

Q1 Q2 Q3 2015
Zwischenbericht



CEWE – Europas Online Druck- und Foto-Service

CEWE beliefert Konsumenten sowohl über den stationären Handel als auch über den Internet-Handel mit Fotoarbeiten und Digitaldruckprodukten.

CEWE ist der Dienstleistungspartner für die Spitzen-Handelsmarken im europäischen Fotomarkt. 2014 entwickelte und produzierte das Unternehmen 2,3 Mrd. Fotos, auch in 5,9 Mio. CEWE FOTOBÜCHERN sowie Foto-Geschenkartikeln. Die europaweit führende Fotobuch-Marke CEWE FOTOBUCH und die weiteren Produktmarken CEWE KALENDER, CEWE CARDS und CEWE WANDBILDER, die leicht bedienbaren Bestellapplikationen (PC, Mac und mobil-iOS, Android und Windows), die hohe Digitaldruckkompetenz, die Skalenvorteile einer industriell-effizienten Produktion und Logistik, die breite Distribution über das Internet, die 30.000 belieferten Handelsgeschäfte und die über 20.000 CEWE SOFORT FOTO-Stationen sind wesentliche Wettbewerbsvorteile des CEWE-Fotofinishings.

Neben diesen Fotoarbeiten vertreibt der CEWE-eigene Einzelhandel in einigen Ländern auch fotografische Hardware (z. B. Kameras).

Mit den Marken CEWE-PRINT, Saxoprint und viaprinto.de bedient CEWE zunehmend auch Kunden als Online Druck-Dienstleister mit über das Internet bestellbaren Werbedrucksachen wie Flyern, Plakaten, Broschüren, Visitenkarten etc.



HIGHLIGHTS Q3 2015

Geschäftsfeld Fotofinishing

- ▶ Absatz, Umsatz und Gewinn auf Zielkurs
- ▶ CEWE FOTOBUCH: 1,383 Mio. Bücher im dritten Quartal 2015 (-2,1 % zum Vorjahr); CEWE FOTOBUCH-Umsatz legt +3 % zu
- ▶ CEWE innovativ: 96 % aller Fotos im dritten Quartal sind digital, 68 % aller Digitalfotos werden über das Internet bestellt
- ▶ Fotofinishing-Umsatz liegt im dritten Quartal mit 91,7 Mio. Euro oberhalb der erwarteten Bandbreite
- ▶ Fotofinishing-EBIT aufgrund Saisonvorbereitungskosten und von Anlaufverlusten akquirierter Start-ups leicht unter Vorjahr: 3,3 Mio. Euro (Q3 2014: 4,1 Mio. Euro)

Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck

- ▶ Umsatz wächst wieder dynamischer: +10,1 % auf 55,0 Mio. Euro in den ersten drei Quartalen
- ▶ EBIT verbessert sich weiter auf -0,4 Mio. Euro (Q3 2014: -0,7 Mio. Euro)

Geschäftsfeld Einzelhandel

- ▶ Einzelhandel erzielt im dritten Quartal Umsatz von 15,1 Mio. Euro (Q3 2014: 16,3 Mio. Euro)
- ▶ EBIT weiter verbessert

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

- ▶ Konzernumsatz steigt im dritten Quartal um 3,1 % auf 125,5 Mio. Euro (Q3 2014: 121,8 Mio. Euro)
- ▶ EBIT im dritten Quartal etwa auf Vorjahresniveau: 2,9 Mio. Euro (Q3 2014: 3,0 Mio. Euro)

Bilanz und Finanzierung

- ▶ Bilanzsumme verlängert sich im Vergleich zum 30. Juni 2015 akquisitionsbedingt um 19,8 Mio. Euro
- ▶ Solide Bilanz: Eigenkapitalquote nahezu unverändert bei 52,5 %
- ▶ Capital Invested: Konzernverschuldung akquisitionsbedingt gestiegen

Cash Flow


- ▶ Umsatzgetriebener Working-Capital-Aufbau lässt Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit zurückgehen
- ▶ Free-Cash Flow akquisitionsbedingt gesunken

Kapitalrentabilität

- ▶ Akquisitionen lassen durchschnittliches Capital Employed auf 207,0 Mio. Euro steigen
- ▶ Positive Ergebnisentwicklung steigert trotzdem ROCE auf 16,1 %

01	AN DIE AKTIONÄRE	6
	Brief an die Aktionäre	6
	CEWE-Aktie	12
02	ZWISCHENLAGEBERICHT	16
	Grundlagen des Konzerns	18
	Organisation und Steuerungssysteme	19
	Wirtschaftsbericht	20
	Prognose-, Chancen- und Risikobericht	46
	Die CEWE-Gruppe – Struktur und Organe	54
	Glossar	56
03	KONZERNABSCHLUSS	58
	Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	60
	Konzern-Gesamtergebnisrechnung	61
	Konzernbilanz	62
	Konzern-Eigenkapitalspiegel	64
	Konzern-Kapitalflussrechnung	66
	Segmentberichterstattung nach Geschäftsfeldern	68
	Ausgewählte erläuternde Anhangsangaben	70
	Versicherung der gesetzlichen Vertreter	75
04	WEITERE INFORMATIONEN	76
	Mehrjahresübersicht	78
	Betriebsstätten und Vertriebsniederlassungen	86
	Finanzterminkalender	87
	Impressum	87





*„Mein CEWE FOTOBUCH. Mein Leben –
so heißt es in den Fernsehspots, die
schon viele Menschen gesehen haben.
Ich bin stolz darauf, Tag für Tag den
frisch gekürten Testsieger der Stiftung
Warentest zu produzieren!“*

Tanja Crocco, CEWE FOTOBUCH-Produktion,
CEWE-Aktionärin



Dr. Rolf Hollander, Vorsitzender des Vorstandes der Neumüller CEWE COLOR Stiftung

Sehr geehrte Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionäre,

Ihr Unternehmen ist auch im Jahr 2015 weiter gut unterwegs

Unsere Jahresziele für 2015 sind in greifbarer Nähe. Das können wir schon heute aus voller Überzeugung formulieren. Sie werden sich fragen, wie wir Ihnen das bereits jetzt sagen können, obwohl doch das wichtige vierte Quartal, das gewinnbringende Weihnachtsquartal, noch aussteht. Die Antwort ist einfach: Nach dem dritten Quartal sind wir bei der Erwirtschaftung des Zielgewinns für das Gesamtjahr weiter fortgeschritten als in den vergangenen Jahren. In den Vorjahren konnten wir immer darauf verweisen, dass das vierte Quartal „nur wenig mehr“ Gewinn erwirtschaften müsse als im jeweils vorausgegangenen Jahr, um die Jahresziele zu erreichen. 2015 können wir Ihnen nun sagen: Auch wenn das vierte Quartal nur den gleichen Gewinn erwirtschaften würde wie 2014, wären wir bereits klar im Zielkorridor. Sie sehen also: Die Jahresziele sind in greifbarer Nähe. Dazu tragen alle drei Geschäftsfelder bei.

Das Wachstumsgeschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck legt wieder dynamischer zu

Im zweiten Quartal hatten wir Ihnen von guten, aber nicht mehr zweistelligen Wachstumsraten im Kommerziellen Online-Druck berichtet. Dafür gab es eine Reihe von Ursachen – verbunden mit der Erwartung, dass das damalige Wachstumsniveau zumindest noch eine Zeit lang gehalten würde. Für den Zeitraum der ersten drei Quartale haben wir nun wieder eine Beschleunigung des Wachstums sehen können: +10,1 % bei – wie beabsichtigt – weiter reduziertem Anlaufverlust. Prima!

Der Einzelhandel hat sein Ergebnis stabilisiert bzw. wieder verbessert

Wir hatten Sie über die fundamentale Neuausrichtung unseres Einzelhandels in Polen informiert. Der nun deutlich verstärkte Fokus auf den Fotofinishing-Umsatz in unserem Einzelhandel (der im Geschäftsfeld Fotofinishing ausgewiesen wird) und die geänderte Preispolitik bei Foto-Hardware reduzieren zwar weiter leicht den Umsatz, im Gewinn sehen wir jedoch wieder Verbesserungen. Blenden wir die notwendigen Restrukturierungsaufwendungen aus, trug der Einzelhandel in diesem Jahr bisher ein um 0,7 Mio. Euro gesteigertes Ergebnis bei. Fein!

Fotofinishing auch 2015 bei CEWE der Antreiber

In diesem Jahr haben wir im Fotofinishing fast 10 Mio. Euro mehr Umsatz und – vor Restrukturierungsaufwendungen – bereits 0,9 Mio. Euro Ergebnis vor Zinsen und Steuern erwirtschaftet. Dabei hat das Fotofinishing-Geschäftsfeld sogar einige Hunderttausend Euro Kosten aus Unternehmensakquisitionen getragen, mit denen wir die Grundlagen für die übernächste Wachstumsphase legen wollen. Gut!

Grundlagen für die übernächste Wachstumsphase: CEWE denkt voraus

Wir hatten Ihnen bereits mit der Kommunikation zum zweiten Quartal von der Akquisition der Anteilsmehrheit an dem Unternehmen DeinDesign berichtet, mit dem wir unser Fotofinishing-Angebot ausgezeichnet ergänzen konnten. DeinDesign haben wir zu Beginn des dritten Quartals in einer Phase der Neuausrichtung auf individualisierte Tablet- und Smartphone-Hüllen übernommen. Dieses neue Geschäftsfeld hat im dritten Quartal zunächst noch einige Hunderttausend Euro negativ zum Ergebnis beigetragen. Zu Beginn des dritten Quartals haben wir außerdem die Mehrheit am Start-up futalis übernommen. futalis ist noch in der für Start-ups typischen Anfangsphase mit negativen Ergebnissen. Auch die hat unser Fotofinishing im dritten Quartal getragen.

CEWE leistet aktive Beiträge in der Start-up-Szene ... und erhält neue Einblicke

Mit dieser ersten Mehrheitsbeteiligung an einem Start-up hat sich unser Engagement in der Start-up-Szene erstmals ausgezahlt. Besonders durch unsere Beteiligung an dem von der Bundesregierung initiierten High-Tech Gründerfonds (HTGF II) sind wir in vielschichtiger Kommunikation mit Start-ups und beraten den Fonds auch bei der Investment-Auswahl. Gleichzeitig erhalten wir bei CEWE einen guten Überblick über Unternehmensgründungen und Beteiligungsmöglichkeiten.

Suchmuster für Start-ups: ein Teil bekannte CEWE-Kompetenzen, ein Teil Neuland

Bei diesen Beteiligungsmöglichkeiten schauen wir nach Start-ups, die einmal Teil von CEWE werden könnten. Dazu müssen diese Start-ups einerseits zu CEWE passen, um Kompetenzen von CEWE nutzen zu können: Unternehmen insbesondere mit Online-Geschäftsmodellen, die individualisierte, hochwertige Produkte mit hohem Kundennutzen fertigen und damit eine starke Marke aufbauen wollen, können sicher auf CEWE-Kompetenzen zählen. Andererseits sollten diese Start-ups aber auch Aspekte aufweisen, die für CEWE neu sind und CEWE in Zukunft unternehmerisch weiterentwickeln können. Und nicht zuletzt: Wir suchen Menschen, die Unternehmen solide aufbauen und ihre Kunden glücklich machen wollen, denn das ist die Basis für nachhaltigen Erfolg.

futalis passt in dieses Muster

Das Start-up futalis stellt Tiernahrung her. Was hat das mit CEWE zu tun? Auf den ersten Blick nichts. Und das ist der Aspekt „Neuland“. Auf den zweiten Blick erkennt man die umfassende Nutzung von CEWE-Kompetenzen: Die Tiernahrung wird bei futalis unter veterinärmedizinischen Aspekten hoch individuell auf die speziellen Bedürfnisse eines Tieres abgestimmt, d. h. „Losgröße 1“ – wie alle Foto- und Druckprodukte bei CEWE. Das Futter wird online erworben und vermarktet – wie bei CEWE. Die Frauchen und Herrchen sind hoch begeistert (weil futalis oft ein echtes Ernährungsproblem bei ihrem geliebten Vierbeiner löst) – wie bei CEWE. futalis baut auf Basis dieser Begeisterung eine hochwertige und emotionale Marke auf – so wie CEWE. Sie sehen, hier gibt es viele Verbindungen zu dem, was Ihr Unternehmen schon heute ausmacht.

Wir reden hier über die übernächste Phase von CEWE – gut Ding will Weile haben

Wir dürfen von dieser ersten – und eventuellen weiteren – Mehrheitsbeteiligungen an Start-ups keine signifikanten Ergebnisbeiträge in den nächsten Jahren erwarten. Wir nehmen hier Unternehmen in der Babyphase in die CEWE-Familie auf. Diese Unternehmen erwerben in dieser frühen Phase viele Fähigkeiten, die bei großen Unternehmen längst etabliert sind, und bedürfen bei ihrem Wachstum unserer Fürsorge. Es wird negative Ergebnisbeiträge geben, die wir aktiv managen müssen und die wir möglichst im sehr überschaubaren Rahmen halten sollten. Aber in fünf bis zehn Jahren sollten diese Unternehmen als junge Erwachsene beginnen, positive Beiträge zur CEWE-Familie zu leisten. Keine überzogenen Erwartungen, aber eine solide Kombination aus Fördern und Fordern. So denken wir bei CEWE.

Wichtig ist, dass diese neuen und interessanten Felder – man könnte fast sagen, die „Kür“ – uns nicht von unseren Pflichtaufgaben abhalten. Weihnachten steht wieder vor der Tür und fordert unsere volle Aufmerksamkeit!

CEWE nimmt Fahrt auf – in großen Schritten zum Weihnachtsgeschäft

Wie eingangs geschildert, wird das vierte Quartal auch 2015 der große Gewinnbringer sein. Das gesamte Team von CEWE arbeitet tatkräftig daran, dass das so wird. Jede Abteilung Ihres Unternehmens bereitet sich bestens auf diese Belastungsspitze vor.

Stiftung Warentest: CEWE FOTOBUCH Testsieger

In dieser hoch konzentrierten Situation ist das neueste Ergebnis von Stiftung Warentest für die gesamte Mannschaft ein toller Ansporn: Das CEWE FOTOBUCH wurde unangefochten Testsieger beim neuesten Fotobuch-Test. Das gesamte Team von CEWE freut sich über diesen besonderen Erfolg und hofft, dass sich auch 2015 noch mehr Konsumenten vom Testsieger überzeugen lassen.



Genießen Sie die (Vor-)Weihnachtszeit: Verbreiten Sie Freude mit CEWE-Fotoprodukten

Während das Team Ihres Unternehmens nun in die intensivsten Monate startet, können Sie, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, sich gerne zurücklehnen und die Freude genießen, die CEWE-Fotoprodukte schenken: Erleben Sie noch mal Ihren Urlaub beim Gestalten, z. B. eines CEWE FOTOBUCH! Freuen Sie sich beim Durchblättern des Buchs, das wir ihnen natürlich pünktlich liefern! Und freuen Sie sich an der Überraschung Ihrer Lieben, wenn Sie ihnen diese tollen Erinnerungen unter den Weihnachtsbaum legen!

Auch 2015 freuen wir uns darauf, Millionen von Konsumenten eine Freude zu bereiten. Eine doppelte Freude, denn die daraus für Ihr Unternehmen resultierenden positiven wirtschaftlichen Ergebnisse können wir Ihnen im Jahr 2016 präsentieren.

Wir wünschen Ihnen eine gute Weihnachtszeit!

Oldenburg, 12. November 2015

Jhr Rolf Hollander

CEWE-AKTIE

CEWE-Aktie mit Seitwärtsentwicklung im dritten Quartal besser als DAX und SDAX

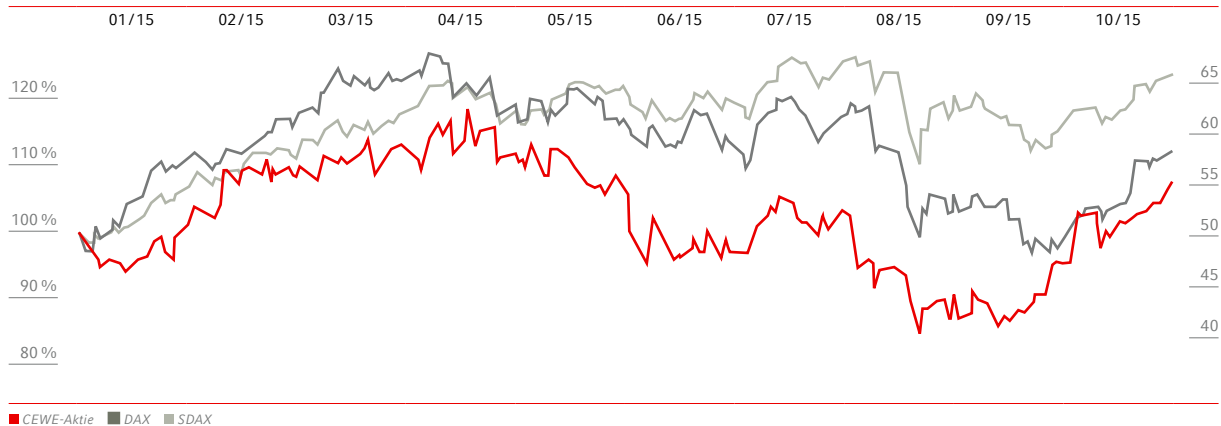
Das Börsenumfeld war im dritten Quartal 2015 weiter schwierig: So verlor der DAX im Berichtsquartal fast 12 %, der SDAX ging um über 3 % zurück. Demgegenüber zeigte sich die CEWE-Aktie stärker: Im Vergleich zum Q2-Schlusskurs (50,23 Euro) entwickelte sich der CEWE-Kurs bis Ende September 2015 (49,75 Euro) in einer Seitwärtsbewegung fast konstant (-0,9 %).

Bereits kurz nach Ende des Berichtszeitraums dieses Zwischenberichts konnte die CEWE-Aktie wieder deutlich zulegen und sich auf einem Niveau von über 54 Euro behaupten.

Nachfrage nach CEWE-Aktien im dritten Quartal 2015 leicht gestiegen

Das Stück-Handelsvolumen der CEWE-Aktie an den deutschen Börsenplätzen stieg im dritten Quartal 2015 mit durchschnittlich

CEWE-Aktienkurs 01.01.2015 bis 31.10.2015 in Euro



13.213 Aktien pro Tag im Vergleich zum Vorjahresquartal leicht an (Q3 2014: 12.992 Aktien pro Tag). Dabei betrug das tägliche Euro-Handelsvolumen nun durchschnittlich rund 647.000 Euro (Q3 2014: rund 657.000 Euro pro Tag). In den gesamten ersten drei Quartalen 2015 wechselten im Durchschnitt täglich CEWE-Aktien für über 846.000 Euro den Besitzer.

Alle Analysten sehen CEWE weiterhin einheitlich positiv

Alle CEWE begleitenden Analysten sind sich in ihrem positiven Analyseurteil weiter einig. Sechs Analysten stufen die CEWE-Aktie mit „Kaufem“ oder „Overweight“ ein, weitere zwei Analysten raten, die Aktie zu „halten“. Die ausführlichen Studien sind im Investor-Relations-Bereich der CEWE-Homepage als Download verfügbar.

 www.cewe.de >
investor-relations >
cewe-aktie > analysten

Übersicht der aktuellen Analystenurteile	Analyseurteil	Datum
Warburg Research	Kaufen	22.09.15
Oddo Seydler	Halten	18.09.15
BHF Bank	Overweight	18.09.15
NordLB	Kaufen	19.08.15
GSC Research	Kaufen	14.08.15
Bankhaus Lampe	Halten	11.08.15
Berenberg Bank	Kaufen	20.05.15
Deutsche Bank	Kaufen	02.04.15

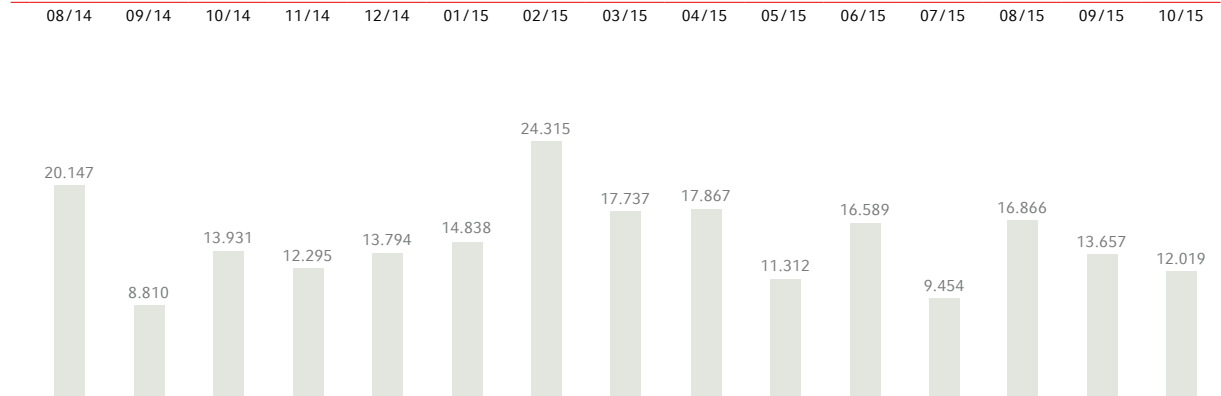
CEWE-Aktie solide im SDAX positioniert

Nach dem Kriterium „Handelsvolumen“ belegte CEWE im September 2015 die 85. Position (Vorjahr: 74. Position), nach der „Marktkapitalisierung“ die 94. Position (Vorjahr: 84. Position). Damit ist die CEWE-Aktie eine feste Größe im Index SDAX, der typischerweise Aktien ab der Position 110 – und besser – berücksichtigt.

Stabile Aktionärsstruktur stärkt den Kurs des Managements

CEWE hat mit der Ankerinvestorin Erbgemeinschaft nach Senator h.c. Heinz Neumüller (ACN Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG), die 27,4 % der Aktien hält, eine hohe Stabilität auf der Eigentümerseite.

Durchschnittliches Handelsvolumen in Aktien pro Tag



CEWE ist für seine Aktionäre da

Die Investor-Relations-Arbeit bei CEWE hat das klare Ziel, alle Marktteilnehmer nach den Prinzipien des „Fair Disclosure“ zeitnah, umfassend und gleichmäßig zu informieren sowie insgesamt eine hohe Transparenz sicherzustellen.

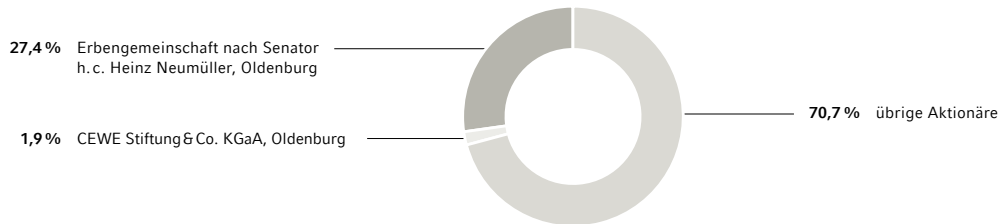
So veröffentlicht CEWE selbstverständlich sämtliche Geschäfts- und Zwischenberichte sowie Kapitalmarktinformationen auch im Internet unter www.cewe.de. Alle Analysten-Telefonkonferenzen werden als Web- und Audio-Cast unmittelbar nach Durchführung

auf der CEWE-Internetseite bereitgestellt. Alle wesentlichen Präsentationen des Unternehmens auf Konferenzen und anderen Veranstaltungen werden parallel auch im Internet veröffentlicht.

Der Vorstand und das Investor-Relations-Team präsentieren das Unternehmen auf den wichtigen Kapitalmarktkonferenzen und sind auf Road Shows in den europäischen und US-amerikanischen Finanzmarktzentren unterwegs. Den aktuellen Stand der Termine für 2015 finden Sie im Finanzterminkalender auf der vorletzten Seite dieses Berichts.

 www.cewe.de

Aktionärsstruktur (November 2015) in % (100 % beziehen sich auf 7,4 Mio. Aktien)



02

ZWISCHENLAGEBERICHT

Grundlagen des Konzerns	18
Geschäftsmodell	18
Organisation und Steuerungssysteme	19
Organisationsstruktur	19
Wirtschaftsbericht	20
Geschäftsfeld Fotofinishing	20
Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck	27
Geschäftsfeld Einzelhandel	29
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	31
Mitarbeiter	35
Bilanz und Finanzierung	36
Cash Flow	40
Kapitalrentabilität	43
Prognose-, Chancen- und Risikobericht	46
Die CEWE-Gruppe – Struktur und Organe	54
Glossar	56



„Bei CEWE ist man Teil eines professionellen Teams – am Stammsitz in Oldenburg, aber auch überall dort, wo wir Produktionsstätten und Vertriebsgesellschaften unterhalten. Ich bin gerne Teil dieser großen, internationalen Familie.“

Stefan Blawat, CEWE FOTOBUCH-Produktion,
CEWE-Aktionär

 **cewe**
einfach schöne Fotos

GRUNDLAGEN DES KONZERNS

Geschäftsmodell

CEWE operiert in drei strategischen Geschäftsfeldern: Fotofinishing, Einzelhandel und Kommerzieller Online-Druck. Nach diesen strategischen Geschäftsfeldern richtet sich auch der Segmentbericht.

Fotofinishing – das klassische CEWE-Hauptgeschäft

Als Fotofinishing wird das Geschäft mit Fotoprodukten bezeichnet. CEWE ist europäischer Marktführer im Fotofinishing, früher auf Basis analoger Filme, heute auf Basis digitaler Daten. Dabei hat sich das CEWE FOTOBUCH als Hauptprodukt etabliert und als solches einzelne Fotos abgelöst. Darüber hinaus hat CEWE das Produktsortiment konsequent erweitert, so dass inzwischen auch CEWE KALENDER, CEWE CARDS und CEWE WANDBILDER zu wichtigen Umsatzträgern geworden sind.

Eigener Einzelhandel mit wichtigen Funktionen

Mit einem Multi-Channel-Retailing für Foto-Hardware und Fotofinishing-Produkte ist CEWE in Polen, Tschechien, der Slowakei sowie Norwegen und Schweden aktiv. Neben dem Verkauf von Foto-Hardware sind die stationären Läden sowie die Online-Shops ein wichtiger Vertriebskanal für CEWE-Fotoprodukte direkt zum Endkonsumenten. Diese Umsätze und Erträge mit Fotofinishing-Produkten werden im Geschäftsfeld Fotofinishing gezeigt.

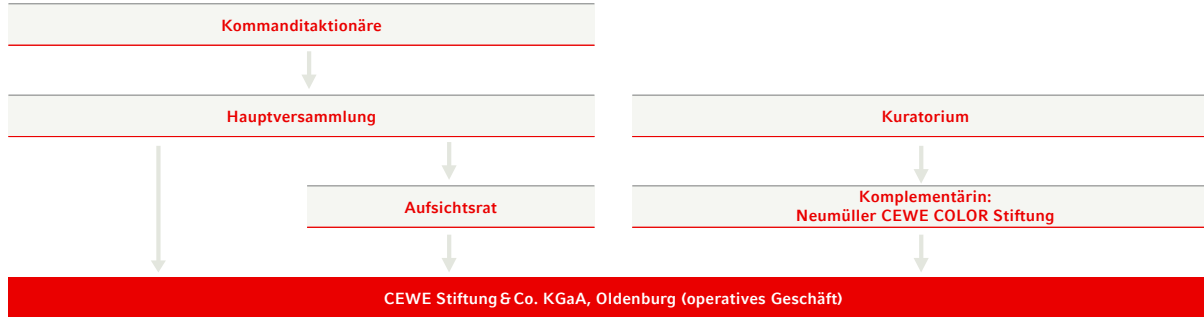
Kommerzieller Online-Druck – das Wachstumsfeld

Im neuen Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck wächst CEWE momentan mit der Produktion und Vermarktung von Werbedrucksachen über die Vertriebsplattformen CEWE-PRINT, Saxoprint und Viaprinto. In diesem Geschäftsfeld hatte CEWE 2012 die auf den Online-Offsetdruck spezialisierte Saxoprint-Gruppe akquiriert. So war CEWE mit dem Kommerziellen Online-Druck für Werbedrucksachen in Deutschland gestartet und rollt dieses Geschäftsmodell nun in viele andere europäische Länder aus, in denen bereits lokale Websites präsent sind und dort zunehmend Geschäft generieren. Der Umsatzschwerpunkt liegt daher noch im am weitesten entwickelten deutschen Markt, andere Länder tragen jedoch zunehmend mit gutem Wachstum zum Gesamtumsatz dieses neuen Geschäftsfelds bei.

Weiterführende Informationen zum CEWE-Geschäftsmodell finden Sie im Geschäftsbericht 2014 oder im Internet unter www.cewe.de > Investor Relations > News & Publikationen > Geschäftsberichte > Geschäftsbericht 2014.

ORGANISATION UND STEUERUNGSSYSTEME

Organisationsstruktur



Kommanditgesellschaft auf Aktien

CEWE betreibt sein gesamtes operatives Geschäft innerhalb der CEWE Stiftung & Co. KGaA. Die Neumüller CEWE COLOR Stiftung nimmt die Stellung der persönlich haftenden Gesellschafterin und der alleinigen Geschäftsführerin ein. Die Neumüller CEWE COLOR Stiftung wird durch acht Vorstände und einen Geschäftsführer vertreten. Die weiteren 3.231 Mitarbeiter des Konzerns sind in der CEWE Stiftung & Co. KGaA sowie in den nachgelagerten Konzerngesellschaften beschäftigt.

CEWE operiert in insgesamt 32 Tochtergesellschaften

Die CEWE Stiftung & Co. KGaA ist die Muttergesellschaft der gesamten CEWE-Konzernaktivitäten. Je nach spezieller Landes-situation werden das Fotofinishing und der Kommerzielle

Online-Druck in den verschiedenen Ländern Europas in einer rechtlichen und organisatorischen Einheit oder in verschiedenen Einheiten geführt.

Führung der CEWE-Gruppe durch Vorstand und Geschäftsführung

Der Vorstand und die Geschäftsführung der Neumüller CEWE COLOR Stiftung sind für die Gesamtplanung und Realisierung der Ziele der CEWE-Gruppe verantwortlich.

Weiterführende Informationen zu Organisation und Steuerungssystemen finden Sie im Geschäftsbericht 2014 oder im Internet unter www.cewe.de>Investor Relations>News & Publikationen>Geschäftsberichte>Geschäftsbericht 2014.

WIRTSCHAFTSBERICHT

Geschäftsfeld Fotofinishing

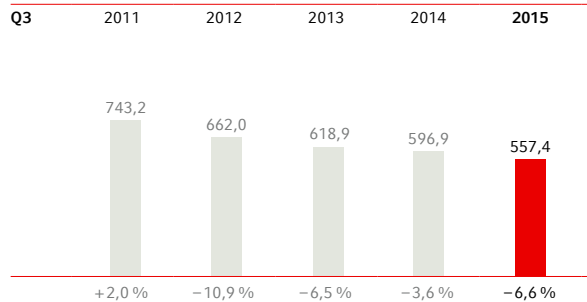
- ▶ *Absatz, Umsatz und Gewinn auf Zielkurs*
- ▶ *CEWE FOTOBUCH: 1,383 Mio. Bücher im dritten Quartal 2015 (-2,1 % zum Vorjahr); CEWE FOTOBUCH-Umsatz legt +3 % zu*
- ▶ *CEWE innovativ: 96 % aller Fotos im dritten Quartal sind digital, 68 % aller Digitalfotos werden über das Internet bestellt*

Grundsätzlich ist der Absatz der CEWE-Fotoprodukte weiterhin von zwei anhaltenden Konsumtrends geprägt: dem Trend zu höherwertigen Produkten und der Saisonverschiebung in das vierte Quartal – auch wenn sich im laufenden Jahr das Saisonprofil speziell für das zweite Quartal stabilisiert zu haben scheint.

- ▶ *Fotofinishing-Umsatz liegt im dritten Quartal mit 91,7 Mio. Euro oberhalb der erwarteten Bandbreite*
- ▶ *Fotofinishing-EBIT aufgrund Saisonvorbereitungskosten und von Anlaufverlusten akquirierter Start-ups leicht unter Vorjahr: 3,3 Mio. Euro (Q3 2014: 4,1 Mio. Euro)*

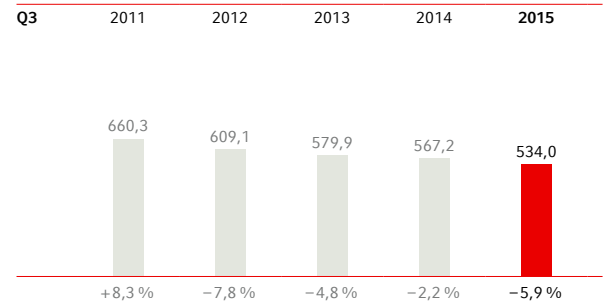
Saisonverschiebung vom dritten in das vierte Quartal hält weiter an
Die Absatz-, stärker noch die Umsatz- und vor allem die Ertragschwerpunkte der Digitalprodukte liegen im vierten Quartal. Viele Konsumenten schätzen das CEWE FOTOBUCH und auch CEWE KALENDER, CEWE CARDS und CEWE WANDBILDER sowie weitere Foto-Geschenkartikel als Weihnachtsgeschenke.

Fotos gesamt in Mio. Stück



Veränderung zum Vorjahr

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



Veränderung zum Vorjahr

Daher hat sich das saisonale Profil des CEWE-Geschäfts sehr deutlich zum Jahresende hin verschoben. Wie die Grafiken auf Seite 21 und auf Seite 25 zeigen, hält diese Verschiebung derzeit im dritten Quartal noch weiter an.

Anteil der Mehrwertprodukte wächst

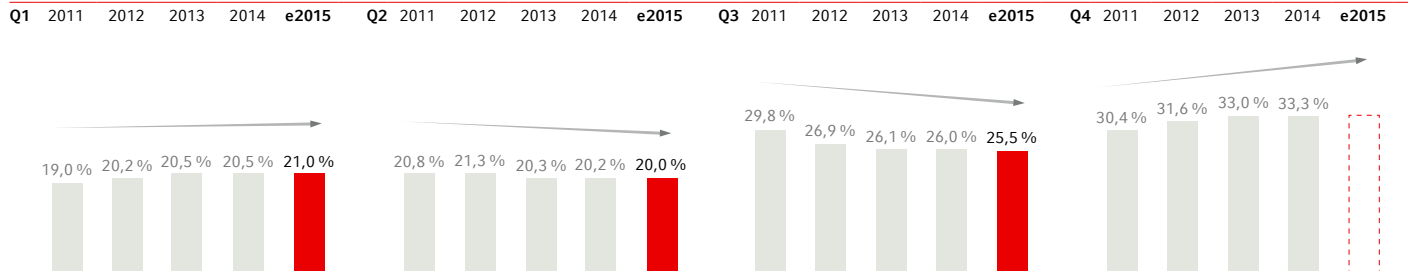
Konsumenten werden selektiver und verlangen höherwertige Fotoprodukte. Einzelne „einfache“ Fotoabzüge sind rückläufig – selbstverständlich auf analoger Basis, aber auch von digitalen Daten. Stärker nachgefragte Mehrwertprodukte mit hoher Wertigkeit kompensieren einen Teil dieses Rückgangs. So verändert sich der Produktmix von CEWE zunehmend zugunsten dieser Mehrwertprodukte: Der Anteil der Markenprodukte CEWE FOTOBUCH, CEWE KALENDER, CEWE CARDS oder CEWE WANDBILDER wird stetig größer. Diese Artikel begründen nicht nur – wie oben beschrieben –

als typische Geschenkartikel die Saisonverschiebung. Sie steigern diese Verschiebung sogar auf Umsatz- und Ergebnisebene, da der Anteil der „einfachen“ einzelnen Fotoabzüge im ersten sowie im zweiten und insbesondere im dritten Quartal eines jeden Jahres fällt, während der Anteil der Bilder in Mehrwertprodukten im vierten Quartal sehr stark zulegt. Da CEWE mit Mehrwertprodukten einen tendenziell höheren Umsatz und ein höheres Ergebnis pro Bild erzielt, ist die Saisonverschiebung im Umsatz und vor allem im Ertrag noch ausgeprägter als im Volumen und setzt sich potenziell auch noch weiter fort: Der Trend von „Masse“ (weniger einzelne Fotos) zu „Klasse“ (mehr hochwertige Fotoprodukte) hält weiter an.

Q3-Absatz wie erwartet

Diese Verschiebung hält erwartungsgemäß auch im dritten Quartal 2015 an. So war von einem zum Vorjahr leicht fallenden

Fotos gesamt – Saisonverteilung in %



Volumenanteil am Gesamtjahr von etwa 25,5 % auszugehen. Basierend auf dem Gesamtjahresziel von 2,17 bis 2,22 Mrd. Fotos für 2015 liegt das erwartete Volumen für das dritte Quartal damit bei 0,54 bis 0,57 Mrd. Fotos. Vor diesem Hintergrund liegt das dritte Quartal mit 0,557 Mrd. Fotos innerhalb der erwarteten Bandbreite. Da auch bereits das erste wie auch das zweite Quartal ihre jeweiligen Zielintervalle erreicht bzw. sogar leicht übertroffen hatten, bestätigt damit auch das dritte Quartal die Jahreszielsetzung für 2015.

CEWE FOTOBUCH-Umsatz legt bei leicht rückläufigem Absatz um +3 % zu

Das Volumen des CEWE FOTOBUCH ging im dritten Quartal leicht auf 1,383 Mio. Bücher zurück (Q3 2014: 1,413 Mio. Bücher). Mit diesem Wert liegt die Volumen-Steigerungsrate für das dritte Quartal zwar unterhalb des für das Gesamtjahr 2015 erwarteten Wachstumskorridors von +1 % bis +3 %, im Umsatz konnte diese

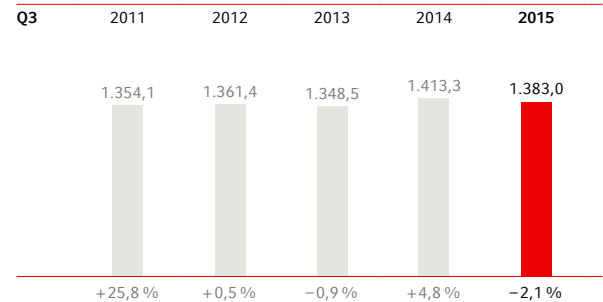
Produktgruppe hingegen im dritten Quartal erneut mit +3 % klar zulegen. Auch hier macht sich der Trend von „Masse“ zu „Klasse“ bemerkbar. Zudem verschiebt sich auch die Nachfrage des CEWE FOTOBUCH von Jahr zu Jahr mehr in das vierte Quartal, da Fotobücher als individuelle und emotionale Weihnachtsgeschenke vielen Freude bereiten.

Damit ist das CEWE FOTOBUCH mit der Anzahl der in den Fotobüchern enthaltenen Einzelfotos weiterhin der wesentliche Mengentreiber bei der Gesamtfotomenge.

Fotos zu 96 % digital

Mit dem Erfolg des CEWE FOTOBUCHS und der weiteren CEWE-Marken nähert sich die Digitalisierung immer mehr der 100 %-Marke. Nach 95 % im dritten Quartal 2014 waren im Berichtsquartal nun 96 % aller Fotos digitalen Ursprungs.

Anzahl CEWE FOTOBÜCHER in Tsd. Stück



Veränderung zum Vorjahr

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

Die Quote der über das Internet bestellten Digitalfotos lag etwa auf dem Niveau des Vorjahresquartals: 68,2 % nach 69,7 % im dritten Quartal 2014. Der ganz leichte Rückgang der Quote resultiert aus dem guten Wachstum der im Ladengeschäft am CEWE-Kiosk direkt ausgedruckten digitalen Fotos, die den Anteil der am POS bestellten Fotos stärken. 49 % der Internet-Besteller entschieden sich dafür, ihre fertigen Aufträge in den Ladengeschäften der von CEWE belieferten Händler abzuholen, während 51 % die Postzustellung nach Hause wählten. Damit haben die Kunden im dritten Quartal 2015 insgesamt rund 66 % aller Fotos (analoge und digitale, bestellt über das Internet und im Ladengeschäft) in den Ladengeschäften der CEWE-Handelspartner abgeholt. Damit ist dieser Anteil am Gesamtvolumen gegenüber dem Vorjahresquartal konstant – in der Nachkommastelle sogar gestiegen. Dies bestätigt die Stärke

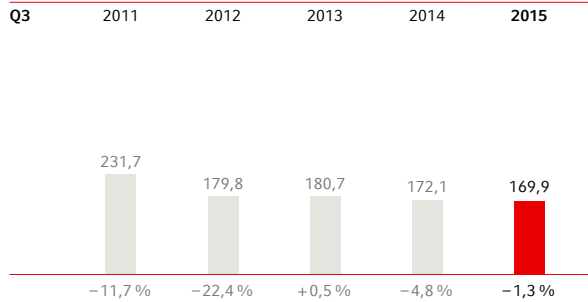
der CEWE-Positionierung „bricks and clicks“, nämlich die strategische Verbindung zwischen dem Verkauf über Ladengeschäfte und über das Internet.

Mehrwertprodukte stärken Fotofinishing-Umsatz weiter

Auch im Berichtsquartal stieg der Umsatzanteil der CEWE-Marken- bzw. Mehrwertprodukte. Damit treibt der Trend zu höherwertigen Fotoprodukten weiterhin die positive Umsatzentwicklung. So ist der Umsatz pro Foto im Berichtsquartal erneut gestiegen: von 14,98 Eurocent pro Foto im dritten Quartal 2014 um 9,8 % auf 16,46 Eurocent pro Foto im dritten Quartal 2015.

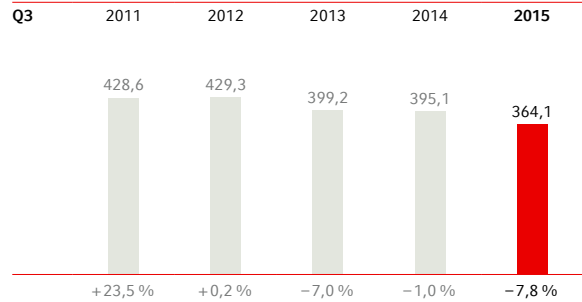
Ähnlich gut sieht die Entwicklung für die ersten neun Monate des Jahres 2015 insgesamt aus: Auch für diesen Zeitraum stieg der Umsatz pro Foto von 15,04 Eurocent im Vorjahreszeitraum um 9,3 % auf 16,44 Eurocent.

Digitalfoto-Bestellung im Geschäft in Mio. Stück



Veränderung zum Vorjahr

Digitalfoto-Bestellung über das Internet in Mio. Stück



Veränderung zum Vorjahr

Fotofinishing-Umsatz um über 7 Mio. Euro über der erwarteten Bandbreite: 91,7 Mio. Euro

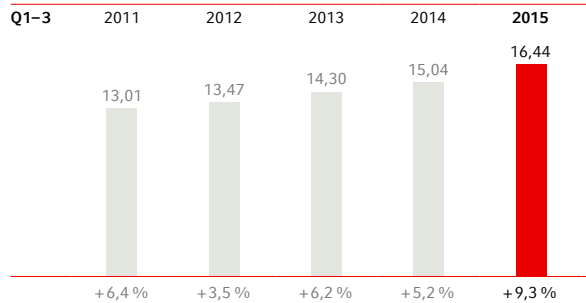
Aufgrund der genannten Veränderungen der Gesamtzahl der Fotos sowie des gestiegenen durchschnittlichen Umsatzes pro Foto lag der Fotofinishing-Umsatz im dritten Quartal 2015 bei 91,7 Mio. Euro (Q3 2014: 89,4 Mio. Euro, +2,6 %). Dieser Umsatz übertrifft leicht die Erwartungen: Geht man von einem leicht fallenden Umsatzanteil des dritten Quartals am Gesamtjahr in Höhe von etwa 21,5 % aus, so ergibt sich (gerechnet auf den für 2015 geplanten Fotofinishing-Gesamtjahresumsatz von 386 bis 391 Mio. Euro) ein erwarteter Zielkorridor für das dritte Quartal 2015 zwischen 83,0 und 84,1 Mio. Euro. Der realisierte Fotofinishing-Umsatz von 91,7 Mio. Euro liegt damit klar oberhalb dieser Bandbreite.

Das Gleiche gilt auch für die 9-Monats-Perspektive: In den ersten drei Quartalen erzielte das Geschäftsfeld Fotofinishing einen Umsatz von 239,8 Mio. Euro – ein Plus von 4,3 % im Vergleich zum Vorjahresumsatz (Q1–3 2014: 230,0 Mio. Euro).

Fotofinishing in ersten neun Monaten eines Jahres grundsätzlich mit negativen Ergebnissen

Aufgrund der fortschreitenden Saisonverschiebung in das vierte Quartal gilt bereits seit 2012 die Regel, dass CEWE den mit Abstand größten Ergebnisbeitrag im Weihnachtsquartal erwirtschaftet. Wie die Grafik der Ergebnis-Saisonverteilung zeigt (S. 26), steuerte das Urlaubsquartal (Q3) in der Analog-Ära mit den größten Teil des Jahresgewinns bei, während die Saisonverschiebung inzwischen zu einem noch größeren Ertragsschwerpunkt im Weihnachtsquartal (Q4) geführt hat. In den ersten beiden Quartalen standen schon immer aufgrund der starken Saisonschwerpunkte in den anderen Quartalen den

Umsatz pro Foto in Eurocent



Veränderung zum Vorjahr

Fixkosten keine entsprechenden Erträge gegenüber, so dass zwangsläufig negative Ergebnisse entstehen. Das isolierte dritte Quartal erwirtschaftet weiterhin positive, jedoch abnehmende Ergebnisbeiträge, die den saisonbedingten Verlust der ersten beiden Quartale nur knapp oder sogar nicht mehr vollständig ausgleichen können.

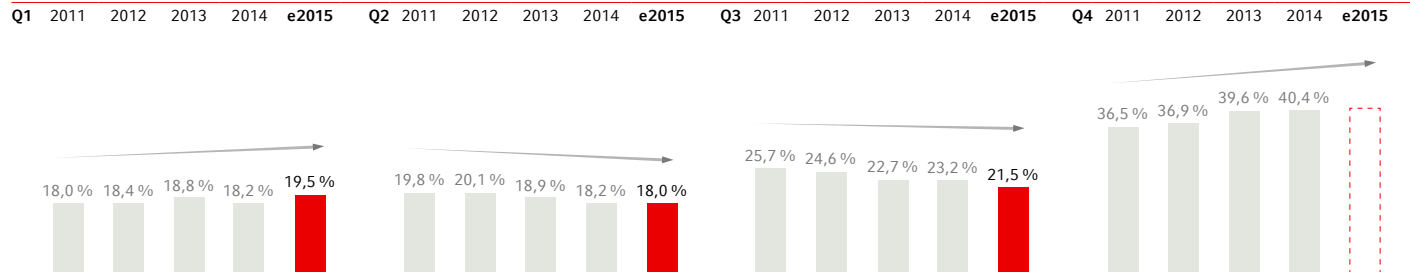
Fotofinishing-Ergebnis liegt trotz teilweise gestiegener Kostenpositionen exakt auf Vorjahrsniveau

Im Berichtsquartal erzielte CEWE im Geschäftsfeld Fotofinishing ein im Vergleich zum Vorjahr leicht rückläufiges EBIT: 3,3 Mio. Euro (Q3 2014: 4,1 Mio. Euro) – sowohl aufgrund der Anlaufverluste der Start-ups als auch aufgrund gestiegener Marketingaufwendungen. Denn CEWE hat erneut seine Marketingintensität mit Mehraufwänden im dritten Quartal ausgebaut, um das wichtige Weihnachtsgeschäft vorzubereiten. Neben dem bereits oben beschriebenen erfreulichen Umsatzeffekt

aus diesen Aktivitäten erhöhen diese Marketing-Investitionen die Bekanntheit der CEWE-Markenprodukte mit dem Ziel, den Absatz in der anstehenden Saisonspitze zu steigern. Vor dem Hintergrund des Saisonprofils und der so gestiegenen Marketingkosten sowie leicht erhöhter Aufwendungen im Personalbereich und auch etwas höherer Abschreibungen, u. a. durch Erneuerung einiger Kiosk-Systeme am Point of Sale, entspricht dieses Ergebnis voll den Erwartungen und bestätigt damit die Jahreszielsetzung in diesem Geschäftsfeld.

Zudem trägt das Q3-Fotofinishing-Ergebnis in diesem Jahr mehrere einhunderttausend Euro Erstkonsolidierungsverlust aus den Beteiligungen an den Firmen „DeinDesign“ und „futalis“. CEWE hatte hier zu Anfang des dritten Quartals eine Mehrheitsbeteiligung an DeinDesign erworben bzw. seine seit längerem bereits bestehende Beteiligung an futalis zu einer Mehrheitsbeteiligung ausgebaut.

Entwicklung der CEWE-Fotofinishingumsatz-Saisonverteilung in % vom Umsatz



DeinDesign produziert und vertreibt über die eigene Internetseite www.deindesign.de vor allem individualisierbare Smartphone-Cases sowie Folien zur Individualisierung für viele elektronische Geräte. futalis erzeugt und vermarktet online über www.futalis.de als Premiummarke hochindividuell und veterinärmedizinisch auf die speziellen Bedürfnisse eines Tieres abgestimmtes Tierfutter.

Um Einmaleffekte bereinigt stieg das Fotofinishing-Ergebnis vor Q1–3 sogar um 0,9 Mio. Euro

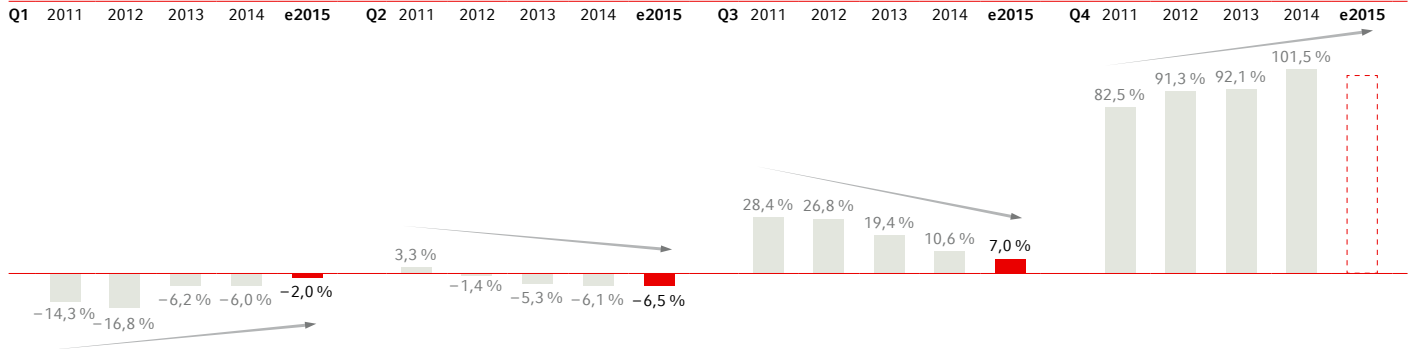
Auch mit Blick auf das kumulierte Ergebnis bestätigen sich – trotz dieser Zusatzbelastung aus den Anlaufverlusten der Start-ups – die Jahreszielsetzungen des Geschäftsfelds Fotofinishing: Nach einem EBIT von –0,7 Mio. Euro in den ersten neun Monaten des Vorjahres erzielte CEWE in den ersten drei Quartalen 2015 ein EBIT in Höhe von –0,3 Mio. Euro – eine Verbesserung um (gerundet) 0,5 Mio. Euro. Zudem waren im ersten Quartal 2015

als Sondereffekt noch Einmalaufwendungen für die Schließung eines kleinen Kundendienstbüros am ehemaligen Fotolaborstandort Dresden in Höhe von 0,4 Mio. Euro angefallen. Bereinigt um diesen Einmaleffekt fiel das EBIT vor Restrukturierungskosten in den ersten drei Quartalen 2015 mit 0,2 Mio. Euro sogar um rund 0,9 Mio. Euro besser aus als im Vorjahreszeitraum.

Damit wird der seit Jahren anhaltende Trend erneut dokumentiert: Der Produktmixwandel weg von einzelnen Fotoabzügen hin zu Mehrwertprodukten wie dem CEWE FOTOBUCH, CEWE KALENDERN, CEWE GRUSSKARTEN oder CEWE WANDBILDERN erhöht die Profitabilität des CEWE-Stammgeschäfts.

Insgesamt liegt der Gewinn des Fotofinishings damit klar auf Kurs zum Jahresziel, wie die Grafik zur Saisonverteilung des Fotofinishing-EBIT deutlich macht.

EBIT vor Restrukturierung – Fotofinishing-Saisonverteilung in % vom EBIT



Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck

- *Umsatz wächst wieder dynamischer: +10,1 % auf 55,0 Mio. Euro in den ersten drei Quartalen*
- *EBIT verbessert sich weiter auf –0,4 Mio. Euro (Q3 2014: –0,7 Mio. Euro)*

CEWE mit dem Kommerziellen Online-Druck bereits in zehn Ländern aktiv

Mit den Marken CEWE-PRINT, Saxoprint und Viaprinto ist CEWE im Kommerziellen Online-Druck mittlerweile in 10 Ländern aktiv: Neben Online-Shops in Deutschland, England, Frankreich, Spanien, Italien, der Schweiz und Österreich bietet CEWE aktuell auch in den Niederlanden, Belgien und Polen Geschäftsdrucksachen an. Darüber hinaus ist die Expansion in weitere Länder Europas geplant. Im Fokus steht dabei, die vorhandenen CEWE-Vertriebsstrukturen in den einzelnen Ländern zu nutzen, um einen schnellen und erfolgreichen Markteintritt zu erreichen. Je nach Marktgegebenheiten wird dabei individuell entschieden, mit welchen CEWE-Online-Druck-Marken ein Markt bearbeitet wird.

Marketingmaßnahmen zur breiten Steigerung der Markenbekanntheit

Die deutlich gestiegene Markenbekanntheit erreichte CEWE-PRINT insbesondere mit der bereits 2012 gestarteten Werbung im Bundesliga-Fußball: Bandenwerbung in den Stadien der 1. Bundesliga sowie Werbeschaltungen im Umfeld der ARD-Sportschau. Die hohe Reichweite nutzt CEWE, um die Marke CEWE-PRINT weiter bekannt zu machen. Darüber hinaus stehen

gezielte Ansprachen von Neukunden mittels Online-Werbung, aber auch die Bestandskunden-Bindung per Newsletter und Mailing auf der Marketing-Agenda.

Umsatz legt im dritten Quartal auf 18,7 Mio. Euro zu

Im dritten Quartal 2015 wuchs der Umsatz des Geschäftsfelds Kommerzieller Online-Druck von 16,1 Mio. Euro im Vorjahresquartal auf 18,7 Mio. Euro. Dabei ist zu berücksichtigen, dass im Vorjahrsumsatz neben den Internet-Portal-Umsätzen – die das Kerngeschäft einer Online-Druckerei ausmachen – noch mehr andere, nicht online aufgegebenen Aufträge im Gesamtumsatz enthalten waren. Bereinigt um dieses Volumen wächst das Online-Kerngeschäft sogar um 18,4 % im dritten Quartal 2015.

In den ersten neun Monaten 2015 erreichte der Kommerzielle Online-Druck damit einen Umsatz von 55,0 Mio. Euro (Q1–3 2014: 50,0 Mio. Euro, +10,1 %). Dabei ist zu berücksichtigen, dass im Vorjahresumsatz neben den Internet-Portal-Umsätzen – die das Kerngeschäft einer Online-Druckerei ausmachen – noch mehr andere, nicht online aufgegebenen Aufträge im Gesamtumsatz enthalten waren. Bereinigt um dieses Volumen wächst das Online-Kerngeschäft um 12,3 % in diesem Zeitraum. Das Wachstum im zweiten Quartal 2015 hatte sich aufgrund von einmaligen Nachfragespitzen im Vorjahr abgeschwächt: Im zweiten Quartal 2014 kam es aufgrund von 12 Kommunalwahlen in Deutschland zu einem starken Auftragseingang. Im Jahr 2015 hingegen gab es keine Wahlen im zweiten Quartal.



Damit liegt das Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck auf Kurs, die Jahreszielsetzung 2015 von etwa rund 80 Mio. Euro zu erreichen. Denn auch im Kommerziellen Online-Druck liegt der umsatzstärkste Zeitraum – wie im Fotofinishing – im vierten Quartal: Im Oktober und November bereiten sich viele Geschäftskunden auf ihr Weihnachtsgeschäft vor und ordern verstärkt Werbedrucksachen.

EBIT im dritten Quartal verbessert

Die für den oben beschriebenen Markenaufbau notwendigen Wachstumsinvestitionen haben bisher die Gewinn- und Verlustrechnung dieses Geschäftsfeldes beeinflusst. Denn CEWE nutzt die Ertragskraft des etablierten Geschäftsfeldes Fotofinishing, um das vielversprechende Wachstumsfeld Kommerzieller Online-Druck durch intensives Marketing auszubauen – und investiert inzwischen auch für die übernächste Wachstumsphase in Start-ups. So generiert CEWE im Kommerziellen Online-Druck eine wachsende Kundenbasis, von der das Unternehmen künftig profitieren wird.

Im Berichtsquartal stiegen die Personalkosten im Vergleich zum Vorjahr leicht an. Diese absolute Erhöhung resultiert zum einen aus dem größeren Geschäfts- bzw. Produktionsvolumen sowie zum Teil aus notwendigen Lohn- und Gehaltserhöhungen im Rahmen der Mindestlohnanpassung.

Trotz dieser geplanten Kostenerhöhungen verbesserte das Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck im dritten Quartal

seinen EBIT-Beitrag zum Konzernergebnis von –0,7 Mio. Euro im Vorjahresquartal auf –0,4 Mio. Euro im aktuellen Berichtszeitraum (+ 45,9 %).

Ähnliches gilt auch für die 9-Monats-Perspektive auf EBIT-Basis: Trotz gestiegener Personalkosten sowie leicht erhöhter Marketingkosten erzielt der Kommerzielle Online-Druck mit –2,5 Mio. Euro ein leicht besseres EBIT als im Vorjahreszeitraum (Q1–3 2014: –2,6 Mio. Euro).

Kommerzieller Online-Druck spätestens 2016 profitabel

Die bisherige Geschäftsentwicklung im Kommerziellen Online-Druck bestätigt die CEWE-Zielsetzung, spätestens im Jahr 2016 in diesem Geschäftsfeld die Break-even-Schwelle zu überschreiten. Der Fokus wird also nicht auf dem absoluten Umsatzzuwachs, sondern vielmehr auf profitabilem Wachstum liegen.

Ende 2016 werden zudem wesentliche Teile der nicht operativen Belastungen beginnen auszulaufen, die gemäß IFRS-Vorschriften resultierend aus der Kaufpreisallokation der Saxoprint-Akquisition zu buchen sind (u. a. Abschreibungen für Kundenstamm und Marke) und vom EBIT des Geschäftsfeldes Kommerzieller Online-Druck getragen werden. So sind in den aktuellen Neun-Monats-Zahlen rund 1,7 Mio. Euro nicht geschäftsgetriebene Aufwendungen enthalten. Auf Gesamtjahressicht werden etwa 2,1 Mio. Euro anfallen. Diese Sonderbelastung wird nach fünf Jahren Abschreibungsdauer Ende 2016 beginnen auszulaufen und die Ergebnissituation zusätzlich verbessern.

Geschäftsfeld Einzelhandel

- ▶ Einzelhandel erzielt im dritten Quartal Umsatz von 15,1 Mio. Euro (Q3 2014: 16,3 Mio. Euro)
- ▶ EBIT weiter verbessert

Eigener Einzelhandel mit wichtigen Funktionen

CEWE betreibt in Polen, Tschechien, der Slowakei sowie Norwegen und Schweden Multi-Channel-Retailing in Form stationärer Läden und Online-Shops (Marken z. B. Fotojoker, Fotolab, Japan Photo). Dieser Einzelhandel erfüllt für CEWE wichtige Funktionen: Erstens ist er ein wichtiger Vertriebskanal für CEWE-Laborleistungen direkt an Endkonsumenten. Die entsprechenden Umsätze und Erträge werden im Geschäftsfeld Fotofinishing gezeigt. Zweitens hat CEWE die Möglichkeit, neue Vermarktungsstrategien für die CEWE-Markenprodukte im Internet wie in Ladengeschäften unmittelbar zu testen und weiterzuentwickeln. Drittens kann dieses Wissen dann an die Handelspartner weitergegeben werden. Dafür liefert der CEWE-Einzelhandel wichtige Erkenntnisse und Referenzen.

Einzelhandel erzielt 15,1 Mio. Euro Umsatz im dritten Quartal

Das große und attraktive Sortiment sowie die hohe Kundenorientierung des CEWE-Einzelhandels bleiben weiterhin die entscheidenden Wettbewerbsfaktoren in diesem Geschäftsfeld. In allen Märkten schwächte sich das wichtige Geschäft mit Spiegelreflexkameras – eine wesentliche Umsatzkomponente – ab. Der Umsatzzuwachs mit hochwertigen Spiegelreflexkameras und spiegellosen Systemkameras konnte diesen Absatzrückgang der einfacheren Spiegelreflexkameras nicht kompensieren.

Unter Einfluss dieser veränderten Marktbedingungen und der noch schärferen Profitabilitätsausrichtung des Hardware-Sortiments insgesamt bei gleichzeitiger Fokussierung auf die Vermarktung von Fotofinishing-Produkten erreichte das Geschäftsfeld Einzelhandel im dritten Quartal 2015 einen Umsatz von 15,1 Mio. Euro (Q3 2014: 16,3 Mio. Euro).

In Polen hatte CEWE im ersten Quartal des vergangenen Jahres 2014 damit begonnen, sich vom nur dort praktizierten Großhandelsgeschäft, das erhebliche Umsätze, aber kaum Ergebnisbeiträge brachte, zu trennen. Daher resultierte der größte Teil des Umsatzrückgangs aus dem ersten Quartal 2014 bis zum ersten Quartal 2015. Mit dem zweiten Quartal 2015 hatte sich der Verzicht auf das polnische Großhandelsgeschäft vollständig gejäht und wirkte sich damit nicht mehr negativ auf den Umsatzvergleich zum Vorjahr aus.

Der Großhandelsverzicht ist jedoch bei der Betrachtung der kumulierten Umsatzentwicklung Q1–3 2015 noch für den anteiligen Umsatz des ersten Quartals zu berücksichtigen: Kumuliert erzielte das Geschäftsfeld Einzelhandel in den ersten neun Monaten 2015 so einen Umsatz in Höhe von 43,5 Mio. Euro (Q1–3 2014: 49,0 Mio. Euro).

Operatives Einzelhandelsergebnis verbessert sich weiter

Das Geschäftsfeld Einzelhandel entwickelte sich nach den Ergebnisverbesserungen im ersten Halbjahr auch im dritten Quartal operativ weiter positiv und erzielte nach einem EBIT in Höhe von –0,4 Mio. Euro im Vorjahresquartal nun im aktuellen Berichtsquartal ein fast ausgeglichenes Ergebnis von –51 TEuro. Kumuliert liegt der Einzelhandel damit bei einem EBIT von –1,4 Mio. Euro (Q1–3 2014: –1,5 Mio. Euro).

Im ersten Quartal 2015 waren im Rahmen der notwendigen Anpassungen des Geschäftsmodells in Polen noch 0,6 Mio. Euro Restrukturierungskosten angefallen. Bereinigt man das Ergebnis um diese Sonderkosten, so erzielte das Geschäftsfeld Einzelhandel in den ersten neun Monaten 2015 ein operatives EBIT vor Einmalaufwendungen in Höhe von –0,8 Mio. Euro nach –1,5 Mio. Euro in den ersten neun Monaten des Vorjahres 2014: eine operative Verbesserung um rund 0,7 Mio. Euro.

Umsatzentwicklung nach Geschäftsfeldern in Mio. Euro	Q3 2015	Q3 2014	Veränderung	Q1–3 2015	Q1–3 2014	Veränderung
Fotofinishing	91,7	89,4	+2,6 %	239,8	230,0	+4,3 %
Einzelhandel	15,1	16,3	–7,5 %	43,5	49,0	–11,2 %
Kommerzieller Online-Druck	18,7	16,1	+16,5 %	55,0	50,0	+10,1 %
Konzern	125,5	121,8	+3,1 %	338,4	329,0	+2,9 %

EBIT-Entwicklung nach Geschäftsfeldern in Mio. Euro	Q3 2015	Q3 2014	Veränderung	Q1–3 2015	Q1–3 2014	Veränderung
Fotofinishing	3,3	4,1	–19,0 %	–0,3	–0,7	+64,2 %
Einzelhandel	–0,1	–0,4	+87,0 %	–1,4	–1,5	+8,2 %
Kommerzieller Online-Druck	–0,4	–0,7	+45,9 %	–2,5	–2,6	+2,2 %
Konzern	2,9	3,0	–4,1 %	–4,1	–4,8	+13,4 %

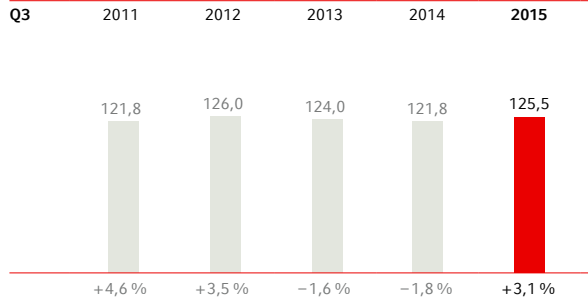
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

- **Konzernumsatz steigt im dritten Quartal um 3,1 % auf 125,5 Mio. Euro (Q3 2014: 121,8 Mio. Euro)**
- **EBIT im dritten Quartal etwa auf Vorjahresniveau: 2,9 Mio. Euro (Q3 2014: 3,0 Mio. Euro)**

Konzernumsatz erreicht 125,5 Mio. Euro im dritten Quartal

Die Umsatzzuwächse in den Geschäftsfeldern Fotofinishing und Kommerzieller Online-Druck konnten auch im dritten Quartal 2015 den sich abschwächenden Umsatzrückgang im Einzelhandel übertreffen und führten so auch im Konzern zu einem Umsatzwachstum von 3,1 % im Vergleich zum Vorjahresquartal: Der Konzernumsatz stieg von 121,8 Mio. Euro im dritten Quartal 2014 auf 125,5 Mio. Euro im Berichtsquartal.

Umsatz in Mio. Euro

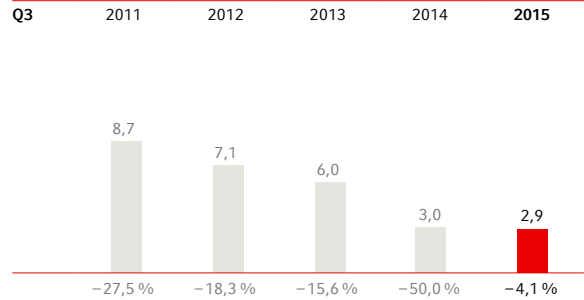


Veränderung zum Vorjahr

Konzern-EBIT im Q3 in etwa auf Vorjahresniveau

Durch die seit Jahren anhaltende Saisonverschiebung des Fotofinishing-Geschäfts in das vierte Quartal verlieren die ersten drei Quartale an Ertragskraft. Daher verzeichnet CEWE in diesem Zeitraum eines Jahres zunehmend negative Ergebnisse, während der Gewinnanteil und der absolute Ertrag des vierten Quartals stetig zulegen. Das Fotofinishing prägt als derzeitiges CEWE-Hauptgeschäft mit dieser Entwicklung maßgeblich die Saisonalität des Gesamtkonzerns. Auch der Kommerzielle Online-Druck wird diesem wenig entgegenwirken, da auch er seine Saisonspitze im vierten Quartal hat. Tendenziell dürfte sich künftig ein stabileres Saisonprofil ergeben, da sich die Dynamik der Effekte im Vergleich zu den Vorjahren voraussichtlich abschwächen wird.

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



Veränderung zum Vorjahr

Im dritten Quartal 2015 erreichte CEWE ein Konzern-EBIT in Höhe von 2,9 Mio. Euro (Q3 2014: 3,0 Mio. Euro): ein Ergebnis in etwa auf Höhe des Vorjahresniveaus.

Operatives Ergebnis verbessert sich um 1,6 Mio. Euro

In den ersten neun Monaten 2015 verbesserte sich das EBIT von –4,8 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum auf –4,1 Mio. Euro. Bereinigt man dieses Ergebnis um die noch im ersten Quartal in den Geschäftsfeldern Fotofinishing und Einzelhandel insgesamt angefallenen 1,0 Mio. Euro Restrukturierungskosten, so verbessert sich das operative EBIT um rund 1,6 Mio. Euro auf –3,1 Mio. Euro.

Sonstige betriebliche Erträge durch Einmaleffekt erhöht

Mit 5,8 Mio. Euro lagen die sonstigen betrieblichen Erträge über dem Niveau des Vorjahresquartals (Q3 2014: 4,3 Mio. Euro). Als unregelmäßiger und periodenfremder Ertrag konnte eine Rückstellung für nicht mehr benötigte Werbekostenzuschüsse im Berichtsquartal aufgelöst werden. Da aber auch innerhalb des sonstigen betrieblichen Aufwands mit dem Kauf eines von CEWE bereits zuvor belieferten Kundenstamms ein unregelmäßiger

Sachverhalt in fast gleicher Höhe auf der Aufwandsseite verbucht wurde, haben diese Effekte auf das Quartalergebnis insgesamt keinen Einfluss.

Unterschiedliche Dynamik der Geschäftsfelder beeinflusst GuV-Struktur

Der Beitrag der verschiedenen Geschäftsfelder zur Gewinn- und Verlustrechnung hat jeweils eine andere Struktur: Im wichtigen Fotofinishing bewirkt der Trend zu Mehrwertprodukten tendenziell eine Reduktion des Materialeinsatzes, während der Personaleinsatz und die sonstigen betrieblichen Aufwendungen zulegen. Wachstumsbedingt steigt der Anteil des Kommerziellen Online-Drucks an der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung. Im Vergleich zum Fotofinishing ist der Kommerzielle Online-Druck tendenziell durch einen höheren Materialaufwand und etwas geringere Personal- und sonstige betriebliche Aufwendungen gekennzeichnet. Der Einzelhandel hingegen weist im Vergleich zu den beiden anderen Geschäftsfeldern deutlich höhere Materialaufwendungen, aber geringere Personal- und sonstige betriebliche Aufwendungen auf. Bei den Abschreibungen kommt es durch die im Geschäftsfeld Kommerzieller

Ergebnis in Mio. Euro	Q1–3 2015	Q1–3 2014	Veränderung
Umsatz	338,4	329,0	+2,9 %
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	–4,1	–4,8	+13,4 %
Ergebnis vor Steuern (EBT)	–4,7	–5,7	+17,9 %
Ergebnis nach Steuern	–3,3	–4,5	+26,2 %

Online-Druck gestiegene Abschreibungsbasis auch im Konzern zu einer leicht steigenden Abschreibungsquote. In der folgenden Diskussion der Struktur der Gewinn- und Verlustrechnung werden diese Effekte an den wesentlichen Positionen erläutert.

Umsatzrückgang im Einzelhandel beeinflusst Aufwandsquoten vom Umsatz

Der Umsatzrückgang durch die im Kapitel „Geschäftsfeld Einzelhandel“ beschriebene Strategieänderung in diesem Geschäftsfeld ist bei der Betrachtung der Aufwandsquoten zu berücksichtigen: Die Konzern-Wareneinsatzquote verbessert sich dadurch tendenziell, da der Einzelhandel im Vergleich zu den anderen Geschäftsfeldern eine niedrigere Rohmarge erwirtschaftet. Ferner gilt bei den kumulierten Werten für 2015, dass sich alle anderen Aufwandsquoten tendenziell erhöhen, da sich die Aufgabe des Großhandels in diesem Geschäftsfeld im ersten Quartal noch nicht gejäht hatte – also noch stark zur Umsatzreduktion beitrug – und der reine Verzicht auf das Großhandelsgeschäft keine relevante Aufwandsreduktion in diesen Positionen ermöglichte.

Materialaufwandsquote sinkt auf 31,3 % vom Umsatz

Vor allem wegen des niedrigeren Einzelhandels-Umsatzes sinkt die Konzern-Materialaufwandsquote im Berichtsquartal von 31,8 % im Vorjahresquartal auf 31,3 %. Auch im Fotofinishing wird durch die verstärkte Nachfrage nach gedruckten Fotoprodukten und weniger im Silber-Halogenid-Verfahren produzierten Fotos die Wareneinsatzquote tendenziell verringert. Leicht entgegengesetzt wirkt das Wachstum des kommerziellen Online-Drucks. Zusätzlich wird, wie in der Online-Druck-Branche üblich, der Mailorderaufwand für die Zustellung der Druckprodukte zum Kunden als Materialaufwand ausgewiesen. Auch daher liegt der Materialaufwand höher als im Fotofinishing und geht mit steigendem Umsatz etwas stärker in den Konzerndurchschnitt ein.

Personalaufwandsquote steigt auf 26,9 % vom Umsatz

Im Personalaufwand wirken zwei Effekte, die zusammen zu einer tendenziell leicht steigenden Personalaufwandsquote vom Umsatz führen: Zum einen sind die Personalkosten im Wachstumsgeschäftsfeld kommerzieller Online-Druck durch die dortigen Neueinstellungen und Mindestlohnanpassungen erhöht. Zum anderen führt der gestiegene Personalbedarf im Bereich der Zentralfunktionen Marketing sowie Forschung und Entwicklung zu höheren Aufwänden in dieser Position. Entsprechend erhöhte sich die Personalaufwandsquote im Berichtsquartal von 25,5 % im Vorjahresquartal auf 26,9 %.

Sonstige betriebliche Aufwendungen steigen leicht auf 37,8 % vom Umsatz

Mit 47,4 Mio. Euro lagen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen höher als im entsprechenden Vorjahreszeitraum (Q3 2014: 45,5 Mio. Euro). Operativ erhöhten sich v. a. die Aufwendungen im Bereich Marketing. Wie weiter oben bereits bei den sonstigen betrieblichen Erträgen beschrieben, wurde zudem mit dem Kauf eines von CEWE bereits zuvor belieferten Kundenstamms ein unregelmäßiger Sachverhalt im Berichtsquartal gebucht. Saldiert mit dem unregelmäßigen Einmalertrag innerhalb der sonstigen betrieblichen Erträge wirken sich die unregelmäßigen Sachverhalte insgesamt im Berichtsquartal nicht auf die Ergebnisentwicklung aus.

Die Quote vom Umsatz bei den sonstigen betrieblichen Aufwendungen stieg so von 37,3 % im Vorjahresquartal auf 37,8 % im Berichtsquartal.

Abschreibungsquote bei 6,9 % vom Umsatz

Im dritten Quartal 2015 lag die Abschreibungsquote mit 6,9 % fast exakt auf dem Niveau des Vorjahresquartals (Q3 2014: 6,8 %).

Die absolute Abschreibungssumme lag dabei – getrieben v. a. durch die im Vergleich zum Vorjahr zeitlich vorgezogene Investition in neue POS-Kiosksysteme – mit 8,7 Mio. Euro etwas über dem Vorjahreswert (Q3 2014: 8,3 Mio. Euro).

Finanzierungsaufwand weiter auf niedrigem Niveau

Die Belastungen aus dem Finanzergebnis liegen mit 0,2 Mio. Euro weiter auf sehr niedrigem, unverändertem Niveau (Q3 2014: 0,2 Mio. Euro).

Steuerertrag im dritten Quartal

Das saisonbedingt kumuliert noch negative Ergebnis für die ersten neun Monate 2015 führt zu einem Steuerertrag aus der Aktivierung von latenten Steuern auf diese aufgelaufenen Verluste. Der sich nach Abzug des Steuerergebnisses aus dem ersten Halbjahr 2015 ergebende – und um 0,2 Mio. Euro geringfügig erhöhte – Steuerertrag begründet sich im unterschiedlichen Ergebnisverlauf im Vergleich zum Vorjahr sowie aus der Anpassung des angewandten Konzernsteuersatzes. Im Vorjahr kam aufgrund des Rechtsformwandels der Gesellschaft und der Mindestbesteuerungsgrenzen im Jahr 2013 ein reduzierter Steuersatz zur Anwendung.

Mitarbeiter

Mitarbeiterzahl geht leicht auf 3.240 zurück

Die Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der CEWE-Gruppe lag per Ende September 2015 mit 3.240 leicht unter dem Niveau des Vorjahres (3.284 Mitarbeiter).

Der leichte Personalabbau resultiert zum einen aus der Reduktion der Mitarbeiterzahl im Geschäftsfeld Einzelhandel aufgrund des dortigen Umbaus und der Fokussierung auf das Fotoarbeitengeschäft. Dem entgegen wirkt der gestiegene Personalbedarf in den Zentralfunktionen des Konzerns, wie z. B. bei Marketing und Produktmanagement oder Forschung und Entwicklung.

Mitarbeiter nach Geschäftsfeldern (Stichtagsbetrachtung)	Q3 2015	Q3 2014	Veränderung
Fotofinishing	2.098	2.048	+2,4 %
Einzelhandel	553	643	-14,0 %
Kommerzieller Online-Druck	589	593	-0,7 %
Konzern	3.240	3.284	-1,3 %

Bilanz und Finanzierung

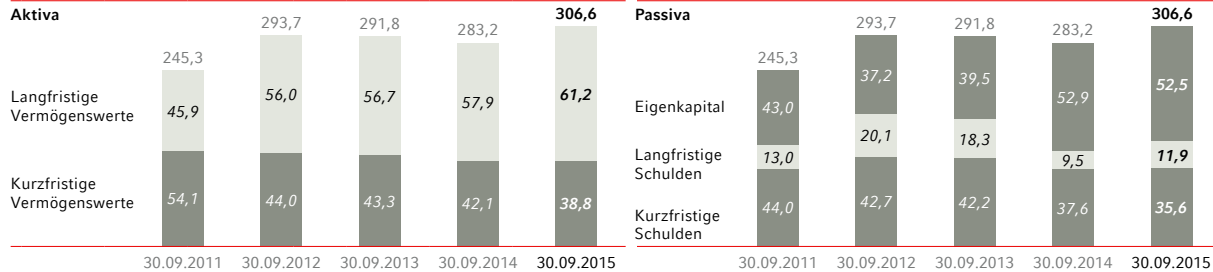
- *Bilanzsumme verlängert sich im Vergleich zum 30. Juni 2015 akquisitionsbedingt um 19,8 Mio. Euro*
- *Solide Bilanz: Eigenkapitalquote nahezu unverändert bei 52,5 %*
- *Capital Invested: Konzernverschuldung akquisitionsbedingt gestiegen*

Die Kommentierung der Bilanz bezieht sich im Wesentlichen auf die Entwicklung innerhalb des Berichtsquartals, d. h. auf den Vergleich der Bilanzen vom 30. September 2015 und 30. Juni 2015. Die von der jährlichen Saisonalität beeinflussten Positionen werden zusätzlich im Vergleich zum 30. September 2014 kommentiert. Dies sind vor allem die Elemente des operativen Working Capital sowie das Eigenkapital.

Bilanzsumme verlängert sich im Vergleich zum 30. Juni 2015 akquisitionsbedingt um 19,8 Mio. Euro

Im Vergleich zum Quartalsstart, d. h. vom 30. Juni 2015 zum 30. September 2015, hat sich die Bilanz um 6,9 % (19,8 Mio. Euro) verlängert. Ursache hierfür sind Unternehmenskäufe, die den Geschäfts- oder Firmenwert um 14,1 Mio. Euro steigen lassen, und das strukturell steigende Gewicht der langfristigen Abschlusspositionen im Vergleich zum kurzfristigen Vermögen, geprägt durch die höhere Anlagenintensität des Offsetdruckverfahrens. Infolgedessen erhöhte sich der Anteil der langfristigen Vermögenswerte an der Bilanzsumme durch einen nominalen Anstieg um 14,7 Mio. Euro auf 61,2 % (30. Juni 2015: 60,3 %); der nominal um 5,1 Mio. Euro gewachsene Anteil der kurzfristigen Vermögenswerte reduziert sich anteilig auf 38,8 % (30. Juni 2015: 39,7 %). Auf der Seite der Mittelherkunft sind die Schulden um 16,9 Mio. Euro gestiegen und machen einen

Bilanz in Mio. Euro (Summe) und in % (Aufteilung)



Anteil von 47,5 % (30. Juni 2015: 44,9 %) der Bilanzsumme aus. Im Gegenzug steigt das Eigenkapital hauptsächlich wegen des positiven Gesamtergebnisses um 3,0 Mio. Euro. Aufgrund der stärker gestiegenen Bilanzsumme sinkt die Eigenkapitalquote gegenläufig auf 52,5 % (30. Juni 2015: 55,1 %).

Im Jahresvergleich, d. h. vom 30. September 2014 zum 30. September 2015, hat sich die Bilanzsumme um 23,4 Mio. Euro verlängert, wobei die Eigenkapitalquote zum 30. September 2014 bei 52,9 % lag und die Schulden einen Anteil von 47,1 % an der Bilanzsumme ausmachten.

Capital Employed steigt um 17,2 Mio. Euro

Das Capital Employed lag am 30. September 2015 bei 220,4 Mio. Euro und damit 8,5 % (17,2 Mio. Euro) über dem Wert zum 30. Juni 2015. Wie in den folgenden Absätzen erläutert wird, sind

die darin enthaltenen langfristigen Vermögenswerte im selben Zeitraum um 14,7 Mio. Euro auf 187,7 Mio. Euro gestiegen, und das operative Netto-Working Capital ist um 3,6 Mio. Euro auf 33,9 Mio. Euro gestiegen. Das sonstige Netto-Working Capital lag mit –11,4 Mio. Euro 1,0 Mio. Euro über dem Wert zum Quartalsstart. Die Position der liquiden Mittel ist um 2,1 Mio. Euro auf 10,2 Mio. Euro gesunken, wie im Absatz zum Cash Flow erläutert wird.

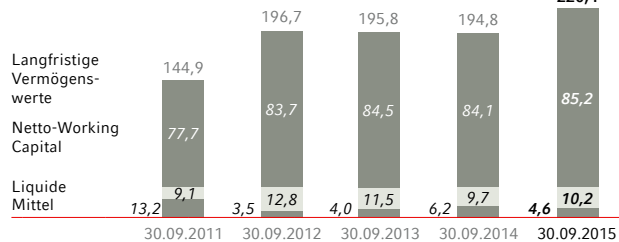
Im Vergleich zum 30. September 2014 ist das Capital Employed um 25,6 Mio. Euro gestiegen, was im Wesentlichen auf den im Folgenden beschriebenen Anstieg des langfristigen Vermögenseinsatzes zurückzuführen ist.

Langfristiger Vermögenseinsatz gestiegen

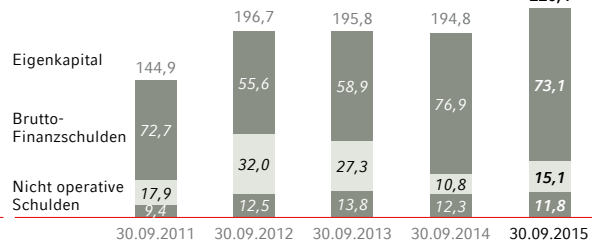
Die langfristigen Vermögenswerte sind im dritten Quartal weiter um 14,7 Mio. Euro auf 187,7 Mio. Euro gestiegen. Dieser Effekt

Management-Bilanz in Mio. Euro (Summe) und in % (Aufteilung)

Capital Employed



Capital Invested



ist, wie auch schon in den Vorquartalen, hauptsächlich auf einen Anstieg des Anlagevermögens zurückzuführen (16,0 Mio. Euro auf 174,8 Mio. Euro). Hiervon entfielen alleine 14,9 Mio. auf Akquisitionen von Mehrheitsbeteiligungen an DeinDesign und futalis sowie von Kundenstämmen. Darüber hinaus lagen die operativen Investitionen in das betriebliche Anlagevermögen bei 10,8 Mio. Euro und entfielen zu 9,6 Mio. Euro auf Sachanlagen sowie zu 1,3 Mio. Euro auf immaterielle Vermögenswerte. Von den Investitionen in Sachanlagen entfielen 3,8 Mio. Euro auf die Präsenz am Point of Sale, 2,4 Mio. Euro auf die IT-Infrastruktur, 1,2 Mio. Euro auf den Digitaldruck und seine Weiterverarbeitung, 0,6 Mio. Euro auf den Offsetdruck und seine Weiterverarbeitung und 1,6 Mio. Euro auf diverse Sachanlagen. Die Investitionen in Finanzanlagen lagen bei 0,3 Mio. Euro. Insgesamt lagen die operativen Investitionen mit 10,8 Mio. Euro über den Abschreibungen von 8,7 Mio. Euro, aber um 1,5 Mio. Euro unter denen des dritten Quartals 2014.

Niedrigere Vorräte lassen operatives Netto-Working Capital sinken

Im Jahresvergleich haben sich die Vorräte um 3,6 Mio. Euro auf 45,7 Mio. Euro reduziert. Der Vorratsrückgang ergab sich hauptsächlich durch einen weiteren Bestandsabbau im Einzelhandel. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen haben sich umsatzgetrieben um 1,5 Mio. Euro leicht erhöht und erreichten 44,7 Mio. Euro. Dieser Effekt wurde bereits durch den mit dem zuvor erläuterten Umsatzrückgang einhergehenden Forderungsrückgang im Einzelhandel zum Teil kompensiert. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind um 0,6 Mio. Euro auf 56,5 Mio. Euro leicht gesunken. Einhergehend mit der Zurückführung des operativen Netto-Working Capital

um 1,6 Mio. Euro auf 33,9 Mio. Euro, hat sich die Reichweite des operativen Netto-Working Capital im Jahresvergleich von 26 Tagen auf 24 Tage verringert. Neben der beschriebenen Reduktion des Netto-Working Capital ist der Umsatzanstieg des Fotofinishings der Treiber dieser Reduktion.

Innerhalb des Berichtsquartals wurde das operative Netto-Working Capital um 3,6 Mio. Euro auf 33,9 Mio. Euro aufgebaut. Die Reichweite des operativen Netto-Working Capital lag bei 24 Tagen (Vorquartal: 26 Tage). Hier wirkte der Umsatzanstieg als treibender Effekt, so dass CEWE zwar die Vorräte um 2,0 Mio. Euro auf 45,7 Mio. Euro reduziert hat, die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen aber jedoch im Gegenzug umsatzgetrieben um 7,2 Mio. Euro auf 44,7 Mio. Euro gestiegen sind. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen wurden um 1,6 Mio. Euro auf 56,5 Mio. Euro aufgebaut und konnten somit das operative Brutto-Working Capital finanzieren.

Sonstiges Netto-Working Capital trägt weiter zur Finanzierung bei

Das sonstige Netto-Working Capital lag zum 30. September 2015 bei –11,4 Mio. Euro (30. September 2014: –16,6 Mio. Euro) und leistet weiterhin einen Beitrag zur Finanzierung.

Während das sonstige Brutto-Working Capital im Vergleich zum 30. September 2014 um 3,6 Mio. Euro auf 18,3 Mio. Euro gestiegen ist, sanken die kurzfristigen übrigen Schulden vor allem aufgrund der Rückführung kurzfristiger finanzieller Verbindlichkeiten durch Begleichung nachgelagerter Kaufpreisverbindlichkeiten um 1,6 Mio. Euro auf 29,7 Mio. Euro.

Seit dem 30. Juni 2015 ist das sonstige Netto-Working Capital um 1,0 Mio. Euro gestiegen. Die Hauptgründe für diesen Anstieg werden im Abschnitt „Cash Flow“ erläutert.

Capital Invested: Konzernverschuldung akquisitionsbedingt gestiegen

Das Capital Invested lag – identisch mit dem Capital Employed – zum 30. September 2015 bei 220,4 Mio. Euro und damit um 25,6 Mio. Euro über dem Vorjahreswert. Wie in den folgenden Absätzen erläutert wird, ist das darin enthaltene Eigenkapital um 11,2 Mio. Euro auf 161,1 Mio. Euro gestiegen. Die Brutto-Finanzschulden sind um 12,2 Mio. Euro auf 33,2 Mio. Euro gestiegen, während die nicht operativen Schulden sich um 2,2 Mio. Euro auf 26,1 Mio. Euro erhöhten.

Solide Bilanz: Eigenkapitalquote nahezu unverändert bei 52,5 %

Im Vergleich zum 30. September 2014 legte das Eigenkapital von 149,9 Mio. Euro auf 161,1 Mio. Euro zu. Die Dividendenausschüttung in Höhe von 11,2 Mio. Euro wurde durch das Gesamtergebnis von 20,0 Mio. Euro mehr als ausgeglichen. Darin enthalten sind das Ergebnis nach Steuern von 22,7 Mio. Euro, das das im Vergleich zum Vorjahr um 1,2 Mio. Euro gestiegene 9-Monats-Ergebnis beinhaltet, sowie erfolgsneutrale Aufwendungen und Erträge in Höhe von –2,5 Mio. Euro. Die eigentümerbezogenen Eigenkapitalveränderungen werden neben anderen Veränderungen durch die bereits erwähnte Dividendenzahlung, die Ausübung des Aktienoptionsplanes 2010 sowie die als Zahlungsmittel für Akquisitionszwecke verwendeten eigenen Anteilen mit 2,4 Mio. Euro beeinflusst. In Summe lagen die eigentümerbezogenen Eigenkapitalveränderungen bei –8,8 Mio. Euro. Das um

7,5 % gestiegene Eigenkapital führte trotz der gestiegenen Konzernverschuldung nur zu einem leichten Rückgang der Eigenkapitalquote von 52,9 % zum 30. September 2014 auf 52,5 % zum Ende des Berichtsquartals.

Innerhalb des Berichtsquartals ist der Anstieg des Eigenkapitals um 3,0 Mio. Euro hauptsächlich durch das positive Gesamtergebnis in Höhe von 1,5 Mio. Euro sowie die eigentümerbezogenen Eigenkapitalveränderungen in Höhe von 1,4 Mio. Euro zu erklären, die sich hauptsächlich aufgrund der Verwendung der eigenen Anteile als Zahlungsmittel für Unternehmenserwerbe ergab.

Nicht operative Schulden auf 26,1 Mio. Euro gestiegen

Die nicht operativen Schulden sind im Jahresvergleich um 2,2 Mio. Euro auf 26,1 Mio. Euro gestiegen. Dieser Anstieg ist hauptsächlich auf den Anstieg der Pensionsrückstellungen um 2,7 Mio. Euro zurückzuführen. Innerhalb des Berichtsquartals ergab sich lediglich ein leichter Anstieg um 0,4 Mio. Euro.

Netto-Finanzschulden steigen akquisitionsbedingt um 14,0 Mio. Euro auf 23,0 Mio. Euro

Die Konzernverschuldung insgesamt ist im Jahresvergleich um 12,2 Mio. Euro auf 145,5 Mio. Euro gestiegen. Hier wirkte sich hauptsächlich der Anstieg der Brutto-Finanzschulden um 12,2 Mio. Euro auf 33,2 Mio. Euro aus. Gegenläufig sind die kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten um 2,9 Mio. Euro gesunken. Seit dem 30. September 2014 hat CEWE die Netto-Finanzschulden akquisitionsbedingt um 14,0 Mio. Euro auf 23,0 Mio. Euro erhöht.

Cash Flow

- ▶ *Umsatzgetriebener Working-Capital-Aufbau lässt Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit zurückgehen*
- ▶ *Free-Cash Flow akquisitionsbedingt gesunken*

Ausgehend von einem um 0,1 Mio. Euro auf 2,9 Mio. Euro leicht gesunkenen EBIT des Berichtsquartals waren in der Cash Flow-Rechnung des dritten Quartals von CEWE zahlungsunwirksame Abschreibungen in Höhe von 8,7 Mio. Euro (Vorjahr: 8,3 Mio. Euro) zu eliminieren. Das EBITDA stieg daher um 0,3 Mio. Euro auf 11,5 Mio. Euro. Die sonstigen zahlungsunwirksamen Anpassungen, die keine Auswirkungen auf den Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit haben, lagen bei –0,6 Mio. Euro (Vorjahr: 1,0 Mio. Euro).

Umsatzgetriebener Working-Capital-Aufbau lässt Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit zurückgehen

Der Working-Capital-induzierte Cash Flow verringerte sich im Berichtsquartal um –1,2 Mio. Euro auf –2,9 Mio. Euro.

Haupttreiber für diesen negativen Effekt war das operative Netto-Working Capital, das im Berichtsquartal um 3,7 Mio. Euro aufgebaut wurde (Vorjahr: +1,4 Mio. Euro). Dem Umsatzanstieg folgend sind die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen im Berichtsquartal um 7,2 Mio. Euro gestiegen (Vorjahr: +5,7 Mio. Euro) und sorgten somit für einen Cash Flow-Nachteil von 1,5 Mio. Euro. Aus den Vorräten ergab sich ein Cash Flow-Vorteil von 3,0 Mio. Euro, da vor allem Einzelhandelsbestände weiterhin reduziert wurden. Aus den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen ergab sich schließlich ein Cash Flow-Nachteil in Höhe von 3,7 Mio. Euro, der unter anderem aus dem Einzelhandel resultiert.

Das sonstige Working Capital hat im Berichtsquartal mit 0,8 Mio. Euro um 1,1 Mio. Euro mehr Cash freigesetzt als im Vorjahresquartal, vor allem durch die geringere Rückführung von sonstigen Rückstellungen.

Im Berichtsquartal sind die Ertragsteuerzahlungen im Vergleich zum Vorjahresquartal um 1,8 Mio. Euro auf –1,8 Mio. Euro gestiegen, da der Steuereffekt aus dem Rechtsformwechsel mittlerweile nicht mehr wirkt.

In Summe lag der Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit bei 6,3 Mio. Euro und somit 4,3 Mio. Euro unter dem des Vorjahresquartals.

CEWE investiert in Wachstum

Die Abflüsse für Investitionen in das Anlagevermögen lagen im dritten Quartal mit 9,8 Mio. Euro um 2,6 Mio. Euro unter denen des Vorjahresquartals. Die Investitionsschwerpunkte werden im Bilanzkapitel erläutert. Die Abflüsse aus dem Kauf von konsolidierten Anteilen bzw. Akquisitionen lagen im dritten Quartal bei 11,5 Mio. Euro (Vorjahresquartal: 1,1 Mio. Euro). Abflüsse von 0,1 Mio. Euro in Finanzanlagen (Vorjahresquartal: 0,1 Mio. Euro) betreffen die Anlage von Startkapital in aktuelle und angrenzende Geschäftsfelder, wie im Rahmen des Engagements im High-Tech Gründerfonds, so dass der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit auf 21,2 Mio. Euro angestiegen ist.

Free-Cash Flow akquisitionsbedingt gesunken

Der Free-Cash Flow im Berichtsquartal lag um 11,5 Mio. Euro unter dem Vorjahreswert und erreichte –14,9 Mio. Euro. Dieser Rückgang im Free-Cash Flow lässt sich auf den um 4,3 Mio. Euro auf 6,3 Mio. Euro gesunkenen betrieblichen Cash Flow sowie hauptsächlich auf die akquisitionsbedingt um 7,2 Mio. Euro auf 21,2 Mio. Euro gestiegenen Mittelabflüsse aus der Investitionstätigkeit zurückführen.



SAXOPRINT

Wir sind ein Qualitätsfaktor.

Jeder gute Druck braucht eine Basis. Deshalb gewährleistet unsere Druckvorstufe, dass Ihre Daten genau geprüft und in bester Qualität auf unsere hochmodernen Druckmaschinen wandern. Das Ergebnis ist brillant und präzise.

Jeder Druck überzeugt mit: ♦ persönlicher Beratung ♦ Servicequalität ♦ modernsten Drucktechnologien ♦ Termintreue ♦ Druckbrillanz ♦ Preis-Leistung

www.saxoprint.de

Kapitalrentabilität

- ▶ *Akquisitionen lassen durchschnittliches Capital Employed auf 207,0 Mio. Euro steigen*
- ▶ *Positive Ergebnisentwicklung steigert trotzdem ROCE auf 16,1 %*

Akquisitionen lassen durchschnittliches Capital Employed auf 207,0 Mio. Euro steigen

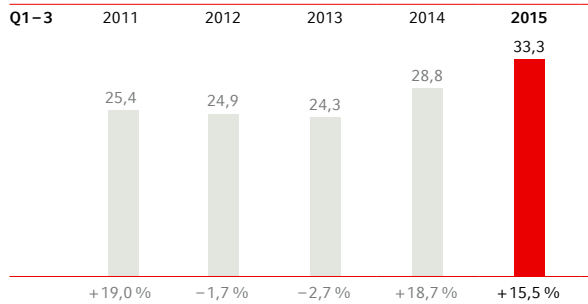
Wie im Bilanzkapitel erläutert, lag das Capital Employed zum 30. September 2015 bei 220,4 Mio. Euro und damit um 17,2 Mio. Euro über dem Wert zum 30. Juni 2015. Dies resultiert hauptsächlich aus den im dritten Quartal vorgenommenen Akquisitionen sowie aus dem seit mehreren Quartalen festzustellenden stärkeren langfristigen Vermögenseinsatz, der sich infolge der immer anlagenintensiveren Produktion ergibt. Somit lag das – auf Basis der vier Quartalsstichtage des

vorangegangenen 12-Monats-Zeitraums ermittelte – durchschnittliche Capital Employed zum 30. September 2015 mit 207,0 Mio. Euro um 14,2 Mio. Euro über dem Wert des Vorjahres.

Positive Ergebnisentwicklung steigert ROCE auf 16,1 %

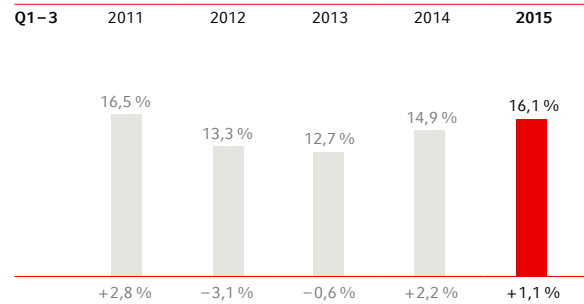
Der Return on Capital Employed (ROCE) als Kennzahl der Kapitalrentabilität hat sich seit dem 30. September 2014 von 14,9 % auf 16,1 % verbessert. Der Wert von 16,1 % ergibt sich aus einem 12-Monats-EBIT von 33,3 Mio. Euro und einem durchschnittlichen Capital Employed von 207,0 Mio. Euro. Trotz Anstieg des Capital Employed lässt der starke Ergebnisanstieg des 12-Monats-EBIT von 28,8 Mio. Euro zum 30. September 2014 auf 33,3 Mio. Euro zum 30. September 2015 die Rendite weiter ansteigen.

EBIT rollierend 12 Monate in Mio. Euro



Veränderung zum Vorjahr

ROCE in %



Veränderung zum Vorjahr in %-Punkten

Deutschlands schnellste Online-Druckerei.

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

Mit der Online-Druckerei von CEWE.

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

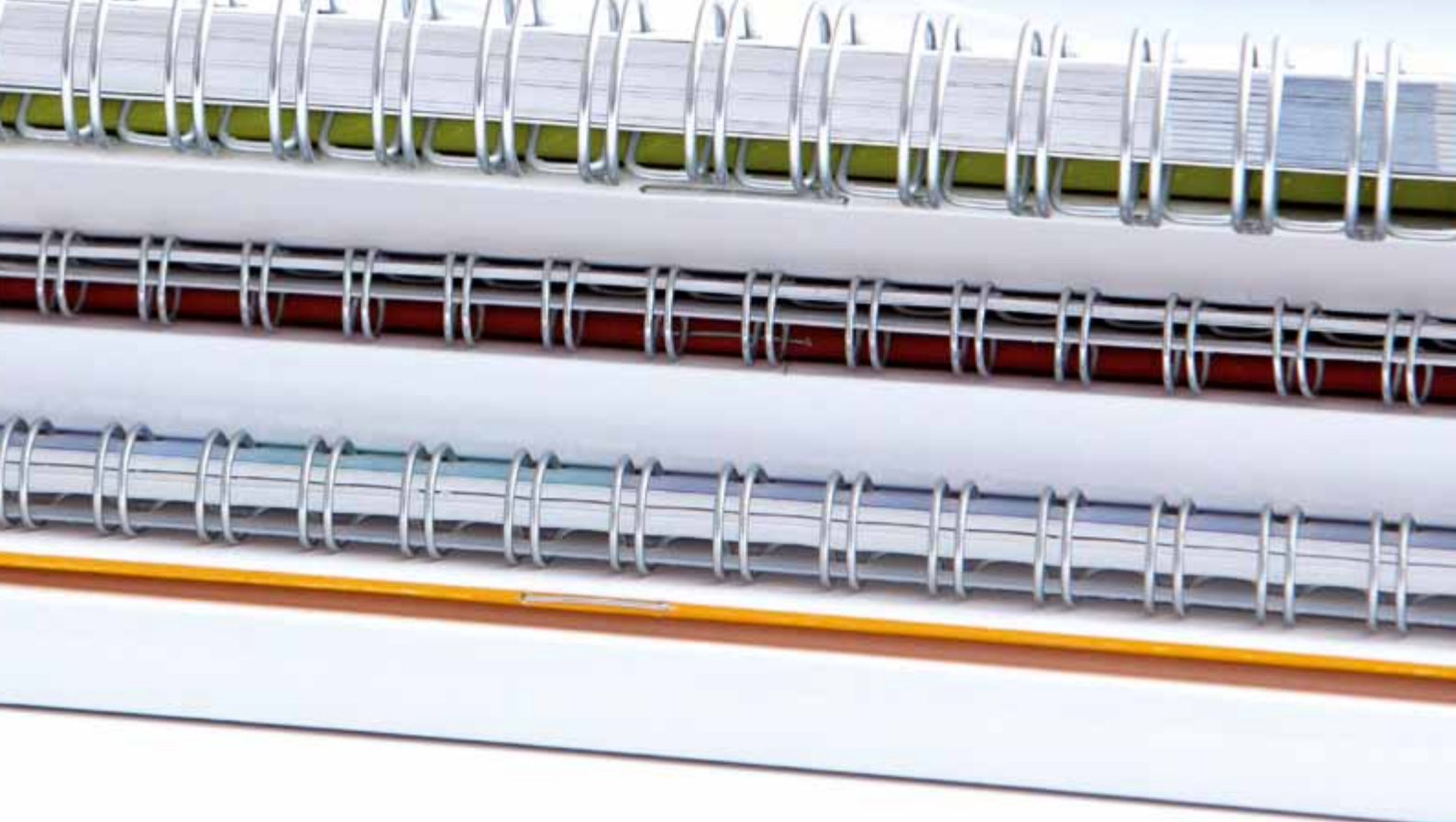
- ▶ **Perfekte Qualität** - immer schnell und zuverlässig gedruckt
- ▶ **Absolut flexibel** - sämtliche Produkte ohne Mindestbestellmengen
- ▶ **Verblüffend einfach** - Dokumente hochladen, Vorschau prüfen, bestellen und zügig geliefert

www.viaprinto.de

viaprinto ist ausgezeichnet:

Druck & Medien
AWARDS
2011
FINALIST





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

 **viaprinto**
Erfolg hat schöne Seiten.

PROGNOSE-, CHANCEN- UND RISIKOBERICHT

Risiken und Chancen

Wesentliche Risiken und Chancen für die voraussichtliche Entwicklung der CEWE-Gruppe sind im Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2014 beschrieben. Im Rahmen der fortlaufenden systematischen Erfassung und Steuerung von Risiken durch das Risikomanagement des Konzerns sind weiterhin keine Risiken erkennbar, die für sich genommen oder in ihrer Gesamtheit eine Bestandsgefährdung für den Konzern bedeuten könnten.

Permanente Arbeit an der Technologiebasis

Wie in der Vergangenheit wird CEWE auch in den nächsten Jahren daran arbeiten, Effektivitäts- und Effizienzpotenziale vor allem der Produktions- und Datentransfertechnologie zu heben. Anstöße dafür entstehen sowohl innerhalb des Unternehmens durch Best-Practice-Transfers zwischen den Betrieben als auch von außen, z. B. durch regelmäßige Benchmarks und den gezielten Einsatz von externen Beratern.

Permanente Innovation umfasst auch Produkte und Dienstleistungen

Das Portfolio der von CEWE angebotenen Produkte und Dienstleistungen wird dauerhaft weiterentwickelt werden. Innovationen waren bereits die wesentliche Triebkraft der Analog/Digital-Transformation. CEWE strebt danach, die gewonnene Innovationsdynamik aufrechtzuerhalten, um auf dieser Basis die marktführende Position zu erhalten und auszubauen. Die aktuellen Innovationen im Fotofinishing sind größtenteils auf der Messe photokina im September 2014 vorgestellt worden – zum Beispiel umfassende Software-Updates, neue Apps, diverse Produktverfeinerungen und die Foto-Management-Lösung CEWE MYPHOTOS. Mit CEWE MYPHOTOS wird CEWE seinen Konsumenten ein System bieten, die eigenen Fotos zu speichern, zu organisieren und zu bearbeiten – und dies immer, überall und mit jedem Gerät. Über CEWE MYPHOTOS kann sehr einfach auf die persönlichen Fotos zugegriffen und CEWE-Fotoprodukte bestellt werden. Innovationen im Kommerziellen Online-Druck fließen permanent in das Angebot ein.

Markenstärkung im Fotofinishing

Im Fotofinishing setzt CEWE seine Ausrichtung fort, mit dem CEWE FOTOBUCH ein Markenprodukt aufzubauen, das im Premiumsegment positioniert ist und beworben wird. Neben das etablierte CEWE FOTOBUCH werden seit 2013 nun mit CEWE KALENDER, CEWE CARDS und CEWE WANDBILDER weitere Produktmarken mit gleicher Positionierung gestellt. Ziel ist es, die positive Konsumentenhaltung des CEWE FOTOBUCH auch auf die übrigen Produkte wirken zu lassen. Die Differenzierungsvorteile der Leistungs- und Qualitätsversprechen, für die die Marke CEWE steht, sollen schrittweise für ein wachsendes Produktportfolio genutzt werden. Ferner steigt damit die Werbeeffizienz, und die CEWE-Produkte können bei Konsumenten „vorverkauft“ werden, auch zum Nutzen der CEWE-Handelspartner.

Wachstum im Kommerziellen Online-Druck

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

Grundstein für weiteres Wachstum gelegt

Auch für die nächste Entwicklungswelle im Anschluss an den aktuellen Wachstumsschub durch den Kommerziellen Online-Druck erarbeitet sich CEWE bereits heute die Grundlagen. Dies beginnt mit den Investitionen in die Risikokapital-Fonds der Bundesregierung für junge Technologie-Unternehmen, also die High-Tech Gründerfonds (HTGF) als auch den Fonds Capnamic. Diese Investitionen sind im ersten Schritt niedrig. Entwickelt sich ein Unternehmen jedoch vielversprechend und passt zu CEWE, kann CEWE den Anteil erhöhen. Erstes Beispiel dafür ist futalis – ein Unternehmen, an dem sich CEWE im Juli 2015 die Mehrheit gesichert hat.

Weiterhin Fokus auf Europa

CEWE betreibt sein Geschäft zu nahezu 100 % in Europa und plant derzeit keine Veränderung der regionalen Präsenz. Zurzeit gilt es, das neue Geschäftsfeld kommerzieller Online-Druck in Deutschland und dem europäischen Ausland aufzubauen und zu stärken und die Marken im Fotofinishing zu entwickeln. Dies nimmt praktisch die vollständige Management-Kapazität der CEWE-Gruppe in Anspruch.

Weltwirtschaft wächst schwächer als erwartet – Wachstum in der Eurozone stabil

Nach Angaben des Internationalen Währungsfonds (IWF) hat sich das weltweite Wirtschaftswachstum im Jahresverlauf 2015 schwächer entwickelt als erwartet. Der IWF geht nun von einem globalen Wachstum von 3,1 % (zuvor 3,5 %) für 2015 und 3,6 % (zuvor 3,8 %) für 2016 aus. Zudem haben sich die Risiken für die konjunkturelle Entwicklung der Entwicklungs- und Schwellenländer durch Währungsabwertungen, gesunkene Rohstoffpreise und eine hohe Volatilität der Finanzmärkte erhöht.

Während sich die konjunkturelle Erholung im Euroraum nun etwas moderater fortsetzt, geht der IWF bei den Entwicklungs- und Schwellenländern auch in diesem Jahr, dem fünften Jahr

in Folge, von einer weiteren Abschwächung des Wirtschaftswachstums aus, was sich perspektivisch auch negativ auf Finanzierungskonditionen dieser Staaten auswirken dürfte. 2015 wird ein Wachstum von 4,0 % (zuvor 4,3 %), 2016 von 4,5 % (zuvor 4,7 %) erwartet. Vor allem die Erdöl exportierenden Länder waren dabei von dem deutlichen Ölpreisverfall bei einem gleichzeitigen Rückgang der globalen Nachfrage betroffen.

Auch bei den führenden Industriestaaten korrigierte der IWF die Prognose nach unten. Statt eines Wirtschaftswachstums von jeweils 2,4 % für die Jahre 2015 und 2016 erwartet der Währungsfonds nun 2,0 % bzw. 2,2 % Wachstum. Die Wirtschaft entwickelte sich vor allem in den USA, Japan und Canada vor dem Hintergrund der schwächeren globalen Nachfrage nicht so dynamisch wie erwartet. Der Ausblick für die Eurozone blieb insgesamt unverändert bei 1,5 % bzw. 1,6 % Wachstum, wobei die Experten den Ausblick für Deutschland leicht auf 1,5 % (zuvor 1,6 %) bzw. 1,6 % (zuvor 1,7 %) senkten.

Während die gesunkenen Rohstoffpreise und insbesondere der deutlich gesunkene Ölpreis, die anhaltende lockere Geldpolitik der EZB sowie die Euro-Abwertung nach Ansicht des IWF stimulierende Wirkung auf die wirtschaftliche Entwicklung der

Eurozone haben dürften und damit die konjunkturelle Erholung begünstigen, bleibt der mittelfristige Ausblick dennoch verhalten. Hintergrund sind hier die Nachwirkungen der Euro-Krise, die demografische Entwicklung sowie eine vergleichsweise schwache Produktivität. Der Rückgang der globalen Nachfrage durch die schwächere Performance der Entwicklungs- und Schwellenländer dürfte sich zudem dämpfend auf die Exporte im Euroraum auswirken.

Die Inflationsrate wird nach Auffassung des IFW 2015 weltweit auf 4,2 % sinken (ohne Berücksichtigung von Venezuela und der Ukraine). Im Euroraum erwarten die Experten eine Inflationsrate von nur 0,2 %. Damit liegt die Teuerungsrate deutlich unter der angestrebten Zielmarke von 2 %. In Deutschland sank die Inflationsrate im September 2015 aufgrund des starken Rückgangs der Energiepreise im Jahresvergleich auf 0 %. Nahrungsmittel verteuerten sich im Vergleich zum Vorjahr um etwa 1,1 %, andere Waren und Dienstleistungen legten um 0,8 % zu.

Unabhängig davon sieht CEWE aufgrund der soliden Finanzierungsstruktur keine nennenswerten Finanzierungsrisiken. Aufgrund der überaus soliden Finanzierung mit einer Eigenkapitalquote von über 50 % ist CEWE in der Lage, sowohl

organisches als auch anorganisches Wachstum aus eigener Kraft zu finanzieren.

Mit Blick auf die ausstehenden Forderungen erwartet das Management derzeit keine nennenswerten Belastungen, da Forderungen gegen Fachhandelspartner weitestgehend über Kreditversicherungen abgesichert sind.

CEWE-Absatz entwickelt sich weitgehend unabhängig vom konjunkturellen Umfeld

Der CEWE-Absatz entwickelte sich bisher weitgehend unabhängig vom konjunkturellen Umfeld und der privaten Konsumneigung. Der Einfluss der Konjunktorentwicklung könnte theoretisch steigen, wenn der Anteil von Unternehmenskunden am Umsatz von CEWE wächst. Derzeit sieht das Management im Geschäftsfeld des Kommerziellen Online-Drucks allerdings sogar in konjunkturellen Schwächephasen eher zusätzliche Opportunitäten, da die günstige Kosten-Nutzen-Relation der Kommerziellen Online-Druck-Produkte für Geschäftskunden gegenüber den bei stationären Druckereien bezogenen Druckleistungen gerade in wirtschaftlich schwierigen Phasen ein starkes Kaufmotiv sein dürfte.

Fotofinishing auch zukünftig konstant/leicht steigend

CEWE fördert den wachsenden Marktanteil von Mehrwertprodukten, um den Rückgang der produzierten Fotos im klassischen chemischen Silber-Halogenid-Verfahren auszugleichen. Neben dem inzwischen weit fortgeschrittenen Rückgang der Analog-Fotos von Filmen ist damit auch der Rückgang der Einzelfotos von digitalen Daten gemeint. Mit dem europäischen Marktführer CEWE FOTOBUCH sowie den weiteren Mehrwertprodukten und den starken Internet-Kompetenzen ist CEWE hervorragend positioniert, um diesen Wandel aktiv zu fördern und möglicherweise sogar davon zu profitieren. Im Ergebnis dürfte der Trend zu Mehrwertprodukten das Fotofinishing auch 2015 stärken und bietet die Chance für eine zumindest eher stabile Marge.

Saisonprofil mit Schwerpunkt im vierten Quartal

In den vergangenen Jahren war der Trend eindeutig: Die Bedeutung des zweiten und des dritten Quartals – des ehemaligen Saisonschwerpunkts – nahm weiter ab. Ausgeglichen wurde dies vor allem durch die wachsende Bedeutung des vierten Quartals für das Jahresgeschäft, auf das sich der Absatz der margenstärkeren Mehrwertprodukte zunehmend konzentriert. Dieser Trend im Hauptgeschäft Fotofinishing bestimmt damit auch die große Linie im Gesamtkonzern. Auch beim

Kommerziellen Online-Druck liegt der Schwerpunkt im vierten Quartal, der auf die Werbematerialien für das Weihnachtsgeschäft der Druckkunden ihrerseits zurückzuführen ist, die vor allem zu Beginn des vierten Quartals bestellt werden.

Einzelhandel fokussiert auf Ertragssteigerung

Auch wenn der Einzelhandel für das Geschäftsfeld Fotofinishing durch den Absatz von CEWE-Fotoprodukten im Jahr 2014 einen Umsatzbeitrag von etwas mehr als 30 Mio. Euro – ausgewiesen im Geschäftsfeld Fotofinishing – erwirtschaftet hat, so sieht das Management doch klar die Notwendigkeit, das negative Ergebnis des Geschäftsfeldes Einzelhandel mit Foto-Hardware im Jahr 2014 von –2,9 Mio. Euro (2013: 0,1 Mio. Euro) zu verbessern. Bis zum ersten Quartal 2015 wirkte die Aufgabe des niedrigstmargigen Großhandelsgeschäftes dabei noch negativ auf den Vorjahresvergleich. Dieser Effekt hatte sich mit dem zweiten Quartal 2015 vollständig gekehrt.

Der CEWE-Einzelhandel hat die Aufgabe, notwendige Anpassungen aufgrund einer schwachen Marktentwicklung (z. B. durch den Rückgang des Spiegelreflexkamera-Marktes) durchzuführen. Daher arbeitet CEWE im Geschäftsfeld Einzelhandel weiterhin an zwei Flanken: Die Kosten sollen der Umsatzentwicklung angepasst und der Umsatz durch gezielte Maßnahmen

unterstützt werden. Grundsätzlich geht das Management für 2015 davon aus, mit einem breiten Aktionsprogramm die Ertragskraft auch eines im Umsatz reduzierten Einzelhandels wieder steigern zu können, um diesen Absatzkanal für CEWE-Fotoprodukte zu erhalten.

Wachstum im Kommerziellen Online-Druck unabhängig von Wirtschaftslage

Der Kommerzielle Online-Druck bei CEWE bietet eine Reihe von Vorteilen für den Besteller: Qualitätsgewinn durch hochmoderne Druck-Großanlagen, die mit ihrer konstanten Qualität niedergelassenen Druckereien typischerweise überlegen sind, zusätzlich einen Zeitgewinn durch bedienerfreundliche Internet-Bestellung, schnelle Produktion und zügige Lieferung. Darüber hinaus haben Kunden auch die Möglichkeit, preisgünstige und bedarfsorientierte Kleinstauflagen zu nutzen, die mit den Digitaldruckkapazitäten von CEWE gefertigt werden. Die Besteller wollen sich diese Vorteile erschließen – mindestens unabhängig von der gesamtwirtschaftlichen Lage, vielleicht sogar gerade in wirtschaftlich schwierigen Situationen. Daher erwartet das Management auch für 2015 im Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck weiter eine positive Umsatzentwicklung, nahezu unabhängig von der wirtschaftlichen Lage.

Weitere Marketinginvestitionen in den Kommerziellen Online-Druck

Die für den Aufbau des Kommerziellen Online-Drucks notwendigen Marketingaufwendungen werden voraussichtlich auch 2015 die Gewinn- und Verlustrechnung des Geschäftsfeldes Kommerzieller Online-Druck beeinflussen und zu einem negativen, wenn auch gegenüber 2014 nochmals weiter verbesserten operativen Ergebnis führen. Auch für 2015 wird das Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck – vor Marketingaufwendungen – ein positives EBIT ausweisen. Daneben trägt das Ergebnis des Geschäftsfeldes Kommerzieller Online-Druck noch bis Ende 2016 insgesamt etwa 2,0 Mio. Euro p. a. nicht-operative Belastungen, die gemäß IFRS-Vorschrift resultierend aus der Kaufpreisallokation der Saxoprint-Akquisition zu buchen sind. Der wesentliche Teil dieser Sonderbelastung wird nach fünf Jahren Abschreibungsdauer Ende 2016 auslaufen und die Ergebnissituation zusätzlich verbessern.

Ergebniszielkorridor 2015: +2 Mio. Euro

Der Umsatz soll von 523,8 Mio. Euro auf 515 Mio. Euro bis 535 Mio. Euro im Mittel leicht steigen. Ziel ist es, bei einem etwa stabilen Umsatz im Fotofinishing einen potenziell rückläufigen Umsatz im Einzelhandel durch die angepeilte Umsatzsteigerung im Kommerziellen Online-Druck möglichst mehr als auszugleichen. Nach 70 Mio. Euro im Jahr 2014 (+17,8 %) hält das Management ein Niveau in der Größenordnung von etwa rund 80 Mio. Euro Umsatz im Kommerziellen Online-Druck 2015 für erzielbar. CEWE bestätigt zugleich weiterhin das Ziel, 2016 im Kommerziellen Online-Druck einen möglichst positiven Ergebnisbeitrag zu erwirtschaften.

Das EBIT soll 2015 im Korridor von 32 Mio. Euro bis 38 Mio. Euro liegen, das EBT zwischen 30 Mio. Euro und 36 Mio. Euro und das Nachsteuerergebnis zwischen 20 Mio. Euro und 24 Mio. Euro. Da das Ergebnis in der 12-Monats-Perspektive diesen Korridor bereits erreicht, bekräftigt das Management dieses Ziel, das einer Anhebung des operativen Ergebniskanals um rund 2 Mio. Euro gegenüber der Zielsetzung für 2014 entspricht.

Zielsetzung für 2015		Veränderung zum Vorjahr
Digitalfotos	2,10–2,15 Mrd. Stück	–5 % bis –2 %
Fotos von Filmen	0,065–0,070 Mrd. Stück	–27 % bis –21 %
Fotos gesamt	2,17–2,22 Mrd. Stück	–6 % bis –3 %
CEWE FOTOBÜCHER	6,0–6,1 Mio. Stück	+1 % bis +3 %
Investitionen *	46 Mio. Euro	—
Umsatz	515–535 Mio. Euro	–2 % bis +2 %
EBIT	32–38 Mio. Euro	–2 % bis +16 %
Ergebnis vor Steuern (EBT)	30–36 Mio. Euro	–5 % bis +14 %
Nachsteuerergebnis	20–24 Mio. Euro	–6 % bis +12 %
Ergebnis je Aktie	2,87–3,45 Euro/Stück	–6 % bis +12 %

* Operative Investitionen ohne mögliche Investitionen in die Erweiterung des Geschäftsvolumens wie z. B. Unternehmensakquisitionen oder Kundenstamm-Zukäufe

Mindestens Dividenden-Kontinuität angestrebt

CEWE verfolgt grundsätzlich das Ziel der Dividendenkontinuität, soweit dies angesichts der wirtschaftlichen Situation des Unternehmens und der vorhandenen Investitionsmöglichkeiten

opportun erscheint. Gleichzeitig sollen die Aktionäre an Ertragssteigerungen des Unternehmens teilhaben. Die absolute Höhe der Dividende ist dabei klar im Fokus, die Ausschüttungsquote ist ein Residuum dieser Politik.

Oldenburg, 12. November 2015

CEWE Stiftung & Co. KGaA

Für die persönlich haftende Gesellschafterin Neumüller CEWE COLOR Stiftung
– Der Vorstand –



Dr. Rolf Hollander
(Vorstandsvorsitzender)



Dr. Reiner Fageth



Carsten Heitkamp



Andreas F.L. Heydemann



Dr. Olaf Holzkämper



Thomas Mehls



Harald H. Pirwitz



Frank Zweigle

DIE CEWE-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. Reiner Fageth, Oldenburg

Carsten Heitkamp, Oldenburg

Andreas F. L. Heydemann, Bad Zwischenahn

Dr. Olaf Holzkämper, Oldenburg

Thomas Mehls, Oldenburg

Harald H. Pirwitz, Oldenburg

Frank Zweigle, Oldenburg

Geschäftsführung

Patrick Berkhouwer, Bremen

CEWE Stiftung & Co. KGaA

Aufsichtsrat

Otto Korte, Oldenburg (Vorsitzender)

Rechtsanwalt/Steuerberater/Fachanwalt für Steuerrecht und
Partner der Anwaltskanzlei Korte Röbbken & Partner mbB,
Oldenburg

Prof. Dr. Dr. h. c. Hans-Jürgen Appelrath, Oldenburg
Universitätsprofessor für Informatik an der
Universität Oldenburg

Prof. Dr. Christiane Hipp, Berlin
Vizepräsidentin für Forschung, Kommissarische Leiterin
des Lehrstuhls für Organisation, Personalmanagement und
Unternehmensführung, Professorin (Brandenburgische
Technische Universität Cottbus-Senftenberg)

Corinna Linner, Baldham
Wirtschaftsprüfer und Dipl.-Ökonom

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

Dr. Hans-Henning Wiegmann, Schlangenbad
Dipl.-Kaufmann, Mitglied verschiedener Aufsichts- und Beiräte

Vera Ackermann, Hude (Stellvertretende Vorsitzende)
Gewerkschaftssekretärin der IG BCE

Michael Bühl, Münstertal (bis 6. Oktober 2015)
Technischer Leiter der CEWE Stiftung & Co. KGaA, Eschbach

Dr. Christina Debus, Berne (seit 7. Oktober 2015)
Leiterin Qualitätsmanagement der CEWE Stiftung & Co. KGaA,
Oldenburg

Angelika Eßer, Mönchengladbach
Laborhelferin, freigestellte Betriebsratsvorsitzende
der CEWE Stiftung & Co. KGaA, Mönchengladbach

Philipp Martens, Hannover (seit 7. Oktober 2015)
Gewerkschaftssekretär der IG BCE

Udo Preuss, Aichach (bis 6. Oktober 2015)
Technischer Angestellter der CEWE Stiftung & Co. KGaA,
München

Markus Schwarz, Oldenburg (seit 7. Oktober 2015)
Freigestelltes Betriebsratsmitglied der CEWE Stiftung & Co. KGaA,
Oldenburg

Stefan Soltmann, Hannover (bis 6. Oktober 2015)
Gewerkschaftssekretär der IG BCE

Thorsten Sommer, Wardenburg
Abteilungsleiter/Angestellter, freigestellter Betriebsrats-
vorsitzender der CEWE Stiftung & Co. KGaA, Oldenburg

Persönlich haftende Gesellschafterin
der CEWE Stiftung & Co. KGaA
Neumüller CEWE COLOR Stiftung, Oldenburg

GLOSSAR



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.

Anlagevermögen

Sachanlagen zuzüglich der als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien, der Geschäfts- und Firmenwerte, immateriellen Vermögenswerte und der Finanzanlagen

Brutto-Cash Flow

Ergebnis nach Steuern zuzüglich Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen

Brutto-Finanzschulden

Summe aus langfristigen Finanzverbindlichkeiten und kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten; siehe auch Finanzverbindlichkeiten

Brutto-Working Capital

Kurzfristige Vermögenswerte ohne liquide Mittel

Capital Employed (CE)

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

Capital Invested (CI)

Eigenkapital zuzüglich der nicht operativen Schulden und der Brutto-Finanzschulden

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, Finanzergebnis und Abschreibungen

EBT

Ergebnis vor Steuern

Eigenkapital

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

Eigenkapitalquote

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

Finanzverbindlichkeiten

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

Free-Cash Flow

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

Freefloat

auch Streubesitz, bezeichnet den Anteil der frei handelbaren Aktien des Unternehmens am Markt

Fremdkapital

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

GuV

Gewinn- und Verlustrechnung

Kapitalrentabilität

Siehe Return on Capital Employed

Kurzfristige übrige Schulden

Kurzfristige Steuerrückstellungen, kurzfristige übrige Rückstellungen, kurzfristige übrige finanzielle Verbindlichkeiten sowie kurzfristige übrige Verbindlichkeiten

Liquiditätsquote

Rechnerisch die liquiden Mittel im Verhältnis zur Bilanzsumme

Netto-Finanzschulden

Langfristige Finanzverbindlichkeiten zuzüglich kurzfristiger Finanzverbindlichkeiten abzüglich liquider Mittel

Netto-Working Capital

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

Netto-Cash Flow

Brutto-Cash Flow abzüglich der Investitionen

Nicht operative Schulden

Lang- und kurzfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen, langfristige Rückstellungen für Pensionen, langfristige passive latente Steuern, langfristige übrige Rückstellungen, langfristige finanzielle Verbindlichkeiten sowie langfristige übrige Verbindlichkeiten

NOPAT

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

Operatives Netto-Working Capital

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

POS

Point of Sale ist der Verkaufsort, d. h. die Ladengeschäfte der Handelspartner und eigenen Einzelhandelsfilialen

Return on Capital Employed (ROCE)

Ergebnis vor Steuern und vor dem Finanzergebnis (EBIT) im Verhältnis zum Capital Employed; rechnerisch wird zur Ermittlung grds. die 12-Monats-Perspektive gewählt, um eine rollierende Jahresrentabilität zu zeigen

Return on Capital Employed (ROCE) vor Restrukturierung

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

Sonstige betriebliche Cash Flows

Veränderungen aus den gezahlten Steuern sowie Einzahlungen aus erhaltenen Zinsen

Sonstiges Brutto-Working Capital

Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte, kurzfristige Forderungen aus Ertragsteuer-Erstattungen, sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte sowie kurzfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte

Sonstiges Netto-Working Capital

Sonstiges Brutto-Working Capital abzüglich der kurzfristigen übrigen Schulden

Working Capital-induzierter Cash Flow

Veränderungen aus dem Netto-Working Capital

03

KONZERNABSCHLUSS

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	60
Konzern-Gesamtergebnisrechnung	61
Konzernbilanz	62
Konzern-Eigenkapitalpiegel	64
Konzern-Kapitalflussrechnung	66
Segmentberichterstattung nach Geschäftsfeldern	68
Ausgewählte erläuternde Anhangangaben	70
Versicherung der gesetzlichen Vertreter	75



„Weihnachten steht vor der Tür – das merken wir auch in der Finanzabteilung. Früher war das vierte Quartal das ruhigste im ganzen Jahr. Heute machen wir unser Jahresergebnis in der festlichen Zeit.“

Henning Meyer, Abteilung Konzernsteuern, CEWE-Aktionär

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

für Q1–3 2014 und 2015 der CEWE Stiftung & Co. KGaA

Angaben in TEuro	Q1–4 2014	Q3 2015	Q3 2014	Veränderung	Q1–3 2015	Q1–3 2014	Veränderung
Umsatzerlöse	523.779	125.507	121.783	3,1 %	338.417	328.980	2,9 %
Erhöhung/Verminderung des Bestands an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	176	246	208	18,3 %	171	163	4,9 %
Andere aktivierte Eigenleistungen	903	262	181	44,8 %	654	586	11,6 %
Sonstige betriebliche Erträge	21.462	5.846	4.290*	36,3 %	13.510	12.358*	9,3 %
Materialaufwand	-162.653	-39.229	-38.685	-1,4 %	-106.967	-110.208	2,9 %
Rohergebnis	383.667	92.632	87.777	5,5 %	245.785	231.879	6,0 %
Personalaufwand	-135.881	-33.711	-31.053	-8,6 %	-101.172	-95.607	-5,8 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-181.682	-47.389	-45.453*	-4,3 %	-123.279	-116.567*	-5,8 %
Ergebnis vor Abschreibungen und Steuern (EBITDA)	66.104	11.532	11.271	2,3 %	21.334	19.705	8,3 %
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens und Sachanlagen	-33.468	-8.650	-8.266	-4,6 %	-25.480	-24.492	-4,0 %
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	32.636	2.882	3.005	-4,1 %	-4.146	-4.787	13,4 %
Finanzerträge	242	32	59*	-45,8 %	57	277*	-79,4 %
Finanzaufwendungen	-1.418	-276	-240	-15,0 %	-562	-1.153	51,3 %
Finanzergebnis	-1.176	-244	-181	-34,8 %	-505	-876	42,4 %
Ergebnis vor Steuern (EBT)	31.460	2.638	2.824	-6,6 %	-4.651	-5.663	17,9 %
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-10.099	87	-122	—	1.359	1.205	12,8 %
Ergebnis nach Steuern	21.361	2.725	2.702	0,9 %	-3.292	-4.458	26,2 %
davon auf nicht beherrschende Anteile entfallend	0	-133	0	—	-133	0	—
davon auf die Aktionäre der CEWE KGaA entfallend (Konzernergebnis)	21.361	2.858	2.702	5,8 %	-3.159	-4.458	29,1 %
Ergebnis je Aktie (in Euro)							
unverwässert	3,07	0,40	0,38	5,3 %	-0,44	-0,65	31,8 %
verwässert	3,06	0,40	0,38	5,3 %	-0,44	-0,64	30,7 %

* Die Vergleichszahlen wurden angepasst, wie auf S. 70 f. erläutert.

KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

für Q1–3 2014 und 2015 der CEWE Stiftung & Co. KGaA

Angaben in TEuro	Q1–4 2014	Q3 2015	Q3 2014	Veränderung	Q1–3 2015	Q1–3 2014	Veränderung
Ergebnis nach Steuern	21.361	2.725	2.702	0,9 %	-3.292	-4.458	26,2 %
davon auf nicht beherrschende Anteile entfallend	0	-133	0	—	-133	0	—
davon auf die Aktionäre der CEWE KGaA entfallend	21.361	2.858	2.702	5,8 %	-3.159	-4.458	29,1 %
Unterschied aus Währungs-umrechnung	-1.631	-1.192	675	—	236	498	-52,6 %
Beträge, die gegebenenfalls in künftigen Perioden in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden	-1.631	-1.192	675	—	236	498	-52,6 %
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	-2.903	0	0	—	18	-1.392	—
Ertragsteuern auf erfolgsneutral erfasste Erträge und Aufwendungen	865	0	0	—	0	0	—
Beträge, die nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden	-2.038	0	0	—	18	-1.392	—
Sonstiges Ergebnis*	-3.669	-1.192	675	—	254	-894	—
davon auf nicht beherrschende Anteile entfallend	0	0	0	—	0	0	—
davon auf die Aktionäre der CEWE KGaA entfallend	-3.669	-1.192	675	—	254	-894	—
Gesamtergebnis	17.692	1.533	3.377	-54,6 %	-3.038	-5.352	43,2 %
davon auf nicht beherrschende Anteile entfallend	0	-133	0	—	-133	0	—
davon auf die Aktionäre der CEWE KGaA entfallend	17.692	1.666	3.377	-50,7 %	-2.905	-5.352	45,7 %

* Summe der im Eigenkapital erfolgsneutral erfassten Wertänderungen

KONZERNBILANZ

zum 30. September 2015 der CEWE Stiftung & Co. KGaA

AKTIVA	<i>Angaben in TEuro</i>	31.12.2014	30.09.2015	30.06.2015	Veränderung	30.09.2014	Veränderung
Sachanlagen		102.539	108.079	105.367	2,6 %	99.513	8,6 %
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien		4.954	4.996	5.099	-2,0 %	4.920	1,5 %
Geschäfts- oder Firmenwerte		25.360	39.481	25.360	55,7 %	25.360	55,7 %
Immaterielle Vermögenswerte		19.290	18.361	17.692	3,8 %	16.590	10,7 %
Finanzanlagen		3.264	3.873	5.239	-26,1 %	1.685	130 %
Langfristige Forderungen aus Ertragsteuererstattungen		1.071	1.071	1.071	0,0 %	996	7,5 %
Langfristige finanzielle Vermögenswerte		2.933	1.684	3.183	-47,1 %	2.610	-35,5 %
Langfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte		213	372	464	-19,8 %	188	97,9 %
Aktive latente Steuern		8.141	9.768	9.481	3,0 %	11.976*	-18,4 %
Langfristige Vermögenswerte		167.765	187.685	172.956	8,5 %	163.838	14,6 %
Vorräte		48.887	45.679	47.683	-4,2 %	49.317	-7,4 %
Kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		84.269	44.709	37.477	19,3 %	43.252	3,4 %
Kurzfristige Forderungen aus Ertragsteuererstattungen		1.759	6.093	4.515	35,0 %	3.891	56,6 %
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte		3.040	2.228	2.425	-8,1 %	2.695	-17,3 %
Kurzfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte		4.917	8.669	8.029	8,0 %	7.176	20,8 %
Liquide Mittel		27.665	10.167	12.316	-17,4 %	12.025	-15,5 %
		170.537	117.545	112.445	4,5 %	118.356	-0,7 %
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte		1.331	1.340	1.350	-0,7 %	1.005	33,3 %
Kurzfristige Vermögenswerte		171.868	118.885	113.795	4,5 %	119.361	-0,4 %
Aktiva		339.633	306.570	286.751	6,9 %	283.199	8,3 %

* Die Vergleichszahlen wurden angepasst, wie auf S. 70 f. erläutert.

PASSIVA	<i>Angaben in TEuro</i>	31.12.2014	30.09.2015	30.06.2015	Veränderung	30.09.2014	Veränderung
Gezeichnetes Kapital		19.240	19.240	19.240	0,0 %	19.240	0,0 %
Kapitalrücklage		69.332	69.915	69.332	0,8 %	69.332	0,8 %
Eigene Anteile zu Anschaffungskosten		-8.511	-7.765	-8.404	7,6 %	-8.950	13,2 %
Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn		93.592	79.661	77.945	2,2 %	70.247*	13,4 %
Summe Eigenkapital der Aktionäre der CEWE KGaA		173.653	161.051	158.113	1,9 %	149.869	7,5 %
Nicht beherrschende Anteile		0	31	0	—	0	—
Eigenkapital		173.653	161.082	158.113	1,9 %	149.869	7,5 %
Langfristige Rückstellungen für Pensionen		21.941	22.889	22.455	1,9 %	20.188	13,4 %
Langfristige passive latente Steuern		2.796	2.798	2.800	-0,1 %	3.280	-14,7 %
Langfristige übrige Rückstellungen		242	198	213	-7,0 %	262	-24,4 %
Langfristige Finanzverbindlichkeiten		2.655	10.164	1.974	415 %	3.057	232 %
Langfristige übrige Verbindlichkeiten		205	218	223	-2,2 %	195*	11,8 %
Langfristige Schulden		27.839	36.267	27.665	31,1 %	26.982	34,4 %
Kurzfristige Steuerschulden		4.451	4.247	4.457	-4,7 %	3.639	16,7 %
Kurzfristige übrige Rückstellungen		3.298	3.129	3.656	-14,4 %	3.161	-1,0 %
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten		1.560	23.017	17.399	32,3 %	17.947	28,2 %
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		96.100	56.471	54.884	2,9 %	57.065	-1,0 %
Kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten		3.611	346	346	0,0 %	3.317	-89,6 %
Kurzfristige übrige Verbindlichkeiten		29.121	22.011	20.231	8,8 %	21.219*	3,7 %
Kurzfristige Schulden		138.141	109.221	100.973	8,2 %	106.348	2,7 %
Passiva		339.633	306.570	286.751	6,9 %	283.199	8,3 %

* Die Vergleichszahlen wurden angepasst, wie auf S. 70 f. erläutert.

KONZERN-EIGENKAPITALSPIEGEL

für Q1–3 2014 und 2015 der CEWE Stiftung & Co. KGaA

<i>Angaben in TEuro</i>	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Erwirtschaftetes Konzerneigen- kapital	Sonderposten für Aktien- optionspläne
Stand 01.01.2015	19.240	69.332	103.078	141
Gesamtergebnis	—	—	-3.159	—
Gezahlte Dividende	—	—	-11.218	—
Zuführung Aktienoptionsplan 2014	—	—	—	197
Ausübung Aktienoptionsplan 2010	—	—	136	-141
Übrige Eigenkapitalveränderungen	—	583	—	—
Eigentümerbezogene Eigenkapitalveränderungen	—	583	-11.082	56
Stand 30.09.2015	19.240	69.915	88.837	197
Stand 01.01.2014	19.240	56.643	95.019	1.266
Gesamtergebnis	—	—	-4.458	—
Gezahlte Dividende	—	—	-10.646	—
Verkauf eigener Anteile	—	12.689	—	—
Aktienoptionsprogramm 2010	—	—	—	106
Ausübung Aktienoptionsplan 2010	—	—	-3.025	-1.163
Eigentümerbezogene Eigenkapitalveränderungen	—	12.689	-13.671	-1.057
Stand 30.09.2014	19.240	69.332	76.890	209

Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste	Ausgleichsposten aus Währungsrechnung	Erfolgsneutral berücksichtigte Ertragsteuern	Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn	Summe	Eigene Anteile zu Anschaffungskosten	Summe Eigenkapital der Aktionäre der CEWE KGaA	Nicht beherrschende Anteile	Konzerner Eigenkapital
-8.837	-3.916	3.126	93.592	182.164	-8.511	173.653	—	173.653
18	236	—	-2.905	-2.905	—	-2.905	-133	-3.038
—	—	—	-11.218	-11.218	—	-11.218	—	-11.218
—	—	—	197	197	—	197	—	197
—	—	—	-5	-5	—	-5	—	-5
—	—	—	—	583	746	1.329	164	1.493
—	—	—	-11.026	-10.443	746	-9.697	164	-9.533
-8.819	-3.680	3.126	79.661	168.816	-7.765	161.051	31	161.082
-5.934	-2.285	2.261	90.327	166.210	-23.391	142.819	—	142.819
-1.392	498	—	-5.352	-5.352	—	-5.352	—	-5.352
—	—	—	-10.646	-10.646	—	-10.646	—	-10.646
—	—	—	—	12.689	13.850	26.539	—	26.539
—	—	—	106	106	—	106	—	106
—	—	—	-4.188	-4.188	591	-3.597	—	-3.597
—	—	—	-14.728	-2.039	14.441	12.402	—	12.402
-7.326	-1.787	2.261	70.247	158.819	-8.950	149.869	—	149.869

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

für Q1–3 2014 und 2015 der CEWE Stiftung & Co. KGaA

Angaben in TEuro	Q3 2015		Q3 2014		Veränderung
EBIT		2.882		3.005	-4,1 %
+ Abschreibungen	8.650		8.266		4,6 %
= EBITDA		11.532		11.271	2,3 %
+/- Zahlungsunwirksame Effekte		-641		998	—
+/- Abnahme (+)/Zunahme (-) Operatives Netto-Working Capital		-3.694		-1.423	-160 %
+/- Abnahme (+)/Zunahme (-) Sonstiges Netto-Working Capital (ohne Ertragsteuerposten)		821		-296	—
= Working Capital- und steuerinduzierter Cash Flow		-2.873		-1.719	-67,1 %
- Gezahlte Steuern		-1.755		44	—
+ Erhaltene Zinsen		32		31	3,2 %
= Sonstige betriebliche Cash Flows		-1.723		75	—
= Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit		6.295		10.625	-40,8 %
- Abflüsse aus Investitionen in das Anlagevermögen		-9.810		-12.387	20,8 %
- Abflüsse aus Käufen von konsolidierten Anteilen/Akquisitionen		-11.464		-1.108	-935 %
- Abflüsse aus Investitionen in Finanzanlagen		-145		-76	-90,8 %
+/- Zuflüsse (+)/Abflüsse (-) aus Investitionen in langfristige Finanzinstrumente		3		-489	—
+ Zuflüsse aus dem Verkauf von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten		233		38	513 %
= Cash Flow aus Investitionstätigkeit		-21.183		-14.022	-51,1 %
= Free-Cash Flow		-14.888		-3.397	-338 %
- Gezahlte Dividenden	0		0		—
+ Verkauf von eigenen Anteilen	0		0		—
+/- Aktienoptionsplan 2010	0		-733		—
+/- Abflüsse an Anteilseigner		0		-733	—
+/- Zuflüsse (+)/Abflüsse (-) aus der Veränderung der Finanzschulden		12.988		3.221	303 %
- Gezahlte Zinsen		-176		-240	26,7 %
+ Sonstige Finanztransaktionen		0		7	—
= Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit		12.812		2.255	468 %
Liquide Mittel zum Beginn der Berichtsperiode		12.316		13.079	-5,8 %
+/- Wechselkursbedingte Änderungen der liquiden Mittel		-73		88	—
+ Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit		6.295		10.625	-40,8 %
- Cash Flow aus Investitionstätigkeit		-21.183		-14.022	-51,1 %
+ Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit		12.812		2.255	468 %
= Liquide Mittel zum Ende der Berichtsperiode		10.167		12.025	-15,5 %

Q1-3 2015	Q1-3 2014	Veränderung
-4.146	-4.787	13,4 %
25.480	24.492	4,0 %
21.334	19.705	8,3 %
366	621	-41,1 %
2.836	11.318	-74,9 %
-9.992	-5.811	-71,9 %
-7.156	5.507	—
-4.569	-3.077	-48,5 %
56	69	-18,8 %
-4.513	-3.008	-50,0 %
10.031	22.825	-56,1 %
-27.585	-22.194	-24,3 %
-14.964	-3.283	-356 %
-2.011	-537	-274 %
144	-1.067	—
357	190	87,9 %
-44.059	-26.891	-63,8 %
-34.028	-4.066	-737 %
-11.218	-10.646	-5,4 %
0	26.539	—
102	-3.597	—
-11.116	12.296	—
28.146	-9.319	—
-462	-1.153	59,9 %
1	7	-85,7 %
16.569	1.831	805 %
27.665	14.031	97,2 %
-39	229	—
10.031	22.825	-56,1 %
-44.059	-26.891	-63,8 %
16.569	1.831	805 %
10.167	12.025	-15,5 %

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG NACH GESCHÄFTSFELDERN*

für Q1–3 2014 und 2015 der CEWE Stiftung & Co. KGaA

Q1–3 2015	<i>Angaben in TEuro</i>	Fotofinishing	Einzelhandel	Kommerzieller Online-Druck	Konsolidierung	CEWE-Konzern
Außenumsatz		239.846	43.545	55.026	—	338.417
Währungseffekte		-1.482	916	-833	—	-1.399
Außenumsatz währungsbereinigt		238.364	44.461	54.193	—	337.018
Innenumsatz		3.469	76	—	-3.545	—
Gesamtumsatz		243.315	43.621	55.026	-3.545	338.417
EBIT		-259	-1.350	-2.537	—	-4.146
Restrukturierung		-439	-565	—	—	-1.004
EBIT vor Restrukturierung		180	-785	-2.537	—	-3.142

Q1–3 2014	<i>Angaben in TEuro</i>	Fotofinishing	Einzelhandel	Kommerzieller Online-Druck	Konsolidierung	CEWE-Konzern
Außenumsatz		229.988	49.017	49.975	—	328.980
Innenumsatz		3.781	48	—	-3.829	—
Gesamtumsatz		233.769	49.065	49.975	-3.829	328.980
EBIT		-723**	-1.470	-2.594	—	-4.787**

* Die Segmentberichterstattung ist integraler Bestandteil des Anhangs.

** Die Vergleichszahlen wurden angepasst, wie auf S. 70 f. erläutert.

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG NACH GESCHÄFTSFELDERN*

für Q3 2014 und 2015 der CEWE Stiftung & Co. KGaA

Q3 2015	<i>Angaben in TEuro</i>	Fotofinishing	Einzelhandel	Kommerzieller Online-Druck	Konsolidierung	CEWE-Konzern
Außenumsatz		91.722	15.071	18.714	—	125.507
Währungseffekte		-492	304	-234	—	-422
Außenumsatz währungsbereinigt		91.230	15.375	18.480	—	125.085
Innenumsatz		2.434	25	—	-2.459	—
Gesamtumsatz		94.156	15.096	18.714	-2.459	125.507
EBIT		3.296	-51	-363	—	2.882

Q3 2014	<i>Angaben in TEuro</i>	Fotofinishing	Einzelhandel	Kommerzieller Online-Druck	Konsolidierung	CEWE-Konzern
Außenumsatz		89.432	16.288	16.063	—	121.783
Innenumsatz		2.707	-20	—	-2.687	—
Gesamtumsatz		92.139	16.268	16.063	-2.687	121.783
EBIT		4.067**	-391	-671	—	3.005**

* Die Segmentberichterstattung ist integraler Bestandteil des Anhangs.

** Die Vergleichszahlen wurden angepasst, wie auf S. 70 f. erläutert.

AUSGEWÄHLTE ERLÄUTERENDE ANHANGSANGABEN

Unternehmensinformation

Die CEWE Stiftung & Co. KGaA, Oldenburg (im Folgenden: CEWE KGaA), ist eine börsennotierte Kommanditgesellschaft auf Aktien deutschen Rechts mit Sitz in Deutschland. CEWE KGaA ist Muttergesellschaft der CEWE-Gruppe (im Folgenden: CEWE). CEWE ist ein international tätiger Konzern, dessen Schwerpunkte als Technologie- und Marktführer im Bereich Fotofinishing, im Kommerziellen Online-Druck sowie im Foto-einzelhandel liegen.

Grundlagen für die Aufstellung des

Konzernzwischenabschlusses zum 30. September 2015

Der Konzernzwischenabschluss zum 30. September 2015 der CEWE KGaA 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 2015 mit Ausnahme der im Folgenden erläuterten Themen ohne wesentliche Änderungen im Vergleich zum 31. Dezember 2014 angewendet und sind dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014 zu entnehmen.

Die Änderungen haben folgende Auswirkungen auf die Vergleichszahlen:

Konzernbilanz	<i>Angaben in TEuro</i>	<u>30.09.2014</u>
Aktive latente Steuern		2.382
Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn		2.382
Langfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen		-143
Langfristige übrige Verbindlichkeiten		-229
Kurzfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen		-25
Kurzfristige übrige Verbindlichkeiten		397
Bilanzsumme		2.382

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	<i>Angaben in TEuro</i>	Q1–3 2014
Sonstige betriebliche Erträge		–139
Sonstige betriebliche Aufwendungen		–560
Finanzerträge		139
Sonstige Steuern		560

Seit dem dritten Quartal 2014 hat CEWE den Ausweis der an Kunden gewährten Werbekostenzuschüsse konzernweit durch eine Fehlerkorrektur nach IAS 8 vereinheitlicht, da diese bisher teilweise netto im Umsatz bzw. brutto als sonstiger betrieblicher Aufwand ausgewiesen wurden. Mangels eindeutiger Vorgaben der IFRS wird einheitlich auf die Regelungen des amerikanischen Standardsetters FASB zurückgegriffen. Danach besteht die widerlegbare Vermutung, dass Zahlungen an einen Kunden erlösmindernd zu erfassen sind. Bei Zahlungen hingegen, denen eine formell vereinbarte identifizierbare Gegenleistung zugrunde liegt, die auch bei Dritten beschafft werden könnte, erfolgt nicht mehr eine umsatzmindernde Erfassung, sondern ein Ausweis als Vertriebsaufwand innerhalb der Position „Sonstiger betrieblicher Aufwand“. Infolge der konzernweiten Vereinheitlichung erhöht sich der Umsatz um den Betrag der bisher erlösmindernd gebuchten Werbekostenzuschüsse, die jetzt den sonstigen betrieblichen Aufwand unterhalb des Rohergebnisses in gleicher Höhe ansteigen lassen. Die Vergleichszahlen zum 30. September 2014 wurden entsprechend angepasst.

Die Grundlagen und Methoden der Schätzungen für den Quartalsfinanzbericht haben sich gegenüber den Vorquartalen nicht geändert.

Konsolidierungskreis

In den Konzernzwischenabschluss zum 30. September 2015 sind neben der CEWE KGaA die in- und ausländischen Gesellschaften einbezogen, bei denen die CEWE KGaA unmittelbar oder mittelbar die Möglichkeit eines beherrschenden Einflusses hat.

Der Konsolidierungskreis umfasst zum 30. September 2015 neben der CEWE KGaA als Obergesellschaft elf inländische und 20 ausländische Gesellschaften. Seit Jahresbeginn sind zwei Gesellschaften aufgrund von Fusionen mit anderen Gesellschaften der CEWE Gruppe ausgeschieden. Daneben werden die auf die CEWE-COLOR Versorgungskasse e. V., Wiesbaden, ausgelagerten Pensionsverpflichtungen weiterhin in den Konzernabschluss einbezogen. Insoweit die Versorgungskasse ihren Verpflichtungen nicht aus eigenen Mitteln nachkommen kann, werden ihr diese durch die CEWE KGaA zur Verfügung gestellt. Wegen untergeordneter wirtschaftlicher Bedeutung nicht in den Konsolidierungskreis einbezogen wurden die Bilderplanet.de GmbH, Köln, sowie die CEWE Baski Servis ve Ticaret Limited Sirketi, Istanbul, Türkei, da der Anteil der Bilanzsumme an der Konzernbilanzsumme bei unter 0,02 % und der Anteil der Umsatzerlöse an den Konzernerlösen bei 0,00 % liegen.

Im dritten Quartal 2015 hat CEWE eine Mehrheitsbeteiligung an der DeinDesign GmbH erworben. Die DeinDesign GmbH produziert und vertreibt über die eigene Internetseite vor allem individualisierbare Tablet-/Smartphone-Cases sowie Folien zur Individualisierung für viele elektronische Geräte. Es wurde ein Kaufpreis von 7,4 Mio. Euro vereinbart, der in Höhe von 7,0 Mio. Euro in bar und zu 0,4 Mio. Euro mit eigenen Anteilen beglichen wurde. Die Kaufpreisallokation ist bisher vorläufig erfolgt. Als Geschäfts- oder Firmenwert, der noch keinem Geschäftsfeld zugeordnet wurde, werden vorläufig 7,1 Mio. Euro angesetzt. Ebenfalls im dritten Quartal 2015 hat CEWE eine Mehrheitsbeteiligung an der futalis GmbH erworben. Die futalis GmbH produziert und vertreibt über die eigene Internetseite vor allem veterinärmedizinisch individualisierbares Tierfutter. Der Kaufpreis beträgt 7,3 Mio. Euro, der zu 2,5 Mio. Euro bereits in Vorjahren und im laufenden Geschäftsjahr zu 4,0 Mio. Euro in bar sowie zu 0,8 Mio. Euro mit eigenen Anteilen beglichen wurde. Die Kaufpreisallokation ist bisher vorläufig erfolgt. Als Geschäfts- oder Firmenwert, der noch keinem Geschäftsfeld zugeordnet wurde, werden vorläufig 7,1 Mio. Euro angesetzt. Darüber hinaus fand ein weiterer nach IFRS 3 als Unternehmenskauf zu qualifizierender Erwerb eines Kundenstamms im Geschäftsfeld Fotofinishing zu einem Kaufpreis von 0,8 Mio. Euro statt.

Die genannten Transaktionen wirkten sich zum jeweiligen Erwerbszeitpunkt auf Vermögen und Schulden des Konzerns wie folgt aus und führten unter Berücksichtigung der übernommenen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente unter Einbeziehung von in Vorjahren getätigten Akquisitionen zu folgendem Mittelabfluss:

Erworbene Vermögenswerte und Schulden	<i>Angaben in TEuro</i>	Q3 2015
Geschäfts- oder Firmenwert		14.121
Langfristige Vermögenswerte		2.047
Kurzfristige Vermögenswerte		1.860
Langfristige Schulden		1.594
Kurzfristige Schulden		757
Nettovermögen		1.556
Anteile anderer Gesellschafter		164
Kaufpreis		15.514
Übernommene Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		320
In Vorjahren gezahlter Kaufpreis		2.508
Mit eigenen Aktien gezahlter Kaufpreis		1.223
Zahlungen für Akquisitionen aus Vorjahren		3.500
Nettoabfluss aus Akquisitionen		14.964

Es können sich Rundungsdifferenzen ergeben.

Seit der Erstkonsolidierung haben die übernommenen Aktivitäten mit 1,3 Mio. Euro zum Konzernumsatz und mit -0,6 Mio. Euro zum Ergebnis nach Steuern beigetragen. Wären die Akquisitionen bereits zum 1. Januar 2015 konsolidiert worden, hätte sich der Konzernumsatz um weitere 4,1 Mio. Euro erhöht und das Ergebnis nach Steuern um -1,4 Mio. Euro vermindert.

Saisonale Einflüsse auf die Geschäftstätigkeit

Hinsichtlich der saisonalen und konjunkturellen Einflüsse auf den Zwischenabschluss zum 30. September 2015 wird auf die Erläuterungen im Zwischenlagebericht verwiesen.

Wesentliche Geschäftsvorfälle

Weitere, 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 2015 liegen nicht vor.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz, Kapitalflussrechnung

Ausführliche Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung finden sich im Zwischenlagebericht in den Kapiteln der Geschäftsfelder sowie in „Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung“; die Erläuterungen zur Bilanz und Kapitalflussrechnung in den Kapiteln „Bilanz und Finanzierung“ sowie „Cash Flow“. Die Entwicklung des Eigenkapitals wird durch den Eigenkapitalspiegel im Anschluss an die Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung, Bilanz, Kapitalflussrechnung und Segmentberichterstattung gesondert dargestellt.

Eigenkapital

Zum 31. Dezember 2014 hielt die CEWE Stiftung & Co. KGaA, Oldenburg, 168.948 Stückaktien als eigene Anteile. Darüber hinaus hielt zu diesem Zeitpunkt die CEWE COLOR Versorgungskasse e. V., Wiesbaden, 112.752 Stückaktien der Gesellschaft. Letztere waren in den Konzernabschluss korrigierend einzu beziehen, so dass zum Stichtag 31. Dezember 2014 insgesamt

281.700 Stückaktien als eigene Anteile im Konzernabschluss der CEWE KGaA auszuweisen waren.

Zum 30. September 2015 betrug bei der CEWE KGaA der Bestand an eigenen Anteilen gemäß § 71 AktG 142.333 Stück (Gesamtbetrag 3.992 TEuro, durchschnittlicher Kaufkurs 28,05 Euro/Aktie; Vorjahr: 184.602 Stück, 5.178 TEuro, 28,05 Euro/Aktie) und für den Konzern insgesamt 255.085 Stück (Gesamtbetrag 7.765 TEuro, durchschnittlicher Kaufkurs 30,44 Euro/Aktie, Vorjahr: 297.354 Stück, 8.950 TEuro, 30,10 Euro/Aktie). Im Rahmen der Ausübung des Aktienoptionsplans wurden 3.800 eigene Aktien benötigt. Die dafür notwendigen Aktien wurden dem Bestand der CEWE Stiftung & Co. KGaA entnommen. Ebenfalls entnommen wurden 22.810 Aktien, die als Zahlungsmittel für Unternehmenskäufe verwendet wurden. Fünf Aktien wurden für das Belegschaftsaktienprogramm entnommen. Zum 11. November 2015 betrug der Bestand an eigenen Anteilen 255.085 Stück zu einem durchschnittlichen Kaufkurs von 30,44 Euro.

Zum 30. September 2015 betrug das Grundkapital der CEWE KGaA unverändert zum 31. Dezember 2014 19.240 TEuro, eingeteilt in 7.400.020 Aktien. Die Entwicklung des Eigenkapitals ist im Konzern-Eigenkapitalspiegel zu sehen und wird im Zwischenlagebericht im Kapitel „Bilanz und Finanzierung“ erläutert.

Finanzinstrumente

Mit Ausnahme der zum beizulegenden Zeitwert bilanzierten Derivate werden sämtliche Vermögenswerte und Schulden zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet. Bei den zu fortgeführten

Seite 20 ff.
Geschäftsfelder

Seite 31 ff.
Konzern-Gewinn- und
Verlustrechnung

Seite 36 ff.
Bilanz und Finanzierung

Seite 40 f.
Cash Flow

Anschaffungskosten bilanzierten Vermögenswerten und Schulden stellen die Buchwerte der finanziellen Vermögenswerte und Schulden in der Bilanz eine gute Näherung an den beizulegenden Zeitwert dar.

Die bilanzierten ausgewiesenen Derivate sind zum beizulegenden Zeitwert bewertet.

Erläuterungen zur Segmentberichterstattung

Eine detaillierte Erläuterung zum Segmentbericht befindet sich im Zwischenlagebericht im Kapitel der Geschäftsfelder.

Eventualverbindlichkeiten

Es bestanden Eventualschulden aus der Hingabe von Bürgschaften und Garantien für Dritte, aus möglichen Prozessrisiken und aus anderen Sachverhalten in Höhe von 1.463 TEuro (Ende Vorjahresquartal: 1.781 TEuro).

Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Als nahestehende Personen werden in der CEWE-Gruppe die Mitglieder des Vorstandes und des Aufsichtsrates sowie die Mitglieder der Erbgemeinschaft nach Senator h. c. Heinz Neumüller, Oldenburg, und mit der Erbgemeinschaft verbundene Unternehmen definiert. Geschäftsvorfälle mit sonstigen nahestehenden Unternehmen und Personen haben im Berichtszeitraum stattgefunden. Wesentliche Transaktionen betreffen einzelne Mietverhältnisse zwischen dem Konzern und verbundenen Unternehmen der Erbgemeinschaft nach Senator h. c. Heinz Neumüller, Oldenburg, über betrieblich genutzte Immobilien. Art und Umfang der Geschäfte haben sich im Vergleich zum Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014 nicht wesentlich verändert.

Ergebnis je Aktie	<i>Angaben in TEuro</i>	Q3 2015	Q3 2014	Q1-3 2015	Q1-3 2014
Ergebnis nach Steuern		2.725	2.702	-3.292	-4.458
davon auf andere Gesellschafter entfallend		-133	—	-133	—
davon auf die Aktionäre der CEWE KGaA entfallend (Konzernergebnis)		2.858	2.702	-3.159	-4.458
Gewichteter Durchschnitt unverwässerte Aktienzahl (<i>in Stück</i>)		7.140.584	7.102.162	7.126.161	6.910.948
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (<i>in Euro</i>)		0,40	0,38	-0,44	-0,65
Ergebnis nach Steuern		2.725	2.702	-3.292	-4.458
davon auf andere Gesellschafter entfallend		-133	—	-133	—
davon auf die Aktionäre der CEWE KGaA entfallend (Konzernergebnis)		2.858	2.702	-3.159	-4.458
Gewichteter Durchschnitt verwässerte Aktienzahl (<i>in Stück</i>)		7.140.584	7.102.162	7.126.161	6.910.948
Verwässernder Effekt der ausgegebenen Aktienoptionen		—	13.973	814	13.922
Verwässertes Ergebnis je Aktie (<i>in Euro</i>)		0,40	0,38	-0,44	-0,64

VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäfts-

ergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Oldenburg, 12. November 2015
CEWE Stiftung & Co. KGaA

Für die persönlich haftende Gesellschafterin
Neumüller CEWE COLOR Stiftung
– Der Vorstand –

Dr. Rolf Hollander
(Vorstandsvorsitzender)

Dr. Reiner Fageth

Carsten Heitkamp

Andreas F. L. Heydemann

Dr. Olaf Holzkämper

Thomas Mehls

Harald H. Pirwitz

Frank Zweigle

04

WEITERE INFORMATIONEN

Mehrjahresübersicht	78
Betriebsstätten und Vertriebsniederlassungen	86
Finanzterminkalender	87
Impressum	87



„Zum Weihnachtsfest setzen meine Kollegen und ich alles daran, dass jedes CEWE FOTOBUCH und alle Fotogeschenke pünktlich zum Fest ausgeliefert werden und den Beschenkten so viel Freude bereiten.“

Xi Lu, Mailorderversand, CEWE-Aktionärin

MEHRJAHRESÜBERSICHT

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

Angaben in Mio. Euro	Q3 2009	Q3 2010	Q3 2011
Umsatzerlöse	112,2	116,4	121,8
Erhöhung/Verminderung des Bestands an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	0,0	0,0	0,0
Andere aktivierte Eigenleistungen	0,2	0,4	0,3
Sonstige betriebliche Erträge	7,3	5,8	3,5
Materialaufwand	-41,8	-42,9	-46,3
Rohergebnis	77,9	79,7	79,2
Personalaufwand	-23,6	-23,5	-26,5
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-29,6	-35,6	-36,0
Ergebnis vor Abschreibungen und Steuern (EBITDA)	24,7	20,6	16,7
Abschreibung auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-9,2	-8,6	-8,0
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)**	15,5	12,0	8,7
Finanzerträge	—	—	—
Finanzaufwendungen	—	—	—
Finanzergebnis	-0,7	-0,6	-0,2
Ergebnis vor Steuern (EBT)	14,8	11,5	8,5
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-2,7	-2,0	-2,1
Ergebnis nach Steuern	12,2	9,4	6,4
davon auf andere Gesellschafter entfallend	—	—	—
davon auf die Aktionäre der CEWE KGaA entfallend (Konzernergebnis)	12,2	9,4	6,4

* Die Vergleichszahlen wurden angepasst, wie auf S. 70 f. erläutert.

** EBIT um sonstige Steuern und Erträge aus finanziellen Schulden angepasst

Q3 2012	Q3 2013	Q3 2014*	Q3 2015	Q1–3 2009	Q1–3 2010	Q1–3 2011	Q1–3 2012	Q1–3 2013	Q1–3 2014*	Q1–3 2015
126,0	124,0	121,8	125,5	282,4	296,8	308,1	329,9	345,0	329,0	338,4
0,1	0,0	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,2	0,2
0,2	0,2	0,2	0,3	1,1	1,2	1,0	0,6	0,7	0,6	0,7
7,8	7,0	4,3*	5,8	20,1	16,3	13,9	19,4	16,8	12,4*	13,5
-47,9	-46,1	-38,7	-39,2	-110,0	-116,3	-119,2	-126,1	-134,0	-110,2	-107,0
86,1	85,2	87,8	92,6	193,6	197,9	203,7	223,9	228,6	231,9	245,8
-29,9	-29,6	-31,1	-33,7	-78,5	-73,1	-78,3	-88,2	-93,3	-95,6	-101,2
-39,9	-41,1	-45,5*	-47,4	-85,2	-90,6	-96,6	-108,8	-113,9	-116,6*	-123,3
16,3	14,4	11,3	11,5	29,9	34,2	28,8	27,0	21,4	19,7	21,3
-9,2	-8,4	-8,3	-8,7	-27,5	-28,6	-25,0	-27,6	-26,1	-24,5	-25,5
7,1	6,0	3,0	2,9	2,4	5,7	3,8	-0,6	-4,6	-4,8	-4,1
—	0,0	0,1*	0,0	—	—	—	—	0,2	0,3*	0,1
—	-0,6	-0,2	-0,3	—	—	—	—	-1,3	-1,2	-0,6
-0,8	-0,5	-0,2	-0,2	-1,4	-1,5	-0,8	-1,8	-1,1	-0,9	-0,5
6,4	5,5	2,8	2,6	0,9	4,2	3,1	-2,4	-5,8	-5,7	-4,7
-1,8	-0,8	-0,1	0,1	-4,0	-5,3	-2,6	-0,8	0,3	1,2	1,4
4,5	4,7	2,7	2,7	-3,0	-1,1	0,4	-3,2	-5,5	-4,5	-3,3
—	—	—	-0,1	—	—	—	—	—	—	-0,1
4,5	4,7	2,7	2,9	-3,0	-1,1	0,4	-3,2	-5,5	-4,5	-3,2

MEHRJAHRESÜBERSICHT

Konzernbilanz

AKTIVA	<i>Angaben in Mio. Euro</i>	30.09.2009	30.09.2010	30.09.2011	30.09.2012	30.09.2013	30.09.2014	30.09.2015
Sachanlagen		90,6	80,5	76,1	98,0	97,9	99,5	108,1
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien		3,5	4,9	4,9	4,5	4,1	4,9	5,0
Geschäfts- oder Firmenwerte		10,3	10,3	9,1	28,5	28,5	25,4	39,5
Immaterielle Vermögenswerte		20,1	16,8	14,0	22,1	19,9	16,6	18,4
Finanzanlagen		0,3	0,2	0,2	0,6	1,0	1,7	3,9
Langfristige Forderungen aus Ertragsteuererstattungen		3,0	3,2	2,4	2,0	2,1	1,0	1,1
Langfristige finanzielle Vermögenswerte		0,0	0,0	0,0	0,4	1,3	2,6	1,7
Langfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte		0,3	0,3	0,5	0,2	0,2	0,2	0,4
Aktive latente Steuern		5,7	5,4	5,4	8,2	10,3	12,0*	9,8
Langfristige Vermögenswerte		133,7	121,7	112,6	164,6	165,4	163,8	187,7
Vorräte		44,4	41,0	42,3	50,5	49,7	49,3	45,7
Kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		55,9	52,8	57,0	56,0	52,2	43,3	44,7
Kurzfristige Forderungen aus Ertragsteuererstattungen		4,2	2,5	5,1	5,8	5,3	3,9	6,1
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte		0,0	0,0	0,0	3,0	3,8	2,7	2,2
Kurzfristige übrige Forderungen und Vermögenswerte		9,1	11,2	8,9	6,7	6,7	7,2	8,7
Liquide Mittel		8,8	18,1	19,2	6,9	7,8	12,0	10,2
		122,4	125,6	132,5	128,9	125,4	118,4	117,5
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte		4,7	0,8	0,2	0,2	1,0	1,0	1,3
Kurzfristige Vermögenswerte		127,0	126,4	132,7	129,1	126,4	119,4	118,9
		260,7	248,2	245,3	293,7	291,8	283,2	306,6

* Die Vergleichszahlen wurden angepasst, wie auf S. 70 f. erläutert.

PASSIVA	<i>Angaben in Mio. Euro</i>	30.09.2009	30.09.2010	30.09.2011	30.09.2012	30.09.2013	30.09.2014	30.09.2015
Gezeichnetes Kapital		19,2	19,2	19,2	19,2	19,2	19,2	19,2
Kapitalrücklage		56,2	56,2	56,2	56,2	56,2	69,3	69,9
Eigene Anteile zu Anschaffungskosten		-17,0	-17,3	-22,7	-23,9	-23,4	-9,0	-7,8
Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn		43,7	47,0	52,7	57,8	63,3	70,2*	79,7
Aktionären der CEWE KGaA zurechenbarer Anteil am Eigenkapital		102,2	105,1	105,3	109,3	115,3	149,9	161,1
Anteile anderer Gesellschafter		—	—	—	—	—	—	0,0
Eigenkapital		102,2	105,1	105,3	109,3	115,3	149,9	161,1
Langfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen		0,6	0,4	0,3	0,3	—	—*	—
Langfristige Rückstellungen für Pensionen		9,9	10,1	10,6	15,8	18,0	20,2	22,9
Langfristige passive latente Steuern		1,4	1,7	1,6	4,3	4,0	3,3	2,8
Langfristige übrige Rückstellungen		1,2	1,0	0,7	0,8	0,4	0,3	0,2
Langfristige Finanzverbindlichkeiten		34,2	31,9	18,5	34,7	26,3	3,1	10,2
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten		0,0	0,0	0,0	3,2	3,8	0,0	0,0
Langfristige übrige Verbindlichkeiten		0,1	0,1	0,3	0,1	0,8	0,2*	0,2
Langfristige Schulden		47,3	45,2	32,1	59,1	53,3	27,0	36,3
Kurzfristige Sonderposten für Investitionszuwendungen		0,1	0,1	0,1	0,1	—	—*	—
Kurzfristige Steuerschulden		3,0	3,7	3,8	4,5	3,0	3,6	4,2
Kurzfristige übrige Rückstellungen		13,3	7,7	8,3	8,5	7,9	3,2	3,1
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten		19,1	7,5	7,4	28,2	27,2	17,9	23,0
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		52,1	50,2	59,6	62,5	65,6	57,1	56,5
Kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten		0,0	0,0	0,0	1,1	1,1	3,3	0,3
Kurzfristige übrige Verbindlichkeiten		23,7	28,6	28,6	20,5	18,3	21,2*	22,0
Kurzfristige Schulden		111,2	97,8	107,8	125,3	123,2	106,3	109,2
		260,7	248,2	245,3	293,7	291,8	283,2	306,6

* Die Vergleichszahlen wurden angepasst, wie auf S. 70 f. erläutert.

MEHRJAHRESÜBERSICHT

Kennzahlen

Volumen und Mitarbeiter		Q3 2009	Q3 2010	Q3 2011
Digitalfotos	<i>in Mio. Stück</i>	601,6	609,6	660,3
Fotos von Filmen	<i>in Mio. Stück</i>	187,0	119,2	82,9
Fotos gesamt	<i>in Mio. Stück</i>	789	729	743
CEWE FOTOBÜCHER	<i>in Tsd. Stück</i>	942,9	1.076,5	1.354,1
Mitarbeiter (Durchschnitt)	<i>auf Vollzeit umgerechnet</i>	2.666	2.607	2.765
Mitarbeiter (Stichtagsbetrachtung)	<i>auf Vollzeit umgerechnet</i>	2.677	2.651	2.845
Ertrag		Q3 2009	Q3 2010	Q3 2011
Umsatz	<i>in Mio. Euro</i>	112,2	116,4	121,8
EBITDA	<i>in Mio. Euro</i>	24,7	20,6	16,7
EBITDA-Marge	<i>in % vom Umsatz</i>	22,1	17,7	13,7
EBIT**	<i>in Mio. Euro</i>	15,5	12,0	8,7
EBIT-Marge	<i>in % vom Umsatz</i>	13,8	10,3	7,2
Restrukturierungsaufwand	<i>in Mio. Euro</i>	0,2	0,0	0,0
EBIT vor Restrukturierung	<i>in Mio. Euro</i>	15,7	12,0	8,7
EBT	<i>in Mio. Euro</i>	14,8	11,5	8,5
Ergebnis nach Steuern	<i>in Mio. Euro</i>	12,2	9,4	6,4
Kapital		Q3 2009	Q3 2010	Q3 2011
Bilanzsumme	<i>in Mio. Euro</i>	260,7	248,2	245,3
Capital Employed (CE)	<i>in Mio. Euro</i>	168,7	157,9	144,9
Eigenkapital	<i>in Mio. Euro</i>	102,2	105,1	105,3
Eigenkapitalquote	<i>in % von der Bilanzsumme</i>	39,2	42,4	43,0
Netto-Finanzschulden	<i>in Mio. Euro</i>	44,5	21,3	6,8
ROCE (letzte 12 Monate)	<i>in % vom Capital Employed</i>	6,5	13,6	16,5

* Die Vergleichszahlen wurden angepasst, wie auf S. 70 f. erläutert.

** EBIT um sonstige Steuern und Erträge aus finanziellen Schulden angepasst

Q3 2012	Q3 2013	Q3 2014	Q3 2015	Q1-3 2009	Q1-3 2010	Q1-3 2011	Q1-3 2012	Q1-3 2013	Q1-3 2014	Q1-3 2015
609,1	579,9	567,2	534,0	1.415,9	1.462,8	1.533,0	1.551,8	1.494,4	1.458,3	1.402,9
52,9	39,0	29,7	23,4	460,2	300,2	203,3	131,8	92,4	70,8	56,2
662	619	597	557	1.876	1.763	1.736	1.684	1.587	1.529	1.459
1.361,4	1.348,5	1.413,3	1.383,0	2.263,1	2.685,5	3.244,3	3.483,1	3.543,9	3.673,0	3.662,8
3.179	3.083	3.240	3.194	2.730	2.602	2.686	3.124	3.114	3.165	3.224
3.259	3.099	3.284	3.240	2.677	2.651	2.845	3.259	3.099	3.284	3.240

Q3 2012	Q3 2013	Q3 2014	Q3 2015	Q1-3 2009	Q1-3 2010	Q1-3 2011	Q1-3 2012	Q1-3 2013	Q1-3 2014	Q1-3 2015
126,0	124,0	121,8	125,5	282,4	296,8	308,1	329,9	345,0	329,0	338,4
16,3	14,4	11,3	11,5	29,9	34,2	28,8	27,0	21,4	19,7	21,3
12,9	11,6	9,3	9,2	10,6	11,5	9,4	8,2	6,2	6,0	6,3
7,1	6,0	3,0	2,9	2,4	5,7	3,8	-0,6	-4,6	-4,8	-4,1
5,7	4,8	2,5	2,3	0,8	1,9	1,2	-0,2	-1,3	-1,5	-1,2
0,0	0,0	0,0	0,0	9,5	2,2	0,0	0,0	3,3	0,0	1,0
7,1	6,0	3,0	2,9	11,9	7,9	3,8	-0,6	-1,4	-4,8	-3,1
6,4	5,5	2,8	2,6	0,9	4,2	3,1	-2,4	-5,8	-5,7	-4,7
4,5	4,7	2,7	2,7	-3,0	-1,1	0,4	-3,2	-5,5	-4,5	-3,3

Q3 2012	Q3 2013	Q3 2014	Q3 2015	Q1-3 2009	Q1-3 2010	Q1-3 2011	Q1-3 2012	Q1-3 2013	Q1-3 2014	Q1-3 2015
293,7	291,8	283,2*	306,6	—	—	—	—	—	—	—
196,7	195,8	194,8	220,4	—	—	—	—	—	—	—
109,3	115,3	149,9*	161,1	—	—	—	—	—	—	—
37,2	39,5	52,9	52,5	—	—	—	—	—	—	—
56,0	45,7	9,0	23,0	—	—	—	—	—	—	—
13,3	12,7	14,9	16,1	—	—	—	—	—	—	—

MEHRJAHRESÜBERSICHT

Kennzahlen

Cash Flow		Q3 2009	Q3 2010	Q3 2011
Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit	<i>in Mio. Euro</i>	15,3	19,9	21,3
Cash Flow aus Investitionstätigkeit	<i>in Mio. Euro</i>	-9,9	-7,9	-8,3
Free-Cash Flow	<i>in Mio. Euro</i>	5,5	12,0	13,0
Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit	<i>in Mio. Euro</i>	-6,0	-4,7	-7,0
Zahlungswirksame Veränderung der liquiden Mittel	<i>in Mio. Euro</i>	-0,5	7,3	5,9

Aktie		Q3 2009	Q3 2010	Q3 2011
Anzahl der Aktien (Nennwert 2,60 Euro)	<i>in Stück</i>	7.380.020	7.380.020	7.380.020
Ergebnis je Aktie				
unverwässert	<i>in Euro</i>	1,80	1,38	0,95
verwässert	<i>in Euro</i>	1,79	1,39	0,95

Q3 2012	Q3 2013	Q3 2014	Q3 2015	Q1-3 2009	Q1-3 2010	Q1-3 2011	Q1-3 2012	Q1-3 2013	Q1-3 2014	Q1-3 2015
11,2	10,2	10,6	6,3	12,3	30,8	33,9	2,4	7,1	22,8	10,0
-10,9	-11,4	-14,0	-21,2	-22,6	-19,3	-19,0	-35,0	-24,4	-26,9	-44,1
0,3	-1,2	-3,4	-14,9	-10,3	11,6	14,9	-32,6	-17,3	-4,1	-34,0
-0,9	-2,0	2,3	12,8	9,0	-2,0	-18,9	8,5	11,8	1,8	16,6
-0,6	-3,2	-1,1	-2,1	1,3	9,6	-4,1	-24,1	-5,5	-2,2	-17,5

Q3 2012	Q3 2013	Q3 2014	Q3 2015	Q1-3 2009	Q1-3 2010	Q1-3 2011	Q1-3 2012	Q1-3 2013	Q1-3 2014	Q1-3 2015
7.380.020	7.380.020	7.400.020	7.400.020	7.380.020	7.380.020	7.380.020	7.380.020	7.380.020	7.400.020	7.400.020
0,69	0,72	0,38	0,40	-0,44	-0,17	0,07	-0,49	-0,83	-0,65	-0,44
0,69	0,71	0,38	0,40	-0,44	-0,16	0,07	-0,49	-0,82	-0,64	-0,44

BETRIEBSSTÄTTEN UND VERTRIEBSNIEDERLASSUNGEN

 Vertriebsan-
sprechpartner
www.cewe.de >
unternehmen >
vertrieb

Inland**CEWE Stiftung & Co. KGaA**

Meerweg 30–32
D–26133 Oldenburg
Tel. +49 (0) 4 41/4 04–0
Fax +49 (0) 4 41/4 04–421

CEWE Stiftung & Co. KGaA

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

CEWE Stiftung & Co. KGaA

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

CEWE Stiftung & Co. KGaA

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

CEWE Stiftung & Co. KGaA

Otto-Hahn-Str. 21
D–48161 Münster
Tel. +49 (0) 25 34/5 81 69–0
Fax +49 (0) 25 34/5 81 69–20

Saxoprint GmbH

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

Ausland**Japan Photo Holding**

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

Japan Photo Sverige AB

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

CEWE Nordic ApS

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

CEWE AG

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

CEWE Stiftung & Co. KGaA

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

CEWE 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 Nederland B.V.

Industrieweg 73
NL–8071 CS Nunspeet
Tel. +31/3 41/25 53–55
Fax +31/3 41/25 53–33

CEWE S. A. S.

La Tour Asnières
4 avenue Laurent Cély
F–92600 Asnières sur Seine (Paris)
Tel. +33/1/80 21 04–50
Fax +33/1/80 21 04–48

CEWE 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 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 Sp. z o. o.

ul. Strzelecka 11
PL–47230 Kedzierzyn-Kozle
Tel. +48/77/40 63–000
Fax +48/77/40 63–025

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 Inc.

2125 Center Ave, Suite 507
Fort Lee, NJ 07024, U.S.A.
Tel. +1/631/773 85 24

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 a. s.

Galvaniho 716
SK–82104 Bratislava
Tel. +421/2/68 20 44–11
Fax +421/2/68 20 44–23

CEWE**Magyarország Kft.**

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

CEWE Ltd.

Unit 4, Spartan Close
Titan Business Centre
Tachbrook Park
UK–Warwick CV34 6RR
Tel. +44/19/26 46 3–100
Fax +44/19/26 46 3–101

CEWE Zagreb d. o. o.

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

CEWE PRINT S. r. l.

Via Monte di Pietà 21
I–20121 Mailand

FINANZTERMINKALENDER

(soweit terminiert)

24. November 2015

Deutsches Eigenkapitalforum, Frankfurt

7. Januar 2016

19th Oddo Forum, Lyon

18. Januar 2016

15th German Corporate Conference,
UniCredit Kepler Cheuvreux, Frankfurt

23. März 2016

Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2015

23. März 2016

CEWE Bilanzpresse- und Analystenkonferenz,
Frankfurt

14. April 2016

Bankhaus Lampe Deutschlandkonferenz,
Baden-Baden

IMPRESSUM

Dieser Zwischenbericht 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@cewe.de

Die CEWE Stiftung & Co. KGaA ist Mitglied im Deutschen Investor Relations Kreis e.V.

Verantwortlich

CEWE Stiftung & Co. KGaA

Meerweg 30-32

D-26133 Oldenburg

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

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

www.cewe.de

info@cewe.de

Gesamtkonzeption und Gestaltung

FIRST RABBIT GmbH, Köln

Fotos

CEWE Stiftung & Co. KGaA, Oldenburg

Druck

CEWE Stiftung & Co. KGaA, Oldenburg

Prüfer des Konzernabschlusses

BDO AG

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Fuhlentwiete 12

D-20355 Hamburg

1.000 Flyer

ab 19,90€*



* inkl. gesetzliche MwSt. und Versandkosten

cewe-print.de

Ihr Online Druckpartner

 **cewe**
BEST IN PRINT

Mein
persönliches
Geschenk

ab 7,95 €*



Mein
cewe fotobuch
Mein Leben

www.cewe.de

 cewe
BEST IN PRINT

* Das abgebildete Produkt hat einen höheren Preis. Alle Preise verstehen sich inkl. MwSt. und zzgl. Versandkosten (Ggf. auch bei Filialabholung anfallend) gemäß Preisliste. Weitere Informationen unter www.cewe.de/preise