

ab
7,95€*



*Unverbindliche Preisempfehlung für den Einzelhandel. Die Preise sind für den Versandhandel und ohne Mehrwertsteuer. Die Preise sind für den Versandhandel und ohne Mehrwertsteuer.

Mein CEWE FOTOBUCH

Ihre Fotos als echtes Buch!

- Tempus Infinitivum Fotobuch
- Premium Qualität
- Einfache Bestellung
- Retourenfrei

www.cewe-fotobuch.de

Familie

Feste

Reisen

Hobby



Q1 Q2 **Q3 2011**
Zwischenbericht



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

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

2010 entwickelte das Unternehmen 2,5 Mrd. Fotos sowie über 4,3 Mio. CEWE FOTOBÜCHER und weitere Foto-Geschenkartikel.

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

HIGHLIGHTS Q3 2011

Absatz: Über Erwartungen

- ▶ 743 Mio. Fotos im dritten Quartal 2011 übertreffen den Zielkorridor von 630 bis 660 Mio. Fotos
- ▶ *Erstmals wieder mehr Fotos im dritten Quartal: Zuwachs von 2,0 % zum Vorjahresquartal (Q3 2010: 729 Mio. Fotos)*
- ▶ *Grundsätzlicher Trend „von Masse zu Klasse“ hält für das Gesamtjahr weiter an: weniger Fotos, aber höhere Wertigkeit*
- ▶ *CEWE FOTOBUCH-Wachstum im dritten Quartal liegt mit +25,8 % auf 1,354 Mio. Bücher über dem Ganzjahres-Zielkorridor von +7 % bis +12 %*

Umsatz: Fotofinishing trägt Umsatzzuwachs

- ▶ *Q3-Gesamtumsatz legt mit 121,8 Mio. Euro 4,6 % im Vergleich zum Vorjahr zu*
- ▶ *Fotofinishing-Umsatz steigt: Der Umsatz pro Foto legt im Berichtsquartal um 4,1 % zu und treibt so den Fotofinishing-Umsatz um 6,2 % auf 91,9 Mio. Euro*
- ▶ *Einzelhandelsumsatz konstant bei 29,9 Mio. Euro (+0,1 % zum Vorjahresquartal)*

Ergebnisse: Besser als erwartet

- ▶ *Weiter starke Saisonverschiebung auf Ergebnisebene: Q2 und Q3 rückläufig, Q4 wird 2011 nahezu gesamten Jahresgewinn erwirtschaften*
- ▶ *Daher Q3-EBIT mit 8,9 Mio. Euro zwar rückläufig (Q3 2010: 12,3 Mio. Euro), aber besser als erwartet (7,6–8,4 Mio. Euro); damit auch Q1–Q3-EBIT mit 4,4 Mio. Euro über den Erwartungen*

▶ *Ergebnis nach Steuern steigt im Q1–Q3 um 1,6 Mio. Euro auf 0,4 Mio. Euro*

▶ *Jahresergebnisziele greifbar: Nur mindestens 1,8 Mio. Euro Mehregebnis in Q4 benötigt als im Vorjahr (d. h. mindestens 23,6 Mio. Euro Q4-EBIT)*

▶ *Stabiler Basistrend: Saisonverschiebung hält an, stärkt das vierte Quartal und hat in vergangenen Jahren immer mindestens zu einer solchen Steigerung geführt*

Bilanz und Finanzierung: Solide Eigenkapitalquote

- ▶ *Verminderte Investitionen reduzieren langfristiges Vermögen um 0,5 Mio. Euro*
- ▶ *Operatives Netto-Working Capital im Jahresvergleich von 34 Tagen auf 32 Tage nochmals leicht reduziert*
- ▶ *Eigenkapitalquote steigt von 42,4 % (30. September 2010) auf solide 43,0 % (30. September 2011)*

Cash Flow: Weiter verbessert

- ▶ *Cash Flow aus operativer Geschäftstätigkeit legt um 1,4 Mio. Euro zu*
- ▶ *Investitionen um 5 % gesteigert, da Vorbereitung auf Weihnachtssaison*
- ▶ *Free-Cash Flow steigt daher um 1,0 Mio. Euro*

Kapitalrentabilität: Verbesserung um 2,9 %-Punkte

- ▶ *12-Monats-ROCE steigt von 14,1 % (per 30. September 2010) auf nun 17,0 % (per 30. September 2011)*



Schneiderroboter

Nach dem Digitaldruck werden großformatige Fotoprodukte mit Hilfe des Schneiderroboters auf ihr Endmaß gebracht. Auf dem Schneidetisch des Roboters können Formate bis 3,20 x 1,60 Meter verarbeitet werden. So werden Poster mit einer Geschwindigkeit von 100 Metern pro Minute zugeschnitten, aber auch Fotos hinter Acrylglas oder auf einer Alu-Dibond-Platte maßhaltig gefräst.

An die Aktionäre	6
Brief an die Aktionäre	6
CEWE COLOR Aktie	12
Zwischenlagebericht	16
Märkte und Produkte	18
Resultate	32
Mitarbeiter	55
Organisation und Verwaltung	56
Prognosebericht	60
Die CEWE COLOR Gruppe – Struktur und Organe	67
Konzernabschluss	68
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	70
Konzern-Gesamtergebnisrechnung	71
Konzernbilanz	72
Konzern-Kapitalflussrechnung	74
Segmentberichterstattung	76
Konzern-Eigenkapitalspiegel	78
Ausgewählte erläuternde Anhangsangaben	80
Bescheinigung des Wirtschaftsprüfers	84
Weitere Informationen	86
Mehrjahresübersicht	88
Betriebsstätten und Vertriebsniederlassungen	96
Finanzterminkalender	97
Impressum	97
Glossar	98



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, hat die ersten neun Monate sehr erfolgreich durchlaufen

Sie finden auf der Highlights-Seite, mit der unsere Berichte immer starten, die wichtigsten Ergebnisse des dritten Quartals bzw. der ersten drei Quartale. Dort sehen Sie: Weiterhin alles im Plan, teilweise erneut über Plan. Vor allem das CEWE FOTOBUCH, unser Hauptmarkenprodukt, kommt bei den Konsumenten weiterhin ausgezeichnet an und bleibt für uns ein wichtiger Wachstumsgenerator. Das verschafft uns eine ausgezeichnete Position für das immer wichtiger werdende Weihnachtsgeschäft, dem mit Abstand stärksten Quartal für den Absatz unserer CEWE FOTOBÜCHER. Unser kommerzieller Online-Druckservice viaprinto.de ist erfolgreich gestartet und gewinnt immer mehr begeisterte Kunden.

Saisonverschiebung des Geschäfts in das Weihnachtsquartal hält an

Das CEWE FOTOBUCH und viele andere Mehrwertprodukte sind schon seit Jahren wunderbare Weihnachtsgeschenke wie z.B. Foto-Kalender und -Weihnachtskarte, Foto-Leinwände oder sehr dekorative Fotos hinter Acrylglas oder auf Alu-Dibond-Platten. Ein Trend, der sich bereits in den vergangenen Jahren kontinuierlich verstärkt hat. Darüber hinaus hält ein weiterer Basistrend an: Anders als bei Analogfilmen werden etwa Urlaubsfotos inzwischen zeitverzögert entwickelt – zunehmend auch in Form von Mehrwertprodukten. Diese Entwicklungen stärken Jahr für Jahr den Gewinn des vierten Quartals – seit 2003 ohne Unterbrechung.

Besonders der Gewinnanteil des vierten Quartals legt seit Jahren stark zu

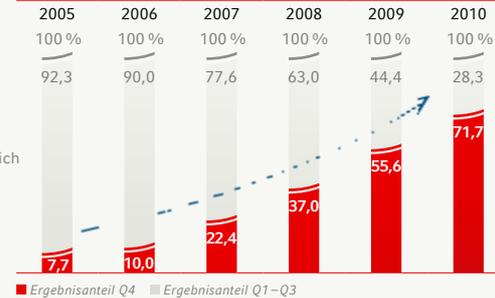
Deshalb wächst auch und besonders die Bedeutung des vierten Quartals für den Gewinn Ihres Unternehmens stetig. Entsprechend sinkt der Gewinnanteil der ersten drei Quartale.

EBIT vor Restrukturierung

Ergebnisverteilung Q1–Q3 vs. Q4 in Mio. Euro

**EBIT vor Restrukturierung**

Ergebnisanteile Q1–Q3 vs. Q4 in %



Damit sind wir in der gleichen Situation wie in den vergangenen Jahren vor der Saisonspitze: Der Gewinn der ersten drei Quartale vor Restrukturierungen hat sich wie immer reduziert. Das vierte Quartal muss sein Versprechen der Ergebnissteigerung wie immer erfüllen, um die Jahresziele zu erreichen. Und das vierte Quartal hat dies Jahr für Jahr seit 2005 erfüllt. Und dies wird auch 2011 nicht anders sein.

CEWE immun gegen eventuelle konjunkturelle Risiken

Daran ändern auch konjunkturelle Risiken nichts – weder für die verbleibenden Wochen 2011 noch für das Jahr 2012. Denn die Erfahrung aus den Krisenjahren 2008 und 2009 hat eindrucksvoll bestätigt, dass sich die Nachfrage nach unseren Produkten auch in schwachen Konjunkturphasen, bei sinkendem Verbrauchervertrauen oder rückläufigen privaten Konsumausgaben robust positiv entwickelt. Denn gerade in solchen Phasen gewinnt das Private – und dafür stehen insbesondere personalisierte Fotoprodukte – überproportional an Bedeutung.

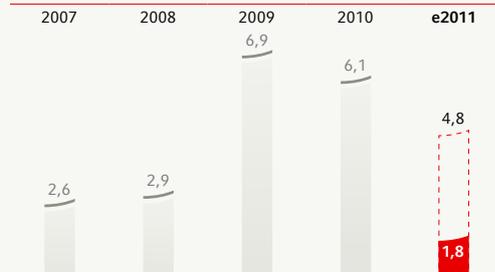
Ein Phänomen, das Sozialwissenschaftler und Trendforscher als „Cocooning“ bezeichnen. Dieser Effekt führt dazu, dass die Ertragskraft Ihres Unternehmens auch in Rezessionen nicht leidet, sondern tendenziell sogar profitiert.

CEWE COLOR ist auf dem besten Weg, auch 2011 die Jahresziele zu erreichen

Der seit Jahren anhaltende Gewinnzuwachs im vierten Quartal wird auch 2011 dafür sorgen, dass wir auch 2011 unsere Jahresergebnisziele mindestens erreichen werden. Am Beispiel des operativen Gewinns (EBIT): Unser Jahresziel 2011 liegt bei 28 bis 31 Mio. Euro. Dafür müssen wir das Ergebnis des vierten Quartals 2010 in diesem Jahr um 1,8 bis 4,8 Mio. Euro auf mindestens 23,6 Mio. Euro steigern. Ein Wert, der absolut realistisch ist. Denn die Ergebniszuwächse der vierten Quartale lagen in den vergangenen Jahren genau in dieser Größenordnung, eher sogar darüber. In der 12-Monats-Perspektive wird übrigens auch die erneut gewachsene Kapitaleffizienz Ihres

Zuwachs EBIT vor Restrukturierung Q4 vs. Vorjahr

EBIT-Zuwachs Q4 in Mio. Euro



Unternehmens deutlich: Der Return on Capital Employed, also die Verzinsung des eingesetzten Kapitals, stieg von 14,1 % (per 30. September 2010) auf nun 17,0 % (per 30. September 2011). Ein Wert, der sich durchaus sehen lassen kann.

Bei Unternehmen, die nur Fotofinishing im Internet anbieten – wie bei vielen Handelsunternehmen – tragen die ersten drei Quartale gar nichts oder sogar negativ zum Gesamtjahresergebnis bei. Diese Entwicklung wird auch das Geschäft von CEWE COLOR mehr und mehr prägen. Insofern ist die Saisonverschiebung bei CEWE COLOR noch längst nicht abgeschlossen.

Nie war CEWE COLOR für eine Weihnachtssaison so gut vorbereitet wie heute

Diese anhaltende Saisonverschiebung in das vierte Quartal sichern wir mit in jedem Jahr umfangreicheren Vorbereitungsmaßnahmen ab. Auch in diesem Jahr sind für die Ergebnissteigerung des vierten Quartals alle Weichen gestellt:

- ▶ Das Produktangebot haben wir nochmals stark ausgeweitet.
- ▶ Die Qualität und Quantität der Marketing-Aktivitäten sind weiter gestiegen.
- ▶ Die Service-Hotline-Kapazität wurde nochmals erweitert.
- ▶ Die Bestellwege wurden nochmals verbessert (sowohl unsere CEWE FOTOBUCH-Software als auch die Online-Applikationen sind in einer neuen Version am Markt).
- ▶ Die Server-Kapazität unserer Rechenzentren wurde nochmals ausgebaut.
- ▶ Die zusätzlichen Mitarbeiter in der Produktion sind noch besser ausgebildet und in der Anzahl verstärkt.
- ▶ Die technische Produktionskapazität wurde an den Engpassstellen nochmals erweitert.

Sehr geehrte Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionäre, alle Mitarbeiter Ihres Unternehmens arbeiten hochkonzentriert daran, diese Verbesserungen – und noch mehr – voll wirksam werden zu lassen. Genießen Sie unsere tollen Produkte und unseren ausgezeichneten Service. Ihr Unternehmen ist auf dem richtigen Weg.

Oldenburg, 15. November 2011

Jw Rolf Hollacher

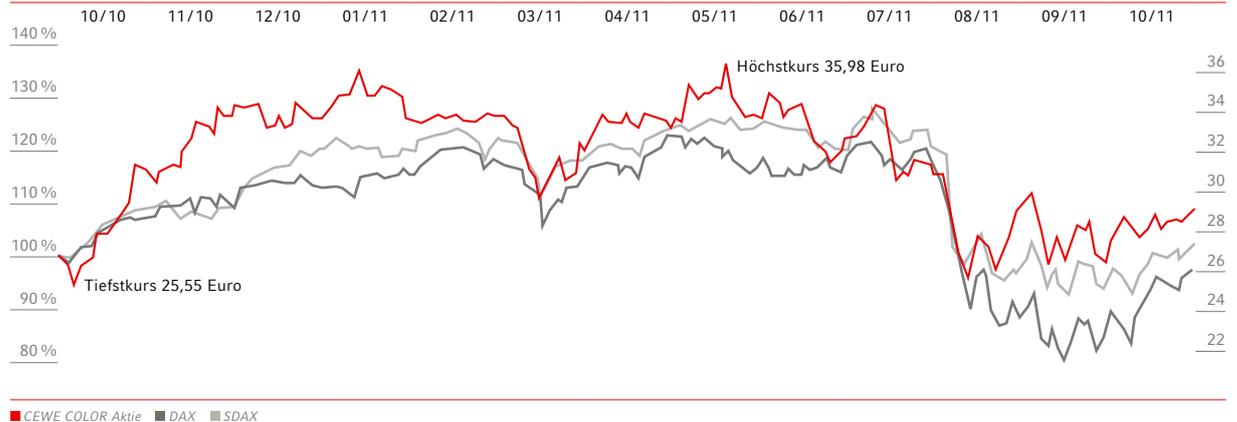
CEWE COLOR AKTIE

CEWE COLOR Aktie wesentlich besser als DAX und SDAX

Auch im dritten Quartal 2011 war die Entwicklung an den Börsen geprägt durch die Verschuldungskrise einiger Euroländer, speziell durch die schwierige Situation in Griechenland. Die hieraus entstandene Unsicherheit löste auf den Aktienmärkten

teilweise heftige Kursrückgänge aus: Der SDAX verlor 20,4 %, der DAX fiel in diesem Zeitraum sogar um 25,4 %. Wengleich die CEWE COLOR Aktie sich diesen externen Einflüssen nicht entziehen konnte, entwickelte sie sich jedoch mit einem Rückgang von 11,8 % wesentlich besser als SDAX und DAX.

CEWE COLOR Aktienkurs 01.10.2010 bis 31.10.2011 in Euro



Aktienumsatz nimmt weiter zu

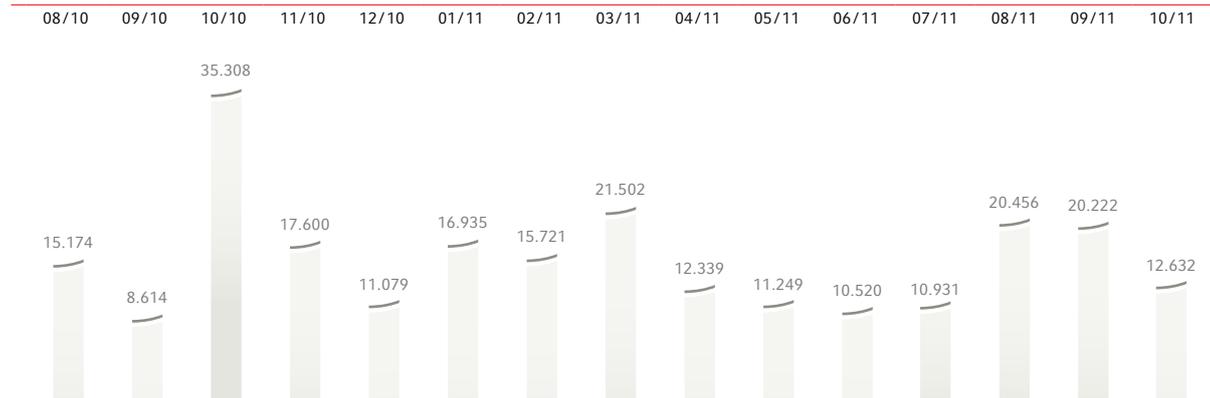
Durchschnittlich wechselten im dritten Quartal 2011 täglich 17.203 CEWE COLOR Aktien den Besitzer. Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum entspricht dies einer Steigerung von +34,8 % (Q3 2010: 12.761 Aktien pro Tag).

Analysten sind sich einig: „Kaufen“

Alle CEWE COLOR begleitenden Analysten sind sich in ihrem positiven Analyseurteil weiter einig und empfehlen die Aktie mit „Kaufen“ oder „Hinzufügen/Add“. Nachdem im zweiten Quartal die Berenberg Bank die Coverage aufgenommen hatte, verfolgen nun insgesamt zehn Analysten regelmäßig die CEWE COLOR Aktie. Alle Studien sind online im Internet auf der Seite von CEWE COLOR als Download verfügbar.

 [www.cewecolor.de/
de/investor-relations/
publikationen/studien](http://www.cewecolor.de/de/investor-relations/publikationen/studien)

Durchschnittliches Handelsvolumen in Aktien pro Tag



Weiterhin feste Positionierung der CEWE COLOR Aktie im SDAX

Die Deutsche Börse erstellt monatlich eine Rangordnung der in den verschiedenen Indizes gelisteten Aktiengesellschaften, um so deren Indexzugehörigkeit zu überprüfen und ggf. anzupassen. Dabei werden das Handelsvolumen sowie die Marktkapitalisierung als Beurteilungsmaßstab herangezogen. Nach dem Kriterium „Handelsvolumen“ belegte CEWE COLOR im September 2011 die 81. Position, eine Verbesserung um zwei Plätze von Platz 83 der Juni-Rangliste. Nach der Messgröße „Marktkapitalisierung“ positionierte sich die CEWE COLOR Aktie nach Platz 92 im Juni nun auf Platz 94. Damit ist CEWE COLOR unverändert eine feste Größe im Index SDAX, der typischerweise Aktien ab der Position 110 und besser berücksichtigt.

Ein Drittel aller Aktien in Vorstand und Aufsichtsrat vertreten

Insgesamt sind 34,1 % aller CEWE COLOR Aktionäre in Vorstand und Aufsichtsrat vertreten und damit maßgeblich an der Unternehmensgestaltung beteiligt: Die Erbengemeinschaft nach Senator h. c. Heinz Neumüller (ACN Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG) ist mit 27,4 % der Aktien der größte CEWE COLOR Aktionär. Zusammen mit Dr. Joh. Christian Jacobs (Sentosa Beteiligungs GmbH) mit 5,3 % Anteilsbesitz sowie 1,4 % bei weiteren Vorständen und Aufsichtsräten ist somit ein Großteil der Aktionäre im Unternehmen aktiv.

Übersicht der aktuellen Analystenurteile	Analyseurteil	Datum
Berenberg Bank	Kaufen	09.09.11
GSC Research	Kaufen	23.08.11
Close Brothers Seydler Bank	Kaufen	18.08.11
Commerzbank	Kaufen	15.08.11
Bankhaus Lampe	Kaufen	15.08.11
Warburg Research	Kaufen	11.08.11
BHF Bank	Overweight	11.08.11
NORD/LB	Kaufen	11.08.11
Silvia Quandt Research	Kaufen	11.08.11
DZ Bank	Kaufen	25.02.11

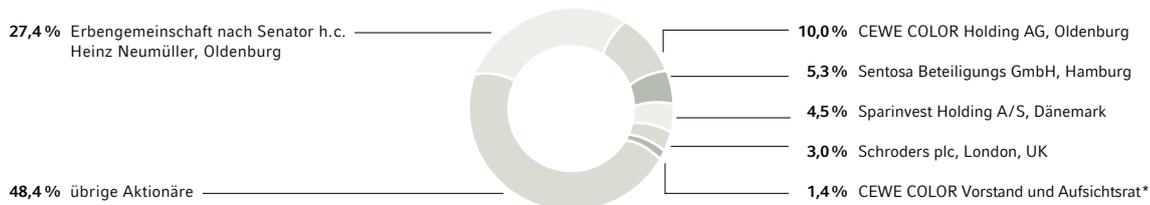
CEWE COLOR ist für seine Aktionäre da

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 nicht nur alle Geschäfts- und Zwischenberichte zeitgleich mit den jeweiligen Meldungen im Internet unter www.cewecolor.de, sondern stellt alle Analysten-Telefonkonferenzen als Web- und Audio-Cast auf der Website bereit. Zudem veröffentlicht CEWE COLOR dort alle wichtigen Präsentationen des Unternehmens auf Konferenzen und anderen Veranstaltungen, Informationen zum Aktienkurs, Presse- und Ad-hoc-Mitteilungen und Studien über CEWE COLOR.

 www.cewecolor.de

Aktionärsstruktur (November 2011) in % (100 % beziehen sich auf 7,38 Mio. Aktien)



* zusammen mit den Anteilen des Aufsichtsratsmitglieds Dr. Joh. Christian Jacobs (Sentosa Beteiligungs GmbH) insgesamt 6,7 %

Cutomat

Nach der chemischen Entwicklung schneidet der Cutomat automatisch von der fertigen Fotopapierrolle einzelne Fotos zu – z.B. im 9er, 10er oder 13er Format. Zusammen mit dem Indexprint erfolgt dann die Einsortierung in die Auftragstasche. Der Kundenauftrag ist fertig zum Versand an den Empfänger.



