

Resultate Q3 2012 CEWE COLOR Holding AG

Analysten-Telefonkonferenz

Oldenburg
8. November 2012



cewe-print.de
Ihr Online Druckpartner



Mein
cewe fotobuch
Mein Leben

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

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



Dr. Rolf Hollander

Vorstandsvorsitzender



Dr. Olaf Holzkämper

Finanzvorstand

Agenda

1. Neuheiten und Ergebnisse
2. Finanzbericht (GuV-Details, Bilanz, Cash Flow, Kapitalrentabilität)
3. Ausblick
4. Q & A

Saisonverschiebung Fotofinishing

Digitale Fotos werden auf Displays betrachtet:

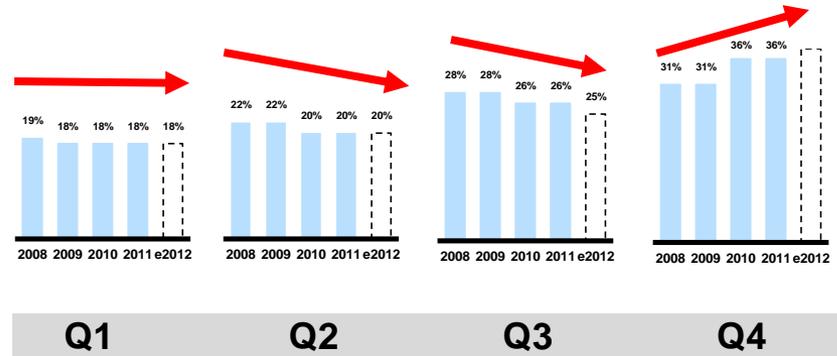
➔ **Unmittelbarer Bedarf nach Fotos ist gestillt, Bestellung erfolgt später**

Fotomehrwertprodukte (z.B. CEWE-FOTOBÜCHER, Foto-Grußkarten, Foto-Kalender und Wanddekorationen) sind besonders als Geschenkartikel gefragt:

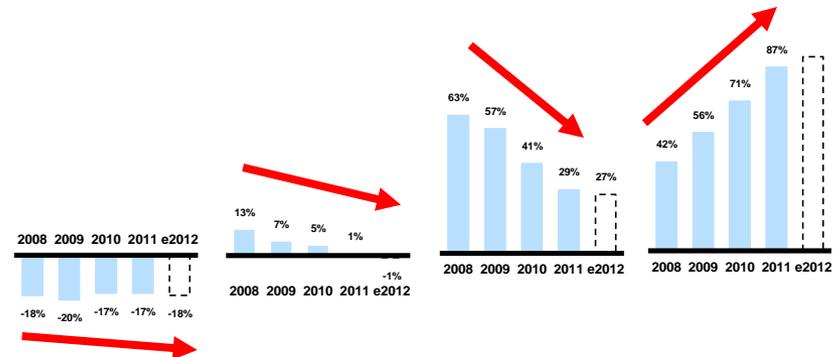
➔ **Bestellungen erfolgen zu Weihnachten**



Umsatzanteil



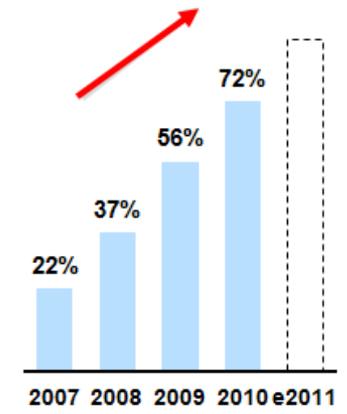
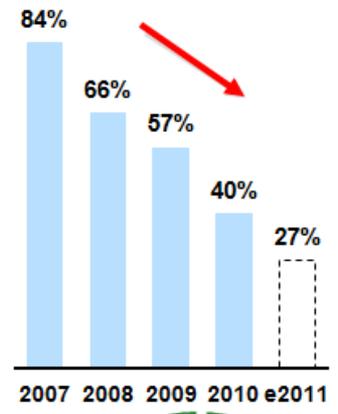
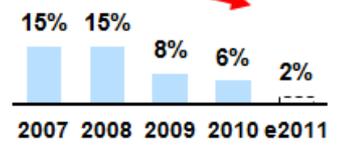
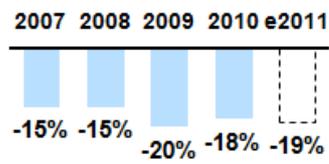
Gewinnanteil



- **Saisonverschiebung: Der Erfolg der Foto-Mehrwertprodukte erhöht den Umsatz- und Gewinnanteil des vierten Quartals seit Jahren und anhaltend**
- **Die Saisonverschiebung im Hauptsegment „Fotofinishing“ beeinflusst stark die Konzernwerte**

EBIT vor Restrukturierung nach Quartalen

Saisonale Verteilung: CEWE 2007 bis 2011 EBIT-Anteil je Quartal in Prozent



| Ziel | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 |
|------------------------|----------------|----------|------------|----|
| 28-31m€ EBIT-Ziel 2011 | -5,3 - -5,9 m€ | 0,6 m€ | 7,6-8,4 m€ | |
| Ist | -5,2 m€ ✓ | 0,7 m€ ✓ | 8,9 m€ ✓ | |

„Für die zweite Jahreshälfte bedeutet die Saisonverschiebung: Das dritte Quartal verliert, das vierte Quartal gewinnt dafür dazu.“
Zwischenbericht Q2 2011, Seite 61

► **Q3-EBIT übertrifft Erwartungen**

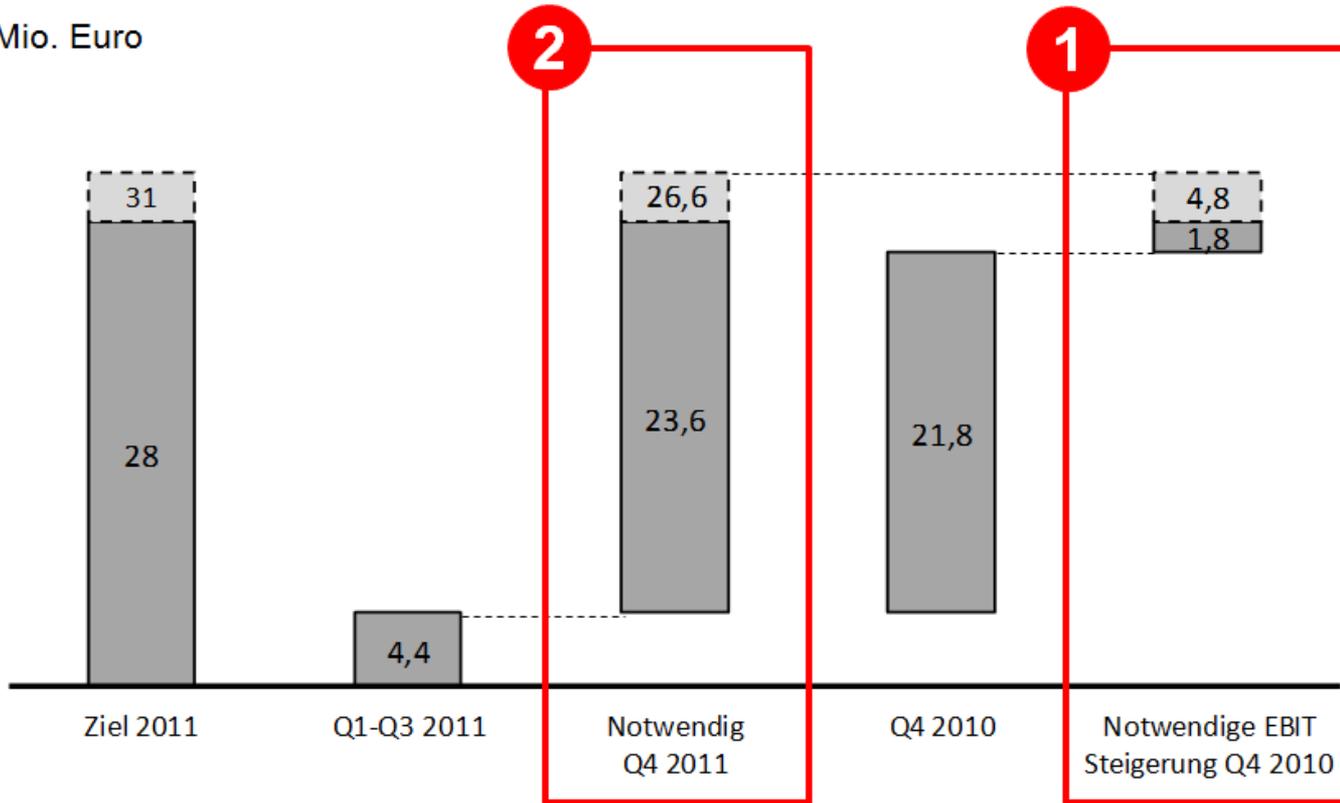
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Folie aus
Analysten-Telefonkonferenz
Q3-2011

Folie aus
Analysten-Telefonkonferenz
Q3-2011

EBIT 2011

in Mio. Euro

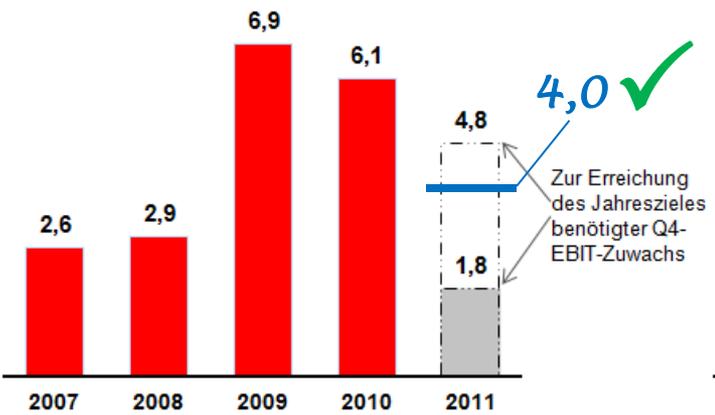


► Um die Jahresziele zu erreichen ist in Q4 eine EBIT-Steigerung von 1,8 bis 4,8 Mio Euro notwendig

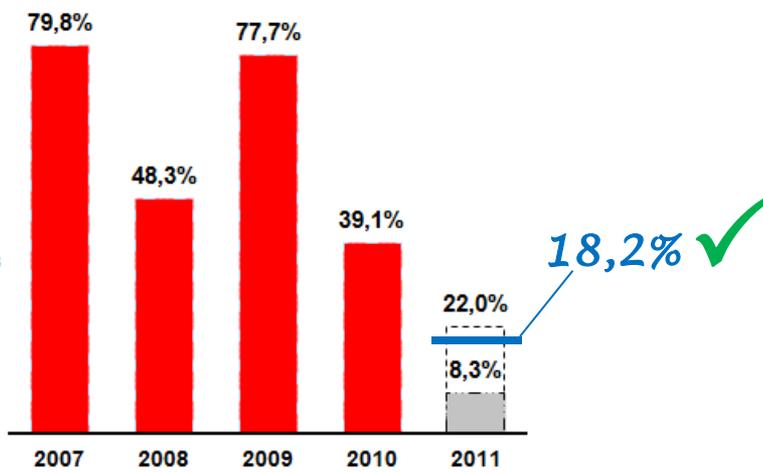
1

Zuwachs EBIT vor Restrukturierung Q4 vs. Vorjahr

EBIT-Zuwachs Q4 in Mio. Euro



EBIT-Zuwachs Q4 in %



► Die zur Erreichung der Jahresziele in Q4 benötigte EBIT-Steigerung ist gut greifbar, sie entspricht den Steigerungen der vergangenen Jahre

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

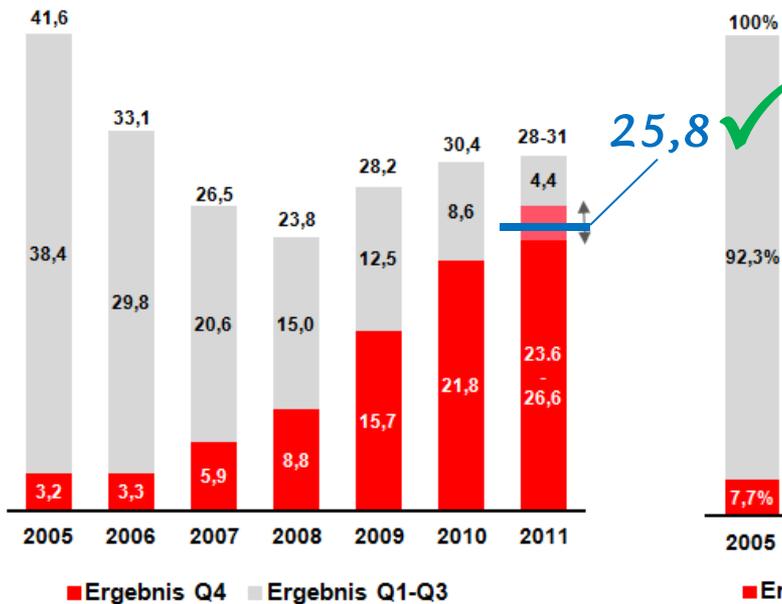
Folie aus
Analysten-Telefonkonferenz
Q3-2011

Folie aus
Analysten-Telefonkonferenz
Q3-2011

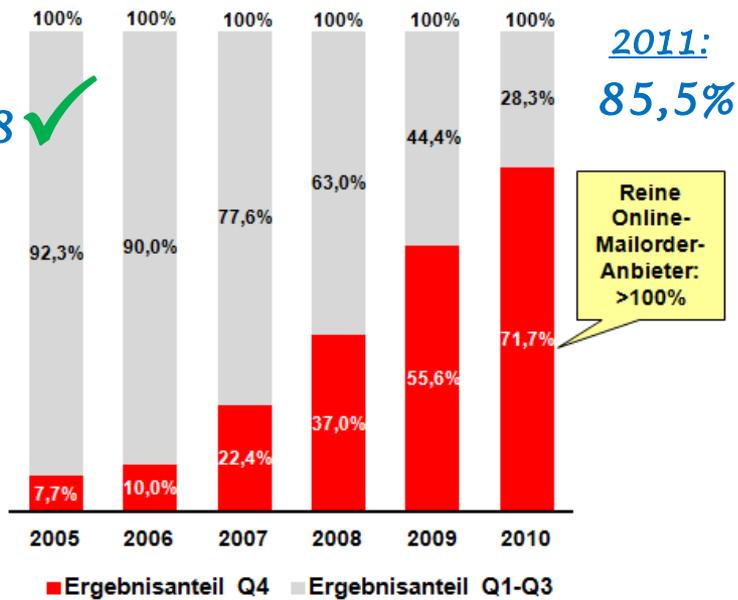
EBIT vor Restrukturierung

2

Ergebnisverteilung Q1-Q3 vs. Q4
in Mio. Euro



Ergebnisanteile Q1-Q3 vs. Q4
in %



► Auch der Zielbereich des Q4-EBITs liegt voll im Trend der seit Jahren anhaltenden Saisonverschiebung

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Highlights Q3 2012

| Ergebnisse | | Vorjahr Q3 2011 | Ist Q3 2012 | Kommentar |
|--------------------------------|---------------|--------------------|----------------|---|
| Absatz | Mio. Fotos | 743,2 | 662,0 | ▪ Absatzvolumen liegt im erwarteten Zielkorridor |
| Umsatz | Mio. Euro | 121,8 | 124,1 | ▪ Umsatzzuwachs durch Online Druck (Akquisition Saxoprint) |
| EBIT | Mio. Euro | 8,9 | 7,1 | ▪ Konzern-EBIT reduziert durch anhaltende Ergebnis-Saisonverschiebung im Fotofinishing und Start-Aufwendungen im Online Druck (Saxoprint) |
| Free Cash Flow | Mio. Euro | 13,0 | 0,4 | ▪ Diverse Effekte senken Cash Flow: Saisonverschiebung, kein Vorratsabbau, Aufbau Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, erhöhte Steuervorauszahlungen, Abbau Rückstellungen |
| ROCE (30. Sept.) | % | 17,0 | 13,7 | ▪ ROCE weiter auf hohem Niveau obwohl Online Druck Capital Employed erhöht |
| EK-Quote (30. Sept.) | % | 43,0 | 38,5 | ▪ Auch nach Saxoprint Akquisition EK-Quote auf hohem, soliden Niveau: 38,5% |

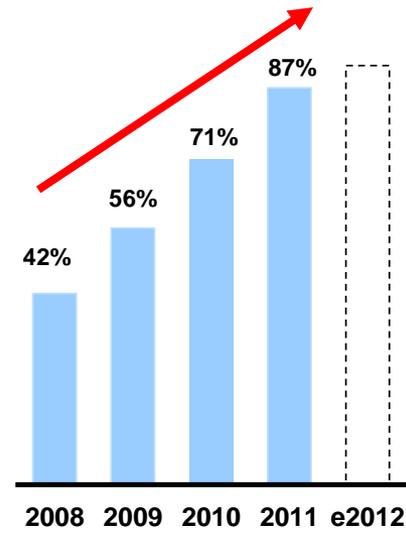
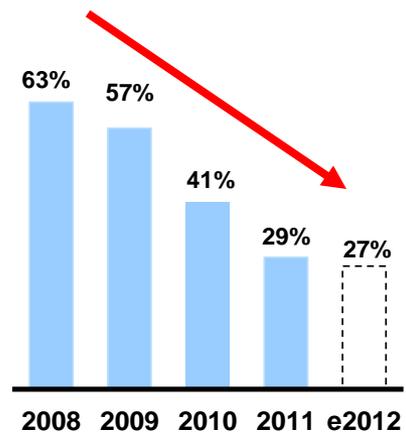
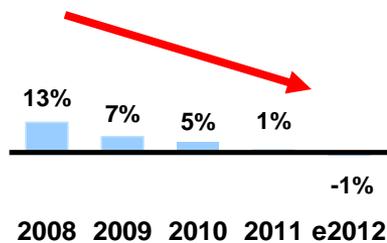
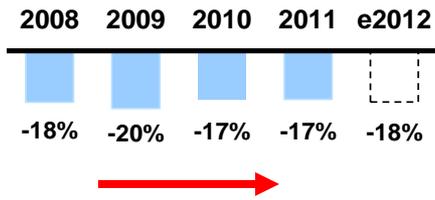
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

