



CEWE COLOR bekräftigt Wachstumsziele

CEWE COLOR bekräftigt Wachstumsziele
Rekordumsatz von mehr als 500 Mio. Euro im Visier
Umsatzschub durch Online Druck
Saisonalität und Innovationen lassen kräftiges Plus im 4. Quartal erwarten
Nach dem dritten Quartal bekräftigt der Vorstand der CEWE COLOR Holding AG (SDAX, ISIN: DE0005403901) die Ziele für das Geschäftsjahr 2012. Nicht zuletzt die im September auf der Leitmesse photokina präsentierten Innovationen wie das CEWE FOTOBUCH mit Videos, mobile Anwendungen, zahlreiche neue Mehrwertprodukte sowie das Online Druck-Segment lassen für das vierte Quartal auch 2012 ein kräftiges Umsatz- und Ertragswachstum erwarten. Zum ersten Mal in der mehr als 51jährigen Geschichte des Unternehmens soll der Umsatz 2012 über 500 Mio. Euro liegen (2011: 469 Mio. Euro). 'Mit dem dritten Quartal bestätigen wir den Trend der vergangenen Jahre und sind voll auf Kurs, den höchsten Umsatz der Unternehmensgeschichte und ein EBIT in einer Bandbreite von 27 bis 33 Mio. Euro zu erwirtschaften', so Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der CEWE COLOR Holding AG. Umsatz wächst durch neues Geschäftsfeld um 6 Prozent
Obwohl die Bedeutung des vierten Quartals aufgrund der Saisonverschiebung Jahr für Jahr wächst, steigerte CEWE COLOR durch das hohe Wachstum im neuen Geschäftsfeld Online Druck bereits in den ersten drei Quartalen den Umsatz um sechs Prozent auf 326,5 Mio. Euro (Q1-Q3 2011: 308,1 Mio. Euro). Dazu steuerte das Fotofinishing 223,4 Mio. Euro (-1,1%), der Einzelhandel 74,5 Mio. Euro (-8,3%) und der Online Druck 28,6 Mio. Euro (+27,7 Mio. Euro) bei. Der Umsatz legte im dritten Quartal von 121,8 Mio. Euro auf 124,1 Mio. Euro zu. Bei einer im dritten Quartal von 9,5 auf 9,9% gestiegenen EBIT-Marge trug das etablierte Segment Fotofinishing 8,5 Mio. Euro zum Konzern-EBIT bei und subventioniert - gemeinsam mit dem Einzelhandel (+0,4 Mio. Euro) - den Anfangsverlust des Online Drucks (-1,8 Mio. Euro): Insgesamt erzielte der Konzern ein Quartals-EBIT von 7,1 Mio. Euro. Damit glich CEWE COLOR den saisontypischen Verlust der ersten beiden Quartale nahezu aus und erreichte ein kumuliertes EBIT in Höhe von -0,3 Mio. Euro (Q1-Q3 2011: +4,4 Mio. Euro). Darin sind bereits Marketing-Investitionen in Höhe von 3,4 Mio. Euro für das neue Geschäftsfeld Online Druck im Zeitraum von Februar bis September enthalten. 'Unsere neue Online-Druckmarke CEWE-PRINT positionieren wir derzeit intensiv im Markt und finanzieren den Markenaufbau bewusst aus den Gewinnen des etablierten Fotofinishing-Geschäfts. Damit schaffen wir die Voraussetzung für zukünftiges Wachstum in einem äußerst attraktiven Segment, in dem wir erheblich von unseren Größenvorteilen und der Kraft unserer Marke profitieren werden', betont Hollander.
Vergleichbares 12-Monats-EBIT über Vorjahreswert
In der 12-Monatsperspektive, die Saisonalitätseffekte glättet, erreichte das EBIT vom vierten Quartal 2011 bis zum dritten Quartal 2012 25,5 Mio. Euro und liegt damit saisonverschiebungsbedingt um 0,7 Mio. Euro unter dem Vergleichswert vom vierten Quartal 2010 bis zum dritten Quartal 2011. Bereinigt um die Saxoprint-Akquisition läge das 12-Monats-EBIT bei 27,9 Mio. Euro und damit sogar 1,7 Mio. Euro über dem Vorjahreswert. Ebenso ist das Jahresergebnis nach Steuern im gleichen Zeitraum saisonverschiebungsbedingt um auch nur 0,4 Mio. Euro auf 14,9 Mio. Euro zurückgegangen.
Ertragsziel für viertes Quartal im Wachstumskorridor der Vorjahre
Um das Jahresziel von 27 bis 33 Mio. Euro EBIT zu erreichen, müsste das vierte Quartal 2012 zwischen 27,2 bis 33,2 Mio. Euro EBIT beitragen. Dies entspricht genau dem Trend der vergangenen Jahre. Der notwendige Zuwachs im EBIT des vierten Quartals von 1,5 bis 7,5 Mio. Euro gegenüber 2011 entspricht dem Zuwachs, den CEWE COLOR in den vergangenen Jahren im vierten Quartal erwirtschaftet hat.
Über CEWE COLOR: Der Foto-Dienstleister CEWE COLOR ist mit 13 hoch technisierten Produktionsstandorten und ca. 3.100 Mitarbeitern in 24 europäischen Ländern als Technologie- und Marktführer präsent. CEWE COLOR lieferte im Jahr 2011 rund 2,5 Mrd. Fotos, über 5,1 Mio. CEWE FOTOBÜCHER sowie Foto-Geschenkartikel an über 33.000 Handelskunden und erzielte damit einen Konzernumsatz von 469 Mio. Euro. CEWE COLOR ist in der Fotobranche 'First Mover' bei der Einführung neuer digitaler Technologien und Produkte. Im neuen Geschäftsfeld Online Druck werden Werbetrucksachen über die Vertriebsplattformen CEWE-PRINT, saxoprint und viaprinto vermarktet. CEWE COLOR feierte 2011 sein 50-jähriges Firmenjubiläum: 1961 von Senator h. c. Heinz Neumüller gegründet, wurde CEWE COLOR 1993 von Hubert Rothärmel als Aktiengesellschaft an die Börse gebracht. Die CEWE COLOR Holding AG ist im SDAX gelistet.
CeWe Color AG
Co. OHG
Meerweg 30 - 32
26133 Oldenburg
Deutschland
Telefon: +49 (0) 44 1-40 4-1
Telefax: +49 (0) 44 1-40 4-42 1
Mail: info@cewecolor.de
URL: http://www.cewecolor.de
src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pnr_513246" width="1" height="1">

