstandsvorsitzender)



Dr. Reiner Fageth



Andreas F.L. Heydemann



Dr. Olaf Holzkämper



cewe
so einfach schön Fabrik

WEITERE INFORMATIONEN

Mehrjahresübersicht	80
Betriebsstätten und Vertriebsniederlassungen	88
Finanzterminkalender	89
Impressum	89
Glossar	90

Mehrjahresübersicht

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

<i>Angaben in Mio. Euro</i>	Q3 2006	Q3 2007	Q3 2008
Umsatzerlöse	124,7	123,5	117,7
Erhöhung/Verminderung des Bestands an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	-0,1	0,0	0,0
Andere aktivierte Eigenleistungen	0,4	0,4	0,5
Sonstige betriebliche Erträge	2,6	5,5	6,0
Materialaufwand	-42,9	-43,0	-43,8
Rohergebnis	84,8	86,4	80,4
Personalaufwand	-29,6	-25,7	-24,1
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-26,0	-29,4	-31,4
Ergebnis vor Abschreibungen und Steuern (EBITDA)	29,2	31,4	24,9
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-8,5	-9,0	-9,2
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	20,7	22,3	15,6
Finanzergebnis	-0,4	-0,5	-0,6
Ergebnis vor Steuern (EBT)	20,3	21,9	15,0
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-2,1	-6,3	-2,9
Sonstige Steuern	-0,7	-0,8	-0,3
Ergebnis nach Steuern	17,5	14,8	11,9
auf Minderheitsgesellschafter entfallend	4,5	0,0	0,0
auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallend	13,0	14,8	11,9

Q3 2009	Q3 2010	Q3 2011	Q3 2012	Q1 – Q3 2006	Q1 – Q3 2007	Q1 – Q3 2008	Q1 – Q3 2009	Q1 – Q3 2010	Q1 – Q3 2011	Q1 – Q3 2012
112,2	116,4	121,8	124,1	299,6	303,0	299,3	282,4	296,8	308,1	326,5
0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
0,2	0,4	0,3	0,2	1,1	1,1	1,6	1,1	1,2	1,0	0,6
7,3	5,8	3,5	7,8	12,4	17,0	18,3	20,1	16,3	13,9	19,4
-41,8	-42,9	-46,3	-47,9	-103,4	-113,5	-117,0	-110,0	-116,3	-119,2	-126,6
77,9	79,7	79,2	84,2	209,7	207,5	202,1	193,6	197,9	203,7	219,9
-23,6	-24,6	-26,5	-30,0	-82,4	-78,9	-80,3	-78,5	-74,2	-78,3	-88,3
-29,3	-34,2	-35,8	-37,8	-75,9	-86,0	-87,4	-84,6	-88,7	-96,1	-104,2
25,0	20,9	16,9	16,5	51,4	42,7	34,4	30,5	34,9	29,4	27,4
-9,2	-8,6	-8,0	-9,3	-24,9	-28,5	-30,3	-27,5	-28,6	-25,0	-27,7
15,8	12,3	8,9	7,1	26,5	14,2	4,1	3,0	6,4	4,4	-0,2
-0,7	-0,6	-0,2	-0,8	-4,6	-1,0	-1,2	-1,4	-1,5	-0,8	-1,8
15,1	11,7	8,7	6,4	21,9	13,2	2,9	1,6	4,9	3,6	-2,0
-2,7	-2,0	-2,1	-1,6	-5,2	-5,2	-1,5	-4,0	-5,3	-2,6	-0,6
-0,2	-0,3	-0,2	-0,2	-2,2	-2,2	-0,9	-0,6	-0,7	-0,5	-0,6
12,2	9,4	6,4	4,6	14,5	5,8	0,5	-3,0	-1,1	0,4	-3,2
0,0	0,0	0,0	0,0	3,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
12,2	9,4	6,4	4,6	10,6	5,8	0,5	-3,0	-1,1	0,4	-3,2