- ▶ **Q3-Ergebnisse erfüllen voll die Erwartungen**
- ▶ **CEWE COLOR bekräftigt Jahreszielsetzung**

EBIT nach Quartalen - Fotofinishing

Saisonale Verteilung: CEWE 2008 bis 2012

EBIT-Anteil je Quartal in Prozent (für das Jahr 2008 wurde als Vergleichswert das EBT berücksichtigt)



24,5-30,5 m€
EBIT-Ziel 2012
Fotofinishing

Q1
-4,4 - -5,5 m€

Q2
-0,2- -0,3 m€

Q3
6,6 – 8,2 m€

► **Fotofinishing- EBIT in Q3-2012 sogar über Erwartungen**

-5,1 m€
Ist ✓

-0,257 m€
Ist ✓

8,531 m€
Ist ✓

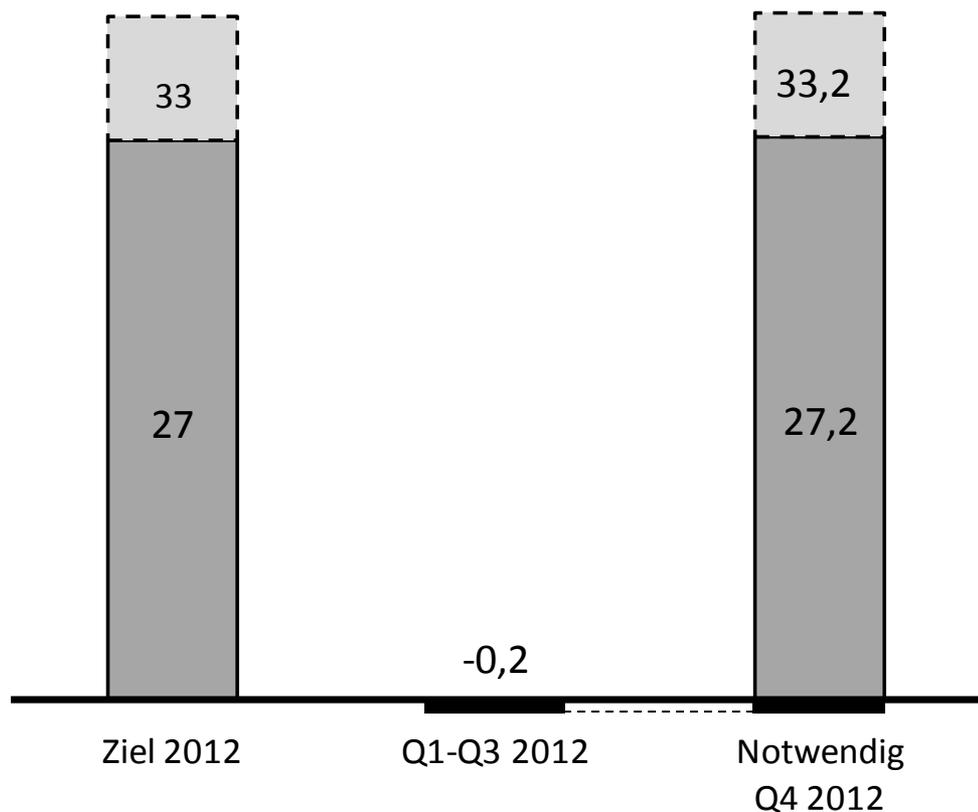
► **Gute Basis zum Sponsoring des Online Druck-Starts**

NB: Angaben 2008 bis 2011 gemäß altem Segmentbericht

* 27-33 m€ abzüglich Einzelhandels- (2,5 m€) und Online Druck-Ziel (0,0 m€)
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Konzern-EBIT 2012

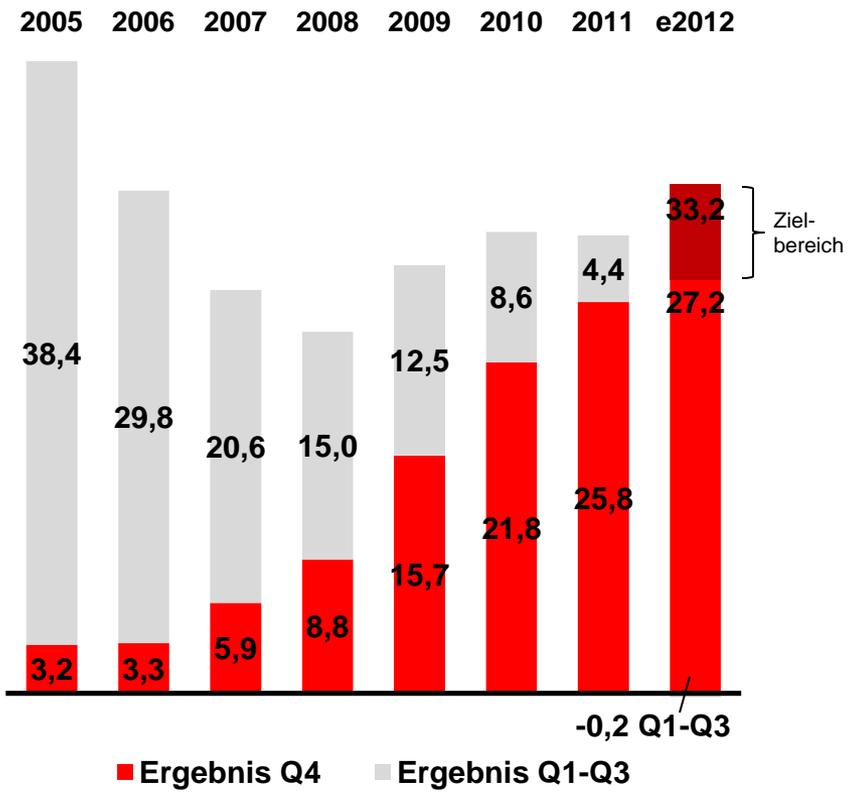
in Mio. Euro



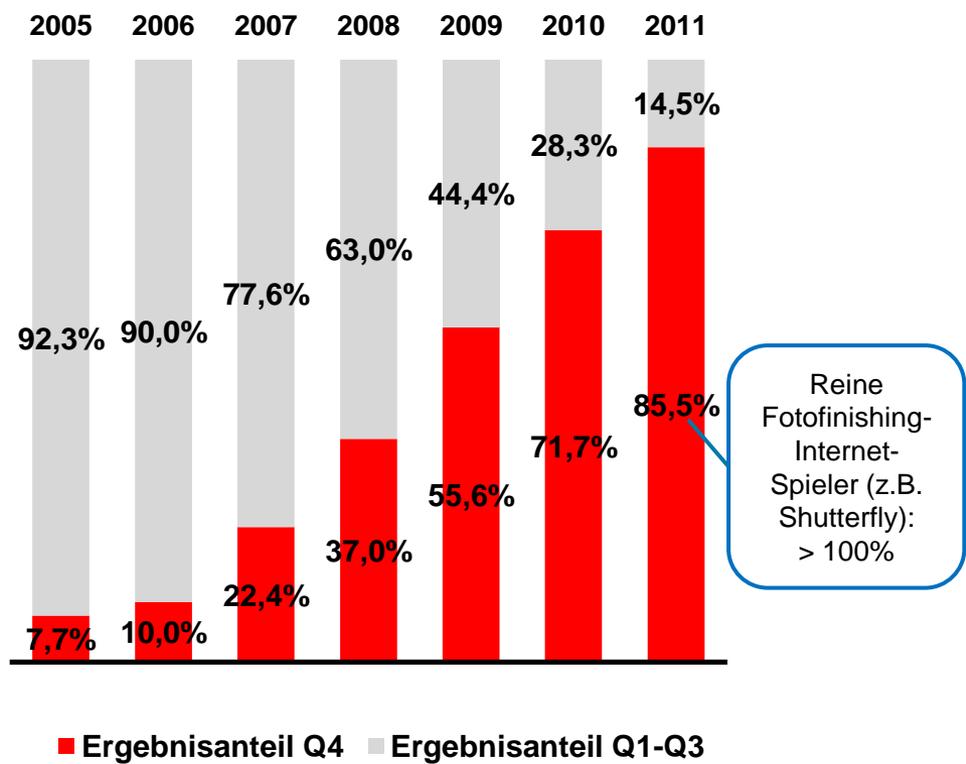
- ▶ **Zur Erreichung des Jahresziels 2012 wird das vierte Quartal ein EBIT von 27,2 bis 33,2 Mio. Euro beitragen**

EBIT vor Restrukturierung* (Konzern gesamt)

Ergebnisverteilung Q1-Q3 vs. Q4 in Mio. Euro



Ergebnisanteile Q1-Q3 vs. Q4 in %



► **Damit wird 2012 erstmals >100% des Ergebnisses im Q4 erwirtschaftet werden**

*Restrukturierungsaufwendungen nur 2005-2010
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Agenda

1. Neuheiten und Ergebnisse

- Fotofinishing

- Online Druck

- Einzelhandel

2. Finanzbericht (GuV-Details, Bilanz, Cash Flow, Kapitalrentabilität)

3. Ausblick

4. Q & A

Neuheiten und Vermarktung Q3 2012

CEWE FOTOBUCH

1 CEWE FOTOBUCH XXL Panorama auf Fotopapier matt und glänzend
Video im CEWE FOTOBUCH

CEWE KALENDER

2 Wandkalender A4 Panorama auf Fotopapier

CEWE GRUSSKARTEN

3 Einzelpostkarte Klassik mit Direktversand

Fotogeschenke

4 Selbstklebendes Poster, Smartphone und iPad Cases, Latte Becher, Profi-Kochschürze, Kuschelkissen u. v. m.

Designs

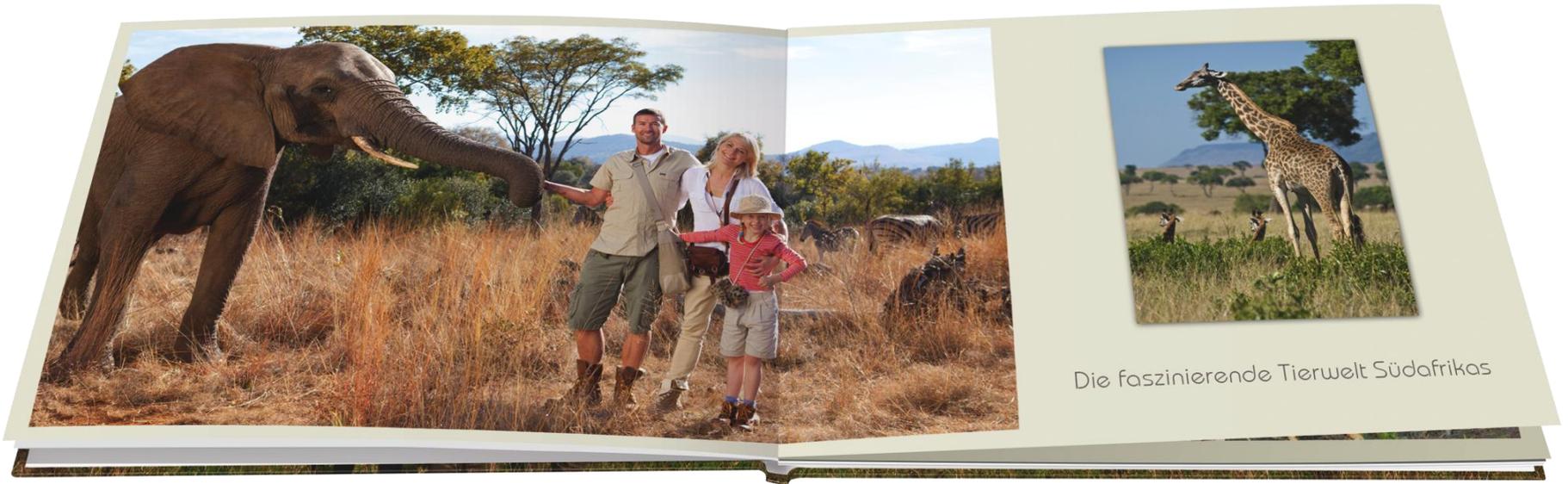
5 Neue CEWE GRUSSKARTEN-Designs,
Neue CEWE FOTOBUCH-Stile, Hintergründe und Cliparts

Vermarktung

6 Sommer-TV-Spot, Sponsoring von Reisespecials, Printwerbung, Reise- / Verkehrsmittel-Kommunikation

- ▶ **Ausbau des Produktportfolios durch hochwertige und innovative Neuprodukte**
- ▶ **Ausbau der Designauswahl nach neuesten Trends**
- ▶ **Breite Vermarktung des CEWE FOTOBUCHs insbesondere zum Anlass „Reise“**

CEWE FOTOBUCH XXL Panorama auf Fotopapier matt und glänzend



- ▶ **Exklusives Fotoerlebnis im XXL-Format (ca. 38 x 29 cm)**
- ▶ **Empfohlener Verkaufspreis: ab 79,95 € (matt); ab 89,95 € (glänzend)**

Video im CEWE FOTOBUCH



- ▶ Einfügen von Videos auf CEWE FOTOBUCH Seiten
- ▶ Darstellung durch Titelfoto oder Filmstreifen plus QR-Code
- ▶ Abspielen der Videos durch Scannen des Codes (Smartphone, Tablet)
- ▶ Empfohlener Verkaufspreis: 1,99 € pro Video

Wandkalender A4 Panorama auf Fotopapier



► **Empfohlener Verkaufspreis: 17,99 €**

Einzelpostkarte Klassik mit POS- und Direktversand an Empfänger



- ▶ **Format:** 148 x 105 mm
- ▶ **Gestaltung:** Außen- und Innenseiten individualisierbar
- ▶ **Empfohlener Verkaufspreis:** ab 1,69 € zzgl. 0,45 € Porto / Transfer

Selbstklebendes Poster – 18 Formate (20 x 30 cm bis 100 x 150 cm)



- ▶ **Haftet auf fast allen Oberflächen (inkl. Raufasertapete, Glas, Holz, etc.)**
- ▶ **Spurlos ablösbar und vielfach wiederverwendbar**
- ▶ **Empfohlener Verkaufspreis: ab 9,99 €**

Profi-Kochschürze



- ▶ **Hochwertiges und strapazierfähig**
- ▶ **Empfohlener Verkaufspreis: 19,99 €**

Smartphone Case



- ▶ Innovative und hochwertige Smartphone Cases für Samsung Galaxy S3, Apple iPhone 4, Apple iPhone 4S
- ▶ Empfohlener Verkaufspreis: 19,99 €

iPad Case



- ▶ **Innovatives, trendiges iPad Case für iPad 2 und iPad 3**
- ▶ **Empfohlener Verkaufspreis: 29,99 €**

Sport-T-Shirt



- ▶ **Hochwertiges Sport-T-Shirt aus Polyester**
- ▶ **Erhältlich in den Größen: S, M, L, XL, XXL**
- ▶ **Empfohlener Verkaufspreis: 24,99 €**

Latte Becher



- ▶ **Hochwertiger und innovativer Latte Becher**
- ▶ **Empfohlener Verkaufspreis: 17,99 €**

Glasfoto



- ▶ **Hochwertiges Glasfoto mit exklusiver Geschenkbox**
- ▶ **Empfohlener Verkaufspreis: 8 x 10,5 cm: 24,99 €; 10,5 x 14 cm: 29,99 €**

Glasuhr groß



- ▶ **Aufwertung der Glasuhr durch größeres Format (29 cm Durchmesser)**
- ▶ **Empfohlener Verkaufspreis: 29,99 €**

Türschild



- ▶ Wertiges Türschild aus Acrylglas (Direktdruck)
- ▶ Empfohlener Verkaufspreis: Türschild: 24,99 €; Wandhalterung: 9,99 €

Kuschelkissen



- ▶ **Kuschelkissen aus Polyester-Microfaser**
- ▶ **Empfohlener Verkaufspreis:**
30 x 30 cm: 29,99 €; 40 x 40cm: 39,99 €; 50 x 50 cm: 49,99 €

300 neue Grußkarten-Designs

| Anlass | 2012 |
|------------------|------|
| Weihnachten | 60 |
| Taufe | 15 |
| Geburtstag | 10 |
| Danke | 10 |
| Kindergeburtstag | 10 |
| Einladung | 7 |
| Einschulung | 10 |
| Urlaub | 10 |
| Gute Besserung | 10 |



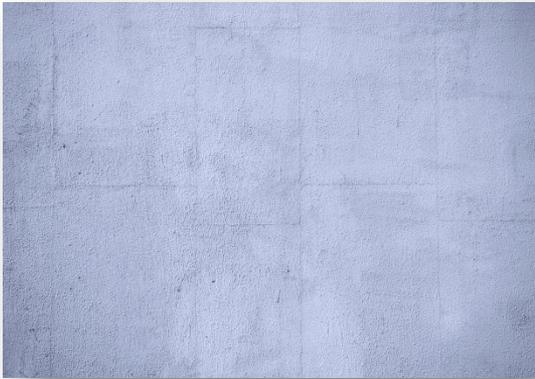
► Ca. 300 Designs zu verschiedenen Anlässen für 2012

120 neue einfarbige CEWE FOTOBUCH Hintergründe



... und viele weitere Farben!