ZWISCHENLAGEBERICHT

Märkte und Produkte	18
Aktuelle wirtschaftliche Rahmenbedingungen	18
Fotomarkt	20
Produkte und Marketing	22
Resultate	32
Absatz	32
Umsatz	37
Ergebnisse und GuV-Struktur	39
Segmente	46
Bilanz und Finanzierung	49
Cash Flow	52
Kapitalrentabilität	54
Mitarbeiter	55
Organisation und Verwaltung	56
Prognosebericht	60
Die CEWE COLOR Gruppe – Struktur und Organe	67

MÄRKTE UND PRODUKTE

Aktuelle wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Weltkonjunktur mit niedrigerem Wachstum

Die weltweite Wachstumsdynamik hat in den ersten beiden Monaten des zweiten Halbjahres 2011 weiter an Schwung verloren. Bereits im zweiten Quartal 2011 war das reale Bruttoinlandsprodukt (BIP) der 34 führenden Volkswirtschaften der Welt nach Angaben der OECD im Vorjahresvergleich um 1,7 % und damit schwächer als im Vorquartal (+2,4 %) gewachsen. Das globale Handelsvolumen ist zudem im zweiten Quartal 2011 zum ersten Mal seit Mitte 2009 wieder gesunken. Ausschlaggebend für die langsamere Konjunktorentwicklung sind zeitlich begrenzte Faktoren wie die Folgen der Natur- und Nuklearkatastrophe in Japan und die dämpfenden Effekte der höheren Rohstoffpreise auf das verfügbare Einkommen. Aber auch strukturelle Probleme wie insbesondere die notwendigen Haushaltssanierungen der Staaten und die andauernde Schwäche am Arbeits- und Wohnimmobilienmarkt haben Einfluss. Auch die erneuten Spannungen an den internationalen Finanzmärkten belasten die Konjunktorentwicklung.

Die sich zuspitzende Schuldenkrise im Euroraum hat im August 2011 zu einem Stimmungsumschwung an den Finanzmärkten und einer steigenden Unsicherheit geführt und damit das Vertrauen der Unternehmen und Konsumenten, also die Vermögensentwicklung und damit das Wachstum belastet. Die

Volkswirtschaften der meisten Schwellenländer wie China, Indien und Brasilien wuchsen, getragen von der lebhaften Binnenfrage, auch im zweiten Quartal 2011 kräftig. Die Störungen der Wertschöpfungsketten durch die Ereignisse in Japan haben das Tempo leicht gedrosselt. In den USA expandierte das BIP im zweiten Quartal 2011 auf Jahresbasis um 1,3 % nach einem Anstieg um 0,4 % im Jahresauftaktquartal. Der private Konsum, der 2010 deutlich zum Wachstum beigetragen hatte, hat an Kraft verloren. Die Industrie entwickelte sich dagegen robust. In Japan ist die Wirtschaftsleistung nun zum dritten Mal in Folge gesunken, im zweiten Vierteljahr um 0,5 %.

Zusammen mit den nachlassenden konjunkturellen Auftriebskräften vom Beginn des Jahres und den Rohstoffpreiserhöhungen hat dies das Wachstumstempo im Euroraum im zweiten Quartal 2011 gedrosselt. Das BIP stieg laut Angaben von Eurostat um 1,6 % nach 2,4 % im starken Jahresauftaktquartal. Für die ersten Monate des dritten Quartals signalisieren Umfragen wie der Einkaufsmanagerindex (EMI) für das Euro-Gebiet, dass sich die Wachstumsdynamik deutlich verlangsamt hat. In Deutschland hat sich die Wirtschaftsentwicklung mit einer Zunahme von 2,8 % auf Jahresbasis laut Destatis im zweiten Vierteljahr gegenüber einer Wachstumsrate von 5,0 % im Vorquartal deutlich abgekühlt. Die Exporte sorgten zwar erneut für positive

Impulse, aber die Importe stiegen unter anderem wegen des verstärkten Stromimports stärker, so dass der Außenbeitrag das BIP-Wachstum bremste. Die Bauinvestitionen gingen etwas zurück. Erstmals seit dem Krisenjahr 2009 sank zudem der private Konsum wieder – wegen der erhöhten Energiepreise und Sondereffekten wie der Verunsicherung wegen der Schuldenkrise.

Inflation legt leicht zu

Die hohen Energiepreise blieben trotz sinkender Rohölpreise im September maßgeblicher Treiber der Inflationsraten. Im Euroraum betrug die Teuerungsrate nach Eurostat-Angaben im Juni 2,7 %. Im Juli und im August 2011 betrug sie jeweils 2,5 %. Die Inflationsrate kletterte im September 2011 überraschend auf 3,0 %, teilte Eurostat in einer ersten Schätzung mit. In Deutschland stiegen die Preise im Juni laut Angaben von Destatis um 2,3 %. Auch im Juli und im August 2011 überstieg die Inflationsrate mit jeweils 2,4 % die Zwei-Prozent-Marke deutlich. Im September 2011 sind die Preise um 2,6 % gestiegen und damit so kräftig wie seit drei Jahren nicht mehr. Vor dem Hintergrund der Konjunkturabschwächung und der sich zuspitzenden Eurokrise senkte die Europäische Zentralbank (EZB) den Leitzins auf 1,25 %. Sie geht davon aus, dass die Inflationsrate in den kommenden Monaten über der Zwei-Prozent-Marke verharrt, danach jedoch zurückgehen wird. Anfang

Juli 2011 hatte sie zum zweiten und bislang letzten Mal in diesem Jahr den Leitzins angehoben. Die US-Notenbank Federal Reserve (FED) verzichtete angesichts der Wirtschaftsentwicklung ebenfalls auf eine restriktivere Geldpolitik. Die Zentralbank Chinas hat den Schlüsselzinssatz, nachdem sie ihn im Juli 2011 zum dritten Mal in diesem Jahr wegen des Inflationsdrucks auf 3,5 % erhöht hatte, bis Anfang Oktober 2011 nicht verändert.

Wechselkurs: Euro verliert

Die Schuldenkrise im Euroraum, die Entwicklung der Renditedifferenzen und die sich abzeichnende Wirtschaftsabschwächung haben sich in der Kursentwicklung der Gemeinschaftswährung zunehmend negativ niedergeschlagen. Vom 30. Juni bis zum 5. Oktober 2011 verlor der Euro in Relation zum US-Dollar 7,7 %, zum japanischen Yen 12,0 % und zum chinesischen Renminbi 9,0 %. Der nominale effektive Wechselkurs der Gemeinschaftswährung schwächte sich gegenüber den Währungen der 20 wichtigsten Handelspartner des Euroraums unter recht hohen Schwankungen ab. Am 5. Oktober 2011 wurde der Euro 3,7 % unter seinem Niveau von Ende Juni 2011 und 1,9 % unter seinem Durchschnittswert des Jahres 2010 notiert.

Fotomarkt

- ▶ *Im Jahr 2010 wurden weltweit 139 Mio. Digitalkameras verkauft, wobei 35 Mio. Stück auf Westeuropa und 8,3 Mio. Stück auf Deutschland entfallen*
- ▶ *Von durchschnittlich 500 digitalen Aufnahmen pro Konsument pro Jahr werden etwa 22 % auf Papier ausbelichtet*
- ▶ *Der Markt für digitale Mehrwertprodukte ist in Westeuropa im Jahr 2010 um 16 % auf 420 Mio. Euro angewachsen*

Digitalkameras erfreuen sich weiter hoher Beliebtheit

Seit fast einem Jahrzehnt hält mittlerweile der hohe Absatz im Bereich der Digitalkameras an. Laut Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) wurden im Jahr 2010 weltweit 139 Mio. Digitalkameras verkauft. In Westeuropa wurden davon 35 Mio. Stück abgesetzt, wobei Deutschland mit 8,3 Mio. Stück nach Angaben der GfK das größte Absatzland war. Dabei waren 10 % aller verkauften Digitalkameramodelle in Westeuropa hochwertige Spiegelreflexkameras – eine Steigerungsrate von 7 % im Vergleich zum Vorjahr. Neueste Marktprognosen zeigen, dass die Nachfrage nach Kameras – trotz einer über 65 %igen Haushaltssättigung – auch in den nächsten Jahren auf einem hohen Niveau bleiben wird. Gründe hierfür sind, dass neue Zielgruppen erschlossen werden und insbesondere die Verbraucher ihre Fotoausrüstung in kürzeren Zeitabständen als früher erneuern oder um neue Kameramodelle ergänzen.

91 % des maximal möglichen Analogfilmrückgangs erfolgreich bewältigt

Als Folge des wachsenden Marktanteils der Digitalkameras wurden Analogkameras weniger genutzt und somit auch weniger Filme verkauft. Der Absatz an Filmen hatte in Deutschland 2000 mit 191 Mio. Stück seinen Höhepunkt erreicht. Im Jahr 2010 wurden lediglich noch 18 Mio. Stück verkauft – ein Rückgang auf rund 9 % des ursprünglichen Absatzvolumens.

Digitale Technologie ändert das Bestellverhalten

Mit dem Wandel zur digitalen Fotografie haben sich auch die Fotoproduktion und die Zahl der Ablichtungen auf Papier geändert. Während der Konsument im analogen Zeitalter im Durchschnitt noch 120 Aufnahmen pro Jahr belichtet hat, werden von 500 digitalen Aufnahmen etwa 22 % (110 Stück) auf Papier ausbelichtet. Dabei verzeichnet die Branche jedoch einen sehr erfreulichen Trend hin zu hochwertigen Produkten wie Fotobüchern und digitalen Mehrwertprodukten wie Fotogrußkarten, Fotokalendern und Wanddekorationen.

Fotobücher und digitale Mehrwertprodukte mit starkem Wachstum

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

Europaweit trifft das Fotobuch auf eine große Resonanz bei den Konsumenten. Laut FutureSource wurden in Deutschland 2008 insgesamt 3,6 Mio. Fotobücher verkauft, 2010 bereits 5,7 Mio. Stück. In Westeuropa waren es im vergangenen Jahr sogar mehr als 17 Mio. Fotobücher. Bis zum Jahr 2012 wird sich nach Einschätzung der Marktforschungsgesellschaft FutureSource die Anzahl der verkauften Fotobücher auf knapp 21 Mio. Stück vergrößern. Die stärksten Absatzmärkte sind Deutschland, die Niederlande, Belgien sowie Frankreich mit einem Anteil von über 60 % am westeuropäischen Markt im Jahr 2010. Große Wachstumspotenziale liegen dabei insbesondere in Frankreich und Spanien.

Laut FutureSource wuchs der Markt für digitale Mehrwertprodukte in Westeuropa im Jahr 2010 um 16 % auf 420 Mio. Euro (Quelle: Marktforschung – FutureSource). Der Markt wird nach Einschätzung der Marktforscher bis zum Jahr 2012 auf rund 500 Mio. Euro wachsen. Wesentliche Wachstumstreiber sind hierbei Fotobücher, Fotogrußkarten, Foto-Kalender sowie Wanddekorationen.

Produkte und Marketing

Großfinishing bei Digitalfotos mit Kostenvorteilen, Sofortdruck in Geschäften

Digitalfotos können sowohl über Homeprinter und Kiosksysteme in Ladengeschäften (Sofortdruck) als auch im Großlabor bestellt werden. Das Homeprinting auf Druckern der Konsumenten und der Sofortdruck mit Thermosublimations- oder Ink-Jet-Druckern im stationären Fotohandel liefern dem Konsumenten das „schnelle“, aber „teurere“ Bild. Das Großfinishing bietet dagegen innerhalb von ein bis zwei Liefertagen deutlich preisgünstigere Digitalfotos auf Fotopapier. Während das Homeprinting seit mehreren Jahren rückläufig ist, wächst die Belichtung der Fotos im Großlabor und über sogenannte Kiosksysteme in Geschäften, da der Konsument zunehmend

auch den bequemen Sofortdruck schätzt. Das Marktforschungsunternehmen FutureSource hat errechnet, dass von 2009 auf 2010 die installierte Basis von Fotokiosken mit Sofortdruck in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Frankreich, Belgien, und den Niederlanden von ca. 42 Tsd. auf über 45 Tsd. installierte Geräte gewachsen ist (FutureSource, Stand: Juni 2011), wobei das Wachstum in Deutschland von 20,5 Tsd. auf 23,5 Tsd. Geräte im Ländervergleich überproportional stark war. CEWE COLOR erzielt bereits mehr als 10 % seines Fotofinishing-Umsatzes durch Sofortdruck mit Kiosksystemen und konnte in den vergangenen Monaten mehrere Hundert neue Kiosksysteme im europäischen Markt aufstellen.



www.schlecker.de



www.dm-digifoto.de



www.mueller.de



www.budni.de

Internet als Bestellweg immer beliebter

Die Breitbandinitiative der Bundesregierung und der Telekommunikationsindustrie wird den Vermarktungskanal Internet weiter deutlich stärken. Bis 2014 sollen 75 % der Haushalte über einen Internet-Anschluss mit 50 MBit/s verfügen. Damit wird die Übertragung von großen Fotodateien und Fotobuchdateien erheblich komfortabler.

Schon jetzt verfügen etwa über 70 % der Bürger in Baden-Württemberg über die Möglichkeit, schnelle Internet-Zugänge mit bis zu 100 MBit/s zu nutzen. CEWE COLOR hat die wachsende Bedeutung des Vertriebskanals Internet früh erkannt und stellt seinen Handelspartnern seit Jahren komplette Internet-Lösungen für die Bestellung von Digitalfotos zur Verfügung. CEWE COLOR gestaltet die Internetseiten, koordiniert die Vermarktung, entwickelt die Software und betreibt die Rechenzentren für seine Handelspartner. Am stärksten greifen Internet-Fotoanbieter, Internet-Portale und Drogerieketten auf diesen Service von CEWE COLOR zurück.

CEWE FOTOBUCH – Europas beliebtestes Fotobuch

CEWE COLOR hat sich mit dem CEWE FOTOBUCH durch die kontinuierliche Produktentwicklung und die Vermarktung der Produktkategorie sehr erfolgreich als Marktführer in diesem Produktbereich etabliert und baut seine führende Marktposition in Europa kontinuierlich aus. CEWE COLOR hat mit mehr als 4,3 Mio. verkauften CEWE FOTOBUCHERN auch im Jahr 2010 seine europäische Marktführerschaft ausgebaut.

CEWE FOTOBUCH-Produktsortiment wird weiter ausgebaut

Das CEWE FOTOBUCH im Format Groß (ca. 21 x 28 cm) mit individuellem Hardcover ist weiterhin eindeutig der Bestseller im Sortiment. Aber auch größere Formate wie das CEWE FOTOBUCH Groß Panorama gewinnen immer mehr an Bedeutung. Im Jahr 2011 fanden insbesondere jedoch die Produkte auf Fotopapier und die hochglanzveredelten Formate guten Anklang.

Insgesamt hat sich gezeigt, wie wichtig es ist, dass CEWE COLOR eine große Vielfalt an unterschiedlichen Versionen des CEWE FOTOBUCHs mit einem variablen Seitenumfang von 26 bis 154 Seiten anbietet. Denn Fotobücher sind sehr persönliche Produkte, bei denen die Verbraucher ihre eigenen Vorstellungen verwirklichen wollen. Mit dem breiten Sortiment wird CEWE COLOR diesen Anforderungen gerecht.

2011 wird das Portfolio erneut gezielt ausgebaut. Neun neue Varianten sind ab sofort erhältlich:

- ▶ CEWE FOTOBUCH Mini (ca. 15 x 11 cm)
- ▶ CEWE FOTOBUCH Groß Panorama mit Softcover (ca. 28 x 21 cm)
- ▶ CEWE FOTOBUCH Compact Panorama (ca. 19 x 15 cm) mit Hochglanz-Veredelung
- ▶ CEWE FOTOBUCH XXL Panorama (ca. 38 x 29 cm) mit Hochglanz-Veredelung
- ▶ CEWE FOTOBUCH Compact Panorama auf Fotopapier matt
- ▶ CEWE FOTOBUCH Groß auf Fotopapier matt
- ▶ CEWE FOTOBUCH Groß auf Fotopapier glänzend
- ▶ CEWE FOTOBUCH Groß Panorama auf Fotopapier glänzend
- ▶ CEWE FOTOBUCH XL auf Fotopapier glänzend

CEWE FOTOBUCH auf Fotopapier jetzt auch glänzend

Für ambitionierte Fotografen sind Fotos auf klassischem Fotopapier nach wie vor besonders geeignet, wenn es um die Darstellung bester Schärfe, klarer Weißen und durchgezeichneter Schwärzen sowie des größten Farbraums geht. Besonders gut gelingt es auf Fotopapier, die Leistungspotenziale digitaler Spiegelreflexkameras sowie hochauflösender Kompaktkameras auszuschöpfen und faszinierende Bilder zu entwickeln. Von internationalen Forscherteams nach modernsten Kriterien entwickelt, zeigt sich das spezielle Fotopapier für das CEWE FOTOBUCH sichtbar und fühlbar als neue Papierqualität für die Bilddarstellung in Fotobüchern. Die besonders flache „Lay-Flat“-Bindung ist ideal für die Darstellung von Panorama-Aufnahmen auf Doppelseiten.

Das CEWE FOTOBUCH auf Fotopapier gibt es seit kurzem sowohl auf mattem als auch auf glänzendem Fotopapier und mit bis zu 98 Seiten.

Fotokalender und Grußkarten

Fotogrußkarten und Klappkarten sind eine beliebte Möglichkeit, um auf individuelle Weise persönliche Nachrichten in Wort und Bild zu übermitteln. Für die ganz besonderen Anlässe wie z. B. Weihnachten, Hochzeit und Geburt wurden die Klappkarten mit Hochglanz-Veredelung in den Formaten Klassik und XL eingeführt. Der edle Glanz auf den Außenseiten verleiht den Karten eine ganz besondere Anmutung. Die Klappkarten mit Hochglanz-Veredelung sind im 10er-Set mit passenden Umschlägen erhältlich. Ein weiteres Highlight im Grußkarten-Portfolio ist die neue Einzelgrußkarte, die in den Formaten XL Falz lang und 13 x 18 erhältlich ist.

Auch das Sortiment der Fotokalender hat CEWE COLOR rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft um neue Produkte erweitert. Ab sofort sind die hochwertig gedruckten Wandkalender im A3 + A4 Format nicht nur auf mattem, sondern auch auf glänzendem Papier erhältlich. Die hochglanzveredelten Seiten lassen die Motive besonders strahlen. Besonders beliebt sind die Fotokalender von CEWE COLOR als Geschenk zu Weihnachten oder als persönlicher Gruß zum Jahreswechsel.

Wanddekorationen

Die klassischen Fotoposter als Wanddekoration werden in zunehmendem Maße durch hochwertigere Produkte wie Poster-Collagen und Fotoleinwände ersetzt. Darüber hinaus wurde die Kategorie mit den hochwertigen Produkten „Foto auf Hart-schaumplatte“, „Foto auf Alu-Dibond“, „Foto hinter Acrylglas“ und „Gallery Print“ im UV-Direktdruck ergänzt. Zusätzlich wurde die Formatauswahl der Fotoleinwände und des Posterdrucks XXL erweitert. Posterdruck XXL sind im Digitaldruck gefertigte matte Poster bis zum Format 100 x 300 cm. Die oben genannten Produkte werden in klassischen und quadratischen Formaten wie auch in modernen Panoramaformaten angeboten.

CEWE FOTOBUCH AUF FOTOPAPIER IN MATT UND GLÄNZEND

Die Innenseiten dieser CEWE FOTOBUCH-Varianten werden auf edlem Fotopapier ausbelichtet. Danach folgt mit höchster Präzision und Sorgfalt das Zusammenkleben von je zwei Seiten. Auf diese Weise entstehen eine sogenannte Leporello-Bindung ohne typischen Falz in der Mitte (Lay-Flat-Bindung). Erhältlich sind diese hochwertigen CEWE FOTOBUCH-Varianten ab sofort nicht nur auf mattem, sondern auch auf glänzendem Fotopapier in einer Vielzahl an Formaten:

Fotopapier matt



Erhältliche Formate:

- NEU: Compact Panorama (ca. 19 x 15 cm)
- NEU: Groß (ca. 21 x 28 cm)
- XL (ca. 30 x 30 cm)
- Groß Panorama (ca. 28 x 21 cm)
- Quadratisch (ca. 21 x 21 cm)

NEU: Fotopapier glänzend



Erhältliche Formate:

- Groß (ca. 21 x 28 cm)
- Groß Panorama (ca. 28 x 21 cm)
- XL (ca. 30 x 30 cm)

CEWE FOTOBUCH

Überarbeitetes CEWE FOTOBUCH-Weihnachts-Keyvisual

Ein Bild von einer Marke: Ille als Präsenterin repräsentiert das beliebteste Fotobuch Europas – Das CEWE FOTOBUCH. Im Zuge der wertigeren Überarbeitung wurde auch das Weihnachts-Keyvisual angepasst. Es wurden Komponenten reduziert, Übersichtlichkeit geschaffen und dem CEWE FOTOBUCH ein wertigerer Hochglanz verliehen.



GRUSSKARTEN

Klappkarten mit Hochglanzveredelung (10er Set)

Hochwertig gedruckte Klappkarten mit hochglanzveredelten Außenseiten in den Formaten Klassik und XL – für ganz besondere Anlässe!



Klappkarten im Format 13 x 18 (10er Set)

Die hochwertig gedruckte Klappkarte im Format 13 x 18 bietet besonders viel Platz für Ihre Kreativität.



FOTOKALENDER

Wandkalender glänzend A4 + A3 (Hochformat und Querformat)

Unsere neuen hochwertig gedruckten Wandkalender mit hochglanzveredelten Seiten lassen Ihre Fotos Monat für Monat in einem ganz besonderen Glanz erstrahlen.



ECHE KUNSTWERKE AUS IHREN FOTOS!