Mehrjahresübersicht

Konzernbilanz

AKTIVA	<i>Angaben in Mio. Euro</i>	30.09.2006	30.09.2007	30.09.2008	30.09.2009	30.09.2010	30.09.2011	30.09.2012
Sachanlagen		113,1	113,0	99,1	90,6	80,5	76,1	98,0
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien		0,0	0,0	0,0	3,5	4,9	4,9	4,5
Geschäfts- und Firmenwerte		2,5	2,4	6,3	10,3	10,3	9,1	26,7
Immaterielle Vermögenswerte		9,6	13,9	22,3	20,1	16,8	14,0	23,5
Finanzanlagen		1,4	1,2	0,3	0,3	0,2	0,2	0,7
Langfristige Forderungen aus Ertragsteuer-Erstattungen		0,0	4,4	3,5	3,0	3,2	2,4	2,0
Langfristige Forderungen und Vermögenswerte		0,5	0,5	0,6	0,3	0,3	0,5	0,6
Aktive latente Steuern		2,7	4,5	6,3	5,7	5,4	5,4	6,8
Langfristige Vermögenswerte		129,7	140,0	138,3	133,7	121,7	112,6	162,9
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte		0,0	0,0	5,5	4,7	0,8	0,2	0,2
Vorräte		27,7	34,0	32,1	44,4	41,0	42,3	50,5
Kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		83,6	78,5	62,3	55,9	52,8	57,0	56,0
Kurzfristige Forderungen aus Ertragsteuer-Erstattungen		4,0	7,6	3,7	4,2	2,5	5,1	5,8
Kurzfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte		9,5	9,0	7,5	9,1	11,2	8,9	9,7
Liquide Mittel		15,7	11,0	6,0	8,8	18,1	19,2	6,9
Kurzfristige Vermögenswerte		140,4	140,2	117,2	127,0	126,4	132,7	129,1
		270,1	280,2	255,6	260,7	248,2	245,3	292,0

PASSIVA	<i>Angaben in Mio. Euro</i>	30.09.2006	30.09.2007	30.09.2008	30.09.2009	30.09.2010	30.09.2011	30.09.2012
Gezeichnetes Kapital		14,0	19,2	19,2	19,2	19,2	19,2	19,2
Kapitalrücklage		30,7	56,2	56,2	56,2	56,2	56,2	56,2
Sonderposten für eigene Anteile		-1,8	-12,8	-15,2	-17,0	-17,3	-22,7	-23,9
Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn		56,3	57,7	53,3	43,7	47,0	52,7	61,0
Den Anteilseignern zurechenbares Eigenkapital		99,3	120,4	113,6	102,2	105,1	105,3	112,5
Anteile Dritter		13,7	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Eigenkapital		113,0	120,4	113,6	102,2	105,1	105,3	112,5
Langfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen		0,7	0,8	0,7	0,6	0,4	0,3	0,3
Langfristige Rückstellungen für Pensionen		9,1	9,6	9,9	9,9	10,1	10,6	11,3
Langfristige passive latente Steuern		1,9	2,7	2,5	1,4	1,7	1,6	4,6
Langfristige übrige Rückstellungen		3,8	1,8	1,6	1,2	1,0	0,7	0,8
Langfristige Finanzverbindlichkeiten		9,9	3,2	2,7	34,2	31,9	18,5	34,7
Langfristige übrige Verbindlichkeiten		14,0	0,7	0,5	0,1	0,1	0,3	3,3
Langfristige Schulden		39,3	18,8	17,9	47,3	45,2	32,1	54,9
Kurzfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen		0,4	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Kurzfristige Steuerrückstellungen		7,0	4,4	3,5	3,0	3,7	3,8	4,5
Kurzfristige übrige Rückstellungen		9,7	7,9	10,9	13,3	7,7	8,3	7,7
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten		19,1	32,2	33,7	19,1	7,5	7,4	28,2
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		46,0	66,4	49,0	52,1	50,2	59,6	57,9
Kurzfristige übrige Verbindlichkeiten		35,6	30,0	26,9	23,7	28,6	28,6	26,2
Kurzfristige Schulden		117,8	140,9	124,0	111,2	97,8	107,8	124,5
		270,1	280,2	255,6	260,7	248,2	245,3	292,0