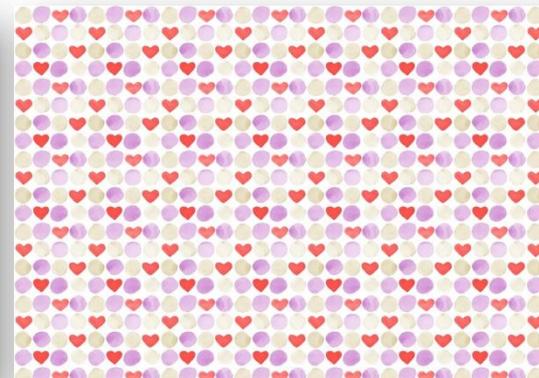
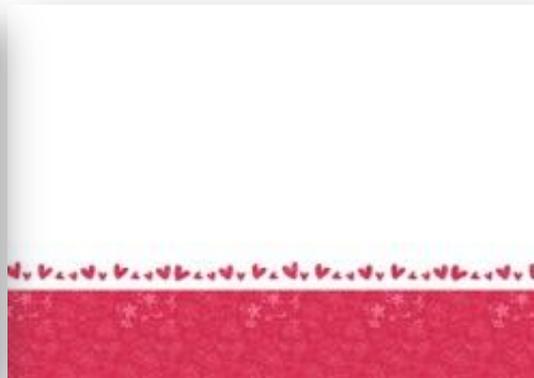
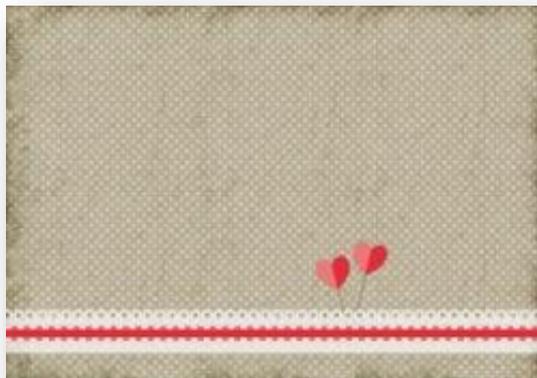
20 neue CEWE FOTOBUCH Multicolor Hintergründe



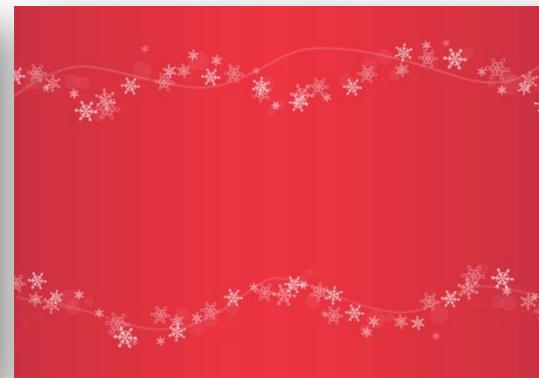
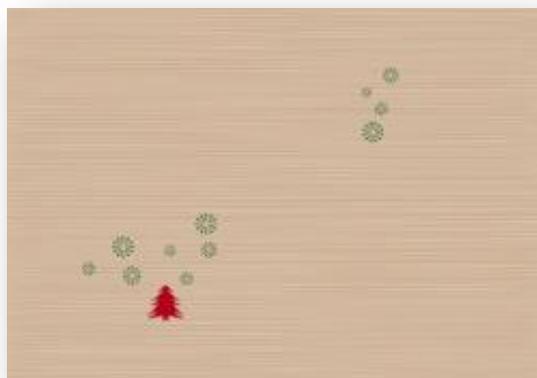
... und viele weitere Texturen und Muster!

160 neue CEWE FOTOBUCH Hintergründe

Liebe



Weihnachten



... und viele weitere Hintergründe!

160 neue CEWE FOTOBUCH Hintergründe

Hobby/Kochen



Hobby/Tiere



... und viele weitere Hintergründe!

65 neue CEWE FOTOBUCH Stile

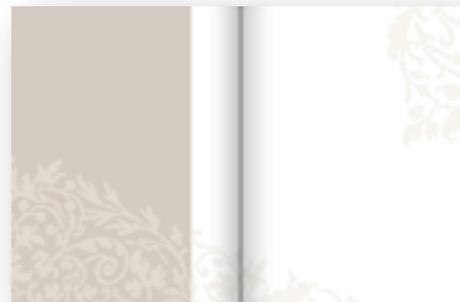
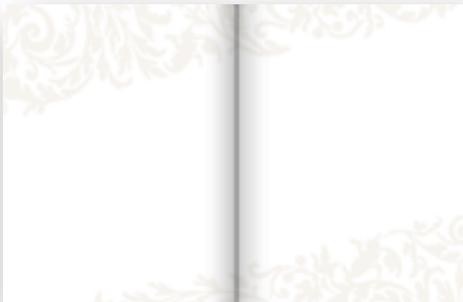
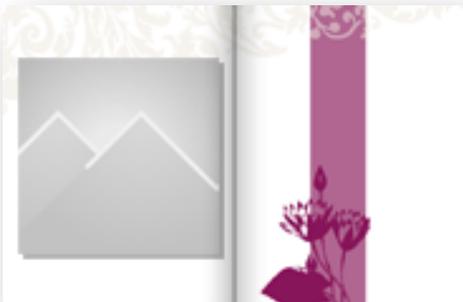
Baby



Reise



Hochzeit



... und viele weitere neue Stile und Hintergründe!

800 neue Cliparts für das CEWE FOTOBUCH

Baby/
Kinder



Geburtstag



Reise



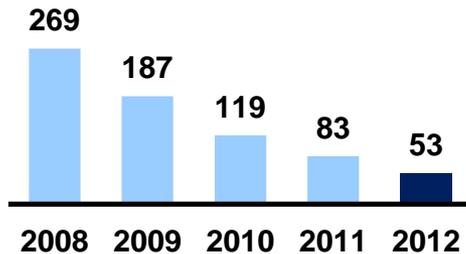
und
viele
mehr...



Fotos Q3 2012

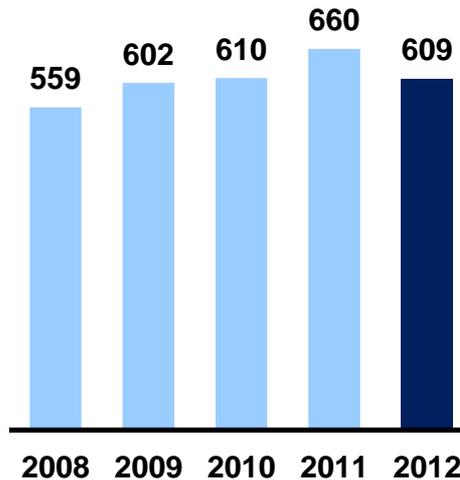
Fotos von Filmen
in Mio. Stück

-36,2%



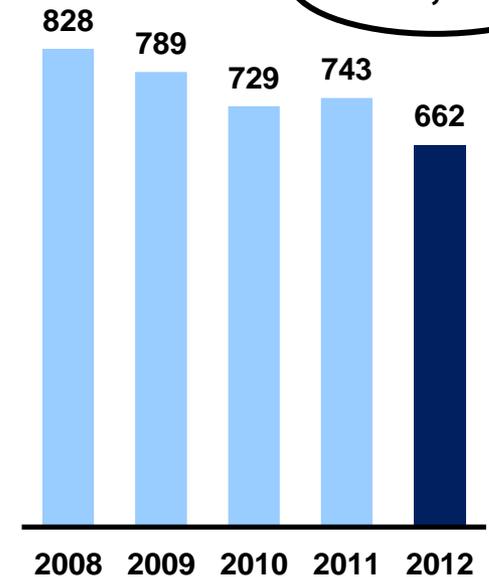
Digitalfotos
(inkl. CEWE FOTOBUCH-Prints)
in Mio. Stück

-7,8%



Fotos gesamt
in Mio. Stück

-10,9%



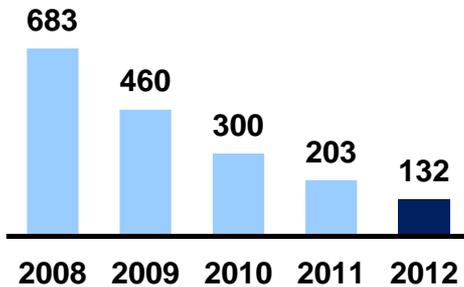
► **Saisonverschiebung, Olympia und Fußball-EM lassen Volumen zurückgehen**

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Fotos Q1-Q3 2012

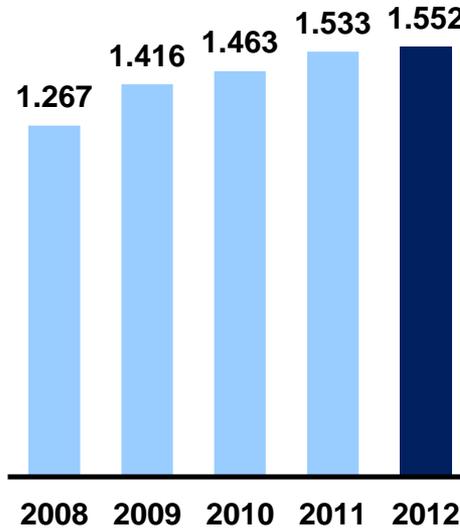
Fotos von Filmen in Mio. Stück

-35,2%



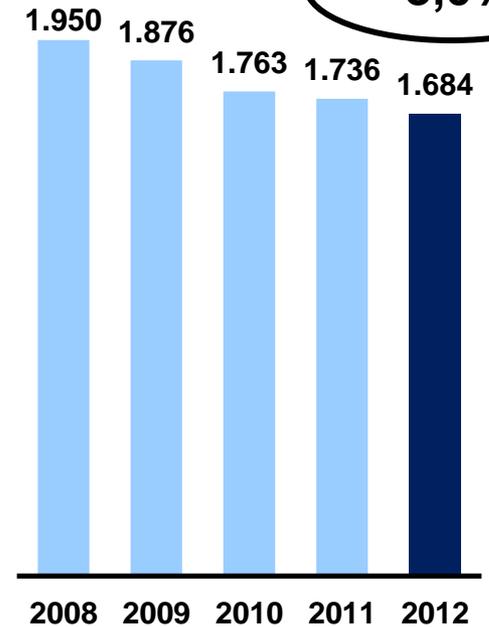
Digitalfotos (inkl. CEWE FOTOBUCH-Prints) in Mio. Stück

+1,2%



Fotos gesamt in Mio. Stück

-3,0%



- ▶ Digitalfotos weiterhin steigend
- ▶ Foto-Rückgang Q1 und Q2 deutlich gebremster

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

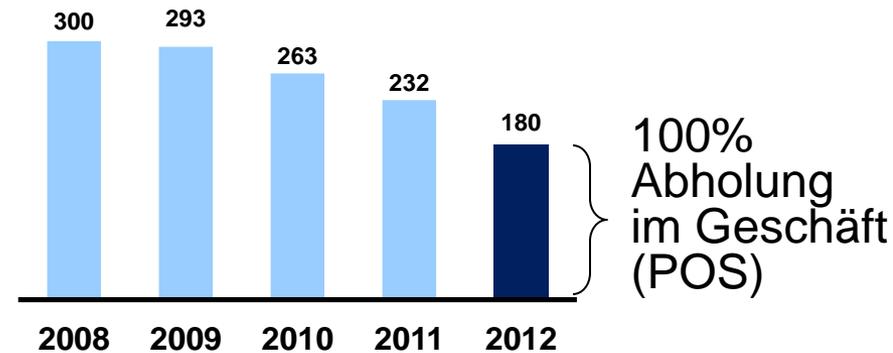
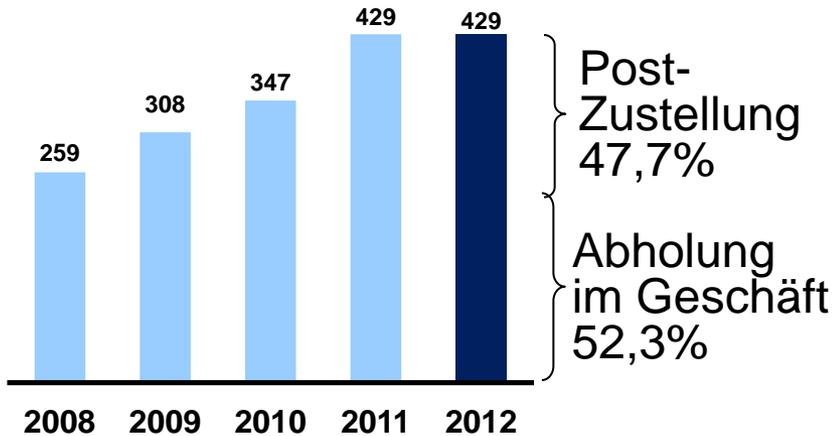
Bestell- und Lieferwege Q3

Digitalfotos bestellt über das Internet Q3
in Mio. Stück

+0,2%

Digitalfotos bestellt im Geschäft (POS) Q3
in Mio. Stück

-22,4%

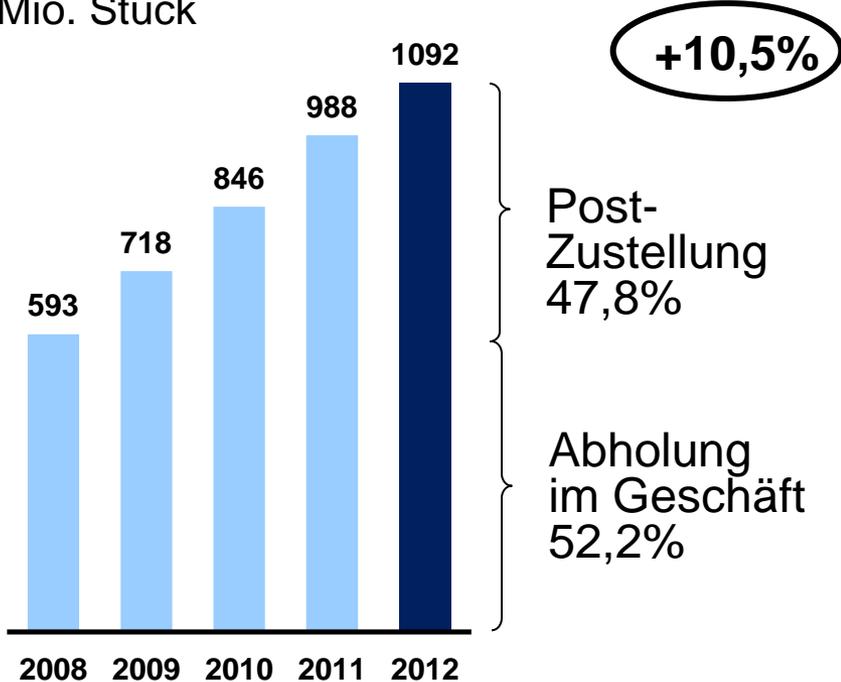


- ▶ **69% aller Fotos (analog und digital) wurden im Q3 in Geschäften abgeholt**
- ▶ **CEWE COLOR-Stärke: „clicks & bricks“**

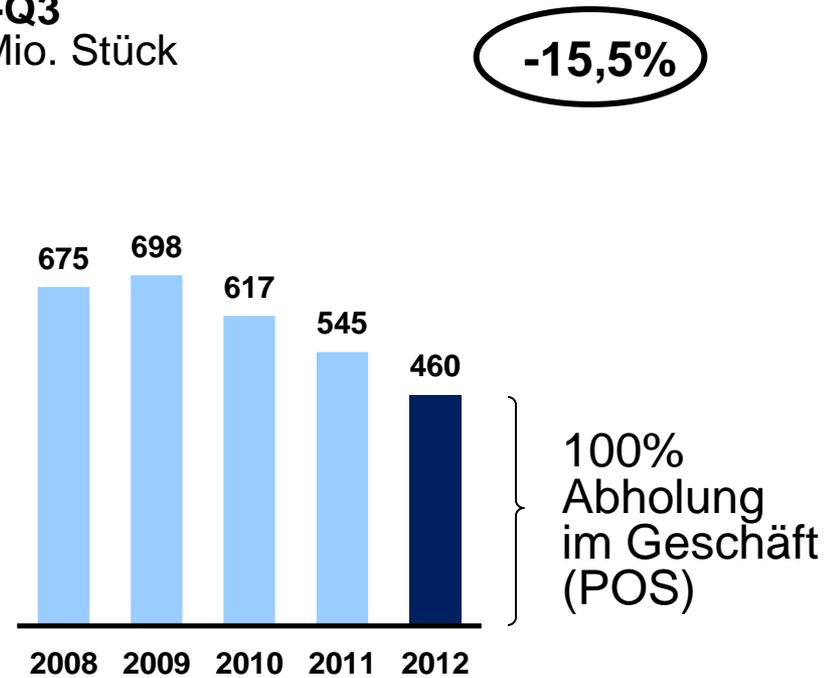
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Bestell- und Lieferwege Q1-Q3

Digitalfotos bestellt über das Internet Q1-Q3
in Mio. Stück



Digitalfotos bestellt im Geschäft (POS)
Q1-Q3
in Mio. Stück



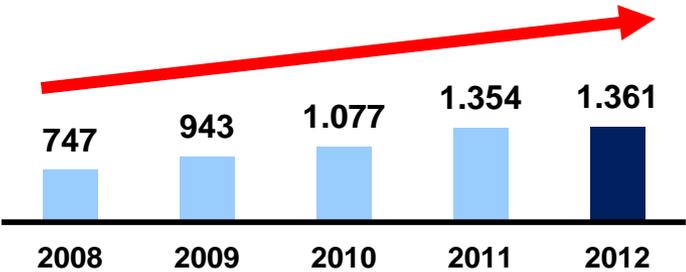
- ▶ **69% aller Fotos (analog und digital) wurden im Q1-Q3 in Geschäften abgeholt**
- ▶ **CEWE COLOR-Stärke: „clicks & bricks“**