Mit unseren Galerie-Produkten bieten wir Ihnen moderne und edle Präsentationsformen für Ihre schönsten Fotos. Angefangen beim Foto auf Hartschaumplatte oder auf Alu-Dibond in matter Oberfläche über das brillante Acrylglas bis hin zum glänzenden Gallery Print. Hier wird das Foto hinter Acrylglas gedruckt und dann rückseitig mit stabilem Alu-Dibond versiegelt.

Foto auf Hartschaumplatte

Hart aber herzlich: Ihr Foto direkt auf eine Hartschaumplatte gedruckt – ein Material, das modern, hochwertig und zugleich preisgünstig ist. Es wird aus PVC hergestellt und ist sehr leicht. Der Effekt: elegante Bilder mit einer edlen, matten Oberfläche.



Foto auf Alu-Dibond

Wandschmuck deluxe: Ihr Foto direkt auf Alu-Dibond gedruckt. Dieses Material besteht aus einem Kunststoffkern und zwei Aluminiumplatten – das macht Ihre Fotos zu leichten, formstabilen und langlebigen Designerstücken.



Foto hinter Acrylglas

Glasklar: Fotos hinter Acryl. Das garantiert beste Qualität und höchste Farbbrillanz – und das in einer umfangreichen Formatauswahl. Ihre Bilder hinter Acrylglas bieten immer ein fantastisches Bild.



Gallery Print

Edle Ausstellungsstücke: die Gallery Prints. Hochwertige Meisterwerke werden sie, indem Ihr Foto per UV-Direktdruck hinter 4 mm starkes Acrylglas gedruckt und anschließend mit einer starken Alu-Dibond-Platte versiegelt wird.



RESULTATE

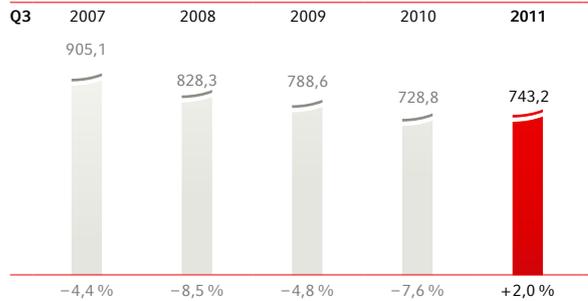
Absatz

- ▶ 743 Mio. Fotos im dritten Quartal 2011 übertreffen den Zielkorridor von 630 bis 660 Mio. Fotos
- ▶ Erstmals wieder mehr Fotos im dritten Quartal: Zuwachs von 2,0 % zum Vorjahresquartal (Q3 2010: 729 Mio. Fotos)
- ▶ Grundsätzlicher Trend „von Masse zu Klasse“ hält für das Gesamtjahr weiter an: weniger Fotos, aber höhere Wertigkeit

- ▶ CEWE FOTOBUCH-Wachstum im dritten Quartal liegt mit +25,8 % auf 1,354 Mio. Bücher über dem Ganzjahres-Zielkorridor von +7 % bis +12 %. Eine hervorragende Basis für das wichtige vierte Quartal

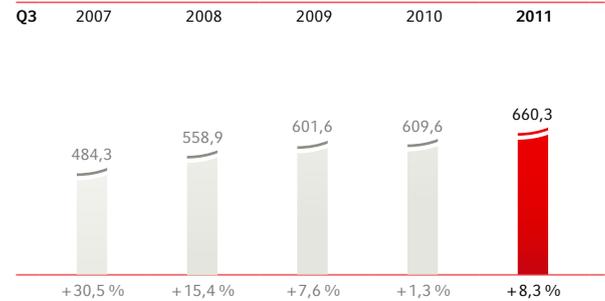
Der Absatz der CEWE COLOR Produkte ist von zwei Konsumententrends geprägt: Dem Trend zu höherwertigen Produkten und der Saisonverschiebung in das vierte Quartal.

Fotos gesamt in Mio. Stück



Veränderung zum Vorjahr

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



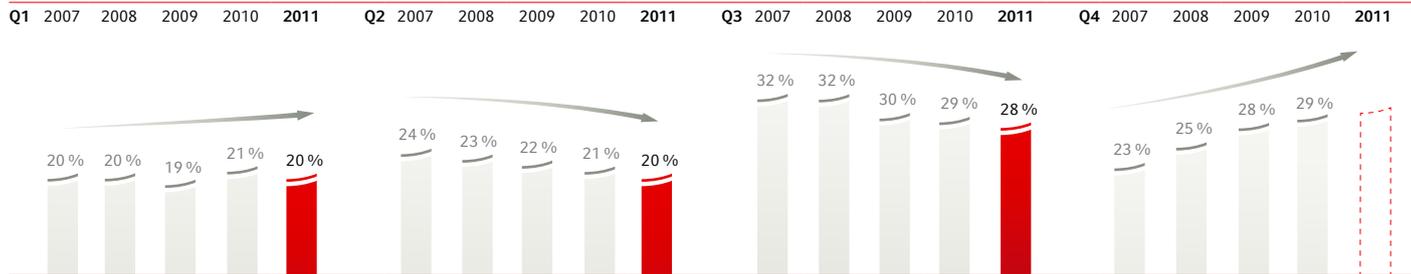
Veränderung zum Vorjahr

Auch im Gesamtjahr 2011: Saisonverschiebung in das vierte Quartal setzt sich fort

Der Trend zu einer insgesamt geringeren Foto-Anzahl mit höherer Wertigkeit hält an – „von Masse zu Klasse“. Der Produktmix von CEWE COLOR verändert sich zunehmend zugunsten der Mehrwertprodukte, wie etwa dem CEWE FOTOBUCH sowie der Foto-Geschenkartikel. Diese Produktgruppen kompensieren den deutlichen Rückgang der Fotos von Filmen. Dieser Rückgang

der Fotos von Filmen vollzieht sich absolut eher in den dritten Quartalen eines Jahres. Demgegenüber werden die stark wachsenden Volumina der CEWE FOTOBÜCHER sowie der Foto-Geschenkartikel, Foto-Kalender und -grußkarten besonders im vierten Quartal abgesetzt, da viele Konsumenten diese Produkte als Weihnachtsgeschenke schätzen. Daher verschiebt sich das saisonale Profil des CEWE COLOR Geschäfts deutlich zum Jahresende hin.

Fotos gesamt – Saisonverteilung in %



Q3-Absatz übertrifft die Erwartungen: Volumen voll auf Kurs zur Erreichung der Jahresziele

An der seit Jahren stabilen Entwicklung in der hier abgebildeten Saisonverschiebungsgrafik lassen sich die zu erwartenden Anteile der Quartale am Gesamtvolumen des Jahres abschätzen. Demzufolge war für das dritte Quartal 2011 von einem Volumenanteil von etwa 28 % auszugehen. Basierend auf dem Gesamtjahresziel von 2,23 bis 2,36 Mrd. Fotos für 2011 lag daher das im dritten Quartal erwartete Volumen bei 0,63 bis 0,66 Mrd. Fotos. Vor diesem Hintergrund übertraf das dritte Quartal mit 0,743 Mrd. Fotos den erwarteten Wert und bestätigt damit das Jahresziel. Ebenso überstieg das Volumen der ersten drei Quartale 2011 in Höhe von 1,736 Mrd. Fotos das Ziel für die ersten drei Quartale von 1,52 bis 1,61 Mrd. Fotos. Wie schon im zweiten Quartal herrschte auch im dritten Quartal des Vorjahres

in wesentlichen Absatzregionen eine Hitzewelle, die für die Bestellung von Fotoprodukten nicht förderlich war, während im Jahr 2011 bestellfreundliches Wetter dominierte. Kurz gesagt: Der verregnete Sommer 2011 war gut für das Bestellverhalten und die Auftragseingänge bei CEWE COLOR.

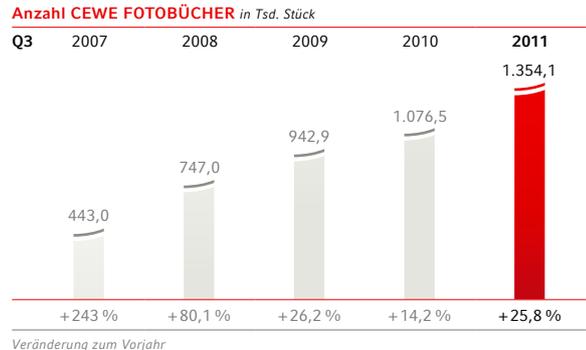
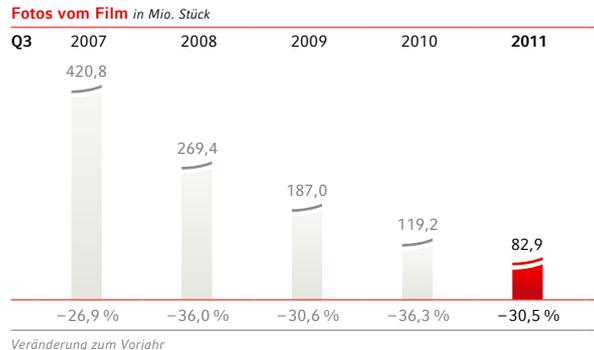
Auch für die ersten drei Quartale des Jahres 2011 insgesamt zeigt der detaillierte Blick auf die einzelnen Wachstumsraten Werte über den für das Jahr erwarteten Größenordnungen:

- So reduzierte sich die Gesamtzahl der Fotos – weiter dem Trend „von Masse zu Klasse“ folgend – in den ersten drei Quartalen um 1,5 % auf 1,736 Mrd. Fotos. Damit fiel die Reduktion geringer aus als der Korridor von –6 % bis –11 %, den CEWE COLOR für das Gesamtjahr 2011 prognostiziert hat.

- Die Zahl der analogen Fotos von Filmen ging in den ersten drei Quartalen um 32,3 % auf 203 Mio. Fotos zurück und lag damit im Rahmen des für das Gesamtjahr erwarteten Rückgangs um -30 % bis -38 % (Q3 2011: -30,5 % auf 83 Mio. Fotos).
- Die Zahl der Digitalfotos stieg in den ersten drei Quartalen um 4,8 % auf 1,533 Mrd. Fotos und entwickelte sich damit stärker als in der für 2011 vorgesehenen Reduktionsbandbreite von -1 % bis -6 % (Q3 2011: +8,3 % auf 660 Mio. Fotos).

CEWE FOTOBUCH und andere Mehrwertprodukte weiter mit erfreulichem Wachstum

Das Volumen der CEWE FOTOBÜCHER stieg in den ersten drei Quartalen des Jahres 2011 um 20,8 % auf 3,244 Mio. Bücher (Q3 2011: +25,8 % auf 1,354 Mio. Bücher). Diese Steigerungsrate liegt über dem für 2011 erwarteten Wachstumskorridor von 7 % bis 12 %. Ebenso legte das Absatzvolumen der Digitalfotos der wesentlichen – im Digitaldruck produzierten – Mehrwertprodukte (wie beispielsweise Foto-Kalender, Fotogrußkarten und Wanddekorationen) deutlich um einen mittleren zweistelligen Prozentsatz zu.



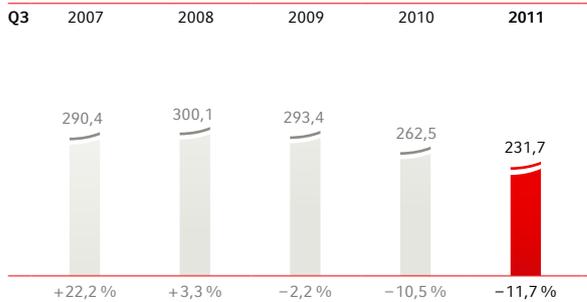
Gesamtzahl aller Fotos zu 89 % digital

Mit dem Erfolg des CEWE FOTOBUCHS und weiterer Mehrwertprodukte nähert sich die Digitalisierung immer mehr der 100 %-Marke. Nach 83 % im dritten Quartal 2010 waren im Berichtsquartal bereits 89 % der Gesamtzahl aller Fotos digitalen Ursprungs (Q1–Q3: 88,3 %).

Kundenwunsch nach „Internet-Bestellung mit Ladengeschäft-Abholung“ bestätigt CEWE-Marktpositionierung

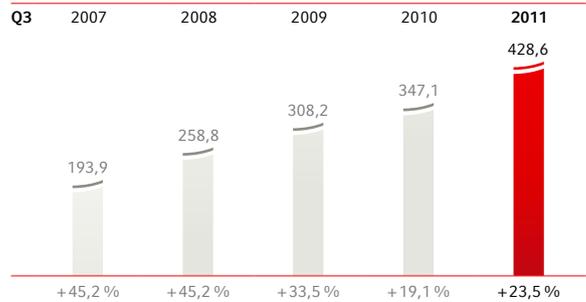
Die Quote der über das Internet bestellten Fotos wuchs von 57 % im Vorjahresquartal auf 65 % (429 Mio. Fotos) im Berichtsquartal. 53 % dieser Konsumenten entschieden sich dafür, ihre fertigen Aufträge im Ladengeschäft der von CEWE COLOR belieferten Händler abzuholen. 47 % wählten die Zustellung per Post nach Hause. Damit wurden insgesamt 70 % aller Fotos in den Ladengeschäften der CEWE COLOR Handelspartner abgeholt. Dies bestätigt die Stärke der CEWE COLOR Positionierung „bricks and clicks“, nämlich die strategische Verbindung zwischen dem Verkauf über Ladengeschäfte und über das Internet.

Digitalfoto-Bestellung im Geschäft in Mio. Stück



Veränderung zum Vorjahr

Digitalfoto-Bestellung über das Internet in Mio. Stück



Veränderung zum Vorjahr

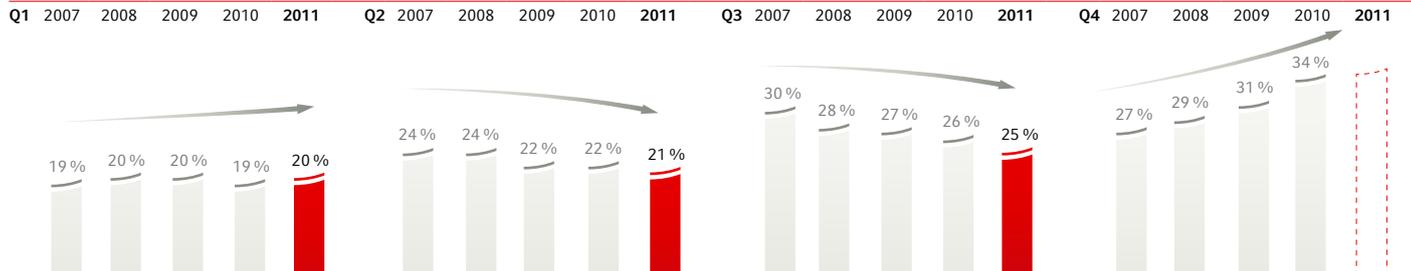
Umsatz

- ▶ **Q3-Gesamtumsatz übertrifft mit 121,8 Mio. Euro das Vorjahresquartal um 4,6 %**
- ▶ **Fotofinishing-Umsatz steigt: Der Umsatz pro Foto legt im Berichtsquartal um 4,1 % zu und treibt so den Fotofinishing-Umsatz um 6,2 % auf 91,9 Mio. Euro**
- ▶ **Einzelhandelsumsatz konstant bei 29,9 Mio. Euro (+0,1 % zum Vorjahresquartal)**

Umsatz wächst stärker als erwartet

Der Umsatz des dritten Quartals 2011 legte mit 121,8 Mio. Euro nominal (120,8 Mio. Euro währungsbereinigt) im Vergleich zum Vorjahresquartal um 5,4 Mio. Euro zu (+4,6 %). Auf Basis der erwarteten Saisonverschiebung war für das dritte Quartal 2011 mit einem Anteil von 25 % am Gesamtjahresumsatz zu rechnen. Angesichts des Jahresumsatzzieles von 447 bis 460 Mio. Euro entspricht dies einem Umsatz in der Bandbreite von 111,8 bis 115,0 Mio. Euro. Der tatsächlich erreichte Umsatz im dritten Quartal von 121,8 Mio. Euro übertraf damit den Erwartungswert.

Entwicklung der CEWE-Umsatz-Saisonverteilung in % vom Umsatz

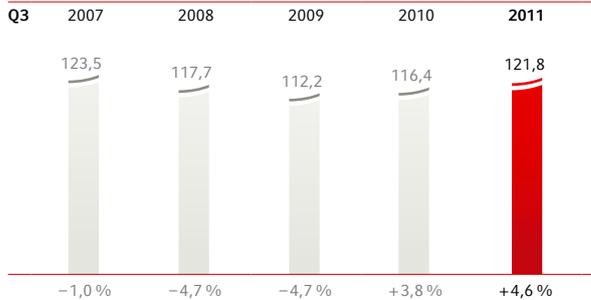


Seite 32
AbsatzSeite 46
Segmente**Mehrwertprodukte stärken Fotofinishing-Umsatz deutlich**

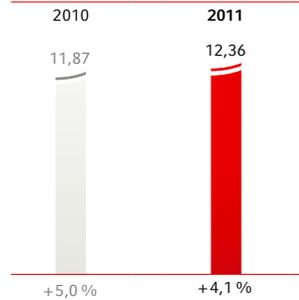
Der im Abschnitt „Absatz“ beschriebene Trend „von Masse zu Klasse“ lässt sich deutlich im Fotofinishing-Umsatz ablesen. Während die Gesamtzahl der Fotos im Berichtsquartal lediglich um 2,0 % anstieg, lag der Umsatz der Fotofinishing-Segmente mit 91,9 Mio. Euro um 6,2 % über dem Niveau des Vorjahresquartals (währungsbereinigt 5,5 %). Denn der Trend zu einem höheren Fotofinishing-Umsatz pro Foto hält an: Das Plus lag im dritten Quartal bei 4,1 % und ließ den Umsatz pro Foto auf 12,36 Eurocent steigen (währungsbereinigt +3,5 % auf 12,28 Eurocent pro Foto).

Einzelhandel mit konstantem Umsatz

Das Segment Einzelhandel erzielte im Berichtsquartal mit 29,9 Mio. Euro Umsatz (+0,1 %) nahezu den identischen Umsatz wie im dritten Quartal des Vorjahres (währungsbereinigt -1,1 %). Näheres dazu im Abschnitt „Segmente“.

Umsatz in Mio. Euro

Veränderung zum Vorjahr

Umsatz pro Foto in Eurocent

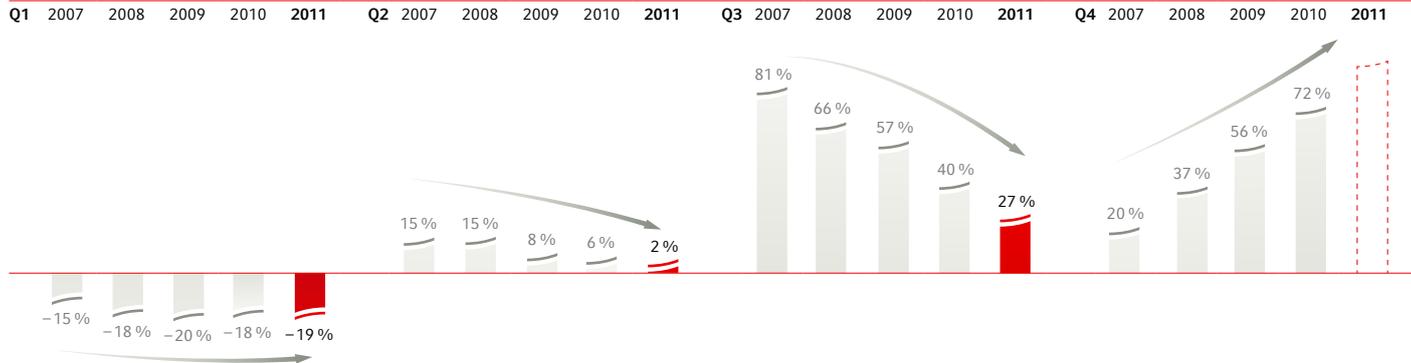
Veränderung zum Vorjahr

Ergebnisse und GuV-Struktur

- ▶ *Weiter starke Saisonverschiebung auf Ergebnisebene: Q2 und Q3 rückläufig, Q4 wird 2011 nahezu gesamten Jahresgewinn erwirtschaften*
- ▶ *Daher Q3-EBIT mit 8,9 Mio. Euro zwar rückläufig (Q3 2010: 12,3 Mio. Euro), aber besser als erwartet (7,6–8,4 Mio. Euro); damit auch EBIT im Q1–Q3 mit 4,4 Mio. Euro über den Erwartungen*
- ▶ *Ergebnis nach Steuern steigt im Q1–Q3 um 1,6 Mio. Euro auf 0,4 Mio. Euro*
- ▶ *Jahresergebnisziele greifbar: Nur mindestens 1,8 Mio. Euro Mehregebnis in Q4 benötigt (d. h. mindestens 23,6 Mio. Euro Q4-EBIT)*
- ▶ *Stabiler Basistrend: Saisonverschiebung hält an, stärkt das vierte Quartal und hat in vergangenen Jahren immer mindestens zu einer solchen Steigerung geführt*

Zum Verständnis der CEWE COLOR Ergebnislage sind drei saisonale Besonderheiten maßgeblich: Das schon immer verlustbringende erste Quartal, die derzeit noch fortschreitende Ergebnisreduktion im zweiten und dritten Quartal sowie der anhaltende, dies überkompensierende Gewinnanstieg im vierten Quartal.

EBIT vor Restrukturierung – Saisonverteilung in % vom EBIT



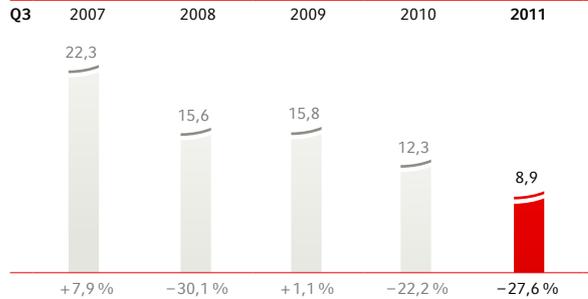
„Eisverkaufen im Winter“ – Fotofinishing im ersten Quartal immer mit negativen Ergebnissen

Schon immer war ein Verlust im ersten Quartal fester Bestandteil des Fotofinishing-Saisonprofils: Wie die Grafik der Ergebnis-Saisonverteilung zeigt, erwirtschaftete CEWE COLOR im ersten Quartal immer einen Jahresanlaufverlust, da aufgrund der starken Saisonschwerpunkte in den anderen Quartalen den Fixkosten keine entsprechenden Erträge gegenüberstehen, so dass zwangsläufig negative Ergebnisse entstehen: Fotofinishing im ersten Kalenderquartal ist wie „Eisverkaufen im Winter“ – so lautet die Branchenregel.