Mehrjahresübersicht

Kennzahlen

Volumen und Mitarbeiter		Q3 2006	Q3 2007	Q3 2008
Digitalfotos	<i>in Mio. Stück</i>	371,2	484,3	558,9
Fotos von Filmen	<i>in Mio. Stück</i>	575,7	420,8	269,4
Fotos gesamt	<i>in Mio. Stück</i>	947	905	828
CEWE FOTOBÜCHER	<i>in Tsd. Stück</i>	129,0	443,0	747,0
Mitarbeiter	<i>auf Vollzeit umgerechnet</i>	3.058	3.083	2.821
Ertrag		Q3 2006	Q3 2007	Q3 2008
Umsatz	<i>in Mio. Euro</i>	124,7	123,5	117,7
EBITDA	<i>in Mio. Euro</i>	29,2	31,4	24,9
EBITDA-Marge	<i>in % vom Umsatz</i>	23,4	25,4	21,1
EBIT	<i>in Mio. Euro</i>	20,7	22,3	15,6
EBIT-Marge	<i>in % vom Umsatz</i>	16,6	18,1	13,3
Restrukturierungsaufwand	<i>in Mio. Euro</i>	3,2	0,3	—
EBIT vor Restrukturierung	<i>in Mio. Euro</i>	24,0	22,7	15,6
EBT	<i>in Mio. Euro</i>	20,3	21,9	15,0
Ergebnis nach Steuern	<i>in Mio. Euro</i>	17,5	14,8	11,9
Kapital		30.09.2006	30.09.2007	30.09.2008
Bilanzsumme	<i>in Mio. Euro</i>	270,1	280,2	255,6
Capital Employed (CE)	<i>in Mio. Euro</i>	171,8	171,5	165,3
Eigenkapital	<i>in Mio. Euro</i>	113,0	120,4	113,6
Eigenkapitalquote	<i>in % von der Bilanzsumme</i>	41,8	43,0	44,5
Netto-Finanzschulden	<i>in Mio. Euro</i>	13,3	24,4	30,3
ROCE (letzte 12 Monate)	<i>in % vom durchschnittlichen Capital Employed</i>	16,4	8,3	2,6

Q3 2009	Q3 2010	Q3 2011	Q3 2012	Q1–Q3 2006	Q1–Q3 2007	Q1–Q3 2008	Q1–Q3 2009	Q1–Q3 2010	Q1–Q3 2011	Q1–Q3 2012
601,6	609,6	660,3	609,1	793,2	1.089,1	1.267,1	1.415,9	1.462,8	1.533,0	1.551,8
187,0	119,2	82,9	52,9	1.430,5	1.048,7	682,8	460,2	300,2	203,3	131,8
789	729	743	662	2.224	2.138	1.950	1.876	1.763	1.736	1.684
942,9	1.076,5	1.354,1	1.361,4	252,0	893,0	1.609,0	2.263,1	2.685,5	3.244,3	3.483,1
2.666	2.607	2.765	3.179	3.165	3.155	2.837	2.730	2.602	2.686	3.124

Q3 2009	Q3 2010	Q3 2011	Q3 2012	Q1–Q3 2006	Q1–Q3 2007	Q1–Q3 2008	Q1–Q3 2009	Q1–Q3 2010	Q1–Q3 2011	Q1–Q3 2012
112,2	116,4	121,8	124,1	299,6	303,0	299,3	282,4	296,8	308,1	326,5
25,0	20,9	16,9	16,5	51,4	42,7	34,4	30,5	34,9	29,4	27,4
22,3	18,0	13,9	13,3	17,2	14,1	11,5	10,8	11,8	9,5	8,4
15,8	12,3	8,9	7,1	26,5	14,2	4,1	3,0	6,4	4,4	-0,2
14,1	10,6	7,3	5,7	8,9	4,7	1,4	1,1	2,1	1,4	-0,1
0,2	—	—	—	3,2	6,4	10,9	9,5	2,2	—	—
16,0	12,3	8,9	7,1	29,8	20,6	15,0	12,5	8,6	4,4	-0,2
15,1	11,7	8,7	6,4	21,9	13,2	2,9	1,6	4,9	3,6	-2,0
12,2	9,4	6,4	4,6	14,5	5,8	0,5	-3,0	-1,1	0,4	-3,2