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

CEWE FOTOBUCH-Wachstum

Anzahl CEWE FOTOBÜCHER Q3
in Tsd. Stück

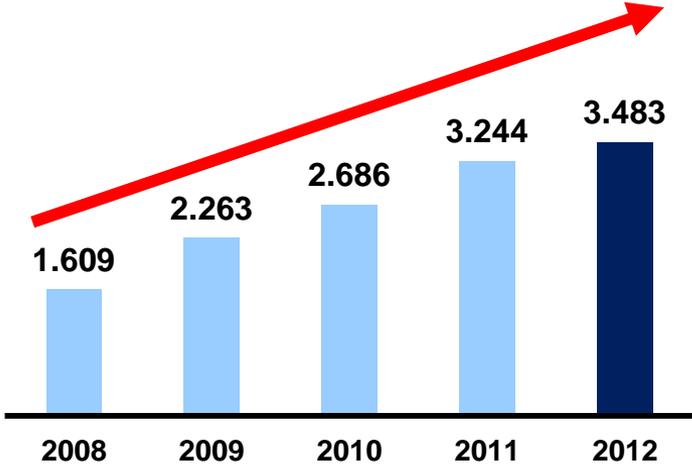
+0,5%



Anzahl CEWE FOTOBÜCHER Q1-Q3
in Tsd. Stück

Ziel 2012:
+11% bis +15%

+7,4%



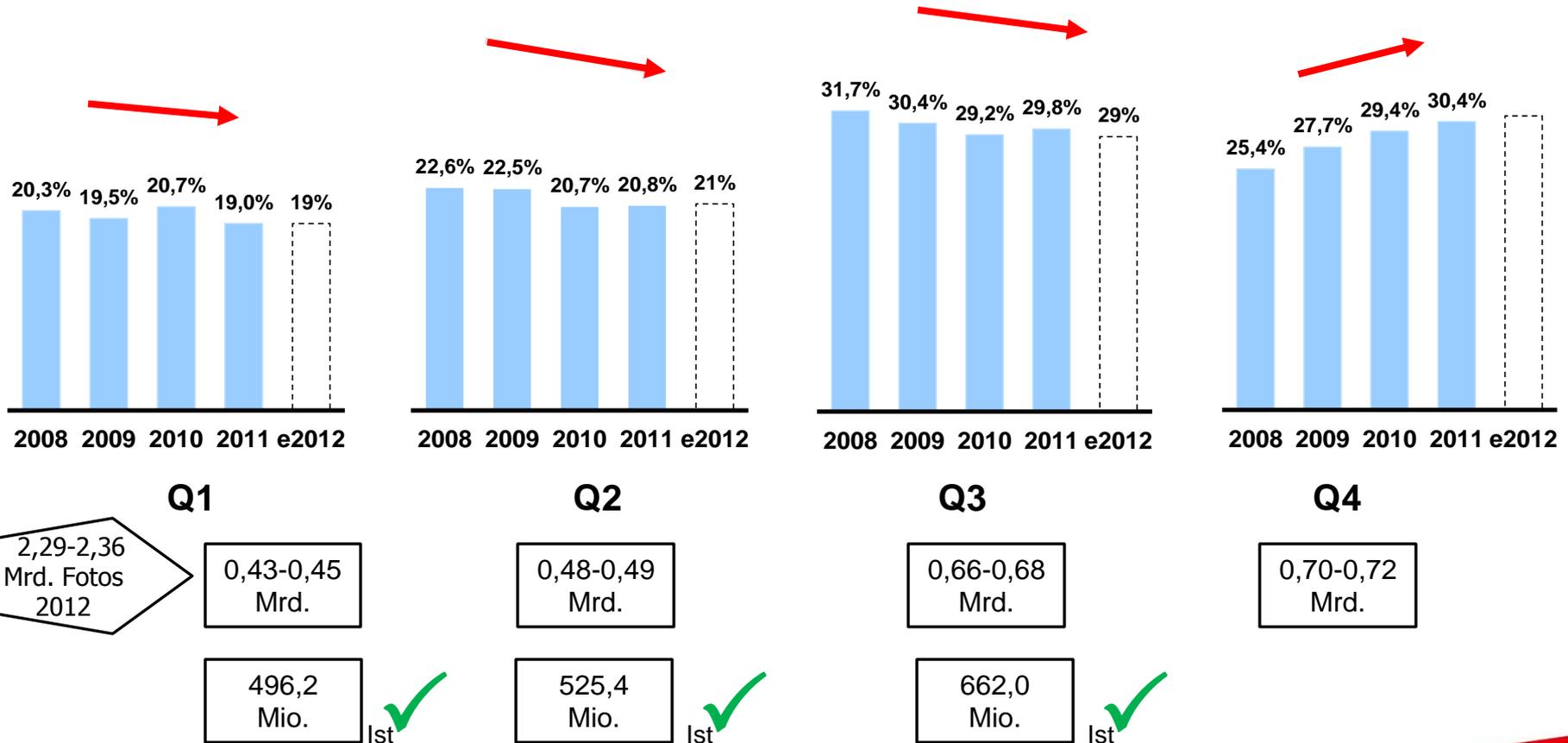
- ▶ Fußball EM 2012, Olympia 2012: Weniger Zeit und Muße zur Gestaltung von CEWE Fotobüchern
- ▶ Außerdem: beginnende Saisonverschiebung im CEWE FOTOBUCH

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Fotos Gesamt nach Quartalen

Saisonale Verteilung: CEWE 2008 bis 2012
Fotos Gesamt- Anteil je Quartal in Prozent

► **Volumen liegt im Zielkorridor**



Wertigkeit der Fotos

Q3

Fotos gesamt
in Mio. Stück

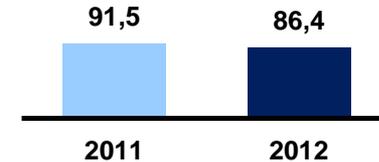
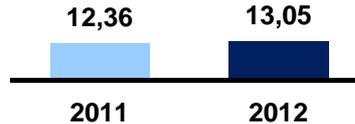
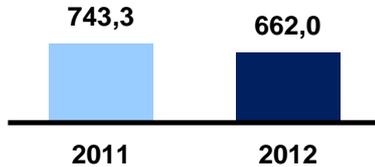
-10,9%

Wert pro Foto *
Umsatz/Foto [Eurocent/Foto]

+5,6%

Fotofinishing-Umsatz Q3
In Mio. Euro

-5,5%



Q1-Q3

Fotos gesamt
in Mio. Stück

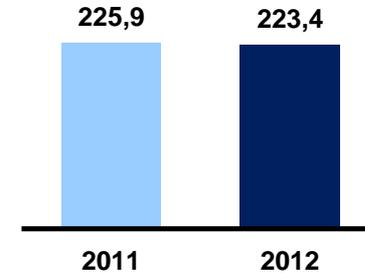
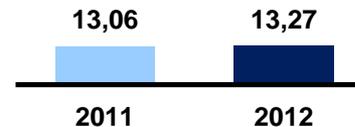
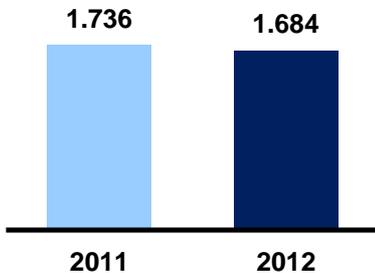
-3,0%

Wert pro Foto *
Umsatz/Foto [Eurocent/Foto]

+1,6%

Fotofinishing-Umsatz Q1-Q3
In Mio. Euro

-1,1%



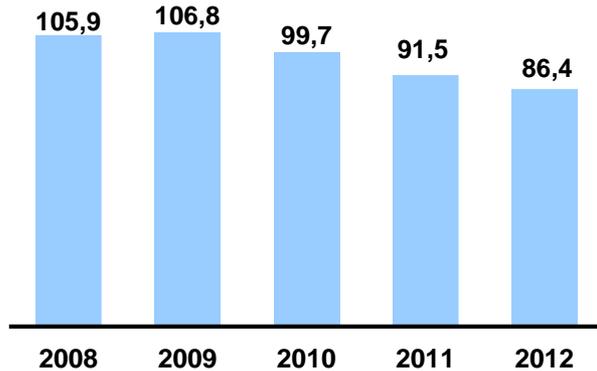
- ▶ **Q3 im Trend „von Masse zu Klasse“**
- ▶ **Sondereffekt im Q1 des Vorjahres verdünnt diesen Effekt in Q1-Q3 leicht**

* nur Umsatz der Fotofinishing-Segmente

Segment Fotofinishing Q3

in Mio. Euro

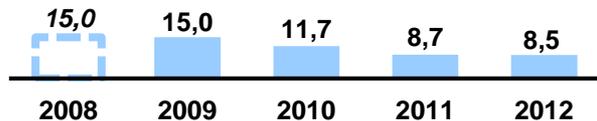
Umsatz



-5,5%

- Umsatz entwickelt sich entsprechend Saisonverschiebung

EBIT



-1,5%

- Ergebnismrückgang ist auf saisonal bedingt niedrigeren Umsatz zurückzuführen

9,5%vU 9,9%vU

► Segment „Fotofinishing“ mit gesteigerter Profitabilität auf 8,5 Mio. Euro EBIT

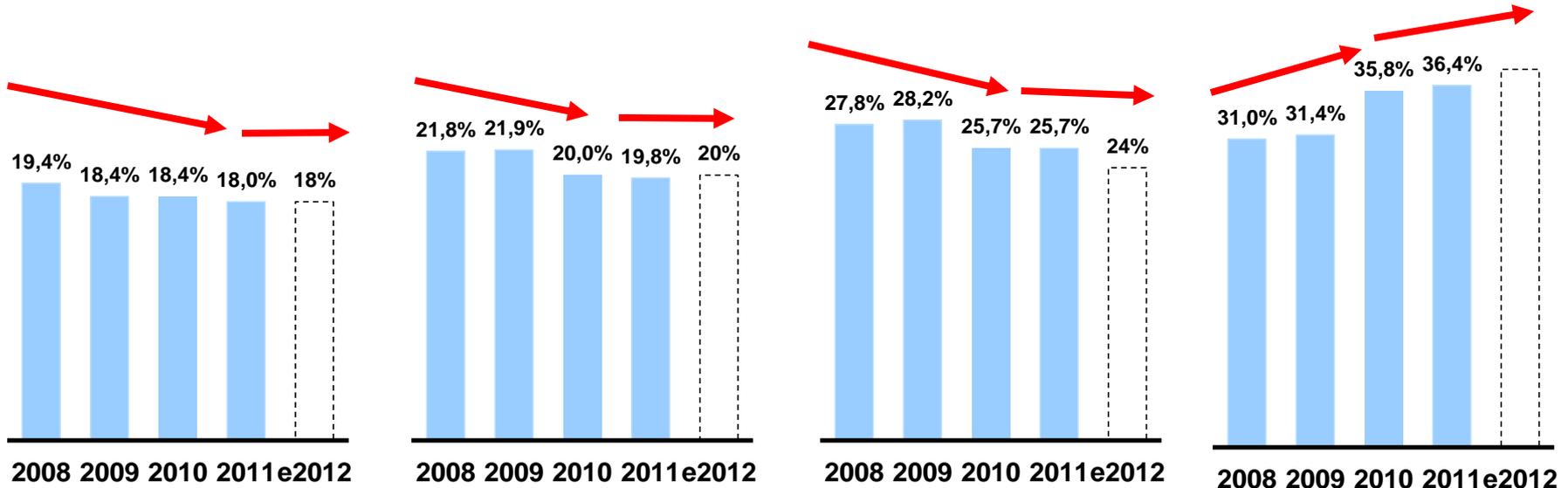
EBIT 2009 bis 2010 nach altem Segmentbericht (d.h. inklusive Frühphase Online Druck) - für 2008 wird das EBT angegeben

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Umsatzanteile nach Quartalen - Fotofinishing

Saisonale Verteilung: CEWE 2008 bis 2012

Umsatzanteil je Quartal in Prozent



347,8-372,8m€*
Umsatzziel
2012

| Q1 | Q2 |
|--------------|--------------|
| 62,6-67,1 m€ | 68,8-74,1 m€ |
| 65,5 Ist ✓ | 71,5 Ist ✓ |

| Q3 |
|--------------|
| 83,5-89,5 m€ |
| 86,4 Ist ✓ |

► Umsatz voll im Rahmen der Erwartungen

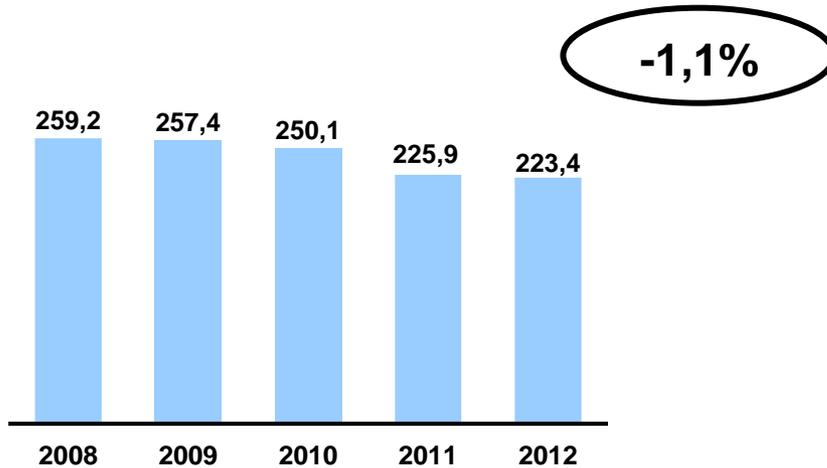
* 500-525 m€ abzüglich Onlinedruck-Ziel (40 m€) und Einzelhandel-Vorjahresumsatz (112 m€)
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

NB: Angaben 2008 bis 2011 gemäß altem Segmentbericht

Segment Fotofinishing Q1-Q3

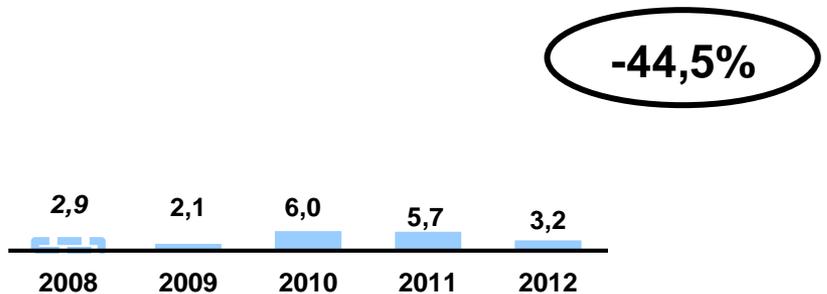
in Mio. Euro

Umsatz



- Überproportionaler Umsatzrückgang einzelner Bilder wird trotz Saisonverschiebung vor allem von CEWE FOTOBÜCHERN nahezu kompensiert

EBIT



- Saisonverschiebung schwächt Q1-Q3 und stärkt Q4

2,5%vU 1,4%vU

► Auch Q1-Q3 Fotofinishing-Saisonverschiebung sichtbar

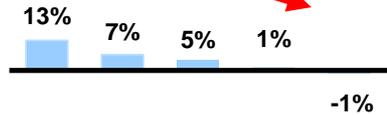
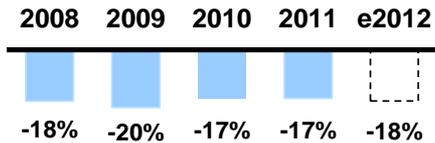
EBIT 2009 bis 2010 nach altem Segmentbericht (d.h. inkl. Frühphase Online Druck) - für 2008 wird das EBT angegeben

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

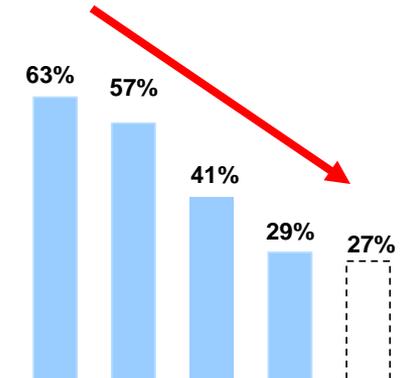
EBIT nach Quartalen - Fotofinishing

Saisonale Verteilung: CEWE 2008 bis 2012

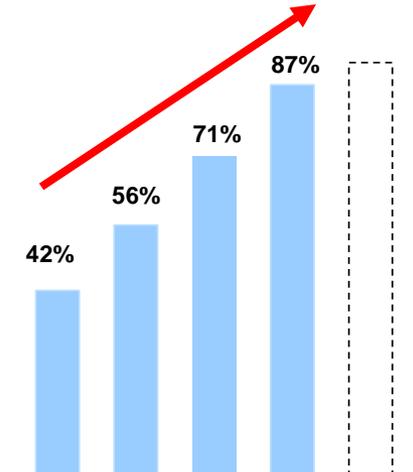
EBIT-Anteil je Quartal in Prozent (für das Jahr 2008 wurde als Vergleichswert das EBT berücksichtigt)



2008 2009 2010 2011 e2012



2008 2009 2010 2011 e2012



2008 2009 2010 2011 e2012

Q1

-4,4 - -5,5 m€

-5,1 m€

Ist



Q2

-0,2- -0,3 m€

-0,257 m€

Ist



Q3

6,6 – 8,2 m€

8,531 m€

Ist



Q4

► **Fotofinishing-EBIT in Q3 über Erwartungen**

24,5-30,5 m€
EBIT-Ziel 2012
Fotofinishing

* 27-33 m€ abzüglich Einzelhandels- (2,5 m€) und Online Druck-Ziel (0,0 m€)
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

NB: Angaben 2008 bis 2011 gemäß altem Segmentbericht

Agenda

1. Neuheiten und Ergebnisse

- Fotofinishing

- Online Druck

- Einzelhandel

2. Finanzbericht (GuV-Details, Bilanz, Cash Flow, Kapitalrentabilität)

3. Ausblick

4. Q & A

Integration Saxoprint

Vermarktungsplattformen



Technologie

Silberhalogenid
(Fotopapier)