Saisonverschiebung stärkt weiter Q4 und schwächt v. a. Q2 und Q3: Gesamtertrag wächst dennoch

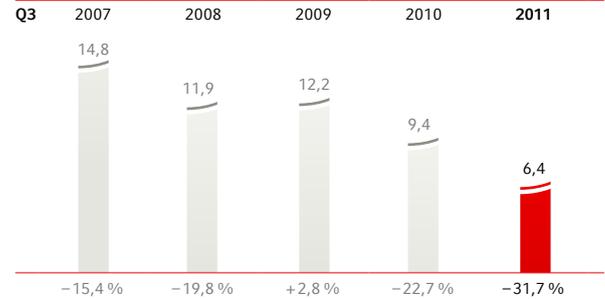
Der Markt verändert sich: Während für CEWE COLOR das vierte Quartal erheblich wachsende Umsatz- und Ergebnisbeiträge liefert, sinken Umsatz und Ertrag im zweiten und dritten Quartal. In Summe führt das starke Wachstum im vierten Quartal dennoch zu einem Plus im Gesamtjahr. Wie die Grafik der Ergebnis-Saisonverteilung andeutet, könnte in den nächsten Jahren auch das zweite und vielleicht auch das dritte Quartal eines Jahres, das in der Analog-Ära den größten Anteil des Jahresgewinns erwirtschaftete, einen negativen Ergebnisbeitrag liefern. Ein Blick auf das Ertragsprofil von Fotofinishing-Anbietern, die ausschließlich im Internet-Mailorder-Geschäft aktiv sind, belegt dies: Das vierte Quartal kompensiert dort den bis zum dritten Quartal aufgelaufenen Verlust und erwirtschaftet zusätzlich den Jahresgewinn.

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



Veränderung zum Vorjahr

Ergebnis nach Steuern in Mio. Euro



Veränderung zum Vorjahr

Gewinnschwelle wird derzeit immer später im Jahresverlauf erreicht

Vor diesem Hintergrund ist die Performance des Berichtsquartals und des ersten Halbjahres einzuordnen: Das durch die Saisonverschiebung geschwächte Ergebnis des zweiten Quartals kann bereits seit zwei Jahren nicht mehr den Jahresanfangsverlust des ersten Quartals aufholen. Daher kann CEWE COLOR das erste Halbjahr nicht mehr mit einem ausgeglichenen Ergebnis abschließen. Dies wird frühestens im Laufe des dritten Quartals erreicht. Das vierte Quartal liefert dann nahezu den gesamten – steigenden – Jahresgewinn. Im Jahr 2010 lag der Anteil des vierten Quartals am Jahresgewinn bereits bei 72 % des EBIT vor Restrukturierungen bzw. bei 77 % des EBIT nach Restrukturierungen. Diese Tendenz setzt sich 2011 zunehmend fort.

Aufbau des kommerziellen Digitaldrucks wird diesen Trend ausgleichen

Mit dem Ausbau des kommerziellen Digitaldrucks kann CEWE COLOR künftig das Saisonprofil glätten, die Kapazitäten kontinuierlicher auslasten und so die ersten drei Quartale stärken.

EBIT im dritten Quartal klar besser als erwartet

Besonders die Ergebnisebene zeigt den saisontypischen Verlauf – wie bereits das Volumen (vergleiche Abschnitt „Absatz“) und der Umsatz (vergleiche Abschnitt „Umsatz“). Wie der Grafik der Ergebnis-Saisonverteilung zu entnehmen ist, war für das dritte Quartal mit einem Ergebnisanteil (Anteil am EBIT vor Restrukturierungen) von ca. 27 % zu rechnen. Auf der Grundlage des Jahresziels von 28 bis 31 Mio. Euro ergibt sich daher ein Erwartungswert für das EBIT im dritten Quartal 2011 von etwa 7,6 bis 8,4 Mio. Euro. Im Berichtsquartal erreichte CEWE COLOR ein EBIT von 8,9 Mio. Euro und liegt damit klar besser als aufgrund des Jahreszieles zu erwarten war. Durch die Saisonverschiebung bedingt verringert sich der Ertrag im Berichtsquartal im Vergleich zum Vorjahr um 3,4 Mio. Euro. Dies impliziert eine Veränderung der Quartals-EBIT-Marge von 10,6 % auf 7,3 %. Die operativen Gründe dafür werden in der Diskussion der Gewinn- und Verlustrechnung des dritten Quartals beleuchtet.

Seite 32
Absatz

Seite 37
Umsatz

Seite 39
Ergebnis-Saison-
verteilung

Gewinnschwelle für 2011 im dritten Quartal überschritten

Die starken Ergebnisse des dritten Quartals haben die belastenden Effekte der Saisonverschiebung mit wachsenden Verlusten zum Jahresanfang nun überkompensiert. Nachdem das erste Halbjahr 2011 noch mit einem negativen EBIT von -4,5 Mio. Euro geschlossen hatte, stand per Ende des dritten Quartals ein positives EBIT von 4,4 Mio. Euro zu Buche – aufgrund der Saisonverschiebung 2,0 Mio. Euro (ohne Restrukturierungseffekte 2010: 4,2 Mio. Euro) geringer als zum Ende des dritten Quartals 2010.

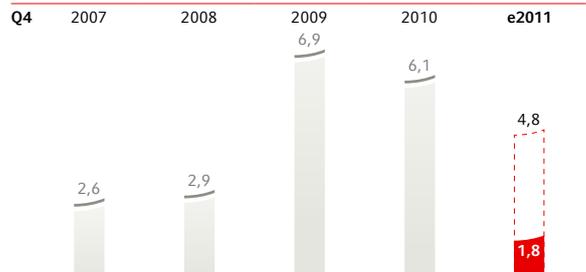
Jahresergebnisziele durch Saisonverschiebung greifbar nahe: Nur 1,8 Mio. Euro Mehrergebnis in Q4 benötigt

Das per Ende des dritten Quartals erreichte EBIT von 4,4 Mio. Euro ist eine ideale Basis, um das Jahresziel – ein EBIT von 28 bis 31 Mio. Euro – zu erreichen. Dafür müsste das EBIT im vierten Quartal 23,6 bis 26,6 Mio. Euro beitragen. Da CEWE COLOR im vierten Quartal 2010 ein EBIT von 21,8 Mio. Euro erwirtschaftet hat, ist also lediglich eine EBIT-Steigerung um 1,8 bis 4,8 Mio. Euro erforderlich.

Der EBIT-Zuwachs des vierten Quartales, der durch die Saisonverschiebung in das Weihnachtsquartal entsteht, betrug in den vergangenen vier Jahren immer 2,6 Mio. Euro oder mehr. Der notwendige Mehrertrag von 1,8 bis 4,8 Mio. Euro ist also aufgrund der anhaltenden Saisonverschiebung in greifbarer Nähe.

Zuwachs EBIT vor Restrukturierung Q4 vs. Vorjahr

EBIT-Zuwachs Q4 in Mio. Euro



Zwei wesentliche Trends beeinflussen die Struktur der Gewinn- und Verlustrechnung

In der Gewinn- und Verlustrechnung wirken im Wesentlichen zwei Trends mit teilweise gegenläufigen Effekten: Erstens wirkt der Trend „von Masse zu Klasse“, der den Anteil der Mehrwertprodukte mit höherem Wertschöpfungsanteil steigert. Tendenziell gilt somit: Der Materialaufwand sinkt, die Personalkosten und der sonstige betriebliche Aufwand wachsen. Zweitens schwankt der Anteil des Einzelhandels. Wenn sein Anteil steigt, ergibt sich daraus ein gegenläufiger Effekt: Der Materialaufwand nimmt zu, während der Personalaufwand sowie der sonstige Aufwand sinken. Wie sich ein Posten in der Gewinn- und Verlustrechnung tatsächlich entwickelt, hängt davon ab, welcher dieser Effekte jeweils überwogen hat.

Quartalspezifischer Produktmix lässt Materialaufwandsquote leicht auf 38 % ansteigen

Neben diesen maßgeblichen Determinanten hat sich im dritten Quartal der Produktmix ungewöhnlich stark verändert und so die Entwicklung der Materialquote dominiert: Von der vor allem

hitzewellenbedingten Konsumentenzurückhaltung des zweiten und dritten Quartals 2010 waren vor allem die Zahl von Digitalfoto-Prints betroffen – besonders die direkt am POS bestellten. Im Berichtsquartal stieg dagegen der Absatz dieser Produkte (wie im Abschnitt „Absatz“ erläutert). Für diese über viele Jahre stark preisumkämpften Produkte ist allerdings eine im Vergleich zu anderen Produkten hohe Materialeinsatzquote aufzuwenden. Durch den Anstieg der Rohmaterialpreise für Silber-Halogenidpapier wird dieser Effekt noch verstärkt. Aufgrund dieses Effektes stieg die Materialaufwandsquote von 36,9 % auf 38,0 % (46,3 Mio. Euro).

Rohergebnis sinkt leicht auf 65,0 %

Neben dem erhöhten Materialaufwand reduzierten auch verminderte sonstige betriebliche Erträge das Rohergebnis von 68,5 % auf 65,0 %. Dies ist etwa auf niedrigere Erträge aus Fremdwährungskursdifferenzen und verminderte Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen und sonstigen Verbindlichkeiten zurückzuführen.

Seite 32
Absatz

Ergebnisse Q1–Q3 in Mio. Euro	2011	2010	Veränderung
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	4,4	6,4	-31,3 %
Ergebnis vor Steuern	3,6	4,9	-26,6 %
Ergebnis nach Steuern	0,4	-1,1	—

Personalaufwand steigt durch Weihnachtsvorbereitung

Vor allem im vierten Quartal wird der Anteil von Mehrwertprodukten mit hoher Wertschöpfung weiter signifikant steigen. Diese Produkte erfordern einen höheren Personaleinsatz: Sowohl beim produzierenden Personal als auch in den Gemeinkostenbereichen – beispielsweise im Marketing, im Produktmanagement und in der IT, z. B. für die Programmierung der diversen Gestaltungs- und Bestellanwendungen.

Der Personalszuwachs im Gemeinkostenbereich vollzieht sich – je nach Verfügbarkeit guter Mitarbeiter am Personalmarkt – im gesamten Jahresverlauf relativ gleichmäßig, also auch in den Quartalen, die tendenziell Umsatzanteile verlieren. Deshalb waren die Personalkosten im zweiten Quartal bereits um 1,5 Mio. Euro gestiegen. Dieser Effekt war auch im dritten Quartal festzustellen. Zusätzlich hat das Unternehmen auch die Kapazität des produzierenden Personals frühzeitig aufgebaut, um in der Saisonspitze – dem Weihnachtsquartal – mit einer noch größeren Anzahl gut eingearbeiteter zusätzlicher Mitarbeiter agieren zu können.

Deshalb hat CEWE COLOR im dritten Quartal 2,4 Mio. Euro mehr aufgewandt als im Vorjahr, in der Summe der ersten drei Quartale sogar 5,3 Mio. Euro mehr. Insgesamt stieg der Personalaufwand im dritten Quartal auf 27,0 Mio. Euro (22,1 %), in den ersten drei Quartalen auf 79,6 Mio. Euro.

Sonstige betriebliche Aufwendungen sinken auf 29,0 %

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen sanken von 29,4 % im Vorjahresquartal auf 29,0 % im Berichtsquartal. Dies ist auf einen unterproportionalen Anstieg von 34,2 Mio. Euro auf 35,3 Mio. Euro zurückzuführen (+3,1 %).

Im dritten Quartal war dieser Zuwachs – anders als im Vorjahr – weniger durch zusätzlichen Marketingaufwand verursacht, sondern durch die Vorbereitung auf die Saisonspitze im vierten Quartal. Da im Vorjahresquartal die Aufwendungen der zweijährig stattfindenden Photokina zu verbuchen waren, reduzierten sich die gesamten Marketingaufwendungen im Vergleich zum Vorjahresquartal sogar leicht. Die kräftig gestiegenen Aufwendungen zur Saisonvorbereitung umfassen etwa die vorsorgliche Instandhaltung von Maschinen, eine Dachsanierung sowie diverse weitere Optimierungen. Solche Arbeiten sollen das vierte Quartal nicht stören.

Reduktion der Sachanlagen verringert Abschreibungen auf 6,6 %

Durch die reduzierte Sachanlagenintensität vermindern sich die Abschreibungen im Berichtsquartal um 0,6 Mio. Euro auf 6,6 % vom Umsatz (8,0 Mio. Euro). Dies lässt sich darauf zurückführen, dass die Investitionen schon seit 2008 – zwar nicht in jedem Quartal – stets kumuliert unter den Abschreibungen liegen.

Finanzaufwand deutlich vermindert

Trotz leicht gestiegener Zinssätze minderten deutlich reduzierte Finanzschulden die Zinsaufwendungen um 0,4 Mio. Euro auf 0,2 Mio. Euro.

Steueraufwand der ersten drei Quartale um 2,9 Mio. Euro reduziert

Wie im Vorjahresquartal schlug der Steueraufwand im Berichtsquartal unverändert mit 2,3 Mio. Euro zu Buche. Aufgrund periodenfremder Steueraufwendungen und -erträge sowie der unterschiedlichen Ergebnissituationen der einzelnen Gesellschaften im abgelaufenen Quartal hat sich der Ertragssteueraufwand nicht parallel zum Ergebnis entwickelt. Die Summe des Steueraufwands der ersten drei Quartale reduzierte sich um 2,9 Mio. Euro auf 3,2 Mio. Euro. Dafür ist eine Besonderheit im zweiten Quartal des Vorjahres verantwortlich: CEWE COLOR hatte 3,9 Mio. Euro Steueraufwendungen verbucht, da ein Forderungsverzicht der deutschen CEWE COLOR AG & Co. OHG gegenüber der französischen Gesellschaft aus dem Jahr 2008 mit einer steuerlichen Wirkung von 3 Mio. Euro im zweiten Quartal 2010 von den Steuerbehörden nicht akzeptiert worden war.¹

Jahresüberschuss: Auf Zielkurs

Aufgrund der beschriebenen Saisonverschiebungseffekte reduzierte sich das Ergebnis nach Steuern des dritten Quartals von 9,4 auf 6,4 Mio. Euro. In den ersten drei Quartalen des laufenden Jahres legte das Ergebnis nach Steuern jedoch um 1,6 Mio. Euro auf 0,4 Mio. Euro zu. Grundlage dieses Effektes war der Wegfall von Restrukturierungseffekten, die das erste Quartal 2010 noch belastet hatten.

Das Ergebnis nach Steuern von 0,4 Mio. Euro bildet ein solides Fundament, um beim Jahresüberschuss den Zielkorridor von 16 bis 19 Mio. Euro zu erreichen. Gegenüber dem im vierten Quartal 2010 erreichten Jahresüberschuss von 14,8 Mio. Euro ist dafür nun lediglich eine Steigerung von 0,8 bis 3,8 Mio. Euro im vierten Quartal 2011 erforderlich. In den vergangenen drei Jahren hat die Saisonverschiebung den Jahresüberschuss des vierten Quartals regelmäßig deutlich gesteigert: Q4 2008: +6,5 Mio. Euro; Q4 2009: +3,2 Mio. Euro; Q4 2010: +5,0 Mio. Euro. Vor diesem Hintergrund ist CEWE COLOR klar auf Kurs, die Zielwerte zu erreichen.

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

Segmente

- ▶ *Alle großen Fotofinishing-Segmente zeigen die Saisonverschiebungseffekte*
- ▶ *Einzelhandel stärkt EBIT-Marge*

Klare Gliederung der Segmente

CEWE COLOR berichtet in den vier Fotofinishing-Segmenten Zentraleuropa, Benelux, Westeuropa und Mittelosteuropa. Im fünften Segment werden die Einzelhandelsaktivitäten zusammengefasst. CEWE COLOR ordnet die Umsätze der Produktkategorie zu, mit der der Umsatz erzielt wird: Umsatz mit Fotofinishing-Produkten – also Fotos von Filmen, Digitalfotos, CEWE FOTOBÜCHER, Foto-Kalender und -grußkarten sowie andere Foto-Geschenkartikel und personalisierte Produkte – werden den Fotofinishing-Segmenten zugeordnet. Umsatz mit Hardware, die ohne weitere Veredelung durchgehandelt wird – also beispielsweise Kameras und Kamerazubehör – wird dem Segment Einzelhandel zugeordnet.

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

Zentraleuropa: Großer Erfolg mit CEWE FOTOBÜCHERN

Im Fotofinishing-Segment Zentraleuropa (Deutschland, Österreich, Schweiz, Skandinavien) hat vor allem der Zuwachs des CEWE FOTOBUCHS und der übrigen Mehrwertprodukte den Umsatz um 6,3 % auf 61,1 Mio. Euro gesteigert, in den ersten drei Quartalen um 6,4 % auf 152,7 Mio. Euro. Damit weist Zentraleuropa nicht nur absolut, sondern auch relativ die größte Umsatzsteigerung aller Segmente aus. Die EBIT-Marge ist mit 9,4 % im Berichtsquartal bzw. 2,9 % in den ersten drei Quartalen weiterhin die höchste aller Segmente. Die Reduktion gegenüber den Vorjahreswerten ist auf die im Abschnitt „Gewinn- und Verlustrechnung“ diskutierten Effekte der Saisonverschiebung zurückzuführen.

Q3: Umsatzentwicklung nach Segmenten in Mio. Euro	2011	2010	Veränderung
Fotofinishing – Zentraleuropa	61,1	57,5	+6,3 %
Fotofinishing – Westeuropa	12,2	11,5	+5,6 %
Fotofinishing – Benelux*	10,6	9,5	+11,6 %
Fotofinishing – Mittelosteuropa	8,0	8,0	–0,2 %
Einzelhandel	29,9	29,9	–0,1 %
Konzern	121,8	116,4	+4,6 %

* nur mit Vertriebsniederlassungen

Westeuropa: Wirkung der Saisonverschiebung deutlich erkennbar

In Westeuropa (Frankreich und Großbritannien) stieg der Umsatz im Berichtsquartal um 5,6 % auf 12,2 Mio. Euro. Auch für die ersten drei Quartale ist damit ein Plus von 4,6 % auf 30,4 Mio. Euro zu verzeichnen. Damit lagen die Steigerungsraten für den Westeuropa-Umsatz auf Höhe des Konzerns. Ebenfalls wie in den Fotofinishing-Segmenten insgesamt reduzierte sich die EBIT-Marge von 12,4 % auf 6,7 % im dritten Quartal bzw. von 1,8 % auf -2,4 % in den ersten drei Quartalen. Dies ist auf die im Abschnitt „Gewinn- und Verlustrechnung“ diskutierten Effekte der Saisonverschiebung zurückzuführen.

Benelux: Umsatz und Ergebnis steigen deutlich

Verglichen mit dem im Umsatz und EBIT – aufgrund von Absatzproblemen einiger Handelspartner – schwachen Vorjahresquartal konnte das Segment Benelux deutliche Steigerungen aufweisen. Der Umsatz legte um 11,6 % zu auf 10,6 Mio. Euro.

Damit wurden die Rückgänge des ersten Halbjahres ausgeglichen und für die ersten drei Quartale in Summe eine Umsatzsteigerung von 0,6 % erreicht. Die EBIT-Marge normalisierte sich von schwächeren 2,9 % des Vorjahresquartales auf 8,6 % bzw. in den ersten drei Quartalen von -0,4 % im Vorjahr auf +3,4 %.

Mittelosteuropa: Umsatz steigt +4,4 %, Profitabilität verbessert

Im Segment Mittelosteuropa sind die Labore und Aktivitäten in Polen, Tschechien und Ungarn sowie die Vertriebsaktivitäten in der Slowakei und weiteren ost- und südosteuropäischen Ländern zusammengefasst. Abweichend von der Nachfragestruktur vieler westeuropäischer Länder ist in Mittelosteuropa speziell im dritten Quartal der Rückgang der analogen Bildermengen noch stärker zu spüren. Im – zu analogen Zeiten wichtigsten – dritten Quartal werden die wegfallenden Analog-Umsätze durch Umsätze der neuen Druckprodukte noch nicht in dem Maße überkompensiert, wie dies in den anderen Segmenten der Fall ist.

Seite 39
Ergebnisse und
GuV-Struktur

Q3: EBIT nach Segmenten in Mio. Euro	2011	2010	Veränderung
Fotofinishing – Zentraleuropa	5,7	9,1	-37,1 %
Fotofinishing – Westeuropa	0,8	1,4	-42,6 %
Fotofinishing – Benelux*	0,9	0,3	+234,2 %
Fotofinishing – Mittelosteuropa	0,5	0,9	-38,3 %
Einzelhandel	0,9	0,6	+51,3 %
Konzern	8,9	12,3	-27,6 %

* nur mit Vertriebsniederlassungen

Daher weicht in Mitteleuropa die Umsatzentwicklung in den ersten drei Quartalen mit einer Steigerung von nur +2,2 % leicht von den anderen Fotofinishing-Segmenten ab.

Im Rahmen der Saisonverschiebung veränderte sich auch in Mitteleuropa die EBIT-Marge von 10,9 % im Vorjahresquartal auf 6,8 % im Berichtsquartal – für die ersten drei Quartale steigerte sie sich jedoch von –17,5 % auf –4,5 %. Dafür sind unter anderem Umstellungskosten für die Restrukturierung in Bratislava verantwortlich, die im ersten Quartal 2010 angefallen waren. Ohne diese hätte damals die Marge in den ersten drei Quartalen –6,1 % betragen. Aber auch im Vergleich dazu ist für 2011 eine EBIT-Margenverbesserung durch die Wirkung der Restrukturierung sowie operative Optimierungen zu erkennen.

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 Fotojoker, Fotolab, Japan Photo). Dieser Einzelhandel erfüllt für CEWE COLOR wichtige Funktionen: Erstens ist er – gerade in Mitteleuropa – wichtige Vertriebschiene für CEWE COLOR Laborleistungen. Die entsprechenden Umsätze und Erträge werden in den Fotofinishing-Segmenten gezeigt. Zweitens hat CEWE COLOR

die Möglichkeit, neue Vermarktungsstrategien für digitale Mehrwertprodukte – allen voran das CEWE FOTOBUCH – im Internet wie in Ladengeschäften unmittelbar zu testen und so weiterzuentwickeln. Drittens kann dieses Wissen dann an die Handelspartner weitergegeben werden. Für diese Wissensvermittlung liefert der CEWE COLOR Einzelhandel wichtige Referenzen.