30.09.2009	30.09.2010	30.09.2011	30.09.2012	Q1–Q3 2006	Q1–Q3 2007	Q1–Q3 2008	Q1–Q3 2009	Q1–Q3 2010	Q1–Q3 2011	Q1–Q3 2012
260,7	248,2	245,3	292,0	—	—	—	—	—	—	—
168,7	157,9	144,9	195,7	—	—	—	—	—	—	—
102,2	105,1	105,3	112,5	—	—	—	—	—	—	—
39,2	42,4	43,0	38,5	—	—	—	—	—	—	—
44,5	21,3	6,8	56,0	—	—	—	—	—	—	—
7,0	14,1	17,0	13,7	—	—	—	—	—	—	—

Mehrjahresübersicht

Kennzahlen: Cash Flow, Aktie

Cash Flow		Q3 2006	Q3 2007	Q3 2008
Brutto-Cash Flow	<i>in Mio. Euro</i>	26,0	23,8	21,1
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	<i>in Mio. Euro</i>	10,1	6,8	9,2
Netto-Cash Flow	<i>in Mio. Euro</i>	15,9	17,1	11,9
Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit	<i>in Mio. Euro</i>	21,4	22,5	20,6
Cash Flow aus der Investitionstätigkeit	<i>in Mio. Euro</i>	-10,1	-6,8	-9,2
Free-Cash Flow	<i>in Mio. Euro</i>	11,3	15,8	11,4

Aktie		Q3 2006	Q3 2007	Q3 2008
Anzahl der Aktien (Nennwert 2,60 Euro)	<i>in Stück</i>	5.400.020	7.380.020	7.380.020
Ergebnis je Aktie				
unverwässert	<i>in Euro</i>	2,41	2,06	1,71
verwässert	<i>in Euro</i>	2,23	2,06	1,71

Q3 2009	Q3 2010	Q3 2011	Q3 2012	Q1–Q3 2006	Q1–Q3 2007	Q1–Q3 2008	Q1–Q3 2009	Q1–Q3 2010	Q1–Q3 2011	Q1–Q3 2012
21,4	18,0	14,5	13,9	39,4	34,2	30,8	24,5	27,4	25,4	24,5
10,0	6,6	8,3	8,4	21,7	34,3	20,4	22,9	18,0	19,2	22,5
11,4	11,5	6,1	5,5	17,7	-0,1	10,4	1,6	9,4	6,2	2,0
15,3	19,9	21,3	11,1	12,9	31,0	12,2	12,3	30,8	33,9	13,3
-9,9	-7,9	-8,3	-10,7	-21,7	-34,3	-20,4	-22,6	-19,3	-19,0	-45,9
5,5	12,0	13,0	0,4	-8,8	-3,4	-8,2	-10,3	11,6	14,9	-32,5

Q3 2009	Q3 2010	Q3 2011	Q3 2012	Q1–Q3 2006	Q1–Q3 2007	Q1–Q3 2008	Q1–Q3 2009	Q1–Q3 2010	Q1–Q3 2011	Q1–Q3 2012
7.380.020	7.380.020	7.380.020	7.380.020	5.400.020	7.380.020	7.380.020	7.380.020	7.380.020	7.380.020	7.380.020
1,80	1,38	0,95	0,70	1,96	0,81	0,07	-0,44	-0,17	0,07	-0,49
1,79	1,39	0,95	0,70	2,16	1,89	0,81	-0,44	-0,16	0,07	-0,49

BETRIEBSSTÄTTEN UND VERTRIEBSNIEDERLASSUNGEN

 Vertriebsansprech-
partner
www.cewecolor.de/
de/unternehmen/
vertrieb

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

CEWE COLOR AG & Co. OHG

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

CEWE COLOR AG & Co. OHG

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

CEWE COLOR AG & Co. OHG

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

CEWE COLOR AG & Co. OHG

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

diron 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

Saxoprint GmbH

Enderstraße 92c
D–01277 Dresden
Tel. +49 (0) 351/20 44 300
Fax +49 (0) 351/20 56 747