Digitaldruck

Offsetdruck

Kunden

Konsumenten

Geschäftskunden

- ▶ **Konsumenten und Geschäftskunden werden mit Hilfe von drei Produktionstechnologien und drei Vermarktungswegen bedient**

CEWE Markenstruktur



Mein
cewe fotobuch
Mein Leben

Europas
beliebtestes
Fotobuch
ab 7,95 €

Über den schönsten Sommerurlaub

www.cewe.de

Mein
cewe fotobuch
Mein Leben

cewe
BEST IN PRINT

cewe-print.de
Ihr Online Druckpartner

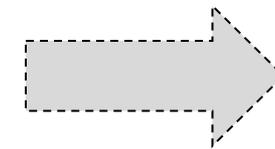
cewe-print.de
Ihr Online Druckpartner

cewe
BEST IN PRINT

CEWE Markenstruktur



Beispiel Deutschland:
24% ungestützte und 44 %
gestützte Markenbekanntheit



CEWE
FOTOBUCH-
Markenbekanntheit
unterstützt
CEWE-PRINT.de



cewe-print kopiert
die Funktionalität von
saxoprint.de

cewe-print verlinkt zu
viaprinto.de



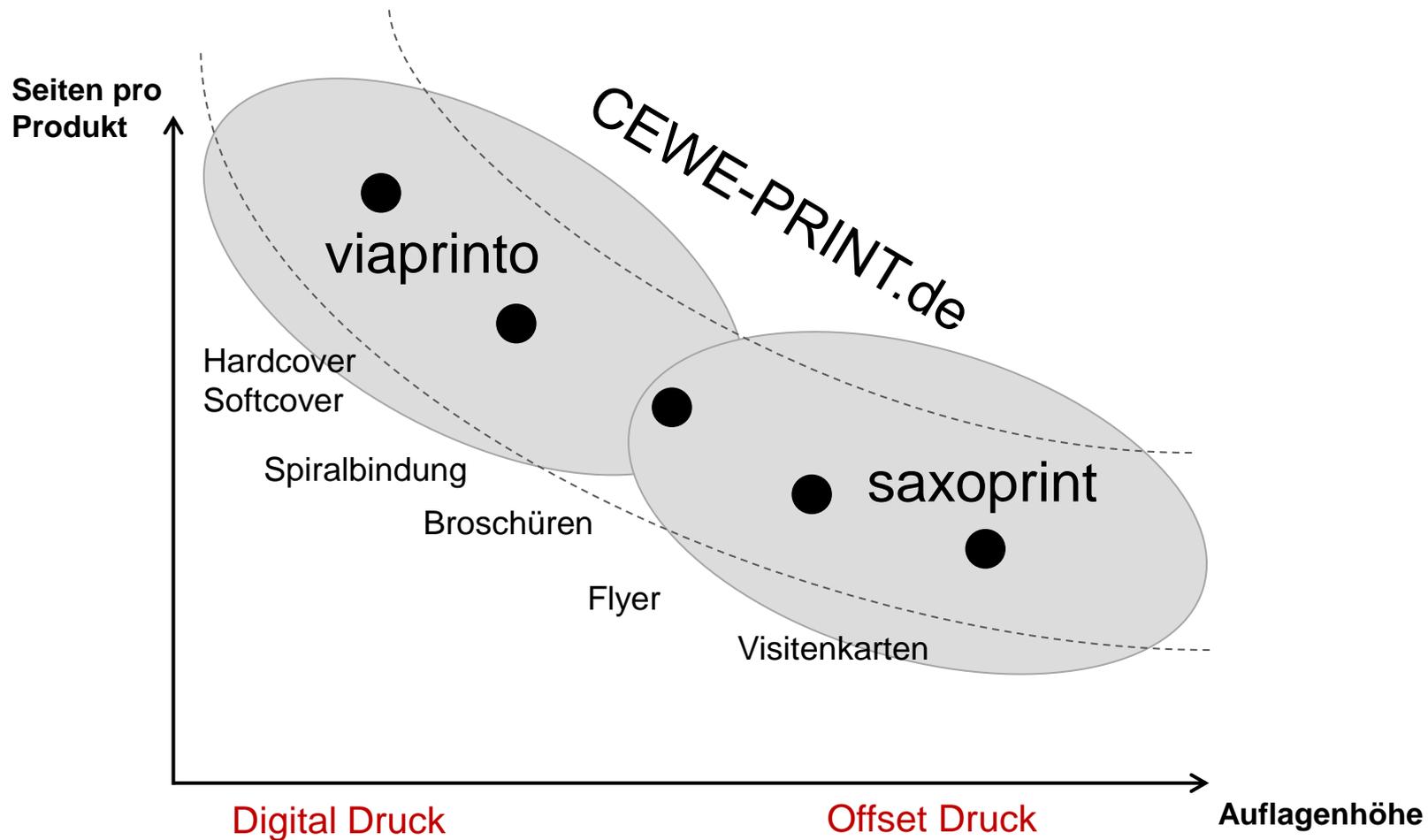
Bedient weiter seine
Kundenbasis



Bedient weiter seine
Kundenbasis

- ▶ **CEWE-PRINT profitiert von der Markenbekanntheit des CEWE FOTOBUCHs**
- ▶ **saxoprint.de und viaprinto.de existieren weiter**

Produkt-Mix



► viaprinto.de and saxoprint.de haben unterschiedliche Produktschwerpunkte

Markenbildung CEWE-PRINT.de

cewe-print.de
Ihr Online Druckpartner



saxoprint

viaprinto

- TV-Werbung
- Sport Sponsoring (besonders Bannerwerbung 1. und 2. Fussball-Bundesliga)
- Online-Werbung
-

- Gezielte Online-Werbung (SEM/SEO)

▶ Fokus der Werbemaßnahmen auf CEWE-PRINT.de

kostenfrei anrufen **0800 7236 272**
 Mo - Fr: 7:00 - 20:00 Sa - So: 10:00 - 19:00

Hilfe | Newsletter | Anmelden
 Es befinden sich
0 Artikel im Warenkorb

PRODUKTE

KUNDENBEREICH

SERVICE & HILFE

ÜBER UNS

KONTAKT

1.000 Flyer
ab **19,90 €***

cewe-print.de
Ihr Online Druckpartner

TRUSTED SHOPS
Kundenbewertung

★★★★★
SEHR GUT
4.84/5.00

04.04.12 HEHR...

Einfach perfekt!

Wählen Sie Ihr Druckprodukt

| | | |
|-------------------|----------------------|------------------------|
| Flyer | Folder | Broschüren |
| Visitenkarten | Plakate & Poster | CD- / DVD-Produkte |
| Postkarten | Verpackungen | UV-Lackierung |
| Briefbögen | Kalender | Druckmuster |

Newsletter bestellen und sparen!

Jetzt anmelden

CEWE-PRINT.de - Zahlung

Rechnung

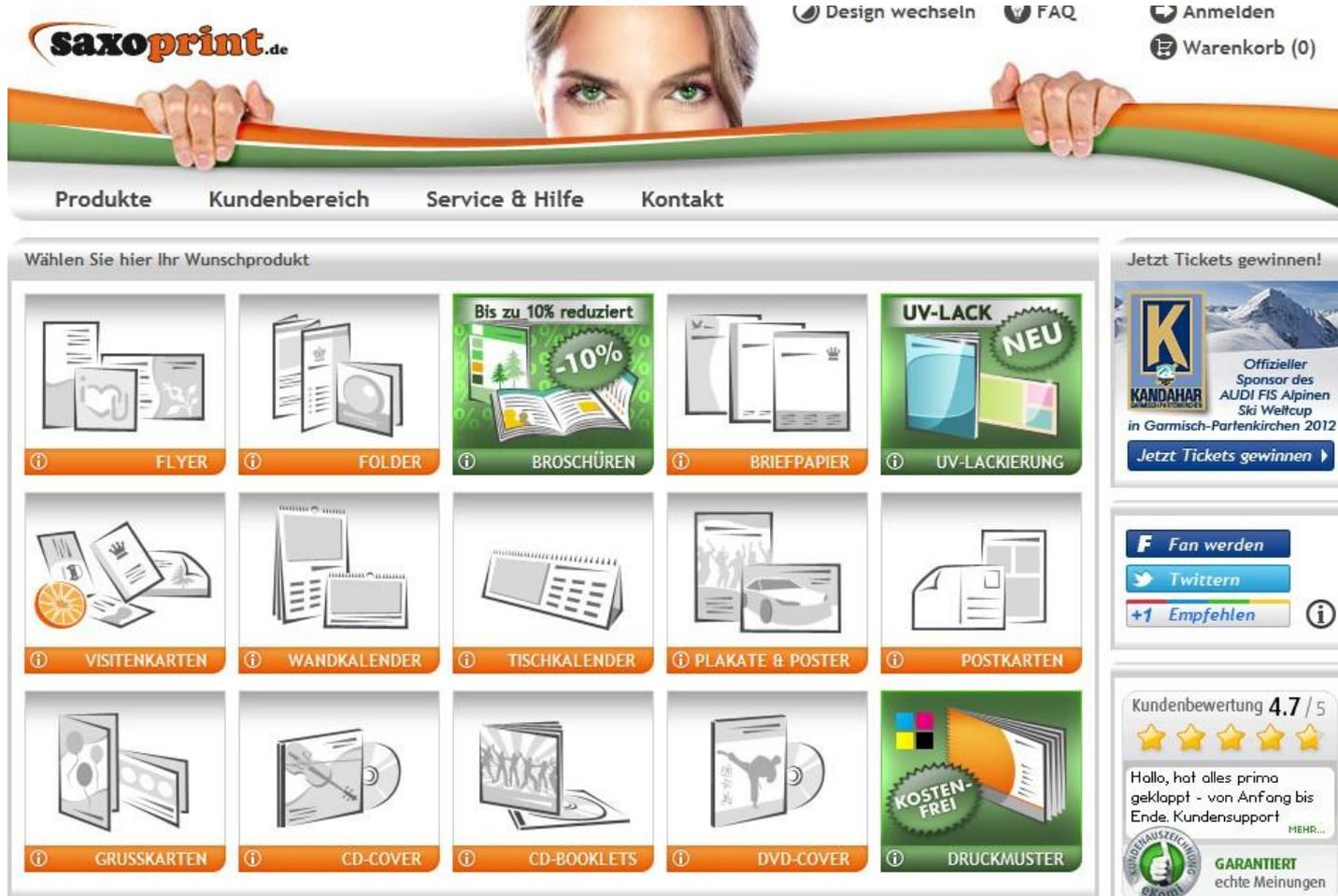
PayPal sofortüberweisung

MasterCard **VISA**

CEWE-PRINT.de im TV

CEWE-PRINT.de - Vorteile

- ✓ Kauf auf Rechnung
- ✓ kostenfreie Druckmuster
- ✓ Käuferschutz ohne Aufpreis
- ✓ inkl. Basis-Datencheck
- ✓ kostenfreier Versand



The image shows the top section of the Saxoprint website. At the top left is the logo 'saxoprint.de'. To the right are navigation links: 'Design wechseln', 'FAQ', 'Anmelden', and 'Warenkorb (0)'. Below this is a navigation bar with 'Produkte', 'Kundenbereich', 'Service & Hilfe', and 'Kontakt'. The main content area is titled 'Wählen Sie hier Ihr Wunschprodukt' and features a grid of 15 product categories, each with an icon and a label. The categories are: FLYER, FOLDER, BROSCHÜREN (with a '-10%' discount badge), BRIEFPAPIER, UV-LACKIERUNG (with 'UV-LACK' and 'NEU' badges), VISITENKARTEN, WANDKALENDER, TISCHKALENDER, PLAKATE & POSTER, POSTKARTEN, GRUSSKARTEN, CD-COVER, CD-BOOKLETS, DVD-COVER, and DRUCKMUSTER (with a 'KOSTEN-FREI' badge). To the right of the grid are three promotional boxes: 'Jetzt Tickets gewinnen!' for the Audi FIS Alpine Ski World Cup, 'Fan werden' with social media buttons for Facebook, Twitter, and a '+1 Empfehlen' button, and a 'Kundenbewertung 4,7 / 5' section with star ratings and a customer testimonial.

saxoprint.de

Design wechseln FAQ Anmelden Warenkorb (0)

Produkte Kundenbereich Service & Hilfe Kontakt

Wählen Sie hier Ihr Wunschprodukt

- FLYER
- FOLDER
- Bis zu 10% reduziert -10% BROSCHÜREN
- BRIEFPAPIER
- UV-LACK NEU UV-LACKIERUNG
- VISITENKARTEN
- WANDKALENDER
- TISCHKALENDER
- PLAKATE & POSTER
- POSTKARTEN
- GRUSSKARTEN
- CD-COVER
- CD-BOOKLETS
- DVD-COVER
- KOSTEN-FREI DRUCKMUSTER

Jetzt Tickets gewinnen!

K Offizieller Sponsor des AUDI FIS Alpen Ski Weltcup in Garmisch-Partenkirchen 2012
Jetzt Tickets gewinnen ▶

F Fan werden
Twitter
+1 Empfehlen ⓘ

Kundenbewertung 4,7 / 5
Halo, hat alles prima geklappt - von Anfang bis Ende. Kundensupport
MEHR...
GARANTIERT echte Meinungen

Auszeichnungen

Viaprinto

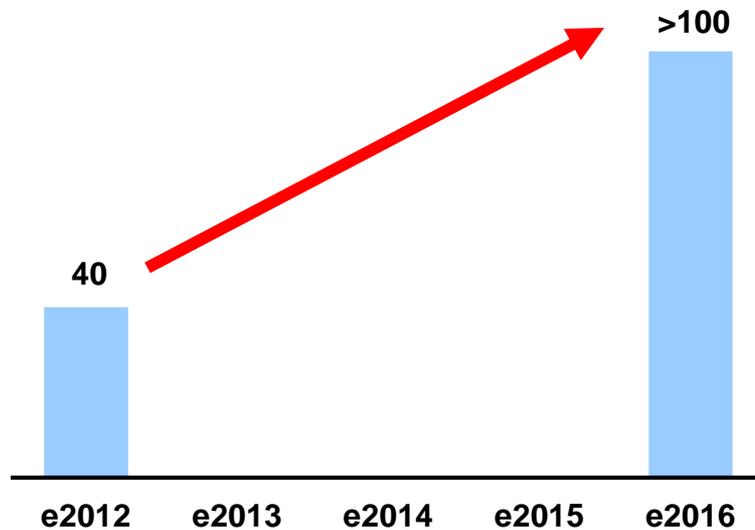


Saxoprint



Wachstumsperspektive Online Druck

Umsatz
in Mio. Euro

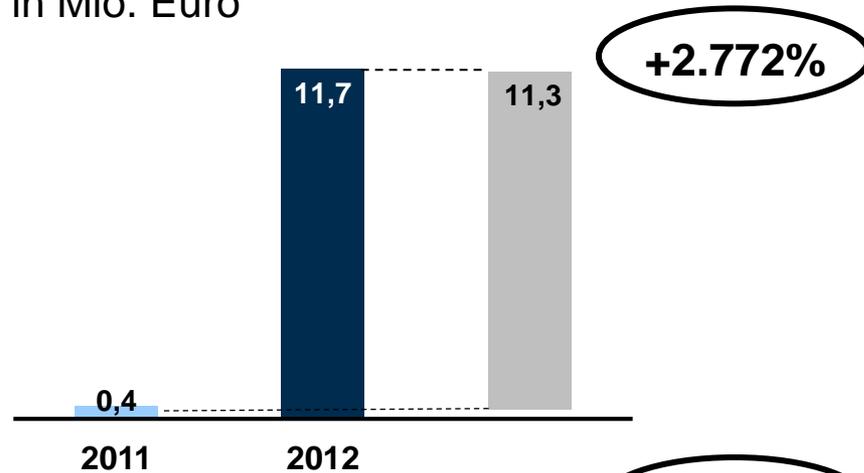


- ▶ In 4 Jahren soll das Segment Online Druck über 100 Mio. Euro Umsatz generieren

Segment Online-Druck Q3

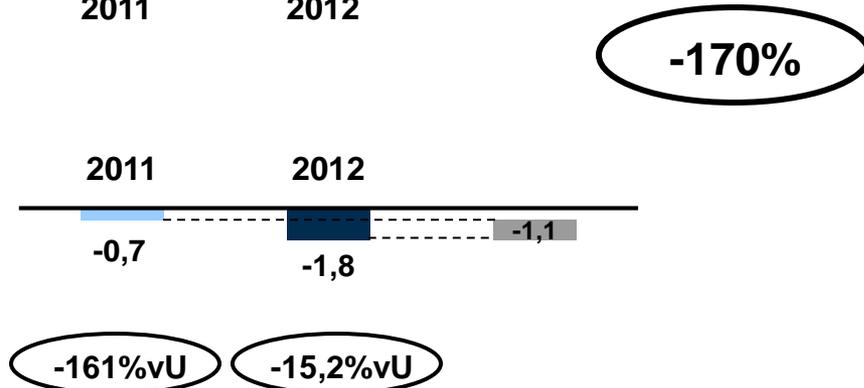
in Mio. Euro

Umsatz



- Viaprinto-Umsatz verdreifacht auf 1,2 m€
- Umsatz CEWE-PRINT/Saxoprint 10,5 m€ (>+30% im Vergleich zu Saxoprint im Vorjahr)

EBIT



- Viaprinto mit EBIT-Anstieg um 0,4 m€ auf -0,3 m€
- CEWE-PRINT/Saxoprint mit -1,5 m€ EBIT durch Anlauf-Marketingkosten von CEWE-PRINT (Start in Q3) und durch Abschreibungen auf Kundenstamm und Marke (0,6 m€) aus Purchase Price Allocation