Pressekontakt

CeWe Color AG & Co. OHG

26133 Oldenburg

cewecolor.de
info@cewecolor.de

Firmenkontakt

CeWe Color AG & Co. OHG

26133 Oldenburg

cewecolor.de
info@cewecolor.de

3,5 Mrd. Farbbilder im Jahr für mehr als 60.000 Handelspartner in 19 europäischen Ländern - mit dieser Leistung hat CeWe Color sich den Titel "Europameister im Fotofinishing" erarbeitet. Wir versorgen unsere Kunden nicht nur mit Milliarden von Farbabzügen, unser Angebot reicht bis hin zu Digital- und Internet-Diensten. In diesem Bereich hat CeWe Color europaweit eine Vorreiterposition - technologisch und logistisch. Mehr noch: CeWe Color der führende Foto- und Imaging-Dienstleister für den Handel sowie für Internet- und Telekommunikationsunternehmen. 1961 gründete Senator h. c. Heinz Neumüller CeWe Color: Das Unternehmen entstand aus dem Oldenburger Fotostudio und -handel Carl Wöltje. Mittlerweile gehören mehr als 20 Produktionsstandorte zu CeWe Color - beste Voraussetzungen, um unseren Kunden einen schnellen, zuverlässigen Service bieten zu können. Denn seit jeher ist es unser Anspruch, den hohen Anforderungen des Marktes gerecht zu werden und Millionen von Amateur- und Profifotografen mit gestochen scharfen Bildern zufrieden zu stellen. Dabei setzen wir auf zukunftsweisende Technologie und auf unseren - in der Vergangenheit oft bewiesenen - "Riecher" für die Trends von morgen.