Ausland**Japan Photo Holding
Norge A/S**

Flåtestadtveien 3
N–1416 Oppegård (Oslo)
Tel. +47/66 82 26–60
Fax +47/66 82 26–70

Japan Photo Sverige AB

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

CEWE COLOR Nordic ApS

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

CEWE COLOR Fotoservice AG

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

CEWE COLOR AG & Co. OHG

Colerusgasse 24/1
A–1220 Wien
Tel. +43/644 33 61 42 0

CEWE COLOR Belgium N. V.

Generaal De Wittelaan 9/b9
B–2800 Mechelen
Tel. +32/3/4 51 92–00
Fax +32/3/4 58 06–17

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
F–92600 Asnières sur Seine (Paris)
Tel. +33/1/80 21 04–50
Fax +33/1/80 21 04–48

CEWE COLOR S. A. S.

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

CEWE COLOR S. A. S.

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

CEWE COLOR Sp. z o. o.

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 14
SK–85101 Bratislava 5
Tel. +421/2/68 20 44–11
Fax +421/2/68 20 44–23

CEWE COLOR

Magyarországi 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, Spartans 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

CEWE COLOR Zagreb d. o. o.

Jurisićeva 24
HR–10000 Zagreb
Tel. +36/1/451 10 88
Fax +36/1/238 07 09

FINANZTERMINKALENDER

12. November 2012

Deutsches Eigenkapitalforum, Frankfurt



Dieser Geschäftsbericht ist ein Produkt von viaprinto.de, der Online-Druckerei von CEWE COLOR.

IMPRESSUM

Dieser Geschäftsbericht 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.com

info@cewecolor.de

Gesamtkonzeption und Gestaltung

FIRST RABBIT GmbH, Köln

Fotos

CEWE COLOR AG & Co. OHG, Oldenburg

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; siehe auch Finanzverbindlichkeiten

Brutto-Working Capital

Kurzfristige Vermögenswerte ohne liquide Mittel

Capital Employed (CE)

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

Core Capital Employed

Capital Employed abzüglich liquider Mittel und anderer Finanzanlagen, die 5 % des Umsatzes der vorausgegangenen zwölf Monate übersteigen

Days Working Capital

Laufzeit des Netto-Working Capitals in Tagen gemessen am Umsatz des abgelaufenen Quartals

EBIT

Ergebnis vor Steuern und Finanzergebnis

EBITDA

Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen

EBT

Ergebnis vor Steuern

Eigenkapital

Rechnerisch der gemäß IAS 32 geltende Residualanspruch auf das nach Abzug der Schulden verbleibende Nettovermögen

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

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

GuV

Gewinn- und Verlustrechnung

Liquiditätsquote

Rechnerisch die liquiden Mittel im Verhältnis zur Bilanzsumme

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

Netto-Cash Flow

Brutto-Cash Flow abzüglich der Investitionen

NOPAT

EBIT abzüglich der Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sowie der sonstigen Steuern

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; rechnerisch wird zur Ermittlung grds. die 12-Monats-Perspektive gewählt, um eine rollierende Jahresrentabilität zu zeigen

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

Working Capital- und steuerinduzierter Cash Flow

Veränderungen aus dem Netto-Working Capital sowie den gezahlten Steuern



Hinweis:

Wenn in diesem Finanzbericht 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.

Europas
beliebtestes
Fotobuch

ab **7,95 €***



Mein
cewe fotobuch
Mein Leben

www.cewe.de

 **cewe**
BEST IN PRINT

*Abgebildetes Produkt hat einen höheren Preis. Diesen entnehmen Sie bitte dem Preislist. Der Preis versteht sich inkl. MwSt., zzgl. Bearbeitungspauschale und evtl. anfallender Versandkosten.



cewe-print.de
Ihr Online Druckpartner