▶ Segment „Online Druck“ legt mit Saxoprint im Umsatz deutlich zu

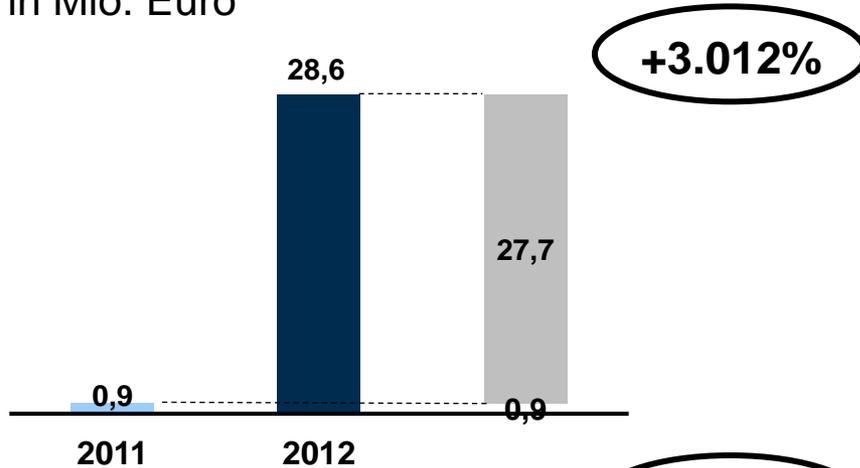
▶ Anschub CEWE PRINT bedingt Anlaufverluste

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Segment Online-Druck Q1-Q3

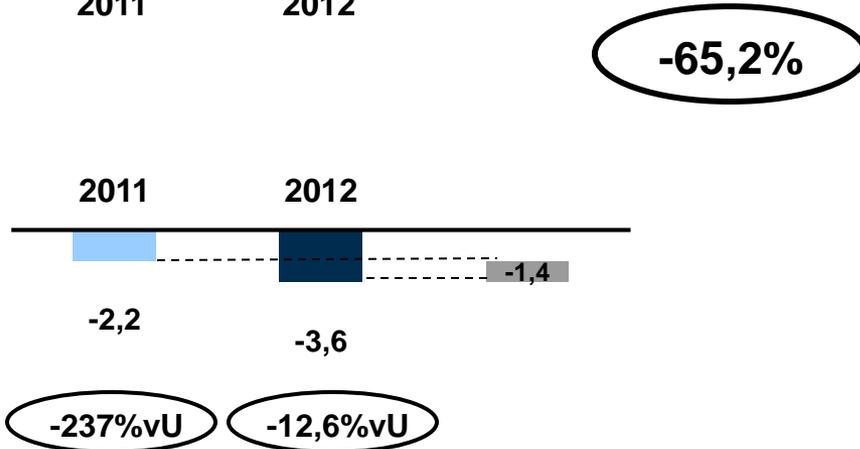
in Mio. Euro

Umsatz



- Viaprinto-Umsatz verdreifacht auf 2,6 m€
- Umsatz CEWE-PRINT/Saxoprint 26,0 m€

EBIT



- Viaprinto mit EBIT-Anstieg +1 m€ auf -1,2 m€
- EBIT CEWE-PRINT/Saxoprint -2,4 m€ durch Kosten im Zusammenhang mit der Akquisition (0,3 m€) und Abschreibungen auf Kundenstamm und Marke (1,3 m€)

▶ Segment „Online Druck“ legt mit Saxoprint im Umsatz deutlich zu

▶ Anschub CEWE PRINT bedingt Anlaufverluste

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Agenda

1. Neuheiten und Ergebnisse

- Fotofinishing

- Online Druck

- Einzelhandel

2. Finanzbericht (GuV-Details, Bilanz, Cash Flow, Kapitalrentabilität)

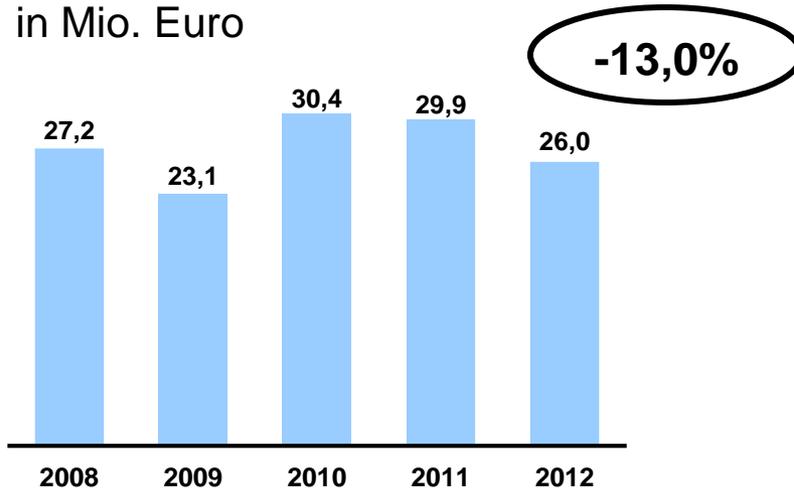
3. Ausblick

4. Q & A

Segment Einzelhandel* Q3

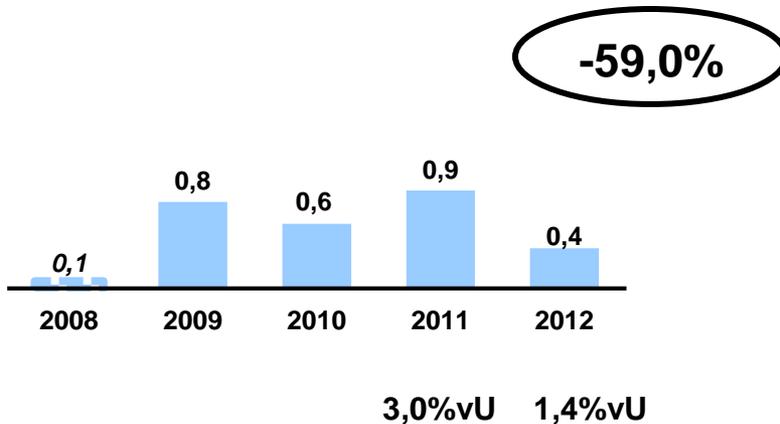
in Mio. Euro

Umsatz



- Polnischer Markt durch eingetrübte Konsumstimmung negativ beeinflusst

EBIT



- Einzelhandelsergebnis trotz Umsatzrückgang weiter positiv

► **Konsumflaute im polnischen Markt dominiert Einzelhandelsentwicklung**

* Nur Hardware, kein Fotofinishing

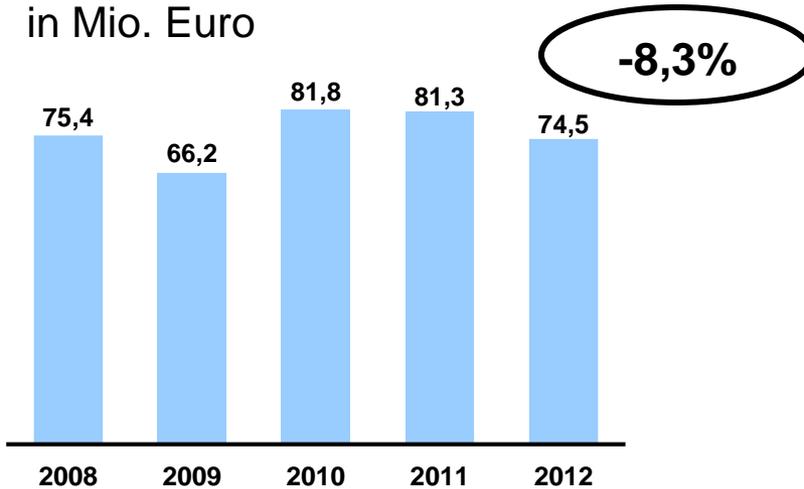
EBIT 2009 bis 2010 nach altem Segmentbericht - für 2008 wird das EBT angegeben

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

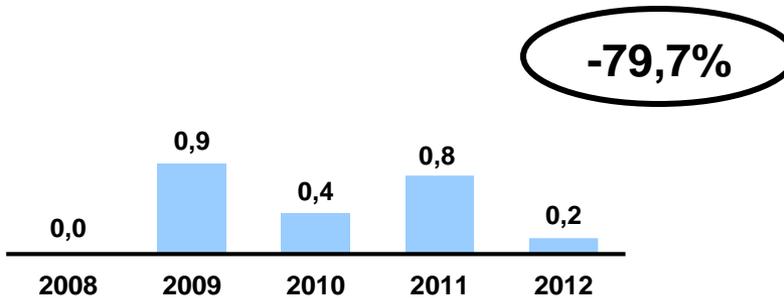
Segment Einzelhandel Q1-Q3

Umsatz

in Mio. Euro



EBIT



1,0%vU 0,2%vU

- Konsumschwäche im polnischen Markt und im ersten Halbjahr spürbare Folgewirkungen der Naturkatastrophen in Asien (reduzierte Warenverfügbarkeit) senken Umsatz

- Einzelhandel erwirtschaftet trotz schwieriger Rahmenbedingungen positives EBIT

► **Konsumflaute im polnischen Markt dominiert Einzelhandelsentwicklung**

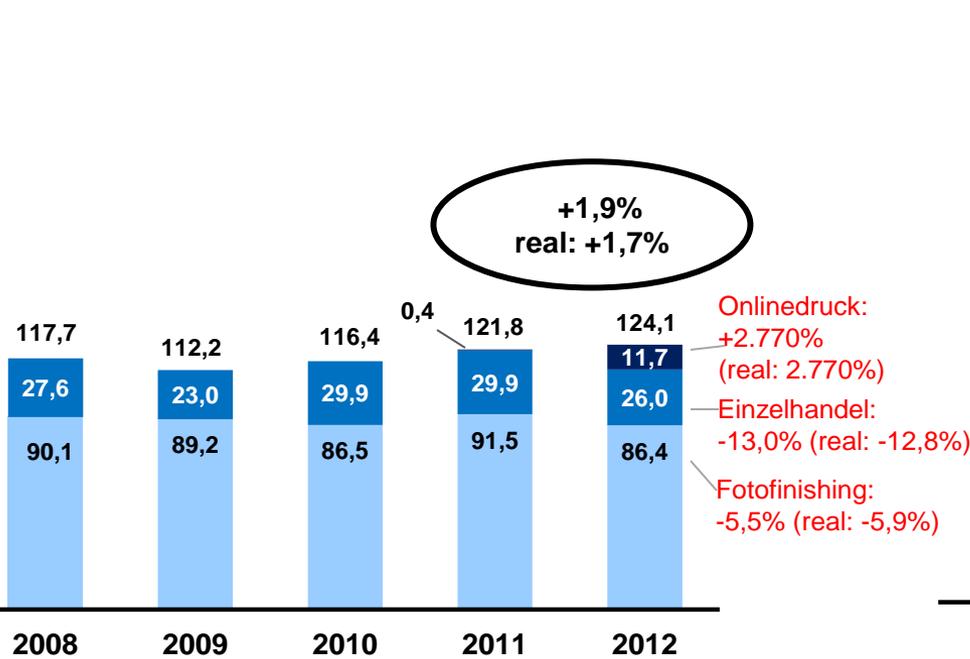
* Nur Hardware, kein Fotofinishing

EBIT 2009 bis 2010 nach altem Segmentbericht - für 2008 wird das EBT angegeben

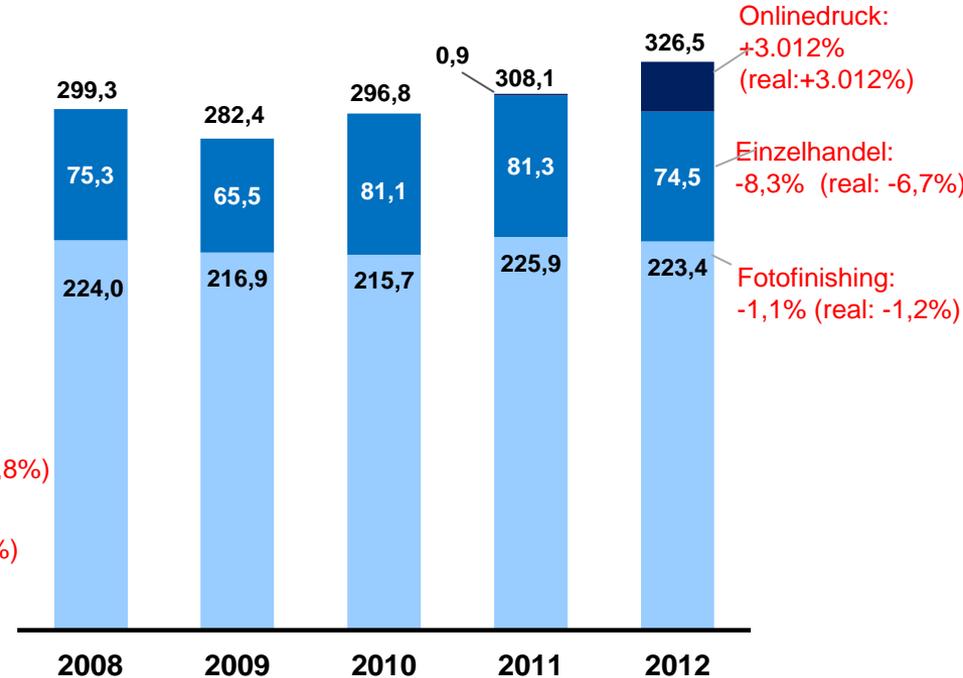
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Umsatz Konzern

Q3
in Mio. Euro



Q1-Q3
in Mio. Euro

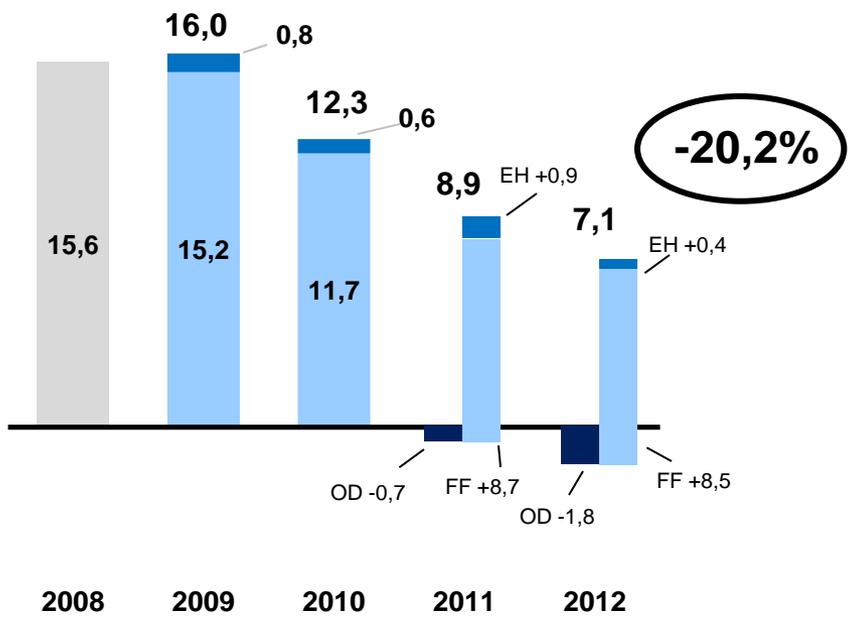


► **Auch bedingt durch den Saisonzeitpunkt trägt allein der Online-Druck das Umsatzwachstum**

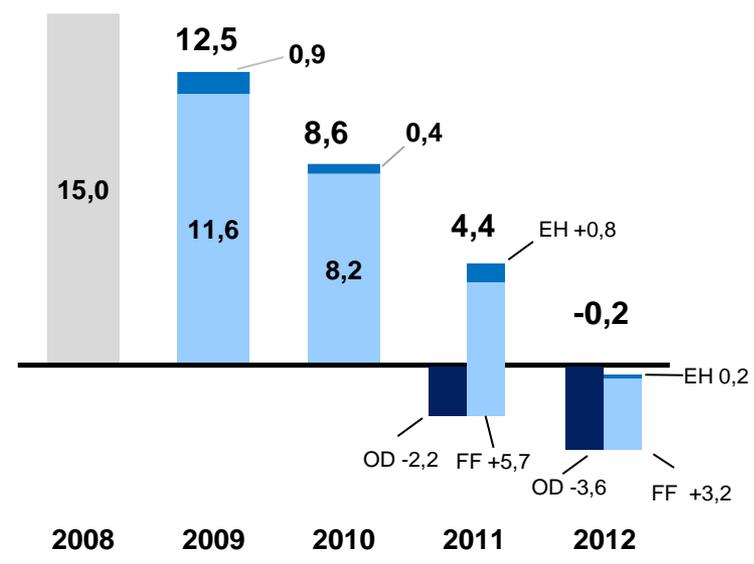
NB: Angaben 2008 bis 2010 gemäß altem Segmentbericht
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Operatives Ergebnis (EBIT vor Restrukturierung*) Q3 2012 Konzern

EBIT Q3
in Mio. Euro



EBIT Q1-Q3
in Mio. Euro



- EBIT über alle Segmente
- Fotofinishing (FF)
- Einzelhandel (EH)
- Online-Druck (OD)

**▶ Vor allem
Anschubfinanzierung im
Online Druck und
Saisonverschiebung
belasten Konzern-EBIT**

NB: Angaben 2008 bis 2010 gemäß altem Segmentbericht

*Restrukturierungsaufwendungen nur 2008-2010
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Agenda