Einzelhandel: EBIT-Marge gestärkt

Im zweiten Quartal war der Umsatz im Einzelhandel wegen der mangelhaften Lieferfähigkeit vieler Lieferanten aufgrund der Erdbebenkatastrophe in Japan um 10,5 % gefallen. Zum Ende des zweiten Quartals war die Ware dann eingetroffen und hatte die Lager bei CEWE COLOR gefüllt – wie im Bericht zum zweiten Quartal beschrieben. Daher hat der Einzelhandel im Berichtsquartal das Umsatzniveau des Vorjahres wieder erreicht (+0,1 % auf 29,9 Mio. Euro) – ebenso in den ersten drei Quartalen (+0,2 % auf 81,3 Mio. Euro). Die EBIT-Marge steigerte sich jedoch von 2,0 % im Vorjahresquartal auf 3,0 % im Berichtsquartal. Somit hat CEWE COLOR in den ersten drei Quartalen die Marge verdoppelt (von 0,5 % auf 1,0 %).

Bilanz und Finanzierung

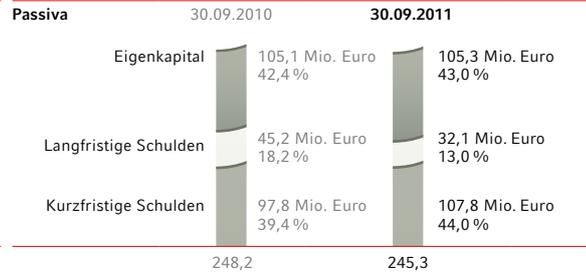
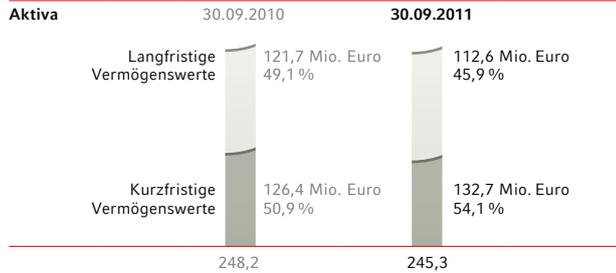
- ▶ *Verminderte Investitionen reduzieren langfristiges Vermögen um 0,5 Mio. Euro*
- ▶ *Operatives Netto-Working Capital im Jahresvergleich von 34 Tagen auf 32 Tage nochmals leicht reduziert*
- ▶ *Eigenkapitalquote steigt von 42,4 % (30. September 2010) auf solide 43,0 % (30. September 2011)*

Die Kommentierung der Bilanz bezieht sich im Wesentlichen auf die Entwicklung innerhalb des Berichtsquartals, d. h. auf den Vergleich der Bilanzen vom 30. Juni 2011 und 30. September 2011. Die von der jährlichen Saisonalität beeinflussten Positionen werden zusätzlich im Vergleich zum 30. September 2010 kommentiert.

Bilanzsumme sinkt im Jahresvergleich um 1,2 % bzw. 2,9 Mio. Euro

Obwohl sich die Bilanzsumme im Verlauf des Berichtsquartals um 2,8 % bzw. um 6,8 Mio. Euro erhöhte, bedeutet dies nahezu eine Halbierung des Anstiegs um –6,1 Mio. Euro im Vergleich zum selben Vorjahreszeitraum. Der Vergleich zum 30. September 2010 ergibt eine Bilanzverkürzung um 1,2 % bzw. 2,9 Mio. Euro.

Bilanzdaten in Mio. Euro und in %



Langfristiges Vermögen: Verminderte Investitionen reduzieren Vermögensintensität

Da die Investitionen im Vergleich zu den Vorjahren der Analog/Digital-Transformation inzwischen geringer ausfallen (siehe Abschnitt „Cash Flow“), die Abschreibungen auf diese Vermögenspositionen jedoch erst langsam von dem erhöhten Niveau zurückkommen, mindern sich die langfristigen Vermögenswerte insgesamt. Demgemäß gingen die immateriellen Vermögenswerte im Berichtsquartal um 0,9 Mio. Euro bzw. um 6,0 % zurück. Gegen diesen Trend wurde der Sachanlagenbestand im Verlaufe des dritten Quartals um 0,4 Mio. Euro bzw. 0,5 % aufgebaut, um CEWE COLOR fit für den anstehenden Saisonhöhepunkt zu machen. So wurden beispielsweise in verschiedenen Laboren automatische CEWE FOTOBUCH-Sortieranlagen gebaut. Im Vergleich zum 30. September 2010 dominierten die langfristigen Trends, so dass der Sachanlagenbestand um 4,4 Mio. Euro bzw. 5,5 % und die immateriellen Vermögenswerte um 2,8 Mio. Euro bzw. 16,6 % zurückgingen.

Kurzfristiges Vermögen: Saisonüblicher Anstieg kurzfristiger Vermögenswerte deutlich reduziert

Obwohl sich das kurzfristige Vermögen insgesamt um 6,4 % bzw. 8,0 Mio. Euro auf 132,7 Mio. Euro erhöhte, fällt dieser saisonübliche Anstieg um 4,9 Mio. Euro geringer aus als im selben Vorjahreszeitraum. Im Vergleich zum 30. September 2010 erhöhte sich das kurzfristige Vermögen um 4,9 % bzw. 6,2 Mio. Euro. Der wichtigste Effekt liegt in der positiven Entwicklung des operativen Brutto-Working Capitals. Während im dritten Quartal 2010 noch ein Anstieg um 6,9 Mio. Euro bzw. 8,0 % zu verzeich-

nen war, ist es im Berichtsquartal gelungen, diesen Anstieg auf 2,7 Mio. Euro bzw. 2,8 % zu begrenzen. Dies lag hauptsächlich an der Entwicklung des Vorratsbestands, der um 6,1 Mio. Euro auf 42,3 Mio. Euro abgebaut wurde. Noch im zweiten Quartal waren die Vorräte des Einzelhandels kurz vor dem 30. Juni 2011 aufgebaut worden, da aufgrund der Naturkatastrophe und des Reaktorunfalls in Japan teilweise Lieferverzögerungen der Hersteller eingetreten waren, die erst zum Ende des zweiten Quartals gelöst wurden. Diese Überbestände aufgrund der Lieferungen kurz vor dem Bilanzstichtag wurden bis zum 30. September reduziert.

Außerdem legten die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 8,7 Mio. Euro auf 57,0 Mio. Euro zu. Damit ist der saisonale Anstieg leicht niedriger als im Vorjahreszeitraum. Im Berichtsquartal konnten die liquiden Mittel um 5,7 Mio. Euro auf 19,2 Mio. Euro aufgebaut werden. Vor allem der Aktienrückkauf und der weitere Abbau der Finanzverbindlichkeiten reduzierten den saisonalen Liquiditätszuwachs leicht.

Working Capital im Jahresvergleich von 34 Tagen auf 32 Tage erneut leicht reduziert

Das operative Brutto-Working Capital legte im Berichtsquartal – wie beschrieben – um 2,7 Mio. Euro auf 99,2 Mio. Euro zu bzw. um 5,4 Mio. Euro gegenüber dem gleichen Saisonzeitpunkt des Vorjahres. Im selben Zeitraum stiegen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 3,4 Mio. Euro auf 59,6 Mio. Euro, auch durch das gegenüber dem zweiten Quartal höhere Investitionsvolumen des dritten Quartals. Gegenüber dem 30. September 2010 sind die kurzfristigen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen deutlich um 9,4 Mio. Euro angestiegen. Daher liegt das operative Netto-Working Capital in Summe mit 39,6 Mio. Euro deutlich unter dem Niveau des Vorjahres (30. September 2010: 43,6 Mio. Euro). Bezogen auf den jeweiligen Quartalsumsatz verbesserte sich die Working Capital-Situation nochmals: In Umsatztagen (Days Working Capital) ausgedrückt, reduzierte sich das operative Netto-Working Capital von 34 Tagen zum Ende des Vorjahresquartals auf 32 Tage zum Berichtsquartalsende.

Stabil hohe Eigenkapitalquote: 43,0 %

Dem im dritten Quartal erwirtschafteten Konzernergebnis von 6,4 Mio. Euro standen negative erfolgsneutrale Aufwendungen und Erträge in Höhe von –2,4 Mio. Euro, die vorwiegend Währungseffekte sowie Ertragsteuern auf erfolgsneutrale Aufwendungen und Erträge betrafen, und Aktienrückkäufe von 4,9 Mio. Euro gegenüber. Hierdurch wurde das Eigenkapital im Verlauf des Berichtsquartals von 106,2 Mio. Euro auf 105,3 Mio. Euro reduziert. Im Vergleich zum entsprechenden Saisonzeitpunkt des Vorjahres ist jedoch ein Anstieg des

Eigenkapitals um 0,2 Mio. Euro festzustellen. Die Eigenkapitalquote hat sich damit in den vergangenen zwölf Monaten von 42,4 % auf 43,0 % erhöht.

Neben dieser Veränderung im Eigenkapital und dem bereits diskutierten Anstieg der kurzfristigen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen haben sich im Berichtsquartal auf der Passivseite folgende Veränderungen ergeben: Die Brutto-Finanzschulden wurden im Berichtsquartal um 2,0 Mio. Euro getilgt und betragen 25,9 Mio. Euro zum 30. September 2011. Durch Tilgungen und Verfristungen reduzierten sich die langfristigen Finanzverbindlichkeiten um 1,9 Mio. Euro auf 18,5 Mio. Euro. Die kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten reduzierten sich im Berichtsquartal um 0,1 Mio. Euro auf 7,4 Mio. Euro.

Die kurzfristigen übrigen Verbindlichkeiten haben sich um 5,1 Mio. Euro auf 28,6 Mio. Euro erhöht. Der Anstieg resultiert aus Effekten im Bereich der Personalverbindlichkeiten – etwa für das 13. Gehalt, Tantiemen, Urlaubsgeld und Überstundenvergütungen – sowie aus insbesondere im Einzelhandel gestiegenen Umsatzsteuerverbindlichkeiten, da sich aus geringeren Vorsteuerabzugsbeträgen höhere Umsatzsteuerzahllasten ergeben hatten.

Cash Flow

- ▶ *Cash Flow aus operativer Geschäftstätigkeit legt 1,4 Mio. Euro zu*
- ▶ *Investitionen um 5 % gesteigert, da Vorbereitung auf Weihnachtssaison*
- ▶ *Free-Cash Flow steigt daher um 1,0 Mio. Euro*

Cash Flow aus operativer Geschäftstätigkeit legt 1,4 Mio. Euro zu
Das EBIT – als Ausgangspunkt der Cash Flow-Ermittlung – lag im Berichtsquartal mit 8,9 Mio. Euro aufgrund der anhaltenden Saisonverschiebung um 3,4 Mio. Euro niedriger als im Vorjahresquartal (Q1–Q3 2011 4,4 Mio. Euro, 2,0 Mio. Euro niedriger als 2010). Nach Anpassungen um zahlungsunwirksame Effekte wie z. B. Abschreibungen ergab sich so ein EBIT-induzierter Cash Flow von 15,8 Mio. Euro, 5,6 Mio. Euro weniger als im Vorjahresquartal (Q1–Q3 2011 28,0 Mio. Euro, 8,0 Mio. Euro geringer als 2010) – wichtigster Unterschied neben saisonverschiebungsbedingtem EBIT: zahlungsunwirksame Fremdwährungseffekte.

Durch konsequentes Working Capital-Management konnten im Berichtsquartal positive Zahlungsflüsse von 0,7 Mio. Euro erzeugt werden, indem – wie im Bilanz-Abschnitt beschrieben – die im operativen Netto-Working Capital gebundenen Mittel reduziert wurden. Im sonstigen Netto-Working Capital ergaben sich saisonal getriebene positive Einflüsse (6,8 Mio. Euro), die sich nahezu auf dem Niveau des Vorjahresquartals bewegen. Im Berichtsquartal waren Steuerzahlungen von 2,0 Mio. Euro erfolgt, nachdem im dritten Quartal 2010 noch 4,8 Mio. Euro

angefallen waren. Diese beinhalteten jedoch für den Veranlagungszeitraum 2008 Steuernachzahlungen von 3,0 Mio. Euro. Unter Berücksichtigung der Cash Flow-Effekte aus gezahlten Steuern ergab sich im Berichtsquartal ein Working Capital- und steuerinduzierter Cash Flow von 5,5 Mio. Euro. In Summe mit dem EBIT-induzierten Cash Flow belief sich daher der Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit auf 21,3 Mio. Euro und damit 1,4 Mio. Euro mehr als im Vorjahresquartal.

Seit Jahresbeginn wurde im operativen Netto-Working Capital 0,1 Mio. Euro Cash freigesetzt; das sind zwar 1,9 Mio. Euro weniger als im Vorjahreszeitraum, der hohe Vorjahreswert resultierte aber aus dem Abbau von Überbeständen im Kioskpapier-Bereich. Die sich seit Jahresbeginn im sonstigen Netto-Working Capital ergebenden positive Einflüsse von 13,4 Mio. Euro resultierten zu 10,0 Mio. Euro aus im zweiten Quartal dem liquiden Vermögen zugeführten Finanzmitteln, die zuvor für mehr als drei Monate angelegt waren. Die übrigen Effekte sind gestiegene Umsatzsteuer-Verbindlichkeiten oder gestiegene sonstige kurzfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten – etwa im Personalbereich – die das sonstige Working Capital zum Cash Flow beitrug. Unter Berücksichtigung der gezahlten Steuern (–7,7 Mio. Euro) und des operativen Netto-Working Capitals (0,1 Mio. Euro) ergab sich ein Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit in Höhe von 33,9 Mio. Euro, 3,0 Mio. Euro mehr als im selben Vorjahreszeitraum.

Investitionen im ersten bis dritten Quartal um 0,3 Mio. Euro reduziert

Im Berichtsquartal lagen die Cash Flows für Investitionen unter Berücksichtigung von unwesentlichen Einzahlungen aus Anlagenverkäufen bei 8,3 Mio. Euro – und damit um 0,4 Mio. Euro höher als im Vorjahresquartal. Im dritten Quartal 2010 waren 1,4 Mio. Euro für den Kauf von langfristigen Vermögenswerten im Zusammenhang mit dem Erwerb der Aktivitäten von Eurofoto A/S in Norwegen aufgewendet worden. Um diesen Effekt bereinigt sind die Investitionen des Berichtsquartals um 1,8 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahresquartal angestiegen. Wie im Abschnitt „Bilanz“ bereits erläutert, wurden wesentliche Investitionen zur Vorbereitung auf die Weihnachtssaison getätigt. In Produktionsanlagen und -gebäude wurden 7,2 Mio. Euro investiert. Von diesen Investitionen entfielen 4,4 Mio. Euro auf Maschinen wie Druckmaschinen oder CEWE FOTOBUCH-Sortieranlagen sowie ca. 0,9 Mio. Euro auf DigiFoto-Maker, Vor-Ort-Drucker und entsprechende Möbel. Zusätzlich wurden etwa 1,1 Mio. Euro für Software aufgewendet.

Damit hat das Unternehmen die im ersten Halbjahr gegenüber dem Vorjahreshalbjahr um 0,7 Mio. Euro reduzierten Investitionen wieder aufgeholt, so dass die gesamten Investitionen im ersten bis dritten Quartal mit 19,0 Mio. Euro zwar immer noch um 0,3 Mio. Euro unter dem Vorjahreszeitraum lagen, bereinigt um den Erwerb der Vermögenswerte von Eurofoto A/S jedoch um 1,2 Mio. Euro gestiegen sind.

Free-Cash Flow steigt um 1,0 Mio. Euro

Der Free-Cash Flow stieg somit um 1,0 Mio. Euro von 12,0 Mio. Euro im Vorjahresquartal auf 13,0 Mio. Euro im Berichtsquartal. Für das erste bis dritte Quartal summiert sich der Free-Cash Flow auf 14,9 Mio. Euro – ein Plus von 3,3 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Kapitalrentabilität

- **12-Monats-ROCE steigt von 14,1 % (per 30. September 2010) auf nun 17,0 % (per 30. September 2011)**

Capital Employed weiter reduziert

Im Vergleich zum gleichen Saisonzeitpunkt des Vorjahres hat sich das Capital Employed per 30. September 2011 von 157,9 Mio. Euro im Vorjahr auf 144,9 Mio. Euro weiter reduziert.

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 zwölf Monaten addiert und beim Capital Employed der Durchschnitt der vier vergangenen Quartalsstichtage berechnet, startend mit dem Berichtsstichtag des aktuellen Quartalsberichts.

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

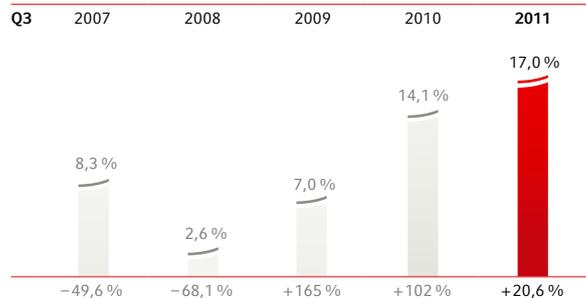
Das auf Basis der Quartalsstichtage ermittelte durchschnittliche Capital Employed zum 30. September 2011 betrug 153,9 Mio. Euro – eine Reduktion um 2,4 Mio. Euro gegenüber dem gleichen Zeitraum ein Jahr zuvor. Die Summe des EBIT

vom vierten Quartal 2010 bis zum dritten Quartal 2011 beläuft sich auf 26,2 Mio. Euro und liegt damit um 4,1 Mio. Euro über dem Vergleichswert vom vierten Quartal 2009 bis zum dritten Quartal 2010. Bereinigt um Restrukturierungsaufwand beläuft sich der Anstieg auf immerhin noch 1,9 Mio. Euro.

ROCE steigt auf 17,0 %

Der Anstieg des EBIT der vergangenen zwölf Monate zum einen sowie die leichte Reduktion des durchschnittlichen Kapitaleinsatzes zum anderen haben die Kapitalrendite deutlich steigen lassen. Mit 17,0 % erzielt CEWE COLOR eine attraktive Verzinsung des investierten Kapitals. Im Vorjahr hatte der ROCE noch bei 14,1 % per 30. September 2010 gelegen und der ROCE exklusive Restrukturierungsaufwand bei 15,5 %. Beide Vorjahreswerte werden also übertroffen.

12-Monats-ROCE in %



Veränderung zum Vorjahr

MITARBEITER

Mitarbeiterzahl legt im Vorjahresvergleich leicht zu

Die Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der CEWE COLOR Gruppe erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr per Ende September 2011 um 1,3 % auf nun 2.686 Mitarbeiter (Vorjahr: 2.651 Mitarbeiter).

Dieser leichte Anstieg um insgesamt 35 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter resultierte zum einen aus dem Ausbau der Einzelhandelsaktivitäten in Norwegen, der bereits Ende 2010 vorgenommen worden war und sich jetzt noch im Vorjahresvergleich zeigt. Zum anderen wurden die Zentralfunktionen Forschung und Entwicklung im Bereich Softwareentwicklung sowie Marketing und Produktmanagement weiter verstärkt. Darüber hinaus ist zum Ende des dritten Quartals die Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Produktionsbereichen einiger Betriebe leicht

angestiegen, da CEWE COLOR bereits frühzeitig mit dem Aufbau der Personalkapazitäten für das Weihnachtsquartal begonnen hat, um so für die Saisonspitze eine noch größere Anzahl gut eingearbeiteter Mitarbeiter einsetzen zu können.

Q1 – Q3: Mitarbeiter nach Regionen	2011	2010	Veränderung
Zentraleuropa	1.703	1.661	+2,5 %
Westeuropa	197	197	+/-0,0 %
Benelux	35	36	-2,8 %
Mittelosteuropa	751	757	-0,8 %
Konzern	2.686	2.651	+1,3 %

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 2.678 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

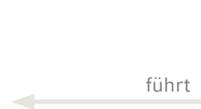
Neumüller CEWE COLOR Stiftung

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



CEWE COLOR AG & Co. OHG

- ca. 2.700 Mitarbeiter
- Betreibt das gesamte operative Geschäft der CEWE COLOR Gruppe
 - Geführt von den Vorständen und Geschäftsführern der Stiftung



viaprinto entspannt.

**Organisieren Sie Ihren Druck online - einfach, schnell und zuverlässig.
Mit dem Online-Druckservice von CEWE COLOR.**

viaprinto macht aus Ihren Unterlagen im Handumdrehen erstklassige Broschüren, Flyer, Bücher, Spiralbindungen, Plakate, Visitenkarten oder Ordner.

Das Vorgehen ist verblüffend einfach:

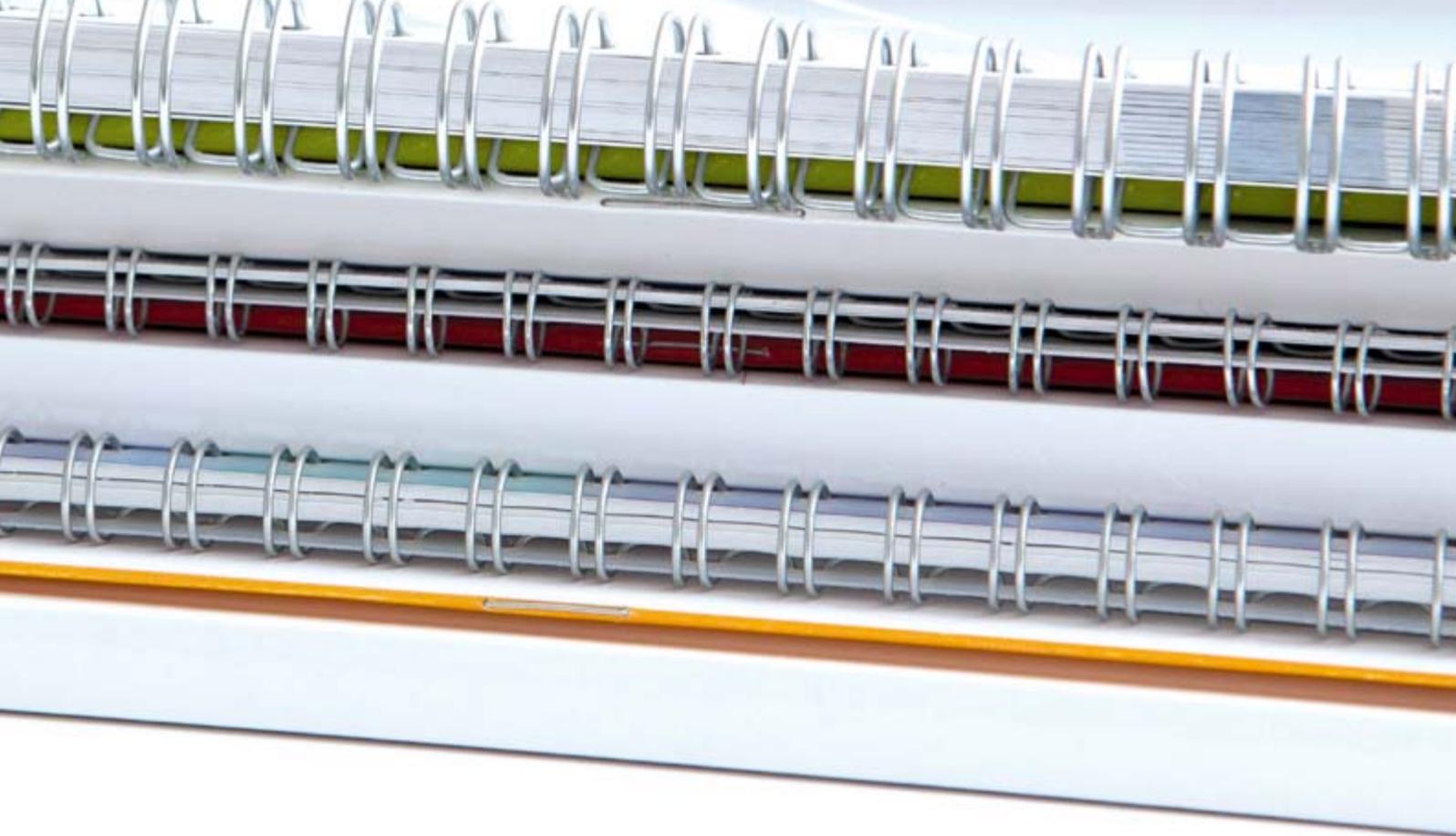
Sie laden auf **www.viaprinto.de** Ihre Dokumente hoch, lassen sich das gewünschte Produkt in der Vorschau anzeigen und erhalten Ihre Lieferung auf Wunsch über Nacht bzw. 36 schnelle Stunden später.

Das Besondere für Sie:

- ▶ Direkt hochladen aus Word-, PowerPoint- oder PDF-Formaten
- ▶ Intuitive Benutzerführung ermöglicht einfaches Hochladen, Auswählen, Prüfen und Bestellen
- ▶ Detaillierte Vorschau für Ihre Produkte bereits vor Produktionsbeginn
- ▶ Sämtliche Produkte können ohne Mindestbestellmengen ab 1 Exemplar bestellt werden
- ▶ Versand an einen oder beliebig viele Adressaten
- ▶ Bequemes Speichern und Organisieren Ihrer Dokumente im geschützten Dokumenten-Manager

viaprinto ist ausgezeichnet:





Wir freuen uns auf Sie:

Tel. +49 (0) 800 - 589 31 41* oder www.viaprinto.de

*Gebührenfrei aus dem dt. Festnetz und allen dt. Mobilfunknetzen.

 **viaprinto**
Erfolg hat schöne Seiten.

PROGNOSEBERICHT

Ausbau des kommerziellen Digitaldrucks geplant

Im Rahmen der Analog/Digital-Transformation des Fotofinishing-Geschäftes hat CEWE COLOR Kapazitäten und Kompetenzen in der Produktionstechnologie des Digitaldrucks aufgebaut. Diese Technologie sowie die umfassende Internet-Kompetenz ist die Basis für den kommerziellen Digitaldruck, den CEWE COLOR gestartet hat und in den nächsten Jahren weiter auszubauen beabsichtigt. Im Fotofinishing hat das Unternehmen mit dem CEWE FOTOBUCH erstmals ein Markenprodukt aufgebaut, das im Premiumsegment positioniert ist. CEWE COLOR sorgt mit effizienten Kampagnen dafür, die Markenpräferenz der Konsumenten zu steigern und so den Verkauf über die Handelspartner zu stärken. Diesen Kurs setzt CEWE COLOR fort.

Weiterhin Fokus auf Europa

CEWE COLOR betreibt sein Geschäft derzeit nahezu ausschließlich in Europa. Umsatz und Ertrag werden auch in absehbarer Zukunft voraussichtlich fast vollständig aus Europa kommen. Sollten sich besonders attraktive Opportunitäten bieten, könnte CEWE COLOR jedoch auch in weiteren Regionen aktiv werden.

Permanente Arbeit an der Technologiebasis

Wie in der Vergangenheit strebt CEWE COLOR an, auch zukünftig Effektivitäts- und Effizienzpotenziale der Produktions- und Datentransfertechnologien zu heben. Grundlage dafür sind sowohl Best-Practice-Transfers zwischen den Betrieben als auch externe Benchmarks.

Der Konsument im Fokus der F&E-Abteilungen

Bei dieser Weiterentwicklung der Technologien rücken die Schnittstellen mit dem Konsumenten sehr stark in den Vordergrund. Zusätzlich arbeitet CEWE COLOR an Produktions- und Logistiklösungen, um die Abwicklung der Aufträge qualitativ hochwertiger, kostengünstiger und – in der weiten CEWE-Definition des Begriffs – nachhaltiger zu gestalten.

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 Erfolgskriterium für die gelungene Analog/Digital-Transformation. CEWE COLOR strebt an, die in den vergangenen Jahren implementierten Innovationsprozesse zu nutzen, um auf dieser Basis die oftmals marktführende Position zu erhalten bzw. auszubauen.

Weltwirtschaft bleibt auf Expansionskurs

Der Internationale Währungsfonds (IWF) sieht die Weltwirtschaft in einer gefährlichen Phase. Im September 2011 hat er seine Prognose für das globale Konjunkturwachstum im Vergleich zu seiner Juni-Vorhersage für das laufende Jahr um 0,3 Prozentpunkte auf 4,0 % und für 2012 um 0,5 Prozentpunkte ebenfalls auf 4,0 % gesenkt. Der IWF wies darauf hin, dass die Prognose unter der Annahme getroffen wurde, dass die Politiker Europas die Krise in der Euro-Peripherie

eindämmen können, den US-Politikern die Balance zwischen Konjunkturunterstützung und mittelfristiger Haushaltskonsolidierung gelingt, die Volatilität an den globalen Finanzmärkten nicht eskaliert und die expansive Geldpolitik pausiert. Für die Industriestaaten hat der IWF seine Prognose für das reale BIP-Wachstum auf 1,6 % für 2011 (Juni 2011: 2,2 %) und auf 1,9 % für das kommende Jahr (Juni 2011: 2,6 %) deutlicher gesenkt als für die Schwellenländer. Sie werden 2011 voraussichtlich um 6,4 % (Juni 2011: 6,6 %) und 2012 um 6,1 % (Juni 2011: 6,4 %) expandieren.

Für den Euroraum erwartet die Europäische Zentralbank (EZB) in der zweiten Jahreshälfte ein sehr moderates Wachstum. Ursächlich dafür sind die geringere Dynamik der globalen Nachfrage, die Einbußen beim Unternehmer- und Verbrauchervertrauen sowie die andauernden Spannungen an einigen Staatsanleihemärkten im Euroraum. Der IWF hat seine Prognose für das Wirtschaftswachstum im Euro-Gebiet deutlich um 0,4 Prozentpunkte auf 1,6 % im laufenden Jahr und um 0,6 % auf 1,1 % für 2012 reduziert. Die führenden Wirtschaftsforschungsinstitute Deutschlands haben dagegen ihre Vorhersage für das BIP-Wachstum wegen des starken Jahresauftakts von 2,8 % auf 2,9 % angehoben. Allerdings werden die nachlassenden außenwirtschaftlichen Impulse und die vorsichtiger Binnennachfrage der Unternehmen und der privaten Haushalte aufgrund der Schulden- und Vertrauenskrise im Euroraum die Wirtschaftsdynamik im weiteren Jahresverlauf bremsen. Die

durch die Eurokrise ausgelösten hohen Wertverluste und großen Kursschwankungen an den Finanzmärkten sowie die deutliche Verschlechterung von zentralen Stimmungsindikatoren seit August 2011 deuten nach Ansicht der Institute darauf hin, dass die gesamtwirtschaftliche Produktion im Winterhalbjahr 2011/2012 sogar stagnieren wird. Ab dem zweiten Quartal 2012 sollte die Konjunktur – bei sinkender Unsicherheit im Euroraum – wieder Fahrt aufnehmen. Gleichwohl haben die Institute für 2012 ihre Konjunkturprognose wegen des ungünstigeren internationalen Umfelds und der Verunsicherung aufgrund der Staatsschuldenkrise im Euroraum deutlich von +2,0 % auf +0,8 % gesenkt.

CEWE COLOR weitgehend losgelöst von wirtschaftlicher Gesamtentwicklung

In der Wirtschafts- und Finanzkrise der Jahre 2008 und 2009 hat sich das Geschäftsmodell von CEWE COLOR als überaus robust erwiesen: Die Entwicklung von CEWE COLOR korreliert derzeit nur wenig mit der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung. Im Stammgeschäft Fotofinishing stellen die Produkte für den Konsumenten einen hohen emotionalen Wert dar bei gleichzeitig vergleichsweise geringem finanziellem Einsatz. In den Jahren 2008 und 2009 hatten sich die negative konjunkturelle Entwicklung sowie die Konsumzurückhaltung nur unwesentlich auf CEWE COLOR ausgewirkt: Das BIP der 17 EU-Staaten hatte sich 2009 um –4,2 % reduziert. Der währungsbereinigte Umsatz von CEWE COLOR legte hingegen im gleichen Zeitraum um +1,8 % zu.

Der Wandel hin zu höherpreisigen Mehrwertprodukten (z. B. Wanddekorationen) lässt in diesem Produktsegment eine höhere Abhängigkeit vom Konsumklima denkbar erscheinen. Derzeit ist dies jedoch noch nicht erkennbar.

Fotofinishing im Jahresverlauf mit leichtem Wachstum

CEWE COLOR fördert den wachsenden Marktanteil von Mehrwertprodukten, um den Rückgang der entwickelten Einzel-Fotos im klassischen chemischen Silber-Halogenid-Verfahren auszugleichen. Neben dem inzwischen weit fortgeschrittenen Rückgang der Analogfotos von Filmen betrifft dies den beginnenden Rückgang der Einzelfotos 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.

Hochlauf kommerzieller Digitaldruck unabhängig von Wirtschaftslage

Der kommerzielle Digitaldruck im Web-to-Print-Ansatz bietet eine Reihe von Vorteilen für den Besteller: Qualitätsgewinn durch hochprofessionelle Druckprodukte, weit über heute oft genutzter Copy-Shop-Qualität, sowie einen Zeitgewinn durch bedienerfreundliche Internet-Bestellung, schnelle Produktion und zügige Lieferung. Darüber hinaus sparen Kunden durch einfach zu bedienende Standardprogramme Agenturaufwand und nutzen preisgünstige, bedarfsorientierte Kleinstauflagen. So sind etwa Broschüren jeder Art immer in der aktuellen

Version bedarfsgenau produzierbar. Daraus ergeben sich unmittelbar ökonomische und qualitative Vorteile für den Kunden. CEWE COLOR kann mit diesem Geschäftsfeld künftig die Kapazitätsauslastung verstetigen und das Saisonprofil optimieren.

Herausforderung: Marketing für Web-to-Print

Die Entwicklung des Geschäftsmodells des kommerziellen Digitaldrucks im Web-to-Print-Ansatz ist vor allem von zwei Faktoren abhängig: wie schnell es gelingt, eine große Zahl von Unternehmen von den Vorteilen des Angebots zu überzeugen und wie schnell die Abnehmer ihr tatsächliches Verhalten ändern. Denn die „eingeschliffenen“ Verhaltensweisen des Druckens und Bindens sind dafür zu verändern – sei es auf dem eigenen Drucker, beim Copy-Shop oder beim altbekannten Druckanbieter. Naturgemäß verlangen solche Verhaltensänderungen Zeit. Mittelfristig geht CEWE COLOR jedoch von einem deutlich wachsenden Anteil des kommerziellen Digitaldrucks im Web-to-Print-Geschäft am Gesamtumsatz aus.

2012 wird ähnliche Charakteristika aufweisen wie 2011

2011 ist also von einer zweigeteilten Arbeit dominiert: Aktive Weiterentwicklung des Geschäftes mit dem CEWE FOTOBUCH und anderen Mehrwertprodukten einerseits und Arbeit an der Entwicklung des Geschäftsmodells im kommerziellen Digitaldruck andererseits. Dies werden aus heutiger Sicht auch 2012 die dominanten Entwicklungsrichtungen sein, an denen das Unternehmen arbeiten wird.

Saisonschiebung in das vierte Quartal hält an

Wie im Kapitel „Resultate“ ausführlich beschrieben, hält die Absatz-, Umsatz- und Ergebnisverschiebung in das vierte Quartal 2011 an. Dieser Zuwachs geht vor allem zu Lasten des zweiten und des dritten Quartals. Dieser Trend wird sich auch 2012 fortsetzen.

Kommerzieller Digitaldruck soll zukünftig die ersten drei Quartale stärken

Wie im Kapitel „Resultate“ angedeutet, könnte in den nächsten Jahren daher auch das zweite und vielleicht auch das dritte Quartal einen negativen Ergebnisbeitrag liefern. Ein Blick auf das Ertragsprofil von Fotofinishing-Anbietern, die ausschließlich im Internet-Mailorder-Geschäft aktiv sind, belegt dies: Das vierte Quartal kompensiert dort den bis zum dritten Quartal aufgelaufenen Verlust und erwirtschaftet zusätzlich den Jahresgewinn. Mit dem Ausbau des kommerziellen Digitaldrucks kann CEWE COLOR künftig das Saisonprofil glätten, die Kapazitäten kontinuierlicher auslasten und so die ersten drei Quartale stärken.

Zwei wesentliche Trends beeinflussen die Struktur der Gewinn- und Verlustrechnung

In der Gewinn- und Verlustrechnung wirken im Wesentlichen zwei Trends mit teilweise gegenläufigen Effekten: Erstens wirkt der Trend „von Masse zu Klasse“, mit dem der Anteil der Mehrwertprodukte mit höherem Wertschöpfungsanteil wächst. Tendenziell gilt somit: Der Materialaufwand sinkt, die Personalkosten und der sonstige betriebliche Aufwand steigen. Zweitens

schwankt der Anteil des Einzelhandels am Gesamtumsatz. Daraus ergibt sich – beispielsweise bei steigendem Anteil – ein gegenläufiger Effekt: Der Materialaufwand steigt, während der Personalaufwand sowie der sonstige Aufwand sinken. Je nach Entwicklung des Einzelhandels variiert das Gewicht dieses Trends. Das Zusammenspiel dieser Trends wird voraussichtlich die Struktur der Gewinn- und Verlustrechnung in den nächsten Jahren determinieren.

2011 mit „Rückenwind“ an zwei Stellen

2009 hat CEWE COLOR letztmals große analog/digital-transformatiionsbedingte Restrukturierungsbelastungen von etwa 10 Mio. Euro pro Jahr verkraften müssen. Die Ergebnisse des Jahres 2010 haben davon bereits stark profitiert. Allerdings waren 2010 auf Basis einer Analyse des Standort-Layouts in Europa Optimierungskosten für die Umwandlung des Standorts in Bratislava in Höhe von 2,2 Mio. Euro zu verzeichnen. Der Vorstand erwartet nicht, dass sich vergleichbare Aufwendungen in dieser Höhe kurzfristig wiederholen. Zusätzlicher „Rückenwind“ im Jahr 2011 wird sich aus der entfallenden Steuersonderbelastung in Höhe von 3,0 Mio. Euro ergeben, die 2010 entstanden war. Steuerlich war der Forderungsverzicht gegenüber der französischen Tochter aus dem Jahr 2008 nicht anerkannt worden. Im zweiten Quartal 2011 hatte sich dieser Vorteil in der Gewinn- und Verlustrechnung materialisiert.

Weitere Ergebnissteigerung 2011 prognostiziert

Diesen Rückenwind wird das Unternehmen nutzen, um in das CEWE FOTOBUCH und weitere Mehrwertprodukte im Fotofinishing sowie in den kommerziellen Digitaldruck im Web-to-Print-Ansatz zu investieren.

Damit ist CEWE COLOR gut positioniert, auch in den kommenden Jahren Wert für Mitarbeiter, Aktionäre, Handelspartner und Konsumenten zu schaffen.

Trotz der Aufwendungen für künftige Marktchancen strebt CEWE COLOR auch im Jahr 2011 ein Ertragswachstum an. 2011 soll das Ergebnis je Aktie von 2,02 Euro je Aktie (2010) auf 2,36 bis 2,80 Euro je Aktie zulegen – ein Zuwachs um bis zu 39 %.

Alle weiteren Ziele sind der folgenden Tabelle zu entnehmen:

Zielsetzung für 2011		Veränderung zum Vorjahr
Digitalfotos	2,0–2,1 Mrd. Stück	–6 % bis –1 %
Fotos von Filmen	0,23–0,26 Mrd. Stück	–38 % bis –30 %
Fotos gesamt	2,23–2,36 Mrd. Stück	–11 % bis –6 %
CEWE FOTOBÜCHER	4,6–4,8 Mio. Stück	+7 % bis +12 %
Investitionen	30–32 Mio. Euro	+14 % bis +21 %
Umsatz (währungsbereinigt)	447–460 Mio. Euro	+/-0 % bis +3 %
EBIT	28–31 Mio. Euro	+/-0 % bis +10 %
Ergebnis vor Steuern (EBT)	26–29 Mio. Euro	+/-0 % bis +10 %
Nachsteuerergebnis	16–19 Mio. Euro	+17 % bis +39 %
Ergebnis je Aktie	2,36–2,80 Euro/Stück	+17 % bis +39 %

Jahresziele 2011 in greifbarer Nähe

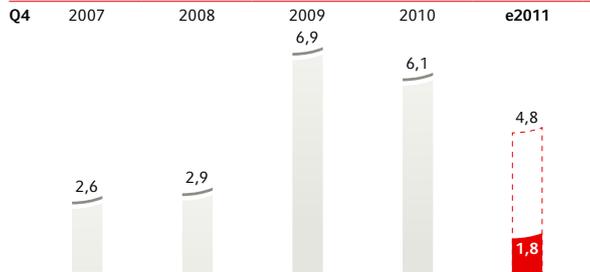
Mit dem Ergebnis der ersten drei Quartale hat CEWE COLOR eine hervorragende Ausgangsposition geschaffen, um diese Jahresziele zu erreichen. Das EBIT der ersten drei Quartale 2011 lag bei 4,4 Mio. Euro. Um das Jahresziel von 28 bis 31 Mio. Euro zu erreichen, muss das vierte Quartal 2011 also ein EBIT von 23,6 bis 26,6 Mio. Euro erreichen. Gegenüber dem vierten Quartal 2010 ist also lediglich ein EBIT-Zuwachs von 1,8 bis 4,8 Mio. Euro erforderlich, um das Jahresziel zu erreichen. Da der Q4-Zuwachs in den vergangenen vier Jahren stets darüber lag (siehe Grafik), ist dieses Ziel absolut realistisch.

Auch das Jahresüberschussziel ist klar in Reichweite: Der Jahresüberschuss der ersten drei Quartale 2011 lag bei 0,4 Mio. Euro. Um das Jahresziel von 16 bis 19 Mio. Euro zu erreichen, muss CEWE COLOR gegenüber dem Vorjahr (Q4 2010: 14,8 Mio. Euro) im vierten Quartal 2011 also lediglich einen Zuwachs von (gerundet) 0,7 bis 3,7 Mio. Euro erzielen, um das Jahresziel zu erreichen. Vor dem Hintergrund des positiven Trends und der wachsenden Ertragsdynamik des vierten Quartals (siehe Grafik) ist dies ebenso realistisch.

Der Vorstand bekräftigt daher nochmals seine Ergebnisziele für 2011.

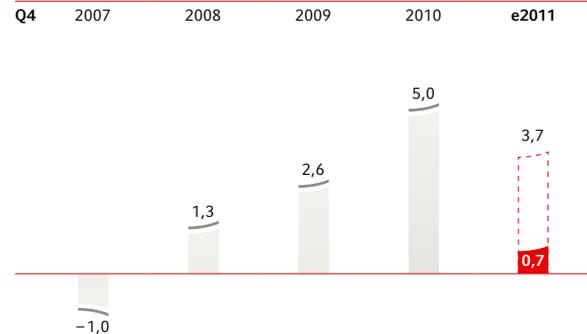
Zuwachs EBIT vor Restrukturierung Q4 vs. Vorjahr

EBIT-Zuwachs Q4 in Mio. Euro



Zuwachs Jahresüberschuss vor Restrukturierung Q4 vs. Vorjahr

Jahresüberschuss-Zuwachs in Mio. Euro



Kontinuierliche Dividendenpolitik

CEWE COLOR verfolgt eine kontinuierliche Dividendenpolitik, soweit dies angesichts der wirtschaftlichen Situation des Unternehmens und der vorhandenen Investitionsmöglichkeiten möglich ist. Gleichzeitig sollten die Aktionäre an Ertragsstei-

gerungen des Unternehmens teilhaben. In diesem Sinne hat CEWE COLOR – aufgrund des 2010 um 102 % gestiegenen Ergebnisses pro Aktie – konsequenterweise für das Jahr 2010 die Rekord-Dividende in Höhe von 1,25 Euro je Aktie ausgeschüttet.

Oldenburg, 15. November 2011

CEWE COLOR Holding AG

– Der Vorstand –



Dr. Rolf Hollander
(Vorstandsvorsitzender)



Dr. Reiner Fageth



Andreas F.L. Heydemann



Dr. Olaf Holzkämper

DIE CEWE COLOR GRUPPE – STRUKTUR UND ORGANE

Neumüller CEWE COLOR Stiftung

Kuratorium

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

Vorstand

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

Geschäftsführung

Dr. Reiner Fageth, Oldenburg
Thomas Grunau, Oldenburg (bis 30. Juni 2011)
Andreas F.L. Heydemann, Bad Zwischenahn
Dr. Olaf Holzkämper, Oldenburg

CEWE COLOR Holding AG

Aufsichtsrat

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

Vorstand

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

Eingangssortieranlage

Die Eingangssortieranlage erfasst mittels einer Digitalkamera das vom Kunden auf der Auftrags-tasche gesetzte Bestellkreuz und damit das zu fertigende Fotoprodukt. Gleichzeitig erfolgt der Login in die CEWE-Produktionssysteme. Automatisch kann nun nach gleichartigen Kunden-aufträgen sortiert werden, um in möglichst großen Losgrößen die Produktion zu starten.





KONZERNABSCHLUSS

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	70
Konzern-Gesamtergebnisrechnung	71
Konzernbilanz	72
Konzern-Kapitalflussrechnung	74
Segmentberichterstattung	76
Konzern-Eigenkapitalpiegel	78
Ausgewählte erläuternde Anhangsangaben	80
Bescheinigung des Wirtschaftsprüfers	84

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

für Q1–Q3 2010 und 2011 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

Angaben in TEuro	Q1–Q4 2010	Q3 2011	Q3 2010	Veränderung	Q1–Q3 2011	Q1–Q3 2010	Veränderung
Umsatzerlöse	446.800	121.771	116.401	4,6 %	308.070	296.795	3,8 %
Erhöhung/Verminderung des Bestands an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	-11	—	—	—	—	-10	—
Andere aktivierte Eigenleistungen	1.486	250	414	-39,6 %	1.007	1.188	-15,2 %
Sonstige betriebliche Erträge	24.929	3.477	5.791	-40,0 %	13.871	16.260	-14,7 %
Materialaufwand	-168.660	-46.332	-42.920	-7,9 %	-119.245	-116.323	-2,5 %
Rohergebnis	304.544	79.166	79.686	-0,7 %	203.703	197.910	2,9 %
Personalaufwand	-102.320	-26.951	-24.579	-9,7 %	-79.551	-74.239	-7,2 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-136.362	-35.285	-34.208	-3,1 %	-94.801	-88.725	-6,8 %
Ergebnis vor Abschreibungen und Steuern (EBITDA)	65.862	16.930	20.899	-19,0 %	29.351	34.946	-16,0 %
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens und Sachanlagen	-37.710	-8.023	-8.604	6,8 %	-24.975	-28.575	12,6 %
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	28.152	8.907	12.295	-27,6 %	4.376	6.371	-31,3 %
Finanzergebnis	-1.776	-187	-556	66,4 %	-768	-1.458	47,3 %
Ergebnis vor Steuern (EBT)	26.376	8.720	11.739	-25,7 %	3.608	4.913	-26,6 %
Steuern von Einkommen und Ertrag	-11.710	-2.096	-2.034	-3,0 %	-2.627	-5.340	50,8 %
Sonstige Steuern	-949	-190	-279	31,9 %	-536	-703	23,8 %
Ergebnis nach Steuern	13.717	6.434	9.426	-31,7 %	445	-1.130	—
auf Minderheitsgesellschafter entfallend	2	2	2	—	—	-1	—
auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallend	13.715	6.432	9.424	-31,7 %	445	-1.129	—
Ergebnis je Aktie (in Euro)							
unverwässert	2,02	0,95	1,38	-31,2 %	0,07	-0,17	—
verwässert	2,02	0,95	1,39	-31,7 %	0,07	-0,16	—

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

für Q1–Q3 2010 und 2011 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

Angaben in TEuro	Q1–Q4 2010	Q3 2011	Q3 2010	Veränderung	Q1–Q3 2011	Q1–Q3 2010	Veränderung
Ergebnis nach Steuern	13.717	6.434	9.424	-31,7 %	445	-1.129	—
Unterschied aus Währungsumrechnung	1.796	-2.087	1.067	—	-2.162	2.013	—
Marktbewertung von Sicherungsgeschäften	244	—	-23	—	—	-140	—
Ertragsteuern auf erfolgsneutral erfasste Erträge und Aufwendungen	735	-260	10	—	-260	-89	—
Erfolgsneutrale Aufwendungen und Erträge nach Steuern	2.775	-2.347	1.054	—	-2.422	1.784	—
Gesamtergebnis	16.492	4.087	10.478	-61,0 %	-1.977	655	—
auf Minderheitsgesellschafter entfallendes Gesamtergebnis	5	—	4	—	—	3	—
auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Gesamtergebnis	16.487	4.087	10.474	-61,0 %	-1.977	652	—

Konzernbilanz

zum 30. September 2011 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

AKTIVA	<i>Angaben in TEuro</i>	31.12.2010	30.09.2011	30.06.2011	Veränderung	30.09.2010	Veränderung
Sachanlagen		80.495	76.122	75.709	0,5 %	80.527	-5,5 %
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien		4.803	4.852	4.922	-1,4 %	4.916	-1,3 %
Geschäfts- und Firmenwerte		9.053	9.072	9.053	0,2 %	10.325	-12,1 %
Immaterielle Vermögenswerte		16.301	14.030	14.926	-6,0 %	16.829	-16,6 %
Finanzanlagen		200	200	200	—	188	6,4 %
Langfristige Forderungen aus Ertragsteuererstattungen		2.896	2.437	2.896	-15,8 %	3.239	-24,8 %
Langfristige Forderungen und Vermögenswerte		357	523	616	-15,1 %	348	50,3 %
Aktive latente Steuern		5.387	5.376	5.471	-1,7 %	5.362	0,3 %
Langfristige Vermögenswerte		119.492	112.612	113.793	-1,0 %	121.734	-7,5 %
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte		192	195	198	-1,5 %	775	-74,8 %
Vorräte		50.287	42.268	48.344	-12,6 %	40.981	3,1 %
Kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		72.024	56.978	48.231	18,1 %	52.816	7,9 %
Kurzfristige Forderungen aus Ertragsteuererstattungen		1.150	5.095	4.567	11,6 %	2.543	100 %
Kurzfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte		20.983	8.943	9.870	-9,4 %	11.214	-20,3 %
Liquide Mittel		23.382	19.173	13.480	42,2 %	18.088	6,0 %
Kurzfristige Vermögenswerte		168.018	132.652	124.690	6,4 %	126.417	4,9 %
		287.510	245.264	238.483	2,8 %	248.151	-1,2 %

PASSIVA	<i>Angaben in TEuro</i>	31.12.2010	30.09.2011	30.06.2011	Veränderung	30.09.2010	Veränderung
Gezeichnetes Kapital		19.188	19.188	19.188	—	19.188	—
Kapitalrücklage		56.228	56.228	56.228	—	56.228	—
Sonderposten für eigene Anteile		-17.647	-22.749	-17.815	-27,7 %	-17.318	-31,4 %
Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn		62.897	52.677	48.513	8,6 %	46.972	12,1 %
Den Anteilseignern zurechenbares Eigenkapital		120.666	105.344	106.114	-0,7 %	105.070	0,3 %
Anteile Dritter		40	0	41	—	38	—
Eigenkapital		120.706	105.344	106.155	-0,8 %	105.108	0,2 %
Langfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen		415	341	365	-6,6 %	440	-22,5 %
Langfristige Rückstellungen für Pensionen		10.025	10.621	10.423	1,9 %	10.132	4,8 %
Langfristige passive latente Steuern		1.791	1.589	1.808	-12,1 %	1.674	-5,1 %
Langfristige übrige Rückstellungen		878	745	878	-15,1 %	998	-25,4 %
Langfristige Finanzverbindlichkeiten		24.099	18.545	20.406	-9,1 %	31.907	-41,9 %
Langfristige übrige Verbindlichkeiten		183	261	274	-4,7 %	95	175 %
Langfristige Schulden		37.391	32.102	34.154	-6,0 %	45.246	-29,1 %
Kurzfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen		100	99	99	—	100	-1,0 %
Kurzfristige Steuerrückstellungen		4.694	3.821	3.321	15,1 %	3.664	4,3 %
Kurzfristige übrige Rückstellungen		8.633	8.274	7.451	11,0 %	7.717	7,2 %
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten		6.641	7.391	7.504	-1,5 %	7.474	-1,1 %
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		82.599	59.649	56.299	6,0 %	50.246	18,7 %
Kurzfristige übrige Verbindlichkeiten		26.746	28.584	23.500	21,6 %	28.596	—
Kurzfristige Schulden		129.413	107.818	98.174	9,8 %	97.797	10,2 %
		287.510	245.264	238.483	2,8 %	248.151	-1,2 %

Konzern-Kapitalflussrechnung für Q1–Q3 2010 und 2011 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

Angaben in TEuro	Q3 2011		Q3 2010		Veränderung	
EBIT		8.907		12.295		-27,6 %
+/- Anpassungen für:						
+/- Abschreibungen (+)/Zuschreibungen (-)	8.023		8.604		-6,8 %	
+/- Zahlungswirksame Fremdwährungseffekte	-1.077		586		—	
+/- Veränderung sonstiger langfristiger Schulden	11		101		-89,1 %	
+/- Veränderung sonstiger langfristiger Forderungen	93		-13		—	
+/- Ergebnis aus dem Abgang von Anlagevermögen	79		-16		—	
+/- Sonstige zahlungsunwirksame Transaktionen	-263		-175		-50,3 %	
= EBIT-Anpassung für Cash Flow		6.866		9.086		-24,4 %
= EBIT-induzierter Cash Flow		15.773		21.381		-26,2 %
+/- Abnahme (+)/Zunahme (-) Operatives Netto-Working Capital		679		-3.472		—
Abnahme (+)/Zunahme (-) Sonstiges Netto-Working Capital						
+/- (ohne Ertragsteuerpositionen)		6.813		6.801		0,2 %
- Gezahlte Steuern		-1.979		-4.792		58,7 %
= Working Capital- und steuerinduzierter Cash Flow		5.513		-1.463		—
= Cash Flow aus operativer Geschäftstätigkeit		21.286		19.918		6,9 %
- Abflüsse aus Investitionen in das Anlagevermögen		-8.335		-6.573		-26,8 %
- Abflüsse aus Käufen von konsolidierten Anteilen/Akquisitionen		0		-1.364		—
+ Zuflüsse aus dem Verkauf von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten		12		-121		—
+ Zuflüsse aus dem Verkauf von Finanzanlagen und ähnlichen Vermögenswerten		0		150		—
= Cash Flow aus Investitionstätigkeit		-8.323		-7.908		-5,2 %
= Free-Cash Flow		12.963		12.010		7,9 %
- Gezahlte Dividenden						
- Erwerb von eigenen Anteilen		-4.934		-311		-1.486 %
- Bewertung Stock Option nach IFRS 2		79		91		-13,2 %
= Abflüsse an Anteilseigner		-4.855		-220		-2.107 %
+/- Zuflüsse (+)/Abflüsse (-) aus der Veränderung der Finanzschulden		-1.974		-4.057		51,3 %
+/- Zuflüsse (+)/Abflüsse (-) aus dem Zinsergebnis		-135		-546		75,3 %
+/- Sonstige zahlungsunwirksame Finanztransaktionen		-52		77		—
= Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit		-7.016		-4.746		-47,8 %
Liquide Mittel zum Beginn der Berichtsperiode		13.480		10.759		25,3 %
+/- Wechselkursbedingte Änderungen der liquiden Mittel		-254		64		—
+ Cash Flow aus operativer Geschäftstätigkeit*		21.286		19.918		6,9 %
- Cash Flow aus Investitionstätigkeit*		-8.323		-7.908		-5,2 %
+/- Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit*		-7.016		-4.746		-47,8 %
= Liquide Mittel zum Ende der Berichtsperiode		19.173		18.088		6,0 %

* In den Vorjahren waren die Cash Flows zur zahlungswirksamen Veränderung der liquiden Mittel zusammengefasst.

Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010	Veränderung
4.376	6.371	-31,3 %
24.975	28.575	-12,6 %
-1.482	953	—
501	318	57,5 %
-166	-14	-1.086 %
70	-146	—
-263	-82	-221 %
23.635	29.604	-20,2 %
28.011	35.975	-22,1 %
115	2.015	-94,3 %
13.441	720	1.767 %
-7.713	-7.865	1,9 %
5.843	-5.130	—
33.854	30.845	9,8 %
-19.219	-18.043	-6,5 %
0	-1.364	—
230	0	—
0	150	—
-18.989	-19.257	1,4 %
14.865	11.588	28,3 %
-8.481	-7.149	-18,6 %
-5.102	-311	-1.541 %
239	221	8,1 %
-13.344	-7.239	-84,3 %
-4.804	6.855	—
-795	-1.438	44,7 %
27	-137	—
-18.916	-1.959	-866 %
23.382	8.218	185 %
-158	241	—
33.854	30.845	9,8 %
-18.989	-19.257	1,4 %
-18.916	-1.959	-866 %
19.173	18.088	6,0 %

Segmentberichterstattung

für Q1–Q3 2010 und 2011 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

Segmentberichterstattung Q1–Q3 2011	Angaben in TEuro	Fotofinishing				Addition Fotofinishing	Einzelhandel	Eliminie- rungen	CEWE COLOR Konzern
		Zentral- europa	Benelux	Westeuropa	Mittelost- europa				
Umsatzerlöse mit externen Dritten		152.697	23.869	30.470	19.782	226.818	81.252	—	308.070
Währungseffekte		-1.370	—	120	-265	-1.515	-1.140	—	-2.655
Umsatzerlöse mit externen Dritten währungsbereinigt		151.327	23.869	30.590	19.517	225.303	80.112	—	305.415
Umsatzerlöse mit anderen Segmenten		25.019	1.646	1.702	2.881	31.248	604	-31.852	—
Segmentumsatz		177.716	25.515	32.172	22.663	258.066	81.856	-31.852	308.070
EBIT		4.388	805	-740	-891	3.562	814	—	4.376
Bereinigung um Restrukturierungsaufwand		—	—	—	—	—	—	—	—
EBIT vor Restrukturierung		4.388	805	-740	-891	3.562	814	—	4.376

Segmentberichterstattung Q1–Q3 2010	Angaben in TEuro	Fotofinishing				Addition Fotofinishing	Einzelhandel	Eliminie- rungen	CEWE COLOR Konzern
		Zentral- europa	Benelux	Westeuropa	Mittelost- europa				
Umsatzerlöse mit externen Dritten		143.475	23.733	29.116	19.348	215.672	81.123	—	296.795
Umsatzerlöse mit anderen Segmenten		29.148	1.463	2.903	939	34.453	651	-35.104	—
Segmentumsatz		172.623	25.196	32.019	20.287	250.125	81.774	-35.104	296.765
EBIT		8.901	-86	532	-3.394	5.953	418	—	6.371
Bereinigung um Restrukturierungsaufwand		—	—	—	2.211	2.211	—	—	2.211
EBIT vor Restrukturierung		8.901	-86	532	-1.183	8.164	418	—	8.582

Segmentberichterstattung

für Q3 2010 und 2011 der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

Segmentberichterstattung Q3 2011	Angaben in TEuro	Fotofinishing				Addition Fotofinishing	Einzelhandel	Eliminierungen	CEWE COLOR Konzern
		Zentral-europa	Benelux	Westeuropa	Mittelost-europa				
Umsatzerlöse mit externen Dritten	61.092	10.585	12.179	8.002	91.858	29.913	—	121.771	
Währungseffekte	-509	—	47	-101	-563	-375	—	-938	
Umsatzerlöse mit externen Dritten währungsbereinigt	60.583	10.585	12.226	7.901	91.295	29.538	—	120.833	
Umsatzerlöse mit anderen Segmenten	8.948	641	751	952	11.292	54	-11.346	—	
Segmentumsatz	70.040	11.226	12.930	8.954	103.150	29.967	-11.346	121.771	
EBIT	5.730	909	821	542	8.002	905	—	8.907	
Bereinigung um Restrukturierungsaufwand	—	—	—	—	—	—	—	—	
EBIT vor Restrukturierung	5.730	909	821	542	8.002	905	—	8.907	

Segmentberichterstattung Q3 2010	Angaben in TEuro	Fotofinishing				Addition Fotofinishing	Einzelhandel	Eliminierungen	CEWE COLOR Konzern
		Zentral-europa	Benelux	Westeuropa	Mittelost-europa				
Umsatzerlöse mit externen Dritten	57.485	9.487	11.529	8.019	86.520	29.881	—	116.401	
Umsatzerlöse mit anderen Segmenten	11.601	558	917	82	13.158	511	-13.669	—	
Segmentumsatz	69.086	10.045	12.446	8.101	99.678	30.392	-13.669	116.401	
EBIT	9.116	272	1.431	878	11.697	598	—	12.295	
Bereinigung um Restrukturierungsaufwand	—	—	—	—	—	—	—	—	
EBIT vor Restrukturierung	9.116	272	1.431	878	11.697	598	—	12.295	

Konzern-Eigenkapitalspiegel

für Q1–Q3 2010 und 2011 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	Sonstige Eigenkapitalpositionen
Stand 01.01.2011	19.188	56.228	1.075	59.656*	309	-349
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	-349
Stand 01.01.2010	19.188	56.228	1.075	49.586*	3.504	-349
Ergebnis nach Steuern	—	—	—	-1.129	—	—
Erfolgsneutrale Aufwendungen und Erträge	—	—	—	—	220	—
Gesamtergebnis	—	—	—	-1.129	220	—
Gezahlte Dividende	—	—	—	-7.149	—	—
Erwerb eigener Anteile	—	—	—	—	—	—
Eigentümerbezogene Eigenkapitalveränderungen	—	—	—	-7.149	—	—
Stand 30.09.2010	19.188	56.228	1.075	41.308	3.724	-349

* Unter Berücksichtigung einer Umbuchung von 214 TEuro aus dem erfolgsneutralen Rücklagen.

Mutterunternehmen <i>kumuliertes übriges Konzernergebnis</i>							Minderheitsgesellschaften			
Markt- bewertung Sicherungs- geschäfte	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- teileignern zurechenbares Eigenkapital	Minder- heiten- kapital	Ausgleichs- posten aus Währungs- umrechnung	Anteile Dritter	Konzern- eigenkapital gemäß Konzernbilanz
—	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
—	-603	387	52.677	128.093	-22.749	105.344	—	—	—	105.344
-244	-234	-88	53.250	128.666	-17.007	111.659	49	-14	35	111.694
—	—	—	-1.129	-1.129	—	-1.129	-1	—	-1	-1.130
-140	2.009	-89	2.000	2.000	—	2.000	—	4	4	2.004
-140	2.009	-89	871	871	—	871	-1	4	3	874
—	—	—	-7.149	-7.149	—	-7.149	—	—	—	-7.149
—	—	—	—	—	-311	-311	—	—	—	-311
—	—	—	-7.149	-7.149	-311	-7.460	—	—	—	-7.460
-384	1.775	-177	46.972	122.388	-17.318	105.070	48	-10	38	105.108

Ausgewählte erläuternde Anhangsangaben

Unternehmensinformation

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

Grundlagen für die Aufstellung des Konzernzwischenabschlusses zum 30. September 2011

Der Konzernzwischenabschluss zum 30. September 2011 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 2011 ohne wesentliche Änderung im Vergleich zum 31. Dezember 2010 angewendet und sind dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2010 zu entnehmen. Ebenso haben sich Grundlagen und Methoden der Schätzungen für den Quartalsfinanzbericht gegenüber den Vorperioden nicht geändert.

Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis umfasst neben der CEWE COLOR Holding als Obergesellschaft neun inländische und 15 ausländische Gesellschaften. Daneben werden die auf die CEWE COLOR Versorgungskasse e.V., Wiesbaden, ausgelagerten Pensionsverpflichtungen gemäß IAS 19 weiterhin in den Konzernabschluss einbezogen. Nicht einbezogen in den Konsolidierungskreis wurde wegen untergeordneter wirtschaftlicher Bedeutung die Bilder-planet.de GmbH, Köln, und Printpartners Nederland B.V., Veenendaal, Niederlande. Seit dem Jahresabschluss zum 31. Dezember 2010 hat sich keine Änderung des Konsolidierungskreises ergeben.

Saisonale Einflüsse auf die Geschäftstätigkeit

Hinsichtlich der saisonalen und konjunkturellen Einflüsse auf den Zwischenabschluss zum 30. September 2011 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 2011 lagen nicht vor.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz, Kapitalflussrechnung

Ausführliche Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung finden sich im Zwischenlagebericht in den Abschnitten „Umsatz“ und „Ergebnisse und GuV-Struktur“; 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.

Seite 37
Umsatz

Seite 39
Ergebnisse und
GuV-Struktur

Seite 49
Bilanz und Finanzierung

Seite 52
Cash Flow

Ergebnis je Aktie	<i>Angaben in TEuro</i>	Q3 2011	Q3 2010	Q1 – Q3 2011	Q1 – Q3 2010
Konzernergebnis nach Ergebnisanteilen Dritter		6.433	9.424	445	-1.129
Gewichteter Durchschnitt unverwässerte Aktienzahl (<i>in Stück</i>)		6.740.888	6.788.145	6.691.775	6.789.814
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (<i>in Euro</i>)		0,95	1,39	0,07	-0,17
Konzernergebnis		6.433	9.424	445	-1.129
+ Ergebnisanteil fremder Gesellschafter, denen die Bezugsrechte zustehen		—	—	—	—
+ Zinsaufwand aus Gesellschafterdarlehen der OHG		4	9	10	9
– Laufende und latente Steuern		-1	—	—	—
Angepasstes Konzernergebnis		6.436	9.433	455	-1.120
Gewichteter Durchschnitt verwässerte Aktienzahl (<i>in Stück</i>)		6.760.888	6.808.145	6.711.775	6.809.814
Verwässertes Ergebnis je Aktie (<i>in Euro</i>)		0,95	1,39	0,07	-0,16

Eigenkapital

Zum 31. Dezember 2010 hielt die CEWE COLOR Holding 500.055 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 2010 insgesamt 612.807 Stückaktien als eigene Anteile im Konzernabschluss der CEWE COLOR Holding auszuweisen waren. Auf Basis des Ermächtigungsbeschlusses der Hauptversammlung vom 2. Juni 2010 wurden vom 29. März 2011 bis zum 30. September 2011 insgesamt 189.938 Stückaktien zu einem Durchschnittskurs von 28,74 Euro zurückgekauft. Seitdem sind bis zum 28. Oktober 2011 weitere 58.849 Stückaktien zu einem Durchschnittskurs von 28,58 Euro gekauft worden. Mit diesem Datum wurde der Rückkauf beendet.

Weiterhin hat der Vorstand im März 2010 beschlossen, den Mitarbeitern der inländischen Tochtergesellschaften der CEWE COLOR Holding Aktien der Gesellschaft zu einem vergünstigten Preis als Belegschaftsaktien zum Erwerb anzubieten. Dafür wurden insgesamt 10.890 Aktien benötigt. Die dafür notwendigen Aktien wurden aus dem Bestand der CEWE COLOR Holding genommen. Zum 30. September 2011 betrug bei der CEWE COLOR Holding der Bestand an eigenen Anteilen gemäß § 71 AktG 679.103 Stück (Gesamtbetrag 18.977 TEuro, durchschnittlicher Kaufkurs 27,94 Euro/Aktie; Vorjahr: 488.305 Stück, 13.544 TEuro, 27,74 Euro/Aktie) und für den Konzern

gemäß IAS 19 insgesamt 791.855 Stück (Gesamtbetrag 22.749 TEuro, durchschnittlicher Kaufkurs 28,73 Euro/Aktie, Vorjahr: 601.057 Stück, 17.007 TEuro, 28,82 Euro/Aktie). Zum 15. November 2011 betrug der Bestand an eigenen Anteilen 737.952 Stück zu einem durchschnittlichen Kaufkurs von 27,99 Euro.

Zum 30. September 2011 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 Abschnitt „Bilanz und Finanzierung“ erläutert.

Erläuterungen zur Segmentberichterstattung

Der Segmentbericht gliedert sich in die Fotofinishing-Segmente Zentraleuropa, Westeuropa, Benelux und Mittelosteuropa sowie das Segment Einzelhandel. Diese Aufteilung entspricht dem internen Management-Reporting. In der Spalte Eliminierungen werden die konzerninternen Umsatzerlöse konsolidiert. Als wesentliche Ergebnis- und Steuerungsgröße wird das Segmentergebnis vor Finanzergebnis und Steuern berichtet. Eine detaillierte Erläuterung zum Segmentbericht befindet sich im Zwischenlagebericht, 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 2.385 TEuro (Ende Vorjahresquartal: 2.231 TEuro).

Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Als nahestehende Personen werden in der CEWE COLOR Gruppe die Mitglieder des Vorstandes und des Aufsichtsrates der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg, die Neumüller CEWE COLOR Stiftung, Oldenburg, Mitglieder des Vorstandes, der Geschäftsführung und des Kuratoriums der Neumüller CEWE COLOR Stiftung, Oldenburg, die Mitglieder der Erbenge-

meinschaft nach Herrn Senator h.c. Heinz Neumüller, Oldenburg, mit der Erbengemeinschaft verbundene Unternehmen, nahe Familienangehörige dieser Personenkreise sowie die CEWE COLOR Versorgungskasse e.V., Wiesbaden, definiert. Sämtliche Geschäfte mit nahestehenden Unternehmen und Personen werden zu marktüblichen Konditionen abgewickelt. Art und Umfang der Geschäfte haben sich im Vergleich zum Konzernabschluss zum 31. Dezember 2010 nicht wesentlich verändert.

Oldenburg, 15. November 2011
CEWE COLOR Holding AG
– Der Vorstand –

Dr. Rolf Hollander
(Vorstandsvorsitzender)

Dr. Reiner Fageth

Andreas F.L. Heydemann

Dr. Olaf Holzkämper

Bescheinigung des Wirtschaftsprüfers

An die CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg

„Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung, Kapitalflussrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung sowie ausgewählten erläuternden Anhangsangaben – und den Konzernzwischenlagebericht der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg, für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2011, die Bestandteile des Quartalsfinanzberichts nach §37x Abs. 3 i.V.m. Abs. 2 WpHG sind, einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Aufstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses nach den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und des Konzernzwischenlageberichtes nach den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, eine Bescheinigung zu dem verkürzten Konzernzwischenabschluss und dem Konzernzwischenlagebericht auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht abzugeben.

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

bietet deshalb nicht die durch eine Abschlussprüfung erreichbare Sicherheit. Da wir auftragsgemäß keine Abschlussprüfung vorgenommen haben, können wir einen Bestätigungsvermerk nicht erteilen.

Auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der An-

nahme veranlassen, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, oder dass der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden ist.“

Oldenburg, 15. November 2011

COMMERZIAL TREUHAND
Gesellschaft mit beschränkter Haftung
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft

Dipl.-Kfm. H. Sanders
Wirtschaftsprüfer

ppa. Dipl.-Kfm. T. Münchenberg
Wirtschaftsprüfer



Tassen-Fertigung

Das vom Kunden übermittelte Bild wird mit Hilfe einer Übertragungsfolie auf verschiedenfarbige Tassen oder Bierkrüge gebracht. Im sogenannten Thermotransferverfahren wird mit Hitze und Druck eine dauerhafte Verbindung mit dem Keramikgefäß hergestellt.



WEITERE INFORMATIONEN

Mehrjahresübersicht	88
Betriebsstätten und Vertriebsniederlassungen	96
Finanzterminkalender	97
Impressum	97
Glossar	98

Mehrjahresübersicht

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

<i>Angaben in Mio. Euro</i>	Q3 2005	Q3 2006	Q3 2007
Umsatzerlöse	131,8	124,7	123,5
Erhöhung/Verminderung des Bestands an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	0,0	-0,1	0,0
Andere aktivierte Eigenleistungen	0,4	0,4	0,4
Sonstige betriebliche Erträge	6,8	2,6	5,5
Materialaufwand	-47,0	-42,9	-43,0
Rohergebnis	92,0	84,8	86,4
Personalaufwand	-36,3	-29,6	-25,7
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-24,7	-26,0	-29,4
Ergebnis vor Abschreibungen und Steuern (EBITDA)	31,0	29,2	31,4
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-8,7	-8,5	-9,0
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	22,3	20,7	22,3
Finanzergebnis	-0,9	-0,4	-0,5
Ergebnis vor Steuern (EBT)	21,4	20,3	21,9
Steuern von Einkommen und Ertrag	-5,9	-2,1	-6,3
Sonstige Steuern	-0,6	-0,7	-0,8
Ergebnis nach Steuern	14,9	17,5	14,8
auf Minderheitsgesellschafter entfallendes Ergebnis	4,5	4,5	0,0
auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Ergebnis	10,4	13,0	14,8

Q3 2008	Q3 2009	Q3 2010	Q3 2011	Q1–Q3 2005	Q1–Q3 2006	Q1–Q3 2007	Q1–Q3 2008	Q1–Q3 2009	Q1–Q3 2010	Q1–Q3 2011
117,7	112,2	116,4	121,8	328,5	299,6	303,0	299,3	282,4	296,8	308,1
0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
0,5	0,2	0,4	0,3	1,1	1,1	1,1	1,6	1,1	1,2	1,0
6,0	7,3	5,8	3,5	25,5	12,4	17,0	18,3	20,1	16,3	13,9
-43,8	-41,8	-42,9	-46,3	-119,7	-103,4	-113,5	-117,0	-110,0	-116,3	-119,2
80,4	77,9	79,7	79,2	235,3	209,7	207,5	202,1	193,6	197,9	203,7
-24,1	-23,6	-24,6	-27,0	-95,8	-82,4	-78,9	-80,3	-78,5	-74,2	-79,6
-31,4	-29,3	-34,2	-35,3	-83,0	-75,9	-86,0	-87,4	-84,6	-88,7	-94,8
24,9	25,0	20,9	16,9	56,6	51,4	42,7	34,4	30,5	34,9	29,4
-9,2	-9,2	-8,6	-8,0	-27,2	-24,9	-28,5	-30,3	-27,5	-28,6	-25,0
15,6	15,8	12,3	8,9	29,4	26,5	14,2	4,1	3,0	6,4	4,4
-0,6	-0,7	-0,6	-0,2	-1,9	-4,6	-1,0	-1,2	-1,4	-1,5	-0,8
15,0	15,1	11,7	8,7	27,5	21,9	13,2	2,9	1,6	4,9	3,6
-2,9	-2,7	-2,0	-2,1	-10,9	-5,2	-5,2	-1,5	-4,0	-5,3	-2,6
-0,3	-0,2	-0,3	-0,2	-2,4	-2,2	-2,2	-0,9	-0,6	-0,7	-0,5
11,9	12,2	9,4	6,4	14,2	14,5	5,8	0,5	-3,0	-1,1	0,4
0,0	0,0	0,0	0,0	4,6	3,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
11,9	12,2	9,4	6,4	9,7	10,6	5,8	0,5	-3,0	-1,1	0,4

Mehrjahresübersicht

Konzernbilanz

AKTIVA Angaben in Mio. Euro	30.09.2005	30.09.2006	30.09.2007	30.09.2008	30.09.2009	30.09.2010	30.09.2011
Sachanlagen	117,3	113,1	113,0	99,1	90,6	80,5	76,1
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	0,0	0,0	0,0	0,0	3,5	4,9	4,9
Geschäfts- und Firmenwerte	5,6	2,5	2,4	6,3	10,3	10,3	9,1
Immaterielle Vermögenswerte	9,1	9,6	13,9	22,3	20,1	16,8	14,0
Finanzanlagen	1,3	1,4	1,2	0,3	0,3	0,2	0,2
Langfristige Forderungen aus Ertragsteuererstattungen	0,0	0,0	4,4	3,5	3,0	3,2	2,4
Langfristige Forderungen und Vermögenswerte	2,5	0,5	0,5	0,6	0,3	0,3	0,5
Aktive latente Steuern	1,3	2,7	4,5	6,3	5,7	5,4	5,4
Langfristige Vermögenswerte	137,2	129,7	140,0	138,3	133,7	121,7	112,6
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	0,0	0,0	0,0	5,5	4,7	0,8	0,2
Vorräte	41,8	27,7	34,0	32,1	44,4	41,0	42,3
Kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	85,7	83,6	78,5	62,3	55,9	52,8	57,0
Kurzfristige Forderungen aus Ertragsteuererstattungen	1,6	4,0	7,6	3,7	4,2	2,5	5,1
Kurzfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte	17,2	9,5	9,0	7,5	9,1	11,2	8,9
Liquide Mittel	13,1	15,7	11,0	6,0	8,8	18,1	19,2
Kurzfristige Vermögenswerte	159,3	140,4	140,2	117,2	127,0	126,4	132,7
	296,5	270,1	280,2	255,6	260,7	248,2	245,3

PASSIVA Angaben in Mio. Euro	30.09.2005	30.09.2006	30.09.2007	30.09.2008	30.09.2009	30.09.2010	30.09.2011
Gezeichnetes Kapital	15,6	14,0	19,2	19,2	19,2	19,2	19,2
Kapitalrücklage	29,2	30,7	56,2	56,2	56,2	56,2	56,2
Sonderposten für eigene Anteile	-10,1	-1,8	-12,8	-15,2	-17,0	-17,3	-22,7
Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn	67,6	56,3	57,7	53,3	43,7	47,0	52,7
Den Anteilseignern zurechenbares Eigenkapital	102,3	99,3	120,4	113,6	102,2	105,1	105,3
Anteile Dritter	13,7	13,7	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0
Eigenkapital	115,9	113,0	120,4	113,6	102,2	105,1	105,3
Langfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen	1,1	0,7	0,8	0,7	0,6	0,4	0,3
Langfristige Rückstellungen für Pensionen	8,7	9,1	9,6	9,9	9,9	10,1	10,6
Langfristige passive latente Steuern	3,5	1,9	2,7	2,5	1,4	1,7	1,6
Langfristige übrige Rückstellungen	3,6	3,8	1,8	1,6	1,2	1,0	0,7
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	9,3	9,9	3,2	2,7	34,2	31,9	18,5
Langfristige übrige Verbindlichkeiten	7,2	14,0	0,7	0,5	0,1	0,1	0,3
Langfristige Schulden	33,4	39,3	18,8	17,9	47,3	45,2	32,1
Kurzfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen	0,2	0,4	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Kurzfristige Steuerrückstellungen	6,6	7,0	4,4	3,5	3,0	3,7	3,8
Kurzfristige übrige Rückstellungen	15,4	9,7	7,9	10,9	13,3	7,7	8,3
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	13,4	19,1	32,2	33,7	19,1	7,5	7,4
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	0,0	46,0	66,4	49,0	52,1	50,2	59,6
Kurzfristige übrige Verbindlichkeiten	111,6	35,6	30,0	26,9	23,7	28,6	28,6
Kurzfristige Schulden	147,1	117,8	140,9	124,0	111,2	97,8	107,8
	296,5	270,1	280,2	255,6	260,7	248,2	245,3

Mehrfjahresübersicht

Kennzahlen: Volumen und Mitarbeiter, Ertrag, Kapital

Volumen und Mitarbeiter		Q3 2005	Q3 2006	Q3 2007
Digitalfotos	<i>in Mio. Stück</i>	283,7	371,2	484,3
Fotos von Filmen	<i>in Mio. Stück</i>	867,7	575,7	420,8
Fotos gesamt	<i>in Mio. Stück</i>	1.151	947	905
CEWE FOTOBÜCHER	<i>in Tsd. Stück</i>	—	129,0	443,0
Mitarbeiter	<i>auf Vollzeit umgerechnet</i>	3.721	3.058	3.083

Ertrag		Q3 2005	Q3 2006	Q3 2007
Umsatz	<i>in Mio. Euro</i>	131,8	124,7	123,5
EBITDA	<i>in Mio. Euro</i>	31,0	29,2	31,4
EBITDA-Marge	<i>in % vom Umsatz</i>	23,5	23,4	25,4
EBIT	<i>in Mio. Euro</i>	22,3	20,7	22,3
EBIT-Marge	<i>in % vom Umsatz</i>	16,9	16,6	18,1
Restrukturierungsaufwand	<i>in Mio. Euro</i>	2,9	3,2	0,3
EBIT vor Restrukturierung	<i>in Mio. Euro</i>	25,2	24,0	22,7
EBT	<i>in Mio. Euro</i>	21,4	20,3	21,9
Ergebnis nach Steuern	<i>in Mio. Euro</i>	14,9	17,5	14,8

Kapital		30.09.2005	30.09.2006	30.09.2007
Bilanzsumme	<i>in Mio. Euro</i>	—	—	—
Capital Employed (CE)	<i>in Mio. Euro</i>	—	—	—
Eigenkapital	<i>in Mio. Euro</i>	—	—	—
Eigenkapitalquote	<i>in % von der Bilanzsumme</i>	—	—	—
Netto-Finanzschulden	<i>in Mio. Euro</i>	—	—	—
ROCE (letzte 12 Monate)	<i>in % vom durchschnittlichen Capital Employed</i>	—	16,4	8,3

Q3 2008	Q3 2009	Q3 2010	Q3 2011	Q1–Q3 2005	Q1–Q3 2006	Q1–Q3 2007	Q1–Q3 2008	Q1–Q3 2009	Q1–Q3 2010	Q1–Q3 2011
558,9	601,6	609,6	660,3	603,1	793,2	1.089,1	1.267,1	1.415,9	1.462,8	1.533,0
269,4	187,0	119,2	82,9	2.123,3	1.430,5	1.048,7	682,8	460,2	300,2	203,3
828	789	729	743	2.726	2.224	2.138	1.950	1.876	1.763	1.736
747,0	942,9	1.076,5	1.354,1	—	252,0	893,0	1.609,0	2.263,1	2.685,5	3.244,3
2.821	2.666	2.607	2.765	3.734	3.165	3.155	2.837	2.730	2.602	2.686

Q3 2008	Q3 2009	Q3 2010	Q3 2011	Q1–Q3 2005	Q1–Q3 2006	Q1–Q3 2007	Q1–Q3 2008	Q1–Q3 2009	Q1–Q3 2010	Q1–Q3 2011
117,7	112,2	116,4	121,8	328,5	299,6	303,0	299,3	282,4	296,8	308,1
24,9	25,0	20,9	16,9	56,6	51,4	42,7	34,4	30,5	34,9	29,4
21,1	22,3	18,0	13,9	17,2	17,2	14,1	11,5	10,8	11,8	9,5
15,6	15,8	12,3	8,9	29,4	26,5	14,2	4,1	3,0	6,4	4,4
13,3	14,1	10,6	7,3	8,9	8,9	4,7	1,4	1,1	2,1	1,4
—	0,2	—	—	9,0	3,2	6,4	10,9	9,5	2,2	—
15,6	16,0	12,3	8,9	38,4	29,8	20,6	15,0	12,5	8,6	4,4
15,0	15,1	11,7	8,7	27,5	21,9	13,2	2,9	1,6	4,9	3,6
11,9	12,2	9,4	6,4	14,2	14,5	5,8	0,5	–3,0	–1,1	0,4

30.09.2008	30.09.2009	30.09.2010	30.09.2011	Q1–Q3 2005	Q1–Q3 2006	Q1–Q3 2007	Q1–Q3 2008	Q1–Q3 2009	Q1–Q3 2010	Q1–Q3 2011
—	—	—	—	296,5	270,1	280,2	255,6	260,7	248,2	245,3
—	—	—	—	163,0	171,8	171,5	165,3	168,7	157,9	144,9
—	—	—	—	115,9	113,0	120,4	113,6	102,2	105,1	105,3
—	—	—	—	39,1	41,8	43,0	44,5	39,2	42,4	43,0
—	—	—	—	9,7	13,3	24,4	30,3	44,5	21,3	6,8
2,6	7,0	14,1	17,0	—	—	—	—	—	—	—

Mehrjahresübersicht

Kennzahlen: Cash Flow, Aktie

Cash Flow		Q3 2005	Q3 2006	Q3 2007
Brutto-Cash Flow	<i>in Mio. Euro</i>	23,6	26,0	23,8
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	<i>in Mio. Euro</i>	9,5	10,1	6,8
Netto-Cash Flow	<i>in Mio. Euro</i>	14,2	15,9	17,1
Cash Flow aus operativer Geschäftstätigkeit	<i>in Mio. Euro</i>	13,5	21,4	22,5
Cash Flow aus der Investitionstätigkeit	<i>in Mio. Euro</i>	-9,5	-10,1	-6,8
Free-Cash Flow	<i>in Mio. Euro</i>	4,1	11,3	15,8

Aktie		Q3 2005	Q3 2006	Q3 2007
Anzahl der Aktien (Nennwert 2,60 Euro)	<i>in Stück</i>	6.000.020	5.400.020	7.380.020
Ergebnis je Aktie				
unverwässert	<i>in Euro</i>	1,90	2,41	2,06
verwässert	<i>in Euro</i>	2,19	2,23	2,06

Q3 2008	Q3 2009	Q3 2010	Q3 2011	Q1–Q3 2005	Q1–Q3 2006	Q1–Q3 2007	Q1–Q3 2008	Q1–Q3 2009	Q1–Q3 2010	Q1–Q3 2011
21,1	21,4	18,0	14,5	41,5	39,4	34,2	30,8	24,5	27,4	25,4
9,2	10,0	6,6	8,3	25,8	21,7	34,3	20,4	22,9	18,0	19,2
11,9	11,4	11,5	6,1	15,7	17,7	-0,1	10,4	1,6	9,4	6,2
20,6	15,3	19,9	21,3	24,3	12,9	31,0	12,2	12,3	30,8	33,9
-9,2	-9,9	-7,9	-8,3	-25,8	-21,7	-34,3	-20,4	-22,6	-19,3	-19,3
11,4	5,5	12,0	13,0	-1,5	-8,8	-3,4	-8,2	-10,3	11,6	14,9

Q3 2008	Q3 2009	Q3 2010	Q3 2011	Q1–Q3 2005	Q1–Q3 2006	Q1–Q3 2007	Q1–Q3 2008	Q1–Q3 2009	Q1–Q3 2010	Q1–Q3 2011
7.380.020	7.380.020	7.380.020	7.380.020	6.000.020	5.400.020	7.380.020	7.380.020	7.380.020	7.380.020	7.380.020
1,71	1,80	1,38	0,95	1,77	1,96	0,81	0,07	-0,44	-0,17	0,07
1,71	1,79	1,39	0,95	0,36	2,16	1,89	0,81	-0,44	-0,16	0,07

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-Müller-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
Erttstraße 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

Ausland

**Japan Photo Holding
Norge A/S**
Flåtestadveien 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
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, Spartan Close
Titan Business Centre
Tachbrook Park
UK–Warwick CV 34 6 RR
Tel. +44/19/26 46 3–100
Fax +44/19/26 46 3–101

CEWE COLOR Zagreb d. o. o.
Jurisiceva 24
HR–10000 Zagreb
Tel. +36/1/451 10 88
Fax +36/1/238 07 09

FINANZTERMINKALENDER

21./22.11.2011

Deutsches Eigenkapitalforum, Frankfurt

22.03.2012

Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2011

22.03.2012

Bilanzpresse- und Analystenkonferenz, Frankfurt



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

IMPRESSUM

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

Telefon: +49 (0) 4 41/404-22 88

Fax: +49 (0) 4 41/404-421

IR@cewecolor.de

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

Verantwortlich

CEWE COLOR Holding AG

Meerweg 30-32

D-26133 Oldenburg

Telefon: +49 (0) 4 41/404-0

Fax: +49 (0) 4 41/404-421

www.cewecolor.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

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 vorausgegangen zwölf Monate übersteigen

Days Working Capital

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

EBIT

Ergebnis vor Steuern und Finanzergebnis

EBITDA

Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen

EBT

Ergebnis vor Steuern

Eigenkapital

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

Eigenkapitalquote

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

Finanzverbindlichkeiten

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

Free-Cash Flow

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

Fremdkapital

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

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

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

Operatives Netto-Working Capital

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

Return on Capital Employed (ROCE)

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

Sonstiges Netto-Working Capital

Beinhaltet die zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte, kurzfristige Forderungen aus Ertragsteuererstattungen, 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.



viaprinto entspannt.

**Organisieren Sie Ihren Druck
in kleinen Auflagen: einfach,
schnell und zuverlässig.**

**Mit dem Online-Druckservice
von CEWE COLOR.**

www.viaprinto.de

 **viaprinto**
Erfolg hat schöne Seiten.

ab
7,95€*

Mein
persönliches
Geschenk



Mein
CEWE FOTOBUCH

Ihre Fotos als echtes Buch!

www.cewe-fotobuch.de

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

 **cewe**
einfach schöne Fotos

* Abgebildetes Produkt hat einen höheren Preis. Diesen entnehmen Sie bitte den Preisliste. Die Preise verstehen sich inkl. MwSt. zzgl. Bearbeitungs-
pauschale und evtl. anfallender Versandkosten.