



Vorsteuerergebnis steigt
im vierten Quartal 2009 um 97 %.



KONZERNLAGEBERICHT

MÄRKTE UND PRODUKTE	18
Aktuelle wirtschaftliche Rahmenbedingungen	18
Fotomarkt	19
Produkte und Bestellwege	21
RESULTATE	25
Absatz	25
Umsatz	27
Kosten und Ergebnisse	29
Segmente	32
Bilanz und Finanzierung	36
Cash Flow	40
UNTERNEHMENSFUNKTIONEN	41
Marketing und Vertrieb	41
Forschung und Entwicklung	43
IT	44
Produktion	45
Personal	46
Logistik	47
Einkauf und Materialwirtschaft	48
Finanzen	49
NACHHALTIGKEIT	50
Umwelt	51
Soziale Verantwortung	52
Qualitätsmanagement	54
Mitarbeiter	55
CORPORATE GOVERNANCE	58
Compliance	62
Risikomanagement	63
Bericht zur Unternehmensführung	67
Vergütungsbericht	69
Angaben nach § 315 Abs. 4 HGB	73
Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen	75
Organisation	76
Besondere Ereignisse nach Schluss des Geschäftsjahres	79
AUSBLICK	80
VORSTAND UND GESCHÄFTSFÜHRUNG	82

MÄRKTE UND PRODUKTE

Aktuelle wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen waren 2009 von der Wirtschafts- und Finanzkrise geprägt: Umfangreiche Konjunkturprogramme und Bankenrettungspakete haben die Staatshaushalte in hohem Maße belastet.

Fünf Billionen Euro zur Bankenrettung

Wie die Bank für Internationalen Zahlungsausgleich (BIZ), Basel, ermittelt hat, haben die elf führenden Industriestaaten nach der Insolvenz der Investmentbank Lehman Brothers seit Herbst 2008 den Finanzsektor mit 2 Bio. Euro gestützt. Hinzu kommen Kreditgarantien und Bürgschaften über knapp 3 Bio. Euro. Insgesamt summieren sich die Staatshilfen auf fast 19 % der Wirtschaftsleistung dieser Länder. In einer Studie erläutert die BIZ, dass es den Regierungen zwar kurzfristig gelungen sei, den Zusammenbruch des Finanzsystems abzuwenden, die Rettungsaktionen aber mit starken Wettbewerbsverzerrungen verbunden seien.

Umfangreiche Konjunkturprogramme

Zur fiskalpolitischen Stützung sind nach Angaben der Bundesregierung für die Jahre 2008 bis 2010 außerdem weltweit Konjunkturpakete mit einem geschätzten Gesamtvolumen von 2,9 Bio. USD (etwa 4,7 % des Welt-Bruttoinlandsprodukts (BIP)) aufgelegt worden. Das Volumen der Konjunkturprogramme in Relation zum jeweiligen BIP beträgt in China 14 %, in Japan 10 %, in den USA 7,1 % und in Deutschland 3,5 %. Die weltweit historisch niedrigen Leitzinsen der Zentralbanken (Euro-Zone: 1,0 %; USA: 0–0,25 %; Japan: 0,1 %; UK: 0,5 %) trugen ebenso dazu bei, die Konjunktur zu stützen.

Bruttoinlandsprodukt weltweit: –2,2 %

Weltweit ist das BIP nach Einschätzung von HSBC Global Research um 2,2 Prozentpunkte geschrumpft. Während die Industrienationen einen Rückgang um 3,4 % verzeichneten, wuchs die Wirtschaft in den Schwellenländern um 1,5 %. Besonders schwach entwickelte sich die Wirtschaft in Russland (–8,3 %), Japan (–5,2 %), Großbritannien (–4,7 %), der Euro-Zone (–3,9 %) und in den USA (–2,6 %). Indien (6,9 %) und vor allem China (8,5 %) konnten sich dagegen von diesem negativen Trend abkoppeln. Das BIP in Deutschland sank nach Daten des Statistischen Bundesamts (Januar 2010) im vergangenen Jahr so stark wie nie zuvor in der Geschichte der Bundesrepublik: Verglichen mit dem Vorjahr brach die Wirtschaftsleistung um 5 % ein. Die deutschen Exporte sanken um 14,7 %, die Importe um 8,9 %. Die Investitionen in Ausrüstungen lagen um 20 % niedriger als 2008. Dagegen fiel der Rückgang der Bauinvestitionen mit 0,7 % relativ gering aus. Lediglich die privaten Konsumausgaben stiegen um 0,4 % gegenüber dem Vorjahr, die des Staats deutlich um 2,7 %.

Inflation: +1,0 % weltweit

Während sich Waren und Dienstleistungen nach einer Studie von HSBC Global Research (Januar 2010) weltweit im Durchschnitt nur um +1,0 % verteuerten (Industriestaaten: 0,0 %), lag die Inflationsrate in den Schwellenländern bei 4,6 %. In Russland (+11,7 %) und Indien (+10,5 %) stiegen die Preise sogar zweistellig.

Wechselkurse: Euro legt zu

Der nominale effektive Wechselkurs des Euro – gemessen an den Währungen von 21 der wichtigsten Handelspartner des Euro-Währungsgebiets – lag im Jahresdurchschnitt mit einem Indexwert von 111,68 unter dem Vorjahresdurchschnitt von 113,0. Insofern legte der Wert des Euro gegenüber den Währungen der wichtigsten Handelspartner um 1,32 Prozentpunkte zu.

Auswirkungen der Rahmenbedingungen auf CEWE COLOR

Das Geschäftsmodell von CEWE COLOR ist weitgehend konjunkturresistent. Selbst die Korrelation zu privaten Konsumausgaben ist recht gering ausgeprägt. Dazu tragen einerseits der relativ niedrige Preis der Produkte und andererseits der hohe emotionale Wert individualisierter Fotoprodukte bei. Im Geschäftsjahr 2009 haben sich bei den Wechselkursen vor allem die deutlich im Wert gestiegene Tschechische Krone sowie der Polnische Zloty auf Umsatz und Ergebnis der CEWE COLOR Holding AG negativ ausgewirkt. Der Zloty hat sich im Jahresverlauf von seinem Tiefstand im Februar (4,9 Zloty/Euro) deutlich auf 4,1045 Zloty am 31. Dezember 2009 erholt. Ebenso wuchs der Wert der Norwegischen Krone im Jahresverlauf deutlich: Der Kurs der Krone stieg von 9,76 NOK/Euro auf 8,3 am 31. Dezember 2009. Näheres dazu findet sich im Kapitel „Resultate“ auf Seite 25 dieses Berichts.

Fotomarkt

Digitalkameras erfreuen sich weiter hoher Beliebtheit

Seit fast einem Jahrzehnt hält mittlerweile das starke Wachstum im Bereich der Digitalkameras an. Laut Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) wurden im Jahr 2008 weltweit 140 Mio. Digitalkameras verkauft. In Westeuropa wurden davon 35 Mio. Stück abgesetzt, wobei Deutschland mit 8,5 Mio. Stück nach Angaben der GfK das größte Absatzland war. Dabei waren über 10 % aller verkauften Digitalkameramodelle in Westeuropa hochwertige Spiegelreflexkameras – eine Steigerungsrate von 15 % im Vergleich zum Vorjahr. Neueste Marktprognosen zeigen, dass die Nachfrage nach Kameras – trotz einer über 50 %igen Haushaltssättigung – auch in den nächsten Jahren auf einem hohen Niveau bleiben wird. Gründe hierfür sind, dass neue Zielgruppen erschlossen werden und insbesondere die Verbraucher ihre Fotoausrüstung in kürzeren Zeitabständen als früher erneuern oder um neue Kameramodelle ergänzen.

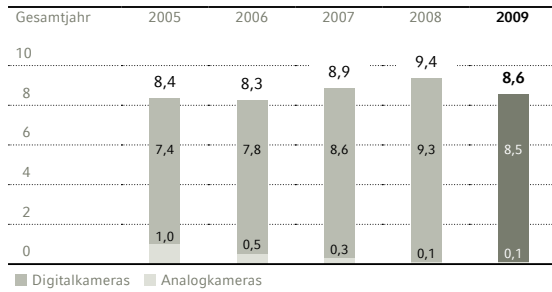
88 % des maximal möglichen Analogfilmrückgangs erfolgreich bewältigt

Als Folge des wachsenden Marktanteils der Digitalkameras wurden Analogkameras weniger genutzt und somit auch weniger Filme verkauft. Der Absatz an Filmen hatte in Deutschland 2000 mit 191 Mio. Stück seinen Höhepunkt erreicht. Im Jahr 2009 wurden lediglich noch 23 Mio. Stück verkauft – ein Rückgang auf 12 % des ursprünglichen Absatzvolumens.

Digitale Technologie ändert das Bestellverhalten

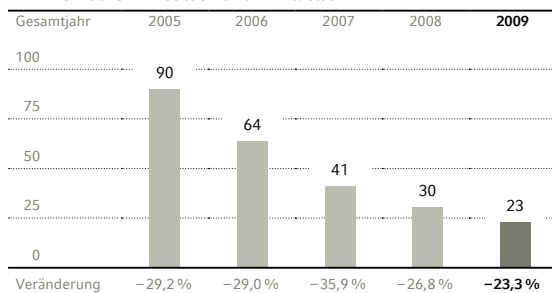
Mit dem Wandel zur digitalen Fotografie haben sich auch die Arten der Fotoproduktion und die Zahl der Ablichtungen auf Papier geändert. Während der Konsument im analogen Zeitalter im Durchschnitt noch 120 Aufnahmen pro Jahr belichtet hat, werden von 500 digitalen Aufnahmen etwa 22 % auf Papier ausbelichtet. Hierbei ist jedoch ein sehr erfreulicher Trend hin zur Nutzung von Fotobüchern und digitalen Mehrwertprodukten wie Fotogrußkarten, Fotokalendern und Wanddekorationen zu verzeichnen.

Kameraverkäufe in Deutschland in Mio. Stück



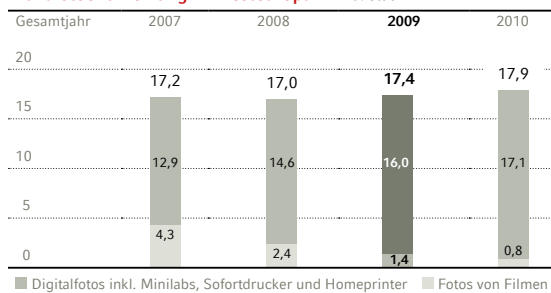
Quelle: Photoindustrie Verband

Filmverkäufe in Deutschland in Mio. Stück



Quelle: Photoindustrie Verband

Farbfotoentwicklung in Westeuropa in Mrd. Stück



Quelle: Understanding & Solutions

Fotobücher und digitale Mehrwertprodukte mit starkem Wachstum

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

Europaweit trifft das Fotobuch auf eine große Resonanz bei den Konsumenten. Laut Bundesverband der Photo-Großlaboratorien wurden in Deutschland 2006 insgesamt 1,3 Mio. Fotobücher verkauft, 2008 bereits 4,4 Mio. Stück. In Westeuropa waren es im vergangenen Jahr sogar mehr als 10,7 Mio. Fotobücher. Bis zum Jahr 2012 wird sich nach Einschätzung der Marktforschungsgesellschaft FutureSource.com die Anzahl der verkauften Fotobücher mit knapp 23 Mio. Stück mehr als verdoppeln. Die stärksten Absatzmärkte sind Deutschland, die Niederlande, Belgien sowie Frankreich mit einem Anteil von 67 % am westeuropäischen Markt im Jahr 2008. Große Wachstumspotenziale liegen dabei insbesondere in Frankreich und Großbritannien.

Der Markt für digitale Mehrwertprodukte wuchs in Westeuropa im Jahr 2008 um 31 % auf 140 Mio. Euro (Quelle: Marktforschung – FutureSource.com). Der Markt wird nach Einschätzung der Marktforscher bis zum Jahr 2012 auf rund 218 Mio. Euro wachsen. Wesentliche Wachstumstreiber sind hierbei Fotogrußkarten, Fotokalender sowie Wanddekorationen. Die wichtigsten Märkte sind aktuell Deutschland, Benelux und Großbritannien, die einen Anteil von ca. 65 % am westeuropäischen Markt haben.

Preise pro Digitalfoto in Cent	Groß- finishing	Minilab	Sofortdrucker in Geschäften	Homeprinter
Einstiegspreis pro Digitalfoto für Konsumenten	7 – 15	25 – 49	25 – 39	29 – 60

Marktanteile der Produktionssysteme bei Digitalfotos 2009 in %	Deutschland (laut GfK) ¹	Westeuropa (laut U & S) ²
Großfinishing (Geschäft und Internet)	67 %	61 %
Minilab	4 %	
Sofortdrucker	8 %	6 %
Homeprinter	21 %	33 %

Quelle: ¹GfK = Gesellschaft für Konsumforschung ²U & S = Understanding & Solutions



www.schlecker.de



www.mueller.de/fotoservice

Produkte und Bestellwege

Neben vielen neuen Produkten (v. a. CEWE FOTOBÜCHER und digitale Mehrwertprodukte) bleiben Fotos weiterhin eine wichtige Säule des digitalen Geschäfts.