1. Neuheiten und Ergebnisse

2. Finanzbericht (GuV-Details, Bilanz, Cash Flow, Kapitalrentabilität)

3. Ausblick

4. Q & A

Konzern GuV-Darstellung – Q3

| In Millionen Euro | Q3 2012 | % v. Umsatz | Q3 2011 | % v. Umsatz | Delta* m€ | Delta* % |
|------------------------------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|--------------|
| Umsatzerlöse | 124,1 | 100,0% | 121,8 | 100,0% | +2,3 | +1,9 |
| Bestandsveränderung | 0,1 | 0,1% | 0,0 | 0,0% | +0,1 | * |
| Andere aktivierte Eigenleistung | 0,2 | 0,2% | 0,3 | 0,2% | -0,0 | -18,8 |
| Sonstige betriebliche Erträge | 7,8 | 6,3% | 3,5 | 2,9% | +4,3 | +123,2 |
| Materialaufwand | -47,9 | -38,6% | -46,3 | -38,0% | -1,6 | -3,5 |
| Rohergebnis | 84,2 | 67,9% | 79,2 | 65,0% | +5,1 | +6,4 |
| Personalaufwand | -30,0 | -24,1% | -26,5 | -21,7% | -3,5 | -13,1 |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen | -37,8 | -30,5% | -35,8 | -29,4% | -2,1 | -5,7 |
| EBITDA | 16,5 | 13,3% | 16,9 | 13,9% | -0,5 | -2,8 |
| Abschreibungen | -9,3 | -7,5% | -8,0 | -6,6% | -1,3 | -16,2 |
| EBIT | 7,1 | 5,7% | 8,9 | 7,3% | -1,8 | -20,0 |
| Finanzergebnis | -0,8 | -0,6% | -0,2 | -0,2% | -0,6 | -308,0 |
| EBT | 6,4 | 5,1% | 8,7 | 7,2% | -2,4 | -27,0 |
| Steuern | -1,8 | -1,4% | -2,3 | -1,9% | +0,5 | +22,2 |
| Ergebnis nach Steuern | 4,6 | 3,7% | 6,4 | 5,3% | -1,8 | -28,7 |

*Vorzeichen entspricht Ergebnisauswirkung
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Verteilung der Umsatzerlöse:

86,4 m€ Fotofinishing (VJ: 91,5 m€)
26,0 m€ Einzelhandel (VJ: 29,9 m€)
11,7 m€ Online-Druck (VJ: 0,4 m€)

Veränderung zu Q3/2011:

Nominal:

-5,1 m€ Fotofinishing (-5,5%)
-3,9 m€ Einzelhandel (-13,0%)
+11,3 m€ Online-Druck

Real:

-5,4 m€ Fotofinishing (-5,9%)
-3,8 m€ Einzelhandel (-12,8%)
+11,3 m€ Online-Druck

- (+) Erstattung von Zollgutschriften (inkl. früherer Zeiträume) durch Optimierung des Abwicklungsverfahrens
- (+) Auflösung Rückstellung diron-Kaufpreisanscheidung
- (+) Kursgewinne

- (+) Handelswaren
- (-) Offsetdruck
- (-) Frachtaufwand
- (-) Fremdleistungen

Konzern GuV-Darstellung – Q3

| In Millionen Euro | Q3 2012 | % v. Umsatz | Q3 2011 | % v. Umsatz | Delta* m€ | Delta* % |
|------------------------------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|--------------|
| Umsatzerlöse | 124,1 | 100,0% | 121,8 | 100,0% | +2,3 | +1,9 |
| Bestandsveränderung | 0,1 | 0,1% | 0,0 | 0,0% | +0,1 | * |
| Andere aktivierte Eigenleistung | 0,2 | 0,2% | 0,3 | 0,2% | -0,0 | -18,8 |
| Sonstige betriebliche Erträge | 7,8 | 6,3% | 3,5 | 2,9% | +4,3 | +123,2 |
| Materialaufwand | -47,9 | -38,6% | -46,3 | -38,0% | -1,6 | 3,5 |
| Rohergebnis | 84,2 | 67,9% | 79,2 | 65,0% | +5,1 | +6,4 |
| Personalaufwand | -30,0 | -24,1% | -26,5 | -21,7% | -3,5 | -13,1 |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen | -37,8 | -30,5% | -35,8 | -29,4% | -2,1 | -5,7 |
| EBITDA | 16,5 | 13,3% | 16,9 | 13,9% | -0,5 | -2,8 |
| Abschreibungen | -9,3 | -7,5% | -8,0 | -6,6% | -1,3 | -16,2 |
| EBIT | 7,1 | 5,7% | 8,9 | 7,3% | -1,8 | -20,0 |
| Finanzergebnis | -0,8 | -0,6% | -0,2 | -0,2% | -0,6 | -308,0 |
| EBT | 6,4 | 5,1% | 8,7 | 7,2% | -2,4 | -27,0 |
| Steuern | -1,8 | -1,4% | -2,3 | -1,9% | +0,5 | +22,2 |
| Ergebnis nach Steuern | 4,6 | 3,7% | 6,4 | 5,3% | -1,8 | -28,7 |

(-) Erhöhung durch SXP
 (-) Funktionale Stärkung, v.a. Marketing und F&E

(-) Start Marktauftritt CEWE PRINT
 (-) Effekt Akquisition Saxoprint
 (-) Photokina-Auftritt (2-Jahres-Zyklus)
 (+) Fahrdienstkosten

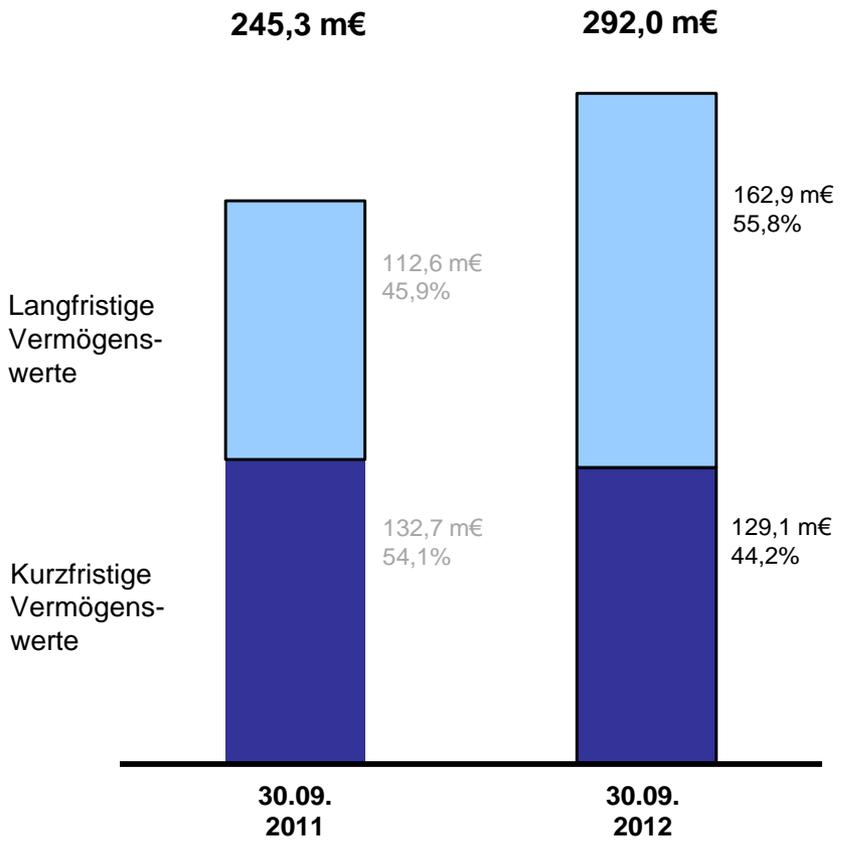
(+) Reduzierte Neuinvestitionen in der Vergangenheit
 (+) Bestand z.T. bereits vollständig abgeschrieben
 (-) Zugang Saxoprint

(+) Ertragssteuern (ergebnisinduzierter Rückgang des Steueraufwands)
 (+) Latente Steuern

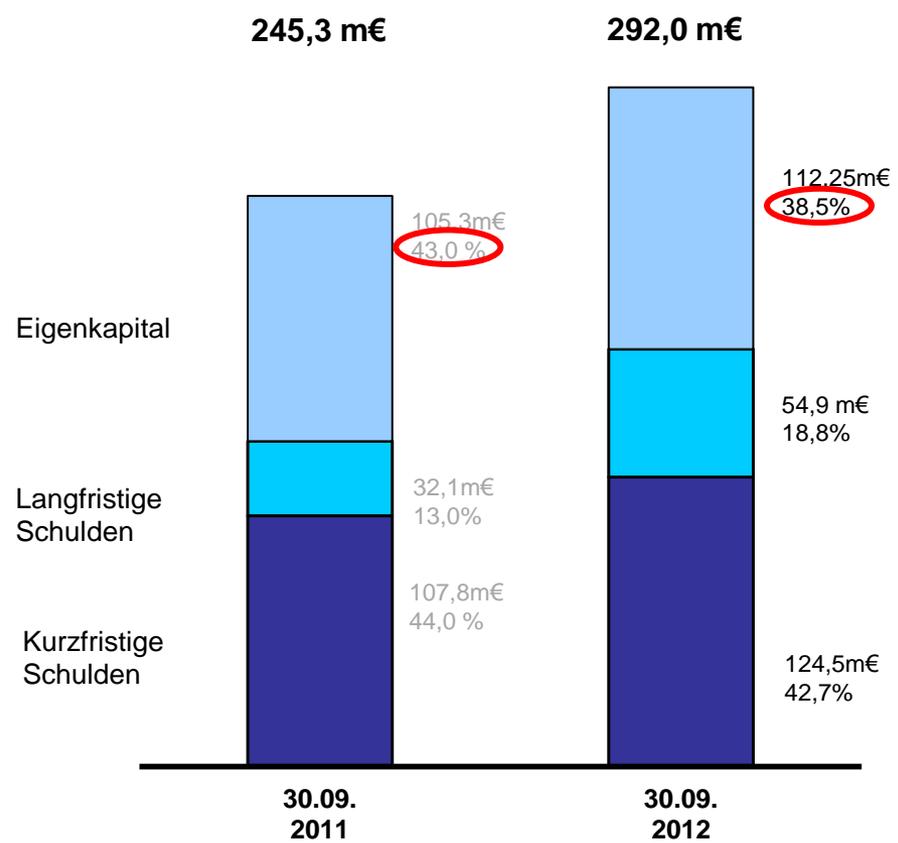
*Vorzeichen entspricht Ergebnisauswirkung
 Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Bilanz zum 30. September 2012 – T-12

Aktiva



Passiva

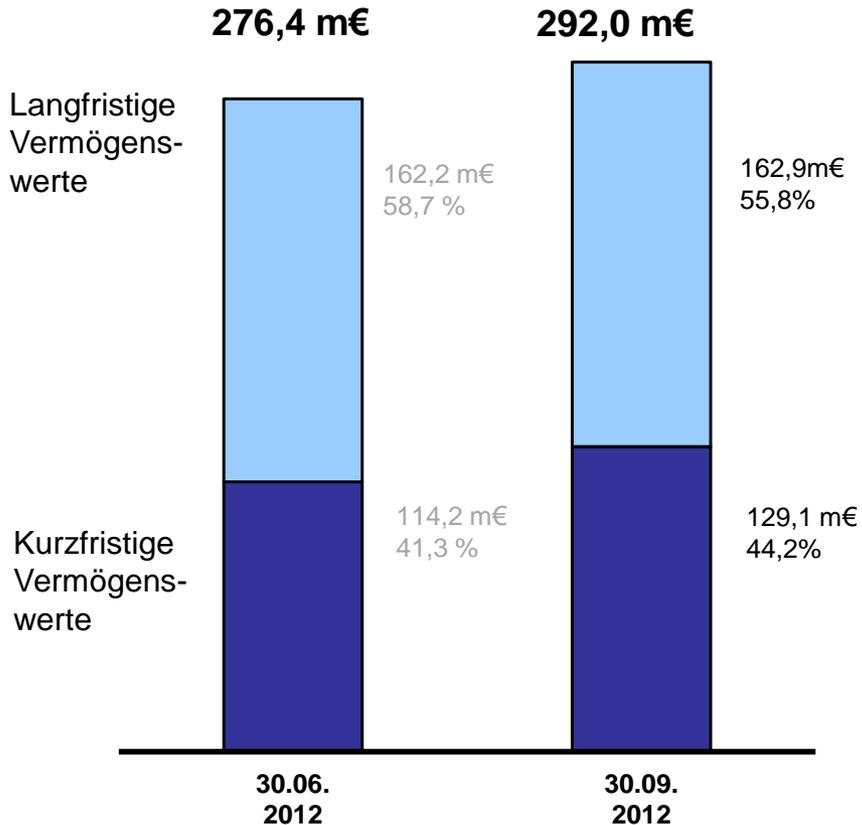


► **Eigenkapitalquote auch nach der Akquisition von Saxoprint immer noch auf hohem Niveau**

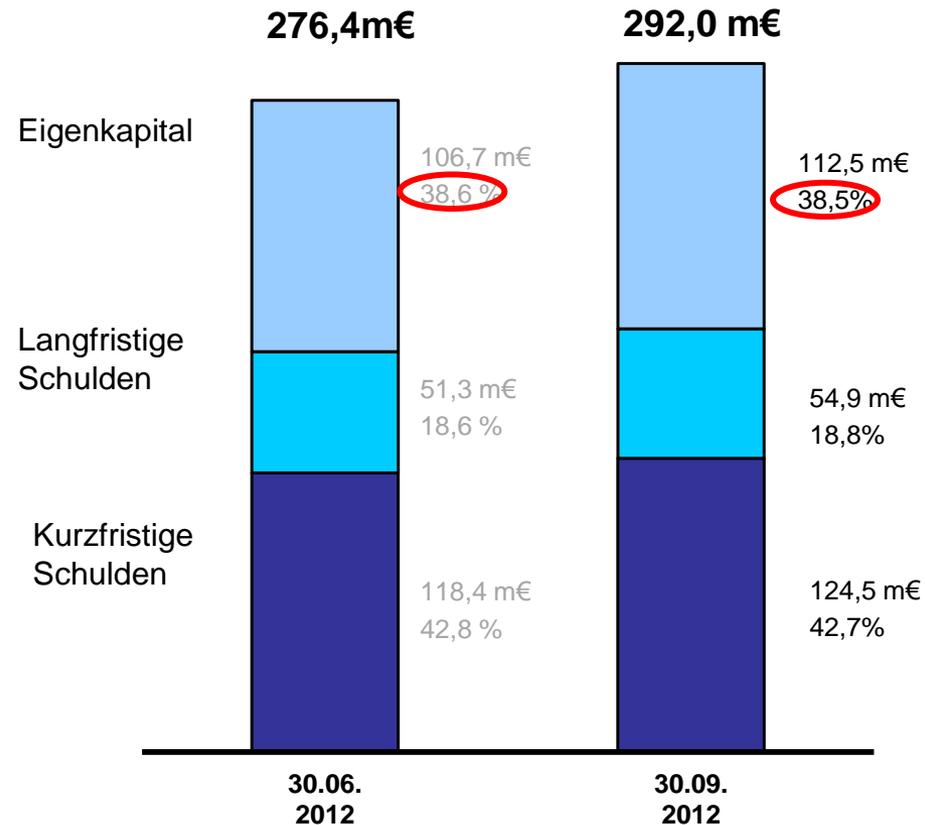
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Bilanz zum 30. September 2012 – T-3

Aktiva



Passiva



► **Quartalsgewinn stärkt Eigenkapital, so dass Eigenkapitalquote trotz Bilanzverlängerung praktisch konstant hoch**

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Konzern Bilanz-Darstellung: Aktiva – T-3

| In Millionen Euro | 30.09. 2012 | % v. Bilanzs. | 30.06. 2012 | % v. Bilanzs. | Delta m€ | Delta % |
|---|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|
| Sachanlagen | 98,0 | 33,6 % | 97,8 | 35,4 % | +0,2 | +0,2 % |
| Als Finanzinvestitionen gehaltene Immobilien | 4,5 | 1,5 % | 4,6 | 1,7 % | -0,1 | -2,1 % |
| Geschäfts- und Firmenwert | 26,7 | 9,2 % | 25,2 | 9,1 % | +1,5 | +6,1 % |
| Immaterielle Vermögenswerte | 23,5 | 8,1 % | 24,1 | 8,7 % | -0,6 | -2,5 % |
| Finanzanlagen | 0,7 | 0,2 % | 0,7 | 0,2 % | +0,0 | +0,0 % |
| Langfristige Forderungen aus Ertragsteuer-Erstattungen | 2,0 | 0,7 % | 2,6 | 0,9 % | -0,6 | -22,0 % |
| Langfristige Forderungen und Vermögenswerte | 0,6 | 0,2 % | 0,5 | 0,2 % | +0,1 | +28,1 % |
| Aktive latente Steuern | 6,8 | 2,3 % | 6,8 | 2,5 % | +0,0 | +0,7 % |
| Langfristige Vermögenswerte | 162,9 | 55,8 % | 162,2 | 58,7 % | +0,7 | +0,4 % |
| Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte | 0,2 | 0,1 % | 0,2 | 0,1 % | +0,0 | +2,1 % |
| Vorräte | 50,5 | 17,3 % | 50,5 | 18,3 % | +0,0 | +0,0 % |
| Kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 56,0 | 19,2 % | 41,3 | 14,9 % | +14,7 | +35,7 % |
| Kurzfristige Forderungen aus Ertragsteuer-Erstattungen | 5,8 | 2,0 % | 3,9 | 1,4 % | +1,9 | +49,1 % |
| Kurzfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte | 9,7 | 3,3 % | 10,9 | 3,9 % | -1,2 | -10,8 % |
| Liquide Mittel | 6,9 | 2,4 % | 7,5 | 2,7 % | -0,6 | -8,4 % |
| Kurzfristige Vermögenswerte | 129,1 | 44,2 % | 114,2 | 41,3 % | +14,8 | +13,0 % |
| Bilanzsumme | 292,0 | 100,0 % | 276,4 | 100,0 % | +15,5 | +5,6 % |

(+) Maschinen für Weihnachtssaison

(-) Planmäßige Afa

(+) Einigung mit Altgesellschaftern Diron

(-) Investitionen < Abschreibungen

(-) Umgliederung des kurzfristigen Anteils des Körperschaftssteuerguthabens

(+) Verspäteter Zahlungseingang wg. Konstellation Kalendertage / Bankarbeitstage bei mehreren wichtigen Handelspartnern
 (+) Gestiegener Umsatz (vs. Q2)
 (+) Bonusforderung im Einzelhandel

(+) Aktivierung Steuer-Vorauszahlung Q3

(-) Abrechnungsposten

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Konzern Bilanz-Darstellung: Passiva – T-3

| In Millionen Euro | 30.09. 2012 | % v. Bilanzs. | 30.06. 2012 | % v. Bilanzs. | Delta m€ | Delta % |
|---|----------------|------------------|----------------|------------------|--------------|---------------|
| Gezeichnetes Kapital | 19,2 | 6,6 % | 19,2 | 6,9 % | +0,0 | +0,0 % |
| Kapitalrücklage | 56,2 | 19,3 % | 56,2 | 20,3 % | +0,0 | +0,0 % |
| Sonderposten für eigene Anteile | -23,9 | -8,2 % | -23,9 | -8,7 % | +0,0 | +0,0 % |
| Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn | 61,0 | 20,9 % | 55,2 | 20,0 % | +5,8 | +10,6 % |
| Eigenkapital | 112,5 | 38,5 % | 106,7 | 38,6 % | +5,8 | +5,5 % |
| Lfr. Sonderposten für Investitionszuwendungen | 0,3 | 0,1 % | 0,3 | 0,1 % | -0,0 | -10,2 % |
| Lfr. Pensionsrückstellungen | 11,3 | 3,9 % | 11,1 | 4,0 % | +0,2 | +1,6 % |
| Lfr. passive latente Steuern | 4,6 | 1,6 % | 4,9 | 1,8 % | -0,4 | -7,3 % |
| Lfr. übrige Rückstellungen | 0,8 | 0,3 % | 0,8 | 0,3 % | -0,0 | -0,1 % |
| Lfr. Finanzverbindlichkeiten | 34,7 | 11,9 % | 30,9 | 11,2 % | +3,8 | +12,2 % |
| Lfr. übrige Verbindlichkeiten | 3,3 | 1,1 % | 3,3 | 1,2 % | -0,0 | -0,1 % |
| Langfristige Schulden | 54,9 | 18,8 % | 51,3 | 18,6 % | +3,6 | +6,9 % |
| Kfr. Sonderposten für Investitionszuwendungen | 0,1 | 0,0 % | 0,1 | 0,0 % | -0,0 | -7,2 % |
| Kfr. Steuerrückstellungen | 4,5 | 1,5 % | 5,0 | 1,8 % | -0,6 | -11,3 % |
| Kfr. Übrige Rückstellungen | 7,7 | 2,6 % | 9,2 | 3,3 % | -1,5 | -16,7 % |
| Kfr. Finanzverbindlichkeiten | 28,2 | 9,7 % | 32,3 | 11,7 % | -4,1 | -12,7 % |
| Kfr. übrige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 57,9 | 19,8 % | 48,6 | 17,6 % | +9,2 | +19,0 % |
| Kfr. übrige Verbindlichkeiten | 26,2 | 9,0 % | 23,1 | 8,4 % | +3,1 | +13,5 % |
| Kurzfristige Schulden | 124,5 | 42,7 % | 118,4 | 42,8 % | +6,1 | +5,2 % |
| Bilanzsumme | 292,0 | 100,0 % | 276,4 | 100,0 % | +15,5 | +5,6 % |

+4,6 m€ Ergebnis nach Steuern
+1,1 m€ Erfolgsneutr. Erträge/Aufw.
+0,1 m€ Stock Options

(-) Saxoprint

**() Ersatz kurzfristige durch langfristige
Verbindlichkeiten**
() Insgesamt leichte Tilgung

(-) Periodenfremde Steuerzahlungen

(-) Auflösung wg. diron-Entscheidung
(-) Diverse Effekte

**(+) Saisonvorbereitung
(Bestandsaufbau, Reparaturen)**
(+) Investitionsprojekte

(+) Personalverbindlichkeiten

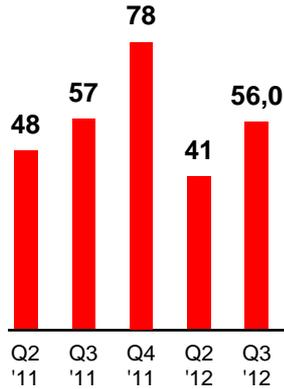
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

► Saxoprint dämpft relativen Net Working Capital Anstieg

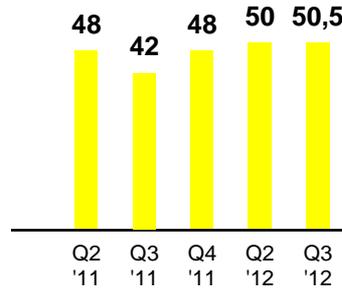
Operatives Net Working Capital

Bestände
Mio. €

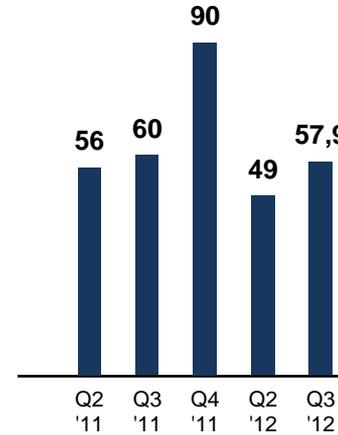
Forderungen LuL



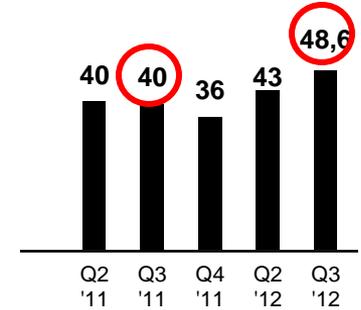
Vorräte



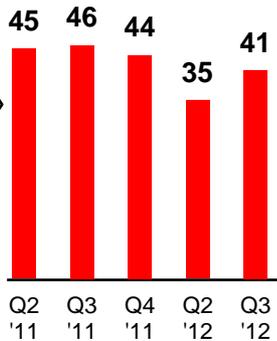
Verbindlichkeiten LuL



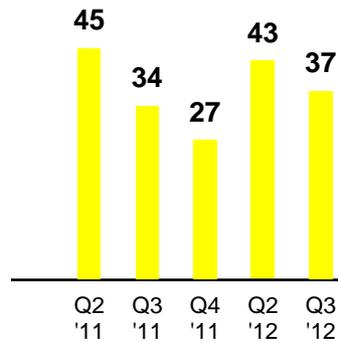
Net Working Capital



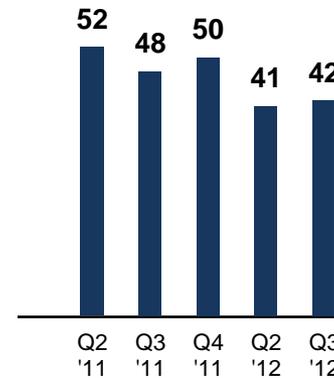
DSO



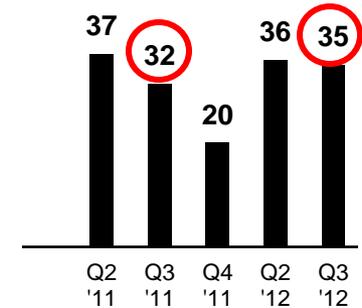
DIO



DPO



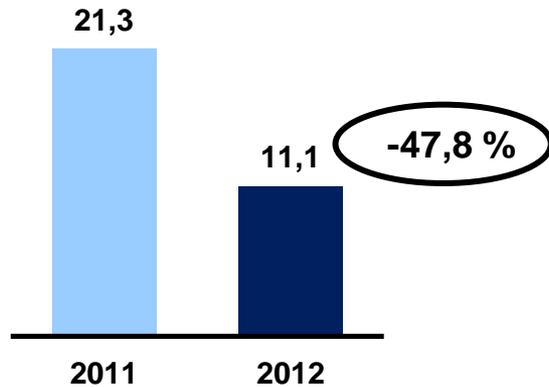
CCC



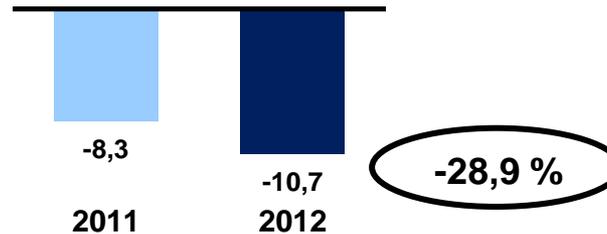
Reichweiten bezogen auf den Umsatz mit Dritten der letzten 3 Monate.
Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

Free Cash Flow Q3 2012

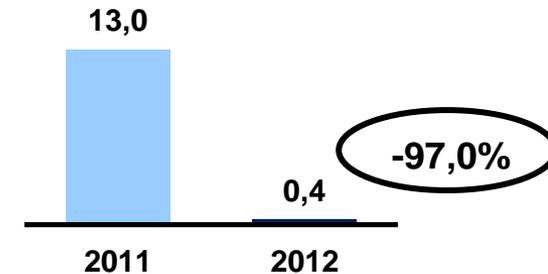
Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit
in Mio. Euro



Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit
in Mio. Euro



Free Cash Flow
in Mio. Euro



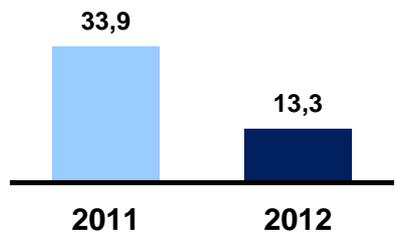
- ▶ **Betrieblicher Cash Flow aus verschiedenen Gründen reduziert: Saisonverschiebung, kein Vorratsabbau, Aufbau Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, erhöhte Steuervorauszahlungen, Abbau Rückstellungen**

- ▶ **Investment in Anlagevermögen stabil; Gesamtinvestment steigt durch finale Kaufpreiszahlung an Altgesellschafter der diron**

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

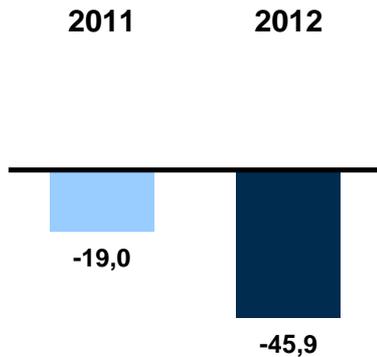
Free Cash Flow Q1-Q3 2012

Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit in Mio. Euro



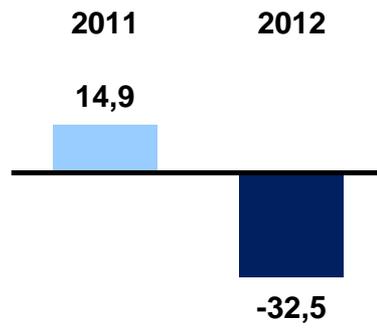
-60,6 %

Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit in Mio. Euro



-142 %

Free Cash Flow in Mio. Euro



▶ **Betrieblicher Cash Flow Q1-Q3 2012 zusätzlich reduziert durch Working Capital-Aufbau im Bereich der Vorräte* und durch Abbau von Bonusverbindlichkeiten****

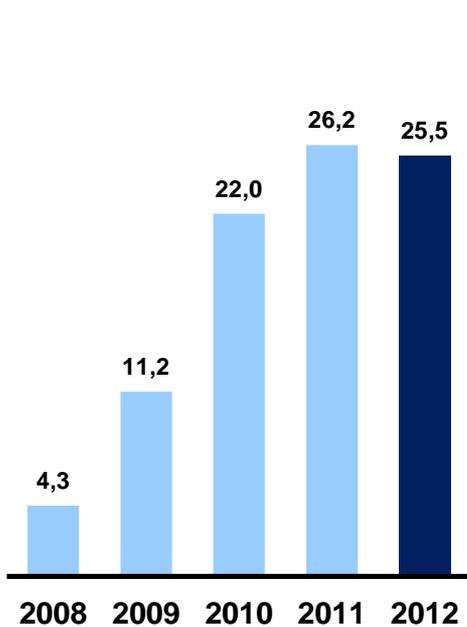
▶ **Invest-Cash Flow in Q1-Q3 stark durch Investition in Saxoprint beeinflusst**

*ggü. nicht wiederholbarem Abbaueffekt im Vorjahr
 **durch Handelspartnerreduktion

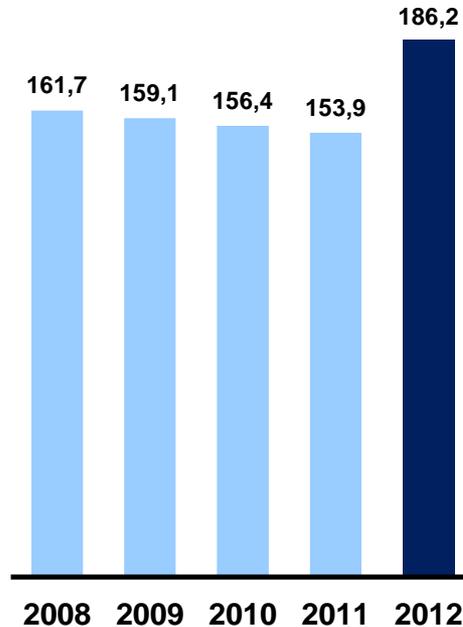
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

ROCE per 30.09.

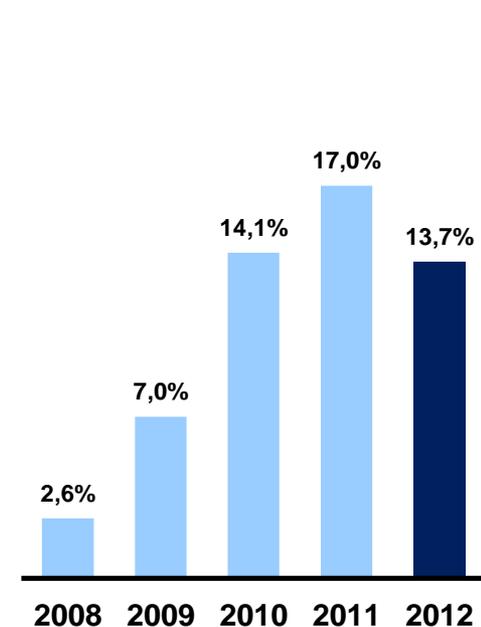
12-Monats-EBIT
in Mio. Euro



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



ROCE*
in %



- ▶ ROCE weiter bei soliden 13,7%
- ▶ ROCE-Rückgang größtenteils durch akquisitionsbedingte Capital-Employed-Ausweitung im Online Druck, die noch kein positives EBIT beiträgt

* ROCE = EBIT / Ø Capital Employed
Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben

Agenda

1. Neuheiten und Ergebnisse
2. Finanzbericht (GuV-Details, Bilanz, Cash Flow, Kapitalrentabilität)
- 3. Ausblick**
4. Q & A

Ausblick 2012

Zielsetzungen

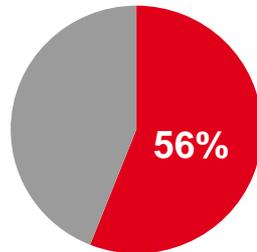
Veränderung zu 2011

| | | | | |
|-----------------------|---------|-----------|------------|---------------|
| Farbfotos | digital | 2,13-2,18 | Mrd. Stück | -3% bis -5% |
| | analog | 0,16-0,18 | Mrd. Stück | -30% bis -35% |
| | gesamt | 2,29-2,36 | Mrd. Stück | -5% bis -8% |
| CEWE FOTOBÜCHER | | 5,7-5,9 | Mio. Stück | +11% bis +15% |
| Investitionen | | 30-33 | Mio. Euro | -1% bis +9% |
| Umsatz * | | 500-525 | Mio. Euro | +7% bis +12% |
| EBIT | | 27-33 | Mio. Euro | -10% bis +10% |
| EBT | | 25-31 | Mio. Euro | -14% bis +6% |
| Ergebnis nach Steuern | | 16-20 | Mio. Euro | -14% bis +8% |
| Ergebnis je Aktie | | 2,44-3,06 | Euro/Aktie | -14% bis +8% |

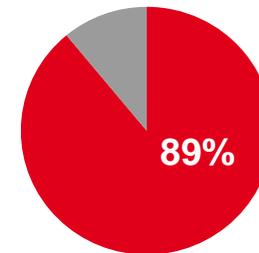
* währungsbereinigt

► **Ausblick bestätigt**

Eine vom forsa-Institut bundesweit durchgeführte, repräsentative Umfrage* ergab, dass ...



... **56% der Befragten**, sich selbst am meisten über etwas **Selbstgemachtes** als Weihnachtsgeschenk (wie z.B. ein Fotobuch oder Bilder) freuen



... **89% der Befragten**, sich besonders über ein **persönlich gestaltetes Fotobuch** als Geschenk freuen

► **Foto-Mehrwertprodukte sind weiterhin gefragte Geschenkartikel**

* forsa-Umfrage aus Oktober 2011

Agenda

1. Neuheiten und Ergebnisse
2. Finanzbericht (GuV-Details, Bilanz, Cash Flow, Kapitalrentabilität)
3. Ausblick
- 4. Q & A**

Q&A-Session

Analysten-Telefonkonferenz

Oldenburg
8. November 2012



cewe-print.de
Ihr Online Druckpartner



Mein
cewe fotobuch
Mein Leben