Großfinishing bei Digitalfotos mit Kostenvorteilen, Sofortdruck in Geschäften

Digitalfotos können sowohl über Homeprinter und Kiosksysteme in Ladengeschäften (Sofortdruck) als auch im Großlabor bestellt werden. Das Homeprinting auf Druckern der Konsumenten und der Sofortdruck mit Thermosublimations- oder Ink-Jet-Druckern im stationären Fotohandel liefern dem Konsumenten das „schnelle“, aber „teurere“ Bild. Das Großfinishing bietet dagegen innerhalb von ein bis zwei Liefertagen deutlich preisgünstigere Digitalfotos auf Fotopapier. Während das Homeprinting seit drei Jahren rückläufig ist, wächst die Belichtung der Fotos im Großlabor und über sogenannte Kiosksysteme in Geschäften, da der Konsument zunehmend auch den bequemen Sofortdruck schätzt. Das Marktforschungsunternehmen FutureSource.com hat errechnet, dass von 2007 auf 2008 die installierte Basis von Fotokiosken mit Sofortdruck in Deutschland, Frankreich, Spanien, UK und den Niederlanden von 39,6 Tsd. auf 47,8 Tsd. installierte Geräte gewachsen ist, wobei das Wachstum in Deutschland von 12,8 Tsd. auf 17,2 Tsd. Geräte im Ländervergleich überproportional stark war. CEWE COLOR erzielt bereits 7 % seines Fotofinishing-Umsatzes durch Sofortdruck mit Kiosksystemen und konnte in den vergangenen Monaten mehrere Hundert neue Kiosksysteme im europäischen Markt verkaufen.

Internet als Bestellweg immer beliebter

Die Breitbandinitiative der Bundesregierung und der Telekommunikationsindustrie wird den Vermarktungskanal Internet weiter deutlich stärken. Bis 2014 sollen 75 % der Haushalte über einen Internet-Anschluss mit 50 MBit/s verfügen. Damit wird die Übertragung von großen Fotodateien und Fotobuchdateien erheblich komfortabler. Schon jetzt verfügen etwa über 70 % der Bürger in Baden-Württemberg über die Möglichkeit, schnelle Internet-Zugänge mit bis zu 100 MBit/s zu nutzen. CEWE COLOR hat die wachsende Bedeutung des Vertriebskanals Internet früh erkannt und stellt seinen Handelspartnern seit Jahren komplette Internet-Lösungen für die Bestellung von Digitalfotos zur Verfügung. CEWE COLOR gestaltet die Internetseiten, koordiniert die Vermarktung, entwickelt die Software und betreibt die Rechenzentren für seine Handelspartner. Am stärksten greifen Internet-Fotoanbieter, Internet-Portale und Drogerieketten auf diesen Service von CEWE COLOR zurück.



www.budni.de



www.dm-digifoto.de

Digitalfoto-Bestellungen in den Geschäften erfolgen auf vier Wegen:



1. Speicherkarte

Die Konsumenten geben ihre Speicherkarte zur Fotobestellung direkt in die Foto-tasche. Mit den fertigen Fotoarbeiten erhalten die Konsumenten ihre Speicherkarte zurück.



2. Selbst gebrannte CD

Die Konsumenten brennen – meist mittels unserer Bestellsoftware CEWE FOTOWELT – zu Hause ihre Bilddaten auf CD-ROM und geben diese beim Händler ihrer Wahl ab.



3. DigiFoto-Maker

Die Konsumenten führen mit ihren Speicherkarten die Bildbestellung an den Order-terminals (DigiFoto-Makern) von CEWE COLOR bei ihrem Fotohändler durch. Die Bilddaten und der Bestellwunsch werden auf CD-ROM gebrannt. Diese CDs dienen zunächst der Auftragserteilung. Später sind die CDs für die Konsumenten ein hervor-ragendes, dauerhaftes Speichermedium zur Bilddatensicherung. Die Speicherkarten können sofort wieder verwendet werden. Viele Orderterminals sind per Internet mit den CEWE-Betrieben verbunden. So gibt es einen unmittelbaren und schnellen Daten- und Auftragstransfer in die Produktion.



4. CEWE FOTO-KOMBI-KIOSK

Die Konsumenten führen mit ihren Speicherkarten die Bildbestellung direkt an den Orderterminals durch und drucken ihre Digitalfotos an den installierten Sofort-druckern im Geschäft des Handelspartners aus.

CEWE ist der führende Anbieter von Fotobüchern und digitalen Mehrwertprodukten

CEWE FOTOBUCH – Europas beliebtestes Fotobuch

CEWE COLOR hat sich mit dem CEWE FOTOBUCH sehr erfolgreich als Marktführer in diesem Produktbereich etabliert. Das Marktforschungsunternehmen GfK bescheinigt CEWE COLOR alleine in Deutschland wertmäßig den Marktanteil der Großlabore im Fotobuchmarkt von 43 % im dritten Quartal 2008 auf 50 % im Folgejahr ausgebaut zu haben. Dabei hat sich CEWE COLOR mit mehr als 3,6 Mio. verkauften CEWE FOTOBÜCHERN auch im Jahr 2009 als europäischer Marktführer behauptet.

Das CEWE FOTOBUCH – Testsieger in Serie

Das CEWE FOTOBUCH ist jüngst von der EISA (European Imaging and Sound Association), einem Zusammenschluss von 50 Special-Interest-Magazinen aus 20 europäischen Ländern, zum besten Produkt in der Kategorie Fotobuch gekürt worden. Europas größte Apple-Zeitschrift, Macwelt, hat unter Verwendung der Mac-Version der Bestellsoftware das CEWE FOTOBUCH getestet: Aus insgesamt acht Anbietern ging das CEWE FOTOBUCH mit der Gesamtbeurteilung „GUT“ als Sieger hervor. Auch die unabhängige Zeitschrift ETM testete elf Fotobuchanbieter und zeichnete das CEWE FOTOBUCH als Sieger aus. ETM testete die Fotobücher in Hinblick auf die Bewertungskriterien Software, Leistung, Qualität und Service. Die Software mit ihrem integrierten Assistenten als virtuellem Fotobuchdesigner überzeugte die Jury mit ihrer einfachen Bedienbarkeit, den flexiblen Gestaltungsmöglichkeiten und dem überaus ansprechenden Ergebnis. Außerdem glänzte das CEWE FOTOBUCH mit der besten Bildqualität (Farbe, Helligkeit, Kontrast und Schärfe) und belegte in den Kategorien Druck, Papier, Verarbeitung und Gesamteindruck Platz 1. Die exzellente Bewertung in allen getesteten Leistungsaspekten unterstreicht, dass das CEWE FOTOBUCH nicht nur anerkannter Marktführer, sondern auch Technologieführer ist. Dies hat im August 2009 auch die Stiftung Warentest nochmals bestätigt: Der CEWE COLOR Handelspartner Saturn hat als einziger getesteter Anbieter des CEWE FOTOBUCHS den ersten Platz beim Test von Fotobuchangeboten belegt.

Breites Produktsortiment an CEWE FOTOBÜCHERN

Das CEWE FOTOBUCH im Format Groß (ca. 21 x 28 cm) mit individuellem Hardcover ist eindeutig der Bestseller im Sortiment. Aber auch die repräsentativen Produkte wie das CEWE FOTOBUCH XL und XXL gewinnen immer mehr an Bedeutung. Aus diesem Grund wurde auch in der neuen CEWE FOTOBUCH-Software das Sortiment um das CEWE FOTOBUCH XXL Panorama mit Hardcover ergänzt. Zusätzlich wird dem Format Compact Panorama (21 x 15 cm – DIN A5) ein preisgünstiges Format mit unterschiedlichen Einbänden zur Abrundung des Sortiments eingeführt. Insgesamt hat sich gezeigt, wie wichtig es ist, dass CEWE COLOR eine große Vielfalt an unterschiedlichen Versionen des CEWE FOTOBUCHS mit einem variablen Seitenumfang von 26 bis 130 Seiten anbietet. Denn Fotobücher sind sehr persönliche Produkte, bei denen die Verbraucher ihre eigenen Vorstellungen verwirklichen wollen. Mit dem breiten Sortiment wird CEWE COLOR diesen Anforderungen gerecht. Darüber hinaus lässt sich ein Trend zu immer großformatigeren und umfangreicheren CEWE FOTOBÜCHERN verzeichnen.

CEWE FOTOBUCH auf Fotopapier

Für ambitionierte Fotografen sind Fotos auf klassischem Fotopapier nach wie vor sehr geeignet, wenn es um die Darstellung bester Schärfe, klarer Weißen und durchgezeichneter Schwärzen sowie des größten Farbraums geht. Besonders gut gelingt es auf Fotopapier, die Leistungspotenziale digitaler Spiegelreflexkameras sowie hochauflösender Kompaktkameras auszuschöpfen und faszinierende Bilder zu entwickeln. Diese brillanten Farben gibt es seit Oktober 2008 auch als CEWE FOTOBUCH mit Fotopapier. Von internationalen Forscherteams nach modernsten Kriterien entwickelt, zeigt sich das spezielle Fotopapier für das CEWE FOTOBUCH sichtbar und fühlbar als neue Papierqualität für die Bild Darstellung in Fotobüchern. Das CEWE FOTOBUCH mit Fotopapier gibt es in den Formaten Groß (28 x 21 cm), Quadratisch (21 x 21 cm) und XL (30 x 30 cm).

Fotokalender und Fotogrußkarten

Mit sehr hohen Wachstumsraten legten die Bestellungen für Fotokalender und Fotogrußkarten zu. Dieses Wachstum wurde getrieben durch eine klare Ausrichtung an den Bedürfnissen der Kunden.

Hierzu wurden rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft im Laufe des dritten Quartals für alle Fotogrußkartenformate jeweils ca. 100 neue Designs eingeführt. Diese orientieren sich an den neuesten europäischen Markttrends und sollen sowohl bei den jungen als auch den älteren Zielgruppen besonderen Anklang finden.

Gleichzeitig wurden neue Anlasskategorien wie „Alles Liebe“ und „Danke“ aufgebaut, um für eine breitere Kundengruppe passende Fotogrußkartenmotive im Angebot zu haben. Sowohl für den Online-Fotoservice als auch für die Bestellsoftware wurde ein neuer anlassgesteuerter Bestellprozess entwickelt, so dass Kunden schneller und bequemer aus der Vielzahl von Anlässen und Designs ihre persönliche Wahl treffen können.

CEWE COLOR hat das Portfolio der Fotokalender, die überwiegend im vierten Quartal verkauft werden, bereits im dritten Quartal um zwei neue, umsatzstarke Fotokalender im Format DIN A2 erweitert und um 40 neue Designs für alle Kalenderformate ergänzt.

Schul- und Büroprodukte

CEWE COLOR hat Ende 2008 begonnen, das Marktsegment der Schul- und Büroprodukte mit dem Produkt Collegeblock zu erschließen und Anfang des dritten Quartals 2009 insbesondere für den holländischen und deutschen Markt vier weitere Produkte neu eingeführt. Mit den neuen Produkten Schüleragenda, Terminplaner, Schulhefte A4/A5 sowie Notizblöcke wird zum einen ein neues digitales Mehrwertproduktportfolio eingeführt, zum anderen baut CEWE COLOR eine Kategorie auf, die bereits im zweiten und dritten Quartal einen erfreulichen Absatz verzeichnet hat.

Wanddekorationen

Die klassischen Fotoposter als Wanddekoration werden in zunehmendem Maße durch hochwertigere Produkte wie Collagenposter und Fotoleinwände ersetzt.

Mit der Produktgruppe der Fotoleinwände hat CEWE COLOR im Jahr 2009 im Vergleich zum Vorjahr ein dreistelliges Wachstum realisiert. Dazu haben das auf 14 Formate ausgeweitete Portfolio sowie eine stärkere Internet-Werbung beigetragen.

Darüber hinaus wurde die Kategorie mit den hochwertigen Produkten „Poster hinter Acryl“ (vier verfügbare Formate), „Poster auf Alu-Dibond“ (vier Formate) und „Poster XXL“ (23 Formate) um drei neue Varianten ergänzt. Poster XXL sind im Digitaldruck gefertigte matte Poster in den Größen bis 50x150 cm. Diese Poster werden im klassischen 2:3-Format wie auch im gefragten 3:4-Format, im quadratischen wie auch im Panoramaformat (1:3) angeboten.

RESULTATE

Absatz

Produktmixänderung bewirkt Saisonverschiebung in das vierte Quartal

Der Produktmix von CEWE COLOR verändert sich zunehmend durch CEWE FOTOBÜCHER sowie durch Foto-Geschenkartikel. Diese Produktgruppen kompensieren den deutlichen Rückgang der Fotos von Filmen. Während der Rückgang der Fotos von Filmen sich in allen Quartalen eines Jahres vollzieht, werden die stark wachsenden Volumina der CEWE FOTOBÜCHER sowie der Foto-Geschenkartikel, Fotokalender und -grußkarten besonders im vierten Quartal abgesetzt. Viele Konsumenten schätzen diese Produkte als Weihnachtsgeschenke, so dass sich das saisonale Profil des CEWE-Geschäfts deutlich zum Jahresende hin verschiebt.

Gesamtzahl der Fotos auf gleicher Höhe wie im Vorjahr

Diese – in den vergangenen Jahren bereits beobachtbare – Saisonverschiebung hat sich auch im Jahr 2009 nochmals weiter verstärkt. Im vierten Quartal 2008 wurde mit +1,7 % in der Gesamtzahl der Fotos erstmals seit Beginn der Analog-Digital-Transformation wieder ein Anstieg registriert; für das Jahr 2008 insgesamt war jedoch noch ein Rückgang der Gesamtzahl der Fotos von –6,3 % zu verzeichnen. Dieser Rückgang wurde in 2009 weiter gebremst: Im vierten Quartal 2009 war sogar ein deutlicher Anstieg um +8,0 % im Vergleich zum Vorjahresquartal auf 718 Mio. Fotos registriert, so dass im Gesamtjahr 2009 die saisonverschiebungsbedingte Reduktion der ersten drei Quartale nahezu wieder aufgeholt werden konnte: Die Gesamtzahl der Fotos war mit 2.594 Mio. Fotos (–0,8 %) auf nahezu gleicher Höhe wie im Vorjahr.

Ende der Analog-Digital-Transformation: Analogrückgang verliert Bedeutung

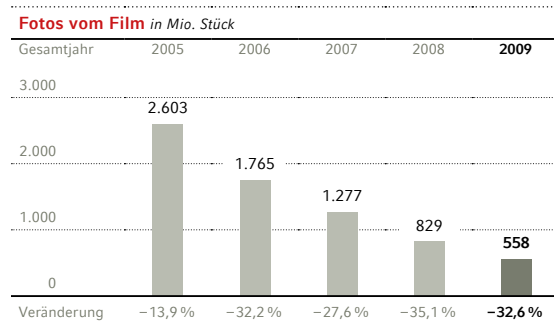
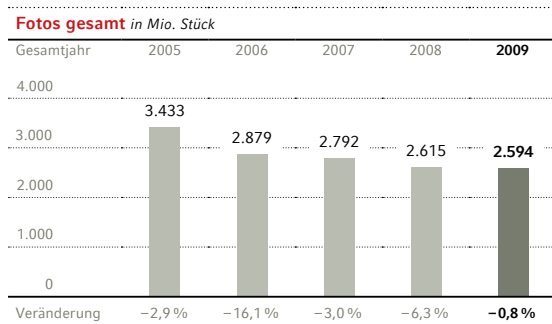
In dieser Entwicklung der Gesamtzahl der Fotos ist abermals der unauffhaltsame Rückgang der analogen Fotos von Filmen enthalten. Im vierten Quartal gingen diese – wie von allen Marktteilnehmern erwartet – um –32,9 % auf 98,1 Mio. Fotos zurück. Im Berichtsjahr lag der Rückgang im Vergleich zum Vorjahr bei ebenfalls –32,6 % auf 558,3 Mio. Fotos. Der Rückgang der analogen Fotos von Filmen verliert damit absolut immer mehr an Bedeutung: Im vierten Quartal 2009 reduzierten sich diese nur noch um 48 Mio. Fotos – dies waren nur noch 7,2 % der Gesamtzahl der Fotos des Vorjahresquartals. Zum Vergleich: Die Reduktion um 145 Mio. Fotos von Filmen im vierten Quartal 2006 gegenüber 2005 bedeutete noch eine Reduktion der Gesamtzahl der Fotos um –20,6 %.

Circa 80 % aller Fotos sind digital

In Konsequenz dieses nun auslaufenden Analogrückgangs der Fotos von Filmen wird das CEWE-Geschäft immer digitaler: Im Gesamtjahr 2009 waren 79 % aller Fotos digital. Im vierten Quartal, das durch CEWE FOTOBÜCHER und Geschenkartikel bedingt bereits in den vergangenen Jahren zukunftsweisend war, waren bereits 86 % aller Fotos digitalen Ursprungs.

CEWE FOTOBÜCHER legen abermals deutlich zu: +38 % im Gesamtjahr 2009

CEWE FOTOBUCH-Prints – also die in CEWE FOTOBÜCHERN abgebildeten Fotos – zählen mit zur Anzahl der Digitalfotos und haben diese im Jahr 2009 deutlich gestärkt. Die Anzahl der CEWE FOTOBÜCHER steigerte sich im



Berichtsjahr im Vorjahresvergleich um 37,7 % auf 3,6 Mio. Bücher, davon 1,4 Mio. Bücher im vierten Quartal 2009 (+32,7 % im Vergleich zum Vorjahresquartal). Am Beispiel der CEWE FOTOBÜCHER lässt sich auch der Trend im Produktmix ablesen, der plakativ mit „von Masse zu Klasse“ zu beschreiben ist: Durch die konsequente Ausweitung des CEWE FOTOBUCH-Produktportfolios durch größere Buchformate (in sowohl Seitenfläche wie auch -zahl) konnte die Anzahl der CEWE FOTOBUCH-Prints deutlich stärker als die Zahl der CEWE FOTOBÜCHER gesteigert werden. Im Gesamtjahr 2009 legten diese im Vorjahresvergleich um +47,5 % zu, im vierten Quartal 2009 sogar um +51,3 %. Hier manifestiert sich die erfolgreiche Up-Selling-Strategie von CEWE COLOR.

Foto-Geschenkartikel-Prints legen um über 100 % zu

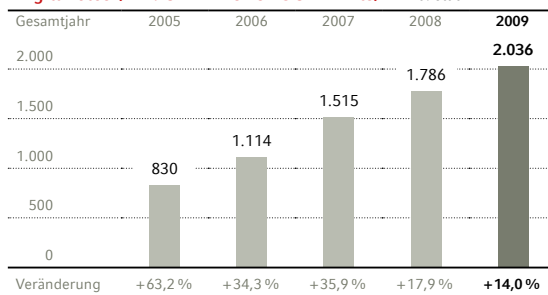
„Von Masse zu Klasse“ lässt sich auch an den Foto-Geschenkartikeln festmachen. In der Gesamtzahl der Fotos findet ein Wandel statt: von analogen Fotos von Filmen hin zu Digitalfotos auf Silber-Halogenid-Basis hin zu Digitalfotos als Mehrwertprodukte, z. B. CEWE FOTOBÜCHER und Foto-Geschenkartikel. Auch letztere haben sich im Jahr 2009 hervorragend entwickelt. Sowohl im vierten Quartal 2009 als auch auf das Gesamtjahr bezogen haben sich die Foto-Geschenkartikel-Prints um mehr als 100 % gesteigert.

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

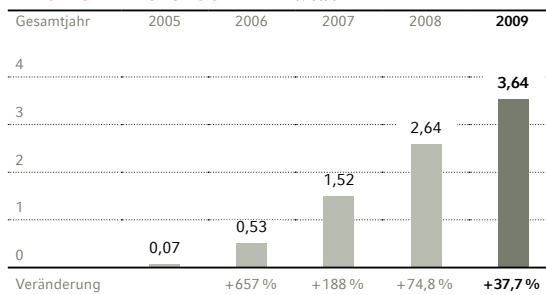
Die Bestellung von Digitalfotos über das Internet wuchs auch im Jahr 2009 erneut stark: Fast 1,1 Mrd. Digitalfotos (+25,9 % zum Vorjahr) bestellten Konsumenten über das Internet. 55 % dieser Konsumenten entschieden sich dabei für eine Abholung ihrer fertigen Aufträge im Ladengeschäft der von CEWE COLOR belieferten Händler. 45 % wählten die Zustellung per Post nach Hause.

IV. Quartal in Mio. Stück	2009	2008	Veränderung
Fotos gesamt	718,0	665,1	+8,0 %
– davon Digitalfotos	619,9	519,0	+19,4 %
– davon Fotos vom Film	98,1	146,1	-32,9 %
CEWE FOTOBUCH	1,38	1,04	+32,7 %

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



Anzahl CEWE FOTOBÜCHER in Mio. Stück



Digitalfoto-Bestellung über das Internet in Mio. Stück



Digitalfoto-Bestellung im Geschäft in Mio. Stück



Hinweis: Wenn in diesem Geschäftsbericht über Digitalfotos gesprochen wird, beinhaltet die Zahl immer CEWE FOTOBUCH-Prints sowie die Bilder der Foto-Geschenkartikel.

Umsatz

Umsatz im vierten Quartal erfolgreich gesteigert

Im vierten Quartal 2009 konnte der Umsatz von 120,7 Mio. Euro im Vorjahresquartal nominal um 5,5 % auf 127,4 Mio. Euro gesteigert werden. Aufgrund von anhaltenden Schwächen v. a. im Polnischen Zloty und im Britischen Pfund gegenüber dem Euro ist die Umsatzsteigerung vor Währungseffekten noch deutlicher ausgefallen: Währungsbereinigt lag der Umsatz des vierten Quartals bei 128,7 Mio. Euro und damit 6,6 % über dem Vorjahreswert – d. h. 1,1 Prozentpunkte über dem nominalen Umsatzwachstum. Fremdwährungseffekte waren also auch im Umsatz des vierten Quartals noch vorhanden, wenn auch nicht mehr so deutlich wie in den ersten drei Quartalen des Jahres 2009, deren Währungseffekte das Gesamtjahr deutlich zeichnen.

Gesamtjahresumsatzziel im Jahresverlauf präzisiert

Das zu Jahresbeginn 2009 veröffentlichte Umsatzziel für 2009 lag bei 420 bis 425 Mio. Euro. Als mit dem Abschluss des dritten Quartals bereits eine währungsbedingte Umsatzreduktion um ca. 18 Mio. Euro erkennbar war, wurde das nominale Umsatzziel auf 405 bis 410 Mio. Euro präzisiert – das währungsbereinigte Umsatzziel lag weiterhin bei 420 bis 425 Mio. Euro.

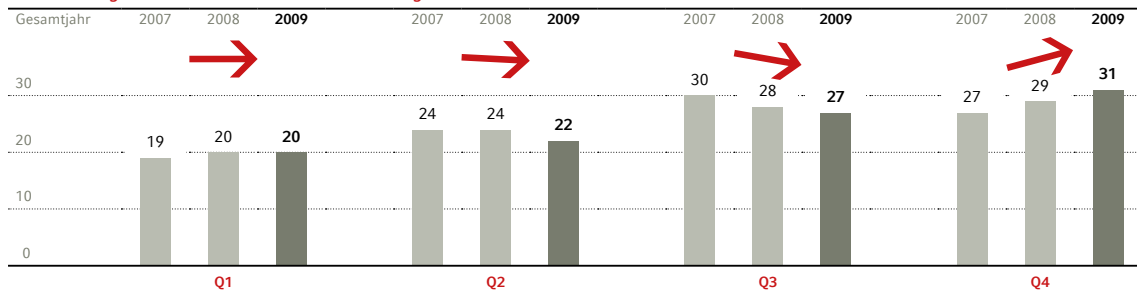
Währungsbereinigte Umsatzentwicklung 2009 übertrifft Zielwerte

Das währungsbereinigte Umsatzziel von 420 bis 425 Mio. Euro wurde klar übertroffen: Der Umsatz des Jahres 2009 lag bei 427,5 Mio. Euro (+1,8 % gegenüber dem Jahr 2008 i. H. v. 420,0 Mio. Euro). Dieser währungsbereinigte Umsatz wird durch Fremdwährungseffekte – vornehmlich aus Polen, aber auch aus Norwegen und Großbritannien – um 17,7 Mio. Euro auf einen nominalen Umsatz von 409,8 Mio. Euro vermindert. Damit wurde das im späteren Jahresverlauf erklärte nominale Umsatzziel von 405 bis 410 Mio. Euro voll erreicht.

Fotofinishing-Umsatzentwicklung mit geringen Währungseffekten

Die Entwicklung im Umsatz der Fotofinishing-Segmente (eine Definition dieser Bereiche findet sich im Abschnitt „Segmente“) war weniger von der Entwicklung der Währungen beeinflusst: Im vierten Quartal reduzierte sich der Umsatz um 1,0 Mio. Euro (davon 0,3 Mio. Euro aufgrund von Währungsveränderungen) auf 99,4 Mio. Euro. Im Gesamtjahr führte dies zu einem gegenüber dem Vorjahr um 8,1 Mio. Euro (davon 3,3 Mio. Euro durch Währungsveränderungen) verminderten Umsatz i. H. v. 316,3 Mio. Euro.

Entwicklung der CEWE-Umsatz-Saisonverteilung in % vom Umsatz

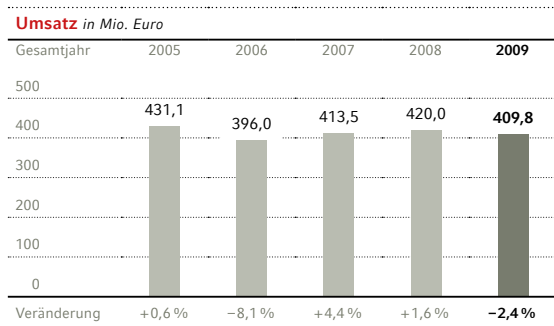


Einzelhandel-Umsatzentwicklung vor Währungseffekten sogar mit deutlichem Wachstum

Die bereits genannten Währungen haben den Einzelhandelsumsatz deutlich geprägt, besonders in den ersten drei Quartalen. Im vierten Quartal legte der Einzelhandelsumsatz um deutliche 38,1 % auf 28,0 Mio. Euro zu (währungsberichtigt sogar um 42,6 %). Im Gesamtjahr 2009 ist nominal ein Umsatzrückgang von 2,2 % auf 93,5 Mio. Euro angefallen. Währungsberichtigt betrachtet dreht sich diese Entwicklung jedoch in einen Umsatzgewinn von 12,8 % auf 107,8 Mio. Euro. Damit entfällt ein Währungseffekt im Umsatz von 14,3 Mio. Euro auf den Einzelhandel. Dies ist der größte Teil des beschriebenen Währungseffektes im Konzern i. H. v. 17,7 Mio. Euro.

Saisonerziehung auch im Umsatz

Die im Abschnitt „Absatz“ beschriebene Saisonerziehung findet sich auch im Umsatz wieder. Auf nominaler Basis sind im vierten Quartal 2009 31,2 % des Ganzjahresumsatzes 2009 angefallen. Im Jahr 2008 betrug dieser Anteil noch 28,7 %, im Jahr 2007 sogar nur 26,7 %. Das vierte Quartal gewinnt also an Bedeutung; im Absatz, im Umsatz und – wie im Abschnitt „Kosten und Ergebnisse“ zu lesen ist – noch mehr im Ergebnis.



IV. Quartal in Mio. Euro	2009	2008	Veränderung
Umsatz	127,4	120,7	+5,5 %

Kosten und Ergebnisse

Operative Ergebnisse im vierten Quartal nahezu verdoppelt

Die operativen Ergebnisse des vierten Quartals 2009 lagen sehr deutlich über denen des Vorjahres: Vor Restrukturierungen legte das EBIT um +77,7 % auf 15,6 Mio. Euro zu und das EBT steigerte sich um +82,9 % auf 15,2 Mio. Euro. Nach Restrukturierungen steigerte sich das EBIT um 90,5 % auf 15,7 Mio. Euro und das EBT um 96,9 % auf 15,2 Mio. Euro.

Operative Ergebnisse im Gesamtjahr steigen um ca. 50 %

Die sehr starken Ergebnisse des vierten Quartals haben auch die Gesamtjahresergebnisse signifikant gesteigert: Das EBIT vor Restrukturierungen stieg um 18,4 % auf 28,2 Mio. Euro und das EBT vor Restrukturierungen verzeichnete ein Plus von 18,9 % auf 26,3 Mio. Euro. Inklusive der Restrukturierungsaufwendungen konnte das EBIT sogar um 51,0 % auf 18,7 Mio. Euro und das EBT um 57,2 % auf 16,8 Mio. Euro zulegen.

Saisonverschiebung erfolgreich auf der Ergebnisebene angekommen

Wie in den Abschnitten „Absatz“ und „Umsatz“ beschrieben, war die Saisonverschiebung in den vergangenen Jahren bereits in der Verschiebung des Absatzvolumens sowie des Umsatzes in das jeweils vierte Quartal eines Jahres hinein zu beobachten. Die Ergebnisse hatten sich bis dato aufgrund höherer Kosten jedoch in den vierten Quartalen nicht in dem gleichen Maße gesteigert. Dies hat sich nun im Jahr 2009 geändert.

Vielzahl operativer Verbesserungen steigert Profitabilität im vierten Quartal

Die immer von CEWE COLOR als „Mehrwertprodukte“ betitelten CEWE FOTOBÜCHER und Foto-Geschenkartikel haben sich damit als wahre Mehr-Wert-Produkte erwiesen. Die Ursachen dafür sind vielfältiger Art, z. B.: Senkung des Materialaufwands durch Digitaldruck- statt Silber-Halogenid-Produktion, Erweiterung des Produktportfolios um margenstarke Produktelemente wie Designs und hochwertige CEWE FOTOBÜCHER, Reduktion der Produktionskosten durch weitere Industrialisierung und Auslastungssteigerung der CEWE FOTOBUCH-Produktion sowie Vermeidung von Personalüberkapazitäten durch genaue Saisonprognose und flexible Einsetzbarkeit. Zudem hat das Segment des Einzelhandels ein sehr positives Ergebnis erwirtschaftet, wie im Abschnitt „Segmente“ zu lesen ist.

In den folgenden Absätzen werden die Kostenpositionen der Gewinn- und Verlustrechnung diskutiert und auf die wichtigsten Effekte hingewiesen.

Digitaldruck senkt Materialaufwand, steigert Rohgewinn

Im vierten Quartal 2009 konnte der Materialaufwand von 38,3 % vom Umsatz im Vorjahresquartal auf 35,1 % vom Umsatz oder 44,7 Mio. Euro reduziert werden. Dadurch stieg die Rohmarge von 69,2 % vom Umsatz auf 71,5 % vom Umsatz bzw. auf ein Rohergebnis vom 91,1 Mio. Euro. Dieser Effekt hat auch die entsprechenden Werte des Gesamtjahres 2009 beeinflusst: Der Materialaufwand sank von 38,9 % vom Umsatz im Jahr 2008 auf 37,8 % vom Umsatz im Jahr 2009. Die Rohmarge steigerte sich von 68,0 % vom Umsatz auf 69,5 % vom Umsatz im Jahr 2009, so dass das Rohergebnis im Berichtsjahr 284,6 Mio. Euro betrug. Diese Entwicklung ist dadurch bedingt, dass Digitaldruck und andere Mehrwertprodukte oftmals weniger Material, aber mehr Personaleinsatz verlangen.

Personalintensität steigt leicht

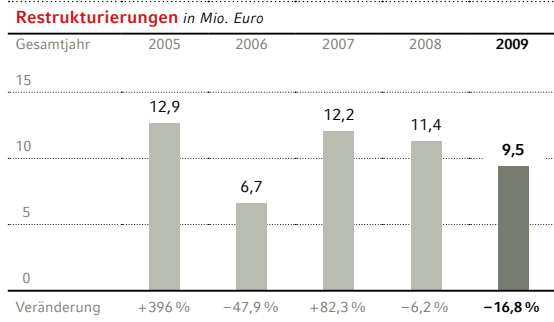
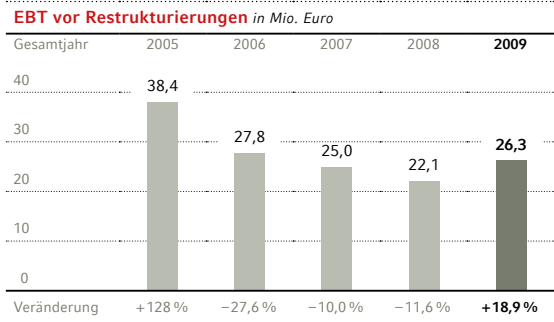
Inklusive der Restrukturierungsaufwendungen in den Personalkosten hat sich der Personalaufwand in Prozent vom Umsatz minimal erhöht: im vierten Quartal 2009 von 20,4 % vom Umsatz im Vorjahr auf 20,6 % vom Umsatz bzw. 26,3 Mio. Euro im vierten Quartal 2009. Gleiches ist im Gesamtjahr zu beobachten: von 2008 25,0 % vom Umsatz auf 25,6 % vom Umsatz bzw. 104,8 Mio. Euro im Jahr 2009. In den Werten für 2008 und 2009 ist jeweils etwa in der gleichen Höhe Restrukturierungsaufwand enthalten, so dass sich das Verhältnis zwischen den Jahren nicht ändert: Von 2008 auf 2009 steigt der Personalaufwand als Anteil vom Umsatz leicht an. Dies liegt daran, dass zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit z. B. im Marketing und in der Software-Entwicklung Personalkosten aufgebaut wurden.

Sonstige betriebliche Aufwendungen erfolgreich gesenkt

Im Gesamtjahr wurden die sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Vergleich zum Vorjahr um 3,9 Mio. Euro (3,1 %) auf 124,0 Mio. Euro reduziert. Vor Restrukturierungskosten – sozusagen „nachhaltig“ – betrug der Rückgang der sonstigen betrieblichen Aufwendungen sogar 4,7 Mio. Euro (davon im vierten Quartal 2009 nur 0,8 Mio. Euro). Der Rückgang der sonstigen betrieblichen Aufwendungen ist u. a. ein Ergebnis der erfolgten Restrukturierungen. Gegenläufig wirkt die notwendige Steigerung der Marketingaufwendungen zur Bewerbung des Markenartikels CEWE FOTOBUCH in TV, Print und Internet. Dies erfolgt stark aufgrund des Weihnachtsgeschäfts v. a. im vierten Quartal. Daher ist im vierten Quartal 2009 auch nur ein verhältnismäßig geringer Anteil der Aufwandsreduktion des Gesamtjahres angefallen.

Finanzergebnis auf Vorjahresniveau

Das Finanzergebnis war im Vergleich zum Vorjahr nahezu unverändert: Im vierten Quartal 2009 betrug der Aufwand 0,5 Mio. Euro und war damit identisch mit dem Vorjahresaufwand. Im Gesamtjahr erhöhte sich der Finanzaufwand von 1,7 Mio. Euro im Jahr 2008 auf 1,9 Mio. Euro. Dieser leichte Kostenanstieg ist nicht durch Mehrkosten der Finanzierung bedingt, sondern durch den Rückgang der Zinserträge aufgrund des gesunkenen Zinsniveaus.



Steuerquote durch Nicht-Anrechenbarkeit des Verlustes in Frankreich deutlich erhöht

Die Steuern vom Einkommen und Ertrag sind von 2,5 Mio. Euro im Jahr 2008 auf 9,2 Mio. Euro im Jahr 2009 stark gestiegen. Der Grund hierfür liegt im Wesentlichen in der Nicht-Anrechenbarkeit des restrukturierungsbedingten Verlustes in Frankreich mit Gewinnen in anderen Ländern. Die Ergebnissituation in Frankreich ist im Abschnitt „Segmente“ im Segment Westeuropa erläutert. Bezogen auf das EBT ergibt sich im Konzern dadurch eine Steuerquote von 55,2 %. Hätte der in Frankreich restrukturierungsbedingt angefallene Verlust von ca. 11 Mio. Euro nicht die übrigen Gewinne gemindert, so hätte sich das EBT auf ca. 27,8 Mio. Euro belaufen. Bezogen darauf hätte die Steuerquote bei einem durchaus zu erwartenden Wert von etwa 30 bis 35 % gelegen. Aussagen zu den Aussichten für das Geschäft in Frankreich sowie zu sonstigen Restrukturierungskosten finden sich im Kapitel „Ausblick“ am Ende des Lageberichts.

Sonstige Steuern leicht reduziert

Die sonstigen Steuern haben sich von 1,1 Mio. Euro im Vorjahr auf 0,8 Mio. Euro im Jahr 2009 reduziert. Wesentlicher Grund hierfür ist die Reduktion der taxe professionnelle in Frankreich aufgrund der Wandlung des Betriebes in Paris in ein Vertriebsbüro im ersten Quartal des Jahres 2009.

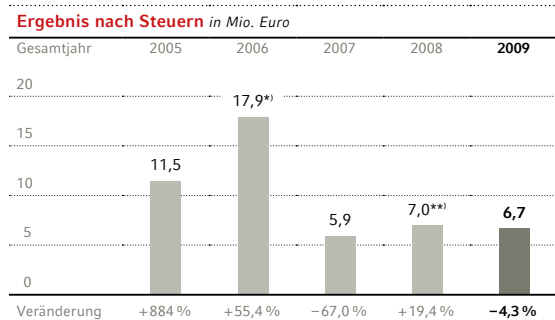
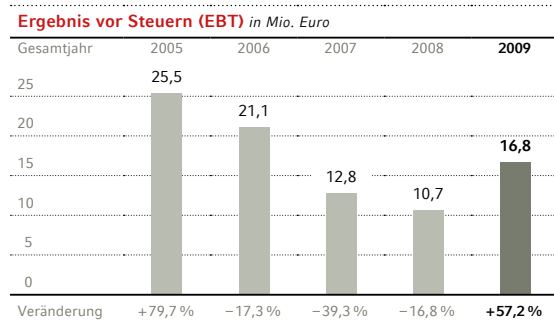
Ergebnis nach Steuern trotz großer Steuerlast fast konstant

Da das EBT wie dargestellt im Jahr 2009 um 6,1 Mio. Euro höher ausgefallen ist als im Jahr 2008 und sich auch die sonstigen Steuern um 0,3 Mio. Euro reduzierten, kann auch die mehr als Verdreifachung der Steuern vom Einkommen und Ertrag um 6,7 Mio. Euro – aufgrund der beschriebenen Nicht-Anrechenbarkeit der restrukturierungsbedingten Verluste in Frankreich – keine große Abweichung zum Vorjahr hervorrufen. Nach 7,0 Mio. Euro im Vorjahr beläuft sich das Nachsteuerergebnis des Jahres 2009 auf 6,7 Mio. Euro.

Ergebnis je Aktie entsprechend nahezu konstant

Das Ergebnis je Aktie betrug im vierten Quartal 2009 1,44 Euro je Aktie. Nach dem Ausgleich des in den ersten zwei Quartalen restrukturierungsbedingt angefallenen Verlustes verbleibt ein Jahresergebnis je Aktie i. H. v. 1,00 Euro je Aktie. Im Vorjahr betrug das Ergebnis je Aktie 1,02 Euro je Aktie.

IV. Quartal in Mio. Euro	2009	2008	Veränderung
EBT vor Restrukturierungen	15,2	8,3	+82,9 %
Restrukturierungen	0,0	0,6	-100 %
Ergebnis vor Steuern (EBT)	15,2	7,7	+96,9 %
Ergebnis nach Steuern	9,7	6,6	+48,6 %



^{*)} Ergebnis nach Steuern beeinflusst durch einmalige steuerliche Sondereffekte:
– Forderungsverzicht (2006 und 2008)
– Aktivierung des Körperschaftsteuerguthabens (2006)

^{**)} einmaliger Effekt durch Versicherungsleistung von 13,4 Mio. Euro

Segmente

Klare Gliederung der Segmente gemäß IFRS 8

CEWE COLOR berichtet in den vier Fotofinishing-Segmenten Zentraleuropa, Benelux, Westeuropa und Mittelosteuropa. Im fünften Segment werden die Einzelhandelsaktivitäten zusammengefasst.

Seit dem ersten Quartal 2009 ordnet CEWE COLOR die Umsätze der Produktkategorie zu, mit der der Umsatz erzielt wird: Umsatz mit Fotofinishing-Produkten – also Fotos von Filmen, Digitalfotos, CEWE FOTOBÜCHER, Fotokalender und -grußkarten sowie andere Foto-Geschenkartikel und personalisierte Produkte – werden den Fotofinishing-Segmenten zugeordnet. Umsatz mit Hardware, die ohne weitere Veredelung durchgehandelt wird – also beispielsweise Kameras und Kamerazubehör – wird dem Segment Einzelhandel zugeordnet.

Im vierten Quartal hat jedes Segment einen positiven Ergebnisbeitrag zum Konzernergebnis geliefert. Auf Gesamtjahresbasis 2009 haben alle Segmente einen positiven Beitrag erwirtschaftet bis auf Westeuropa. In Frankreich waren im Zuge der Restrukturierung des Betriebes in Paris im ersten Quartal 2009 nochmals operative Verluste und Restrukturierungsaufwendungen angefallen, die von den sonstigen positiven Erträgen der folgenden drei Quartale nicht kompensiert werden konnten.

Zentraleuropa: Saisonverschiebung stärkt Marge des vierten Quartals deutlich

Im Segment Zentraleuropa (Deutschland, Österreich, Schweiz, Skandinavien) fielen im Jahr 2009 51 % der Umsatzerlöse des Konzerns an.¹ Dies waren 207,7 Mio. Euro (2,1 % weniger als im Vorjahr). Der Umsatzanteil des vierten Quartals betrug 67,6 Mio. Euro (4,9 % weniger als im Vorjahr).

Darstellung der Sondereffekte aus Restrukturierungen und Forderungsverzicht in TEuro	2009	2008
Zentraleuropa		
Forderungsverzicht	0	-10.000
Restrukturierung	0	-9.819
Sondereffekte gesamt	0	-19.819
Westeuropa (Frankreich)		
Forderungsverzicht	0	10.000
Restrukturierung	-9.224	-1.489
Sondereffekte gesamt	-9.224	8.511
Mittelosteuropa		
Restrukturierung	-298	-135
Sondereffekte gesamt	-298	-135
Sondereffekte Konzern	-9.522	-11.443

¹ Umsatzangaben bei der Diskussion des Segmentberichts beziehen sich aus Vereinfachungsgründen – wenn nicht anders erwähnt – auf den nominalen Umsatz, also nicht bereinigt um Währungseffekte.

Umsatzentwicklung nach Segmenten in Mio. Euro	2009	2008	Veränderung
Fotofinishing – Zentraleuropa	207,7	212,2	-2,1 %
Fotofinishing – Westeuropa	45,6	43,8	+3,9 %
Fotofinishing – Benelux ^{*)}	34,6	34,7	-0,3 %
Fotofinishing – Mittelosteuropa ^{*)}	28,6	33,7	-15,3 %
Einzelhandel	93,5	95,5	-2,2 %
Konzern	409,8	420,0	-2,4 %

^{*)} keine Produktionsbetriebe, nur Vertriebsniederlassungen

Sehr erfreulich hat sich die Profitabilität in Zentraleuropa entwickelt. Dies ist darauf zurückzuführen, dass Zentraleuropa bei den Umsätzen mit Mehrwertprodukten als fortgeschrittener Markt vor vielen anderen Märkten rangiert. Besonders ist dieser Effekt im Rahmen der Saisonverschiebung in das vierte Quartal zu Buche geschlagen: Die EBT-Marge im vierten Quartal hat sich von 12,8 % im Vorjahr auf 19,5 % vom Umsatz gesteigert. Dies bedeutet ein EBT von 13,2 Mio. Euro. Im Gesamtjahr hat sich damit die EBT-Marge von 6,9 % vom Umsatz im Vorjahr auf 12,0 % vom Umsatz verbessert. Dies ist jedoch zurückzuführen auf die im Vorjahr angefallenen Restrukturierungskosten i. H. v. 9,8 Mio. Euro, so dass beim EBT vor Restrukturierungen ein Anstieg von 0,5 Mio. Euro (+2,1 %) verbleibt, der die Marge leicht von 11,5 % vom Umsatz im Jahr 2008 auf 12,0 % vom Umsatz im Jahr 2009 verbessert. Zentraleuropa bleibt damit Hauptumsatzträger und -ertragsbringer.

Auch Benelux steigert Umsatz und Ergebnis im vierten Quartal

Auch in Benelux konnte das vierte Quartal 2009 überzeugen: Der Umsatz legte um 3,9 % auf 8,4 Mio. Euro zu. Auf diesen Umsatz wurde obendrein eine gesteigerte EBT-Marge erwirtschaftet: 6,4 % vom Umsatz statt 4,0 % im Vorjahresquartal. Somit konnte das EBT vom Vorjahresquartal um 66,7 % auf 0,5 Mio. Euro zulegen. Mit diesem guten Ergebnis des vierten Quartals wurde der Rückstand, der in den ersten drei Quartalen des Jahres 2009 gegenüber dem Vorjahreszeitraum aufgrund von z. B. erhöhten Marketing-Kosten aufgelaufen war, wieder wettgemacht: In Benelux wurde im Gesamtjahr 2009 mit 4,3 % vom Umsatz die gleiche EBT-Marge wie im Vorjahr erzielt. Bei fast konstantem Umsatz von 34,6 Mio. Euro im Jahr 2009 (2008: 34,7 Mio. Euro) wurde nach Rundung mit 1,5 Mio. Euro das gleiche Ergebnis erwirtschaftet.

Westeuropa bestätigt Turnaround: EBT im vierten Quartal um 2,0 Mio. Euro gesteigert

Das Segment Westeuropa setzt sich aus Frankreich und Großbritannien zusammen, wobei Frankreich volumenbedingt den größeren Einfluss auf die Segmentergebnisse hat.

Im vierten Quartal hat der Umsatz in Westeuropa um erfreuliche 23,1 % gegenüber dem Vorjahresquartal zulegen können – währungsbereinigt sogar noch mehr (25,4 %). Die EBT-Marge hat im vierten Quartal 3,3 % vom Umsatz betragen, nach einem Verlust auch vor Restrukturierungen von -14,4 % EBT-Marge vom Umsatz im vierten Quartal 2008. Somit hat sich das EBT von -1,6 Mio. Euro vor Restrukturierungen im vierten Quartal 2008 auf ein positives EBT von 0,4 Mio. Euro im vierten Quartal 2009 (viertes Quartal 2009 ohne Restrukturierungsaufwendungen in Westeuropa) gedreht – eine Verbesserung um 2,0 Mio. Euro. Damit bestätigt sich der Turnaround, der bereits im dritten Quartal 2009 erkennbar war.

Auch auf das Gesamtjahr bezogen ist eine positive Entwicklung abzulesen: Trotz des noch sehr schwierigen ersten Halbjahres hat der Umsatz um 3,9 % im Vergleich zum Vorjahr zulegen können. Das EBT vor Restrukturierungen hat sich – auch dank des zweiten Halbjahres – von -5,6 Mio. Euro im Jahr 2008 auf -2,1 Mio. Euro um 3,5 Mio. Euro deutlich verbessern können.

Das zweite Halbjahr hat also gezeigt, dass die Weichen in Richtung eines positiven Gesamtjahresergebnisses gestellt worden sind.

Auch Mittelosteuropa steigert Umsatzrendite im vierten Quartal

Im Segment Mittelosteuropa sind die Labore und Aktivitäten in Polen, Tschechien, der Slowakei und Ungarn sowie die vertrieblichen Aktivitäten in weiteren ost- und südosteuropäischen Ländern zusammengefasst.

Im vierten Quartal 2009 war der Umsatz in Mittelosteuropa nominal um 4,2 % rückläufig, aber währungsbereinigt mit einem Rückgang um 0,6 % fast konstant. Die Umsatzrendite auf Basis des EBT vor Restrukturierungen konnte von 1,9 % vom Umsatz auf 2,4 % vom Umsatz zulegen. Dieser Profitabilitätsanstieg konnte die nominale Reduktion im Umsatz ausgleichen: Das EBT vor Restrukturierungen lag trotz des nominalen Umsatzrückganges im vierten Quartal 2009 mit 0,2 Mio. Euro um 17,3 % höher als im Vorjahresquartal. Das EBT nach Restrukturierungen (2008: 135 TEuro, 2009: 0 Euro) lag im vierten Quartal 2008 bei nur 67 TEuro. Hier ist also eine Steigerung um sogar 254 % festzustellen.

Konnte die auch in Mittelosteuropa festzustellende Saisonverschiebung den Umsatz im vierten Quartal wenigstens vor Währungseffekten – wie dargestellt – konstant halten, so hat auf Gesamtjahresbasis die bereits in den vorhergehenden Quartalsberichten des Jahres 2009 beschriebene zu beobachtende Konsumentenzurückhaltung zu einer deutlichen Umsatzreduktion von nominal 15,3 % und währungsbereinigt 8,6 % geführt. Aufgrund z. B. der Fixkostenremanenz sowie der Bottom-Line-Effekte der Währungsveränderung (der Einkauf vieler Materialien in Euro wird damit relativ teurer) hat sich auch die Profitabilität im EBT vor Restrukturierungen von 4,5 % vom Umsatz im Vorjahr auf 1,2 % vom Umsatz im Jahr 2009 reduziert. In absoluten Werten hat sich das EBT vor Restrukturierungen damit von 1,5 Mio. Euro im Vorjahr auf 0,3 Mio. Euro verändert. Von dieser Differenz von 1,2 Mio. Euro sind bereits 1,0 Mio. Euro im ersten Quartal 2009 angefallen. In den übrigen drei Quartalen ist also gegenüber dem Vorjahr nur noch ein Rückstand von 0,2 Mio. Euro im EBT vor Restrukturierungen aufgelaufen. Die im ersten Quartal 2009 vorgenommene Restrukturierung des Betriebes in Teplice (Tschechien) hat sich demzufolge erkennbar ergebnisverbessernd ausgewirkt.

Umsatz mit externen Dritten <i>in Mio. Euro</i>	2009	2008	Veränderung
Summe Fotofinishing	316,3	324,4	-2,5 %
Einzelhandel	93,5	95,6	-2,2 %
Gesamt	409,8	420,0	-2,4 %

Eigener Einzelhandel mit wichtigen Funktionen

CEWE COLOR betreibt in Polen, Tschechien, der Slowakei sowie Norwegen und Schweden Einzelhandelsketten mit angeschlossenem Internet-Handel (Marken Fotojoker, Fotolab, Japan Photo). Dieser Einzelhandel erfüllt für CEWE COLOR wichtige Funktionen: Erstens ist er – gerade in Mitteleuropa – wichtige Vertriebs-schiene für CEWE COLOR Laborleistungen. Die entsprechenden Umsätze und Erträge werden in den Fotofinishing-Segmenten gezeigt. Zweitens hat CEWE COLOR die Möglichkeit, neue Vermarktungsstrategien für digitale Mehrwertprodukte – allen voran das CEWE FOTOBUCH – im Internet wie in Ladengeschäften unmittelbar zu testen und so das grundsätzliche Branchenwissen zu dieser neuen Aufgabe weiterzuentwickeln. Drittens kann dieses Wissen dann an die Handelspartner weitergegeben werden. Für diese Wissensvermittlung liefert der CEWE COLOR Einzelhandel wichtige Beispielfälle.

Einzelhandel mit gestärkter Profitabilität und EBT-Beitrag von 1,6 Mio. Euro

Im Gesamtjahr 2009 ist im Einzelhandel der mit Abstand größte Fremdwährungseffekt im Konzern angefallen. Bereinigt um diesen Währungseffekt hat der Umsatz um 12,8 % auf 107,8 Mio. Euro deutlich zugelegt. Aufgrund der Wechselkursschwächen, die z. B. die Norwegische Krone sowie der Polnische Zloty erlitten haben, ist auf nominaler Basis sogar ein kleiner Umsatzrückgang um 2,2 % auf 93,5 Mio. Euro festzustellen. Erfreulicherweise hat sich die Profitabilität und damit auch das absolute EBT (trotz des gesunkenen nominalen Umsatzes) deutlich verbessert: Nach 0,3 Mio. Euro (0,3 % vom Umsatz) im Jahr 2008 wurden im Jahr 2009 1,7 Mio. Euro (1,8 % vom Umsatz) erzielt.

Auch das vierte Quartal 2009 zeigt eine sehr positive Entwicklung: Der Umsatz konnte sich nominal um +38,1 % im Vergleich zum Vorjahresquartal auf 28,0 Mio. Euro steigern. Auch im vierten Quartal 2009 war noch ein Währungseffekt im Vergleich zum Vorjahr festzustellen. Bereinigt um diesen Effekt hat der Umsatz sogar leicht mehr zugelegt, um 42,6 % auf 28,9 Mio. Euro. Die im vierten Quartal im Einzelhandel schon immer gegenüber den übrigen Quartalen überlegene Profitabilität – dem Weihnachtsgeschäft mit einem stärkeren Anteil höhermargigen Zubehörgeschäfts angemessen – konnte im Jahr 2009 sogar nochmal gesteigert werden, nach 1,6 % vom Umsatz im Vorjahresquartal auf 2,9 % vom Umsatz im vierten Quartal 2009. Absolut bedeutet dies einen Anstieg von 0,3 Mio. Euro auf 0,8 Mio. Euro.

Während 2008 also der gesamte Jahresgewinn des Einzelhandels im vierten Quartal angefallen war (0,3 Mio. Euro im vierten Quartal von 0,3 Mio. Euro im Gesamtjahr), konnten im Jahr 2009 auch die ersten drei Quartale in Summe positive Ergebnisse liefern. Die alleinige Abhängigkeit vom vierten Quartal wurde also im Einzelhandel im Jahr 2009 sogar deutlich reduziert.

Ergebnis vor Steuern und Restrukturierungen nach Segmenten 2009 in Mio. Euro	Zentral-europa	Benelux	West-europa	Mittel-osteuropa	Summe Fotofinishing	Einzelhandel	CEWE COLOR Konzern
Segmentergebnis vor Steuern (EBT)	24,9	1,5	-11,3	0,1	15,1	1,6	16,8
Bereinigung um Restrukturierungsaufwand	0,0	0,0	9,2	0,3	9,5	0,0	9,5
EBT vor Restrukturierung	24,9	1,5	-2,1	0,4	24,6	1,6	26,3

Ergebnis vor Steuern und Restrukturierungen nach Segmenten 2008 in Mio. Euro	Zentral-europa	Benelux	West-europa	Mittel-osteuropa	Summe Fotofinishing	Einzelhandel	CEWE COLOR Konzern
Segmentergebnis vor Steuern (EBT)	14,5	1,5	-7,1	1,4	10,3	0,3	10,7
Bereinigung um Restrukturierungsaufwand	9,8	0,0	1,5	0,1	11,4	0,0	11,4
EBT vor Restrukturierung	24,4	1,5	-5,6	1,5	21,8	0,3	22,1

Bilanz und Finanzierung

Im Laufe des vierten Quartals 2009 (d. h. im Vergleich der Bilanzen vom 30. September 2009 und zum 31. Dezember 2009) sowie im Laufe des Gesamtjahres 2009 (d. h. im Vergleich der Bilanzen vom 31. Dezember 2008 und zum 31. Dezember 2009) sind größtenteils gleichgerichtete Änderungen erfolgt, so dass diese im Folgenden gemeinsam diskutiert werden können.

Bilanzverlängerung durch weitgehend nicht anhaltende Effekte

Die Bilanzsumme hat sich auf 268,6 Mio. Euro leicht erhöht – im Jahresverlauf um 2,5 % oder 6,6 Mio. Euro bzw. im vierten Quartal um 3,0 % oder 7,8 Mio. Euro. Dieser Effekt setzt sich zusammen aus einer Senkung des langfristigen Vermögens, die von einer Erhöhung des kurzfristigen Vermögens überkompensiert wird. Vor allem der Vorratsanstieg um 15,5 Mio. Euro im Jahresverlauf 2009 bzw. um 7,9 Mio. Euro im vierten Quartal 2009 ist dabei jedoch von vorübergehender Natur – wie im Folgenden dargestellt wird.

Weiterhin signifikante Abschreibungen bei reduzierten Investitionen mindern Sachanlagen

Nach hohen Investitionen von etwa 35 Mio. Euro pro Jahr für die Phase der Analog-Digital-Transformation waren die Investitionen bereits im Jahr 2008 auf 33,3 Mio. Euro reduziert und konnten auch in 2009 weiter auf 27,4 Mio. Euro reduziert werden. Da die Höhe der Abschreibungen noch durch die relativ hohen Investitionen der Transformationsjahre bedingt sind, reduzieren diese das Anlagevermögen deutlich: Im vierten Quartal fielen hier Abschreibungen i. H. v. 9,8 Mio. Euro an; im Gesamtjahr 2009 betrugen diese 37,2 Mio. Euro. Demgegenüber waren im vierten Quartal im Anlagevermögen Investitionen nur i. H. v. 4,5 Mio. Euro verbucht worden; im Gesamtjahr 2009 betrugen diese nur 27,4 Mio. Euro. Zusätzlich erfolgte im ersten Quartal 2009 die Umgliederung von Liegenschaften in Tschechien in die Position „zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte“. In Summe ergibt sich so eine Reduktion der Sachanlagen i. H. v. 3,9 Mio. Euro im vierten Quartal bzw. 8,7 Mio. Euro im Gesamtjahr.

Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien durch Liegenschaft Berlin gesteigert

Im Laufe des vierten Quartals 2009 wurde die zum Verkauf stehende Immobilie in Berlin dauerhaft vermietet und aus diesem Grund aus den „zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten“ im kurzfristigen Vermögen in die langfristige Position „als Finanzinvestition gehaltene Immobilien“ umgebucht. Dadurch erhöhte sich diese im vierten Quartal 2009 um 1,8 Mio. Euro. Im Gesamtjahr ist eine Erhöhung um 2,1 Mio. Euro erfolgt. Grundsätzlich verfolgt CEWE COLOR die Intention, keine Immobilien als Finanzinvestitionen zu halten. Wenn jedoch – wie in der gegenwärtigen Marktlage – aus langfristiger Sicht nur unzureichende Verkaufspreise zu erzielen sind, wird die Immobilie nicht um jeden Preis verkauft, sondern einstweilen mit Mieteinnahmen gehalten.

Bei den Geschäfts- und Firmenwerten erfolgte keine Veränderung.

Immaterielle Vermögenswerte

Die immateriellen Vermögenswerte reduzierten sich auf 18,5 Mio. Euro zum 31. Dezember 2009 – im Jahresverlauf um 4,0 Mio. Euro, davon 1,5 Mio. Euro im vierten Quartal. Dieser Rückgang erfolgte größtenteils aufgrund der regelmäßig anfallenden Abschreibungen, z. B. für in den vergangenen Jahren erworbene Kundenstämme.

Langfristiges Vermögen nachhaltig reduziert

Alle weiteren Positionen der langfristigen Vermögenswerte zeigen keine wesentlichen Veränderungen. In Summe hat sich durch die beschriebenen Veränderungen das langfristige Vermögen auf 129,7 Mio. Euro reduziert. Dies bedeutet eine Reduktion um 11,5 Mio. Euro im Jahresverlauf 2009, davon 4,0 Mio. Euro im vierten Quartal. Diese Beiträge zur Reduktion des eingesetzten Kapitals (Capital Employed) sind anhaltend.

Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte reduziert

Die Veränderungen der „zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte“ wurden bereits begründet: Im vierten Quartal 2009 wurde die Liegenschaft in Berlin hier herausgebucht. Dies reduzierte diese Position um 2,6 Mio. Euro. Im ersten Quartal waren die Liegenschaften in Tschechien als Folge der dort erfolgten Restrukturierung gegenläufig in diese Position hineingebucht worden, so dass sich im Gesamtjahr 2009 die „zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte“ um 0,8 Mio. Euro auf 2,0 Mio. Euro reduzierten.

Vorübergehende Steigerung der Vorräte

Die Vorräte haben sich zum Jahresende auf 52,3 Mio. Euro gesteigert – ein Zuwachs von 15,5 Mio. Euro im Gesamtjahr 2009, davon 7,9 Mio. Euro im vierten Quartal. Der Grund hierfür liegt in teilweise vorübergehenden Sondereffekten bei den Einzelhandelsvorräten sowie beim Papier für Sofortdrucker in Ladengeschäften.

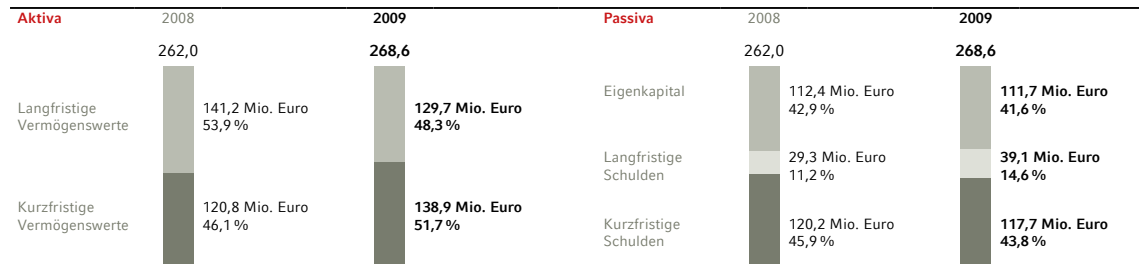
Zu den Einzelhandelsvorräten: Im Bericht zum dritten Quartal 2009 ist bereits erwähnt worden, dass ein wesentlicher Lieferant für das profitable Geschäft mit höherwertigem Digitalkamerazubehör aufgebaut wurde. Nach dem Weihnachtsgeschäft sollen im Gegenzug verschiedene kleinere Lieferanten ausgelistet werden. Dieser Plan wird weiterhin verfolgt und dies begründet einen Teil der Lagerausweitung. Zusätzlich wurde beim Einzelhandel ein weiteres Zentrallager in Skandinavien eingerichtet. Um im wichtigen Weihnachtsgeschäft die relevanten Waren immer verfügbar zu haben, wurden im Rahmen der Umstellung etwas erhöhte Bestände in Kauf genommen. Die im Abschnitt „Segmente“ beschriebenen Ergebnisse des Einzelhandels zeigen den dadurch in diesem Quartal erzielten Erfolg.

Zu den Papiervorräten für Sofortdrucker in Ladengeschäften: Ebenfalls ist im Bericht zum dritten Quartal 2009 bereits auf einen erhöhten Bestand an Papier für Sofortdrucker verwiesen worden. Dieser war damals eingegangen worden, um Supply-Chain-Schwierigkeiten in der Lieferung aus Japan abzufedern. Diese sind inzwischen weitgehend behoben. Im vierten Quartal musste nochmal ein erhöhter Bestand in Kauf genommen werden, da eine Umstellung der Papiersorte erfolgte und für eine Übergangsperiode verschiedene Papiersorten vorrätig sein mussten.

Kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gesteigert, auch wegen niedriger Ausgangsbasis

Die kurzfristigen Forderungen legten ebenfalls erheblich auf 66,5 Mio. Euro zu: im Jahresverlauf 2009 um 12,2 Mio. Euro, davon 10,7 Mio. Euro im vierten Quartal. Dieser Anstieg ist in beiden Zeiträumen jeweils etwa zur Hälfte ein anhaltender Effekt und zur anderen Hälfte ein vorübergehender Effekt. Der anhaltende Effekt: Durch die Saisonverschiebung wird – wie im Abschnitt „Umsatz“ dargelegt – erheblich mehr Umsatz im vierten Quartal erzielt als zuvor. Zum Ende des Dezembers spiegelt sich dieser Effekt in punktuell höheren Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wider. Der Zahlungseingang erfolgt dann im folgenden Jahr.

Bilanzdaten in Mio. Euro und in %



Dieser Effekt ist eine anhaltende Veränderung. Ceteris paribus sollten die Forderungen in Lieferungen und Leistungen in den anderen Quartalen, in denen nun weniger Umsatz erzielt wird, wieder sinken. Der vorübergehende Effekt: Zu beiden Ausgangszeitpunkten (31. Dezember 2008 für das Gesamtjahr 2009 sowie 30. September 2009 für das vierte Quartal 2009) war die Situation aufgetreten, dass in dieser Forderungsposition Schulden des CEWE COLOR Konzerns gegenüber Kunden – resultierend aus noch nicht gezahlten Bonusforderungen – als negative Positionen enthalten waren und so die Ausgangsbasen zu Beginn der betrachteten Zeiträume im Vergleich zum jeweiligen Vorjahreszeitpunkt niedrig waren. Zum Jahresende 2009 waren keine solchen Schulden des CEWE COLOR Konzerns in dieser Position enthalten.

Kurzfristige Forderungen aus Ertragsteuererstattungen um etwa 81 % gesenkt

Die kurzfristigen Forderungen aus Ertragsteuererstattungen beliefen sich zum Jahresende 2009 auf 1,1 Mio. Euro. Dies entspricht gegenüber dem Vorjahr einer Reduktion von 4,7 Mio. Euro, davon 3,1 Mio. Euro im vierten Quartal. Diese nennenswerte Veränderung ergibt sich aus durchgeführten Steuerveranlagungen in verschiedenen Ländern mit jeweils einem gleichgerichteten Effekt. Ein wesentlicher Teil dieser Reduktion stammt aus der Rückerstattung von vorausgezahlten Ertragsteuern (3,0 Mio. Euro), die sich im Inland aufgrund des noch im Jahr 2008 ausgesprochenen Forderungsverzichts gegenüber der CEWE COLOR S. A. S., Paris, Frankreich, ergab. Die übrige Verringerung im Ausland resultierte aus einzelnen Effekten, die für sich genommen unwesentlich waren.

Kurzfristiges Vermögen im Wesentlichen vorübergehend gesteigert

Die bereits diskutierten Veränderungen haben in Summe die kurzfristigen Vermögenswerte im Jahresverlauf 2009 um 18,1 Mio. gesteigert, davon 11,9 Mio. Euro im vierten Quartal.

Operatives Netto-Working Capital zum Vorjahr noch erhöht, im vierten Quartal 2009 reduziert

Das operative Netto-Working Capital ist definiert als die Summe der bereits besprochenen Vorräte und der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzüglich der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen. Letztere wurden im Verlauf des Jahres 2009 aufgrund des durch die Saisonverschiebung geänderten Einkaufsverhaltens um 9,6 Mio. Euro erhöht, im Verlauf des vierten Quartals sogar um 21,2 Mio. Euro. Inklusive dieser Veränderung hat sich das operative Netto-Working Capital in Summe im Jahresverlauf um 18,1 Mio. Euro auf 45,6 Mio. Euro erhöht. Im vierten Quartal hat sich das operative Netto-Working Capital um 2,6 Mio. Euro gesenkt. Verbindlichkeiten und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen haben sich dabei der Saisonverschiebung entsprechend erwartungsgemäß entwickelt. Bei den Vorräten ist die beschriebene Sonderentwicklung zu beobachten.

Eigenkapitalquote i. H. v. 41,6 % weiterhin sehr stabil

Das Eigenkapital lag zum Jahresende 2009 i. H. v. 111,7 Mio. Euro etwa auf der gleichen Höhe wie am Vorjahresende (112,4 Mio. Euro). Die wesentlichen Änderungen haben sich im Jahresverlauf also fast genau ausgeglichen. Dies waren eigenkapitalerhöhend die Buchung des Nachsteuerergebnisses i. H. v. 6,7 Mio. Euro sowie eigenkapitalenkend die Ausschüttung der Dividende i. H. v. 6,8 Mio. Euro, die im Sommer 2009 für das Geschäftsjahr 2008 vollzogen wurde. Die in 2009 letztmals angefallenen hohen Analog-Digital-transformationsbedingten Restrukturierungen i. H. v. 9,5 Mio. Euro wurden also zusätzlich zur Dividendenzahlung vom im Jahr 2009 erwirtschafteten Gewinn getragen. Aufgrund der beschriebenen leichten Bilanzverlängerung hat sich daher die Eigenkapitalquote von 42,9 % auf 41,6 % leicht verändert auf starkem Niveau gehalten. Im Verlauf des vierten Quartals legte das Eigenkapital aufgrund des starken Quartalsergebnisses um 9,5 Mio. Euro zu.

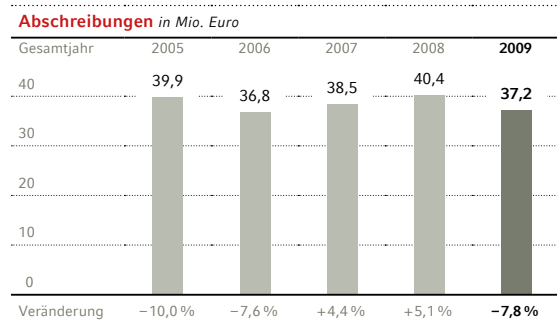
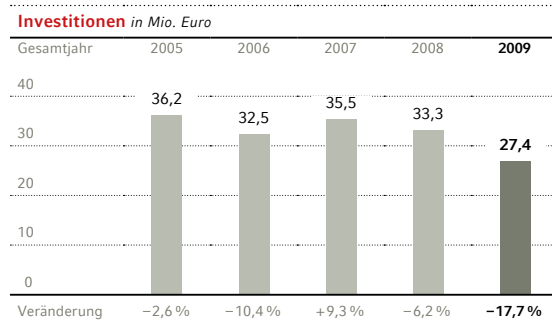
Finanzierung langfristig gesichert

In den Quartalsberichten des Jahres 2009 wurde über den Fortschritt der Finanzierungsgespräche berichtet. Im Bericht zum dritten Quartal 2009 war bereits die Verbuchung der neuen Kreditverträge in der Bilanz sichtbar. Gleiches ist beim Vergleich der Bilanzen zum 31. Dezember 2008 und zum 31. Dezember 2009 erkennbar: Die Brutto-Finanzschulden als die Summe von kurzfristigen und langfristigen Finanzschulden hat sich im Jahresverlauf wenig verändert und von 35,3 Mio. Euro auf 32,5 Mio. Euro leicht reduziert. Entscheidend im Jahresverlauf ist aber die Umwälzung in der Aufteilung zwischen kurzfristigen und langfristigen Finanzschulden: Die kurzfristigen wurden um 14,3 Mio. Euro zurückgefahren, während die langfristigen um 11,6 Mio. Euro gesteigert wurden. Hier spiegeln sich die turnusgemäß im Sommer 2009 erfolgten Neuverhandlungen der Kreditlinien wider. Dadurch wurden die langfristigen Linien deutlich ausgebaut. Sicherheitshalber wurde auch die Gesamthöhe der Linien von 73,3 auf 93,1 Mio. Euro gesteigert. Auch zum Jahresende 2009 kann in aller Klarheit festgestellt werden: Die Finanzierung von CEWE COLOR ist sehr sicher.

Starkes Schlussquartal erlaubt Reduktion der Fremdfinanzierung

Im vierten Quartal wurde die Finanzierung aufgrund der hohen Mittelzuflüsse durch die positiven Ergebnisse sowie durch Veränderungen in diversen Bilanzpositionen reduziert. Näheres dazu findet sich im Abschnitt „Cash Flow“ auf Seite 40 dieses Berichts. Die kurzfristigen Finanzschulden wurden um 12,6 Mio. Euro und die langfristigen Finanzschulden um 8,1 Mio. Euro zurückgefahren.

Des Weiteren haben sich in den Schulden Änderungen nur in der Position der kurzfristigen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen ergeben, die bereits bei der Diskussion des Working Capitals aufgegriffen worden sind.



Cash Flow

Free-Cash Flow um 8,9 Mio. Euro erhöht

Der Free-Cash Flow ist die Summe aus dem Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit und dem Cash Flow aus Investitionstätigkeit. Nachdem im Jahr 2008 ein Free-Cash Flow von 1,0 Mio. Euro erzielt wurde, konnte im Jahr 2009 ein Free-Cash Flow von 9,9 Mio. Euro (+895,6 %) erreicht werden.

Cash Flow aus der „betrieblichen“ Tätigkeit legt 5 % zu

Der Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit legt dabei um 1,7 Mio. Euro (+5 %) von 34,8 Mio. Euro auf 36,5 Mio. Euro im Jahr 2009 zu. Dieser Anstieg wird getragen von einer Ergebnisverbesserung, z. B. 6,3 Mio. Euro Mehrergebnis im Jahr 2009 (18,7 Mio. Euro) gegenüber dem Vorjahr (12,4 Mio. Euro) auf EBIT-Ebene. Die beschriebene Erhöhung des operativen Working Capitals schwächte den Cash Flow: Nach einem positiven Cash Flow-Beitrag aus Veränderungen des operativen Working Capitals im Jahr 2008 (+2,7 Mio. Euro) schlug 2009 hieraus ein negativer Cash Flow-Beitrag von 18,1 Mio. Euro zu Buche, ein Gesamtnachteil aus operativem Working Capital im Jahr 2009 gegenüber 2008 also i. H. v. 20,8 Mio. Euro im Cash Flow. Dies wurde jedoch durch Veränderungen im sonstigen Working Capital wieder aufgefangen: Während im Jahr 2008 Veränderungen im sonstigen Working Capital i. H. v. 18,9 Mio. Euro negativ zum Cash Flow beigetragen haben, waren sie im Jahr 2009 per Saldo ohne Cash Flow-Wirkung. Hintergrund waren z. B. hohe geleistete Steuervorauszahlungen des Jahres 2008, die in 2009 liquiditätswirksam vereinnahmt werden konnten. Ebenso waren zum Jahresende 2009 in mehreren Ländern weniger Umsatzsteuerforderungen als noch zum Jahresende 2008 zu verbuchen. Zusätzlich sorgte die Saisonverschiebung in das vierte Quartal tendenziell für eine Erhöhung der Umsatzsteuerverbindlichkeiten mit entsprechend positiver Cash Flow-Wirkung.

Investitionen erneut wie angekündigt um 17,7 % reduziert

Die großen finanziellen Belastungen der Analog-Digital-Transformation bestanden nicht nur aus den Restrukturierungsaufwendungen, die im Abschnitt „Kosten und Ergebnisse“ analysiert worden sind. Darüber hinaus waren hohe Investitionen für die digitale Erstausrüstung der Labore notwendig: Von 2003 bis 2007 lagen diese Investitionen – bis auf eine Ausnahme – immer höher als 35 Mio. Euro, 2003 sogar höher als 40 Mio. Euro. 2008 war bereits ein reduziertes Investitionsvolumen von 33,3 Mio. Euro erreicht worden. Mit einem Cash Flow aus Investitionstätigkeit i. H. v. 27,4 Mio. Euro im Jahr 2009 wurde dieser nochmals erfolgreich um 17,7 % zurückgefahren. Abzüglich geringer Mittelzuflüsse aus Desinvestments (2009: 0,9 Mio. Euro, 2008: 4,2 Mio. Euro) sowie zuzüglich der Investitionen für Akquisitionen (2009: 0,0 Mio. Euro, 2008: 4,6 Mio. Euro) ergibt sich für 2009 ein gesamter Cash Flow aus Investitionstätigkeit von 26,6 Mio. Euro – eine Reduktion um 7,2 Mio. Euro nach 33,8 Mio. Euro im Vorjahr.

Investitionsschwerpunkt in Produktion und DigiFoto-Maker-Bestellwege

Von den genannten 27,4 Mio. Euro Cash Flow aus Investitionstätigkeit wurden etwa 9,9 Mio. Euro für technische Anlagen und Maschinen investiert sowie etwa 8,6 Mio. Euro in andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung. Unter die erstgenannte Position fallen Produktionseinrichtungen sowie die entsprechende IT-Ausrüstung. In beiden Positionen sind die DigiFoto-Maker mit Vor-Ort-Drucker sowie die zugehörigen Shopteile als Investitionsziel zu nennen. Etwa 4 Mio. Euro flossen in gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte. Darunter fallen sowohl selbst-erstellte als auch erworbene Software wie auch Kundenstämme und Markenrechte. Weitere ca. 4 Mio. Euro des Mittelabflusses entstanden durch die Erweiterungsinvestition am Standort München.

Von den 27,4 Mio. Euro Investitionen des Jahres 2009 sind 4,4 Mio. Euro im vierten Quartal angefallen.

UNTERNEHMENSFUNKTIONEN

Marketing und Vertrieb

CEWE FOTOBUCH als Markenartikel

Um sich von anonymen Angeboten im Internet und stationären Handel zu differenzieren, bietet CEWE COLOR dem Handel und den Konsumenten das CEWE FOTOBUCH als Markenprodukt an. Die Marke signalisiert dem Kunden ein Qualitätsniveau und ermöglicht deshalb eine Preisdifferenzierung. Darüber hinaus schafft eine starke Marke Nachfrage beim Einzelhandel. Durch gezielte PR-, Werbe- und Sponsoring-Aktivitäten wird der Abverkauf aktiv unterstützt: Für das Produkt CEWE FOTOBUCH wächst die Markenbekanntheit und Werbeerinnerung stetig. Im Jahr 2009 wurde zu den Saisonhöhepunkten der Absatz des CEWE FOTOBUCHS durch breit angelegte Sommer- und Weihnachtskampagnen mit Print- und TV-Werbung erfolgreich unterstützt und gezielt Kunden für das CEWE FOTOBUCH gewonnen.

Online-Vermarktung deutlich ausgebaut

Da der Anteil des Vertriebskanals Internet über die Websites der CEWE COLOR Handelspartner in Europa stetig wächst (2009: 59,8 %; 2008: 48,5 %), nimmt das Internet-Marketing einen immer höheren Stellenwert ein. CEWE COLOR übernimmt nicht nur die Gestaltung der Fotobereiche auf den Websites der Handelspartner, sondern stimmt aktiv mit den Handelspartnern sowohl das Online- als auch das Newsletter-Marketing und die Bannerwerbung ab. Alleine in der Weihnachtszeit konnten über Bannerkampagnen in einem Zeitraum von sechs Wochen insgesamt 280 Mio. Kontakte generiert werden, was unmittelbar in die Markenbekanntheit einzahlt. Damit einher gehen das Suchmaschinen-Marketing und die kontinuierliche Suchmaschinen-Optimierung. CEWE COLOR hat die Suchmaschinen-Optimierung im vergangenen Jahr deutlich ausgebaut, um von den Konsumenten bei ihren Suchanfragen rund um das Thema Foto unter den ersten Treffern gefunden zu werden. Darüber hinaus verstärken Cross- und Up-Selling-Maßnahmen die Marketing-Aktivitäten.

Als Informationsplattform für das gesamte Produktsortiment bietet CEWE COLOR eigene Websites unter www.cewe-fotobuch.de und www.cewe.de an, auf der die Konsumenten neben Produktinformationen, einem Forum, Tipps & Tricks und Musterbeispielen auch einen Link zu unseren Handelspartnern finden. Bei speziellen Fragen zur Software oder zum Produktsortiment können die Konsumenten jederzeit auf Expertenhilfe per Telefon oder E-Mail von CEWE COLOR zurückgreifen.

Vermarktung über den POS weiter verstärkt

Maßgeschneiderte Marketing-Tools bilden die Basis für die aktive Vermarktung der margenstarken Produkte. So hat CEWE COLOR in den vergangenen Jahren eine POS-Offensive für das CEWE FOTOBUCH bei den Handelspartnern am POS durchgeführt, denn eine verkaufsorientierte Präsentation macht es dem Handelspartner leichter, mit dem CEWE FOTOBUCH Umsatz und Ertrag zu erzielen. Darum bietet CEWE COLOR den Partnern im Fotohandel ein umfassendes Sortiment von Ladenbauelementen, Verkaufsdiskays, Werbemitteln und Informationsmaterial an. Darüber hinaus stellt das Unternehmen den Partnern beispielhafte Musterbücher in verschiedenen Ausstattungen zur Verfügung. Fotohändler, die das CEWE FOTOBUCH z. B. großzügig auf einigen Regalmetern präsentieren, Musterbücher vorrätig haben und dieses Produkt aktiv verkaufen, sind besonders erfolgreich.

CEWE FOTOBUCH belegt Finalplatz bei Marken-Award 2010 „Beste Neue Marke“ ausgezeichnet

Das CEWE FOTOBUCH wurde jüngst von der Zeitschrift „absatzwirtschaft“ und dem Deutschen Marketing-Verband (DMV) mit dem renommierten Marken-Award in der Kategorie „Beste Neue Marke“ mit einem Finalplatz ausgezeichnet. Mit diesem Preis belohnt die prominent besetzte Jury den Markenansatz, den CEWE COLOR mit dem CEWE FOTOBUCH über die letzten Jahre konsequent verfolgt hat. Die Jury hat dabei vor allem beeindruckt, wie ein Industrieunternehmen es im Rahmen eines umfassenden Transformationsprozesses geschafft hat, in einer neuen Produktkategorie die Marktführerschaft zu übernehmen und auszubauen.

CEWE COLOR ist Deutschlands „Best Innovator 2010“

Die Zeitschrift Wirtschaftswoche und die Unternehmensberatung A. T. Kearney haben CEWE COLOR als „Best Innovator 2010“ ausgezeichnet. Der Preis honoriert besonders innovative Unternehmen mit hohem Wachstumspotenzial. Der erfolgreich gemeisterte Technologiewandel von der analogen zur digitalen Fotografie, in dem es CEWE COLOR gelungen ist – u. a. mit dem CEWE FOTOBUCH neue, erfolgreiche Produkte zu etablieren, war ausschlaggebend für den Gewinn dieser Auszeichnung.



Forschung und Entwicklung

Weiterentwicklung der Anwendersoftware zur Sicherung des Innovationsvorsprungs

Ziel von Forschung und Entwicklung ist es, allen Kunden mit möglichst einfachen und intuitiven Werkzeugen die Möglichkeit zu geben, CEWE COLOR Produkte bestellen zu können. Deshalb wurden unsere Bestellsoftware „Meine CEWE Fotowelt“, das CEWE FOTOBUCH Pro und auch alle Online-Bestellapplikationen 2009 nach ausführlichen Usability- und Feldtests verbessert in den Markt gebracht. Die neueste Version ist seit November 2009 bei Testkunden aktiv und wird ab März 2010 europaweit zum Einsatz kommen. Damit werden wir unseren Vorsprung bei den Bestellapplikationen halten und sogar ausbauen können. Hierzu haben wir auch die Zusammenarbeit mit externen Forschungseinrichtungen intensiviert.

Online-Bestellung wird immer wichtiger

Die von CEWE COLOR erstellten Webseiten zum Vermarkten und Bestellen unserer Produkte im Namen unserer Handelspartner wurden komplett überarbeitet und hinsichtlich des Suchmaschinen-Marketings optimiert. Damit konnten wir sicherstellen, dass sowohl die Seite www.cewe-fotobuch.de und auch die Seiten unserer Handelspartner prominent bei den Suchprozessen unserer Konsumenten platziert werden konnten. Ein weiterer Schwerpunkt lag in der Unterstützung unserer Kollegen außerhalb der Region Deutschland, Österreich und Schweiz (DACH): In allen Ländern sind die aktuellen Bestellapplikationen und Online-Auftritte inzwischen mit neuester Technik ausgestattet.



Optimierung des Produktionsworkflows sichert Wettbewerbsvorteil

Um die Kundenbegeisterung für die neuen Produkte noch zu steigern, hat CEWE COLOR auch das Zusammenspiel zwischen den Bestellapplikationen und dem Digitalen Workflow in den Betrieben optimiert. Der neue Digitale Workflow garantiert eine gleichmäßige Druckqualität über alle Betriebe und die für die Weihnachtssaison notwendigen Leistungsreserven beim Datendurchsatz. So konnten nahezu alle Aufträge von der Produktion rechtzeitig gefertigt und in hoher Qualität ausgeliefert werden. Dazu wurden im Digitalen Workflow auch noch weitere Maschinen EDV-seitig für eine optimale Buchbindung integriert.

Zwei Rechenzentren optimieren die Sicherheit der Online-Plattform

Der erfreulich hohe Bestelleingang vor allem im vierten Quartal konnte auch durch eine massive Erweiterung unserer Online-Plattform optimal bearbeitet werden. Die Rechner sind seit 2009 auf zwei unabhängige Rechenzentren verteilt, was ein Höchstmaß an Ausfallsicherheit garantiert. Durch den Einsatz neuer Rechner konnte der Bestellvorgang über das Internet für die Konsumenten beschleunigt werden. Zugleich konnte der Energieverbrauch der Hardware umweltschonend reduziert werden. In den Rechenzentren wurde zusätzlich der Speicher für Bilder und CEWE FOTOBÜCHER erweitert. CEWE FOTOBÜCHER werden 60 Tage kostenlos online gespeichert und stehen für eine einfache Nachbestellung ohne erneuten Upload zur Verfügung.

IT

EDV weiter optimiert

Die zentralen IT-Systeme wurden auch im Geschäftsjahr 2009 weiter modernisiert. Kernpunkt der zentralen IT ist das SAP-System mit den Modulen Financials (FI), Controlling (CO), Sales and Distribution (SD) und Konsolidierung (EC-CS) für das Finanz- und Rechnungswesen, Materials Management (MM) für den Bereich Einkauf/Materialwirtschaft sowie Customer Service (CS) zur Unterstützung von Reparatur und Wartung unserer DigiFoto-Maker.

Fotofinishing-spezifische Prozesse werden mit dem CEWE COLOR-eigenen IT-System „ICOS“ (Integriertes CEWE COLOR Organisationssystem) betrieben. „ICOS“ konzentriert sich dabei insbesondere auf die Bereiche Auspreisung/Lieferscheinerstellung, Kundendienst und Vertriebsunterstützung. Dieses im Wesentlichen durch eigene Entwickler gestaltete und realisierte System ermöglicht es, Kundenanforderungen besonders schnell und flexibel zu erfüllen und bietet CEWE COLOR damit einen echten Wettbewerbsvorteil. Wie das SAP-System basiert auch „ICOS“ auf einem Oracle-Datenbanksystem. Im Geschäftsjahr 2009 wurde für den in den Laboren eingesetzten Teil von „ICOS“ – für die dezentrale Auspreisung und Lieferscheinschreibung – ein modernes, auf JAVA und Oracle basierendes Nachfolgesystem in allen Betrieben eingeführt.

Die Einzelhandelsgesellschaften von CEWE COLOR verfügen neben ihren Filialen auch über Webshops, in denen die Konsumenten Hardware (Kameras, Zubehör etc.) und Fotoarbeiten bestellen können. Die im Jahr 2008 entwickelte gemeinsame Plattform für die Webshops in Mitteleuropa, Skandinavien und Deutschland wurde im Laufe des Jahres 2009 sehr erfolgreich betrieben und weiterentwickelt.

IT-Sicherheit verbessert

Im Geschäftsjahr 2009 hat CEWE COLOR die Performance sowie die IT-Sicherheit der zentralen Systeme weiter verbessert. Verschiedene Systeme wurden virtualisiert, was zu einer deutlichen Reduktion von Kosten und Energieverbrauch führte. Am Standort Oldenburg wurde eine neue hochredundante und noch stärker strukturierte Netzwerkarchitektur in Betrieb genommen. Hierdurch wurde die Stabilität der Kopplung der Systeme von Betriebs-IT und Produktions-IT weiter erhöht.

Produktion

Konzentration auf effiziente Produktionsstandorte

Im Geschäftsjahr 2009 ist das Gesamtvolumen an Fotos (analog und digital) im Markt weiter gesunken. Diese bei CEWE COLOR seit 2005 rückläufige Entwicklung machte auch 2009 eine weitere Konzentration der Produktion auf insgesamt weniger, aber anspruchsvoller ausgestattete und effizientere Standorte notwendig. Im Zuge der Straffung der Laborstruktur wurden die Standorte Paris, Frankreich, sowie Teplice, Tschechien, geschlossen. Zugleich wurden die Produktionskapazitäten durch Erwerb der Nachbargebäude am Münchener Standort erweitert und damit die Position dort gestärkt.

Alle Investitionen 2009 zur Generierung von Digitalumsatz

Aufgrund der stetigen Zunahme und Verwendung von Digitalkameras war der Fotomarkt 2009 erneut von einem weiterhin schrumpfenden Segment für Fotos von Filmen und einem kontinuierlichen Wachstum bei Digitalfotos geprägt. CEWE COLOR hat die mit der Digitalisierung verbundenen Chancen frühzeitig erkannt und ist Schrittmacher des Transformationsprozesses der Branche. Seit 2002 hat CEWE COLOR in den Produktionsstätten bislang mehr als 255 Mio. Euro für innovative Digitaltechnologien und Dienstleistungen investiert, damit eine hohe Effizienz in der Produktion sichergestellt und eine hervorragende Produktqualität bei neuen digitalen Produkten gewährleistet ist. Auch 2009 wurden weitere 27,4 Mio. Euro zur Generierung neuer Umsätze in der Digitalfotografie eingesetzt. Investiert wurde in Digitalprinter und den IT-Bereich.

CEWE COLOR verfügt über ein großes Know-how bei der Automatisierung und Prozessführung in ihren industriellen Produktionsbetrieben. Alle 13 Produktionsstandorte sind komplett mit einheitlicher digitaler Produktionsinfrastruktur ausgestattet und arbeiten mit derselben IT-Infrastruktur. Dies ist die Basis, um Konsumenten und Handel auf einem hohen, identischen Qualitätsniveau und mit kürzesten Lieferzeiten mit digitalen Fotodienstleistungen zu versorgen. Über 50 hochwertige 4-Farb-Digitaldruckmaschinen sorgen in den Laboren nicht nur dafür, dass die CEWE FOTOBÜCHER in bester Qualität und immer kürzerer Lieferzeit produziert werden können. Mit dieser hohen Anzahl an Maschinen – einmalig in Europa – hat CEWE COLOR auch ausreichend Kapazitäten, um Digitaldruck für kommerzielle Anwendungen anbieten zu können. Darüber hinaus gewährleisten diese Kapazitäten eine hohe Flexibilität der Fertigung insbesondere im Weihnachtsgeschäft.

Die Anstrengungen im Jahr 2009 mit weiteren Investitionen in Produktentwicklungen, technische Kapazitäten und den Marktauftritt waren am Markt erfolgreich und fanden ihre Anerkennung: CEWE COLOR ist bei den Druck & Medien-Awards 2009 in der Kategorie „Digitaldruckerei des Jahres“ aus 280 Wettbewerbern zu einem der drei Finalisten gewählt worden.



Personal

Weitere Konzentration der Produktionskapazitäten

Im Jahresdurchschnitt 2009 waren 2.742 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon 76 Auszubildende, bei der CEWE COLOR Gruppe beschäftigt (Vorjahr: 2.921). Der Rückgang resultiert primär aus den Anpassungen der Kapazitäten an die veränderten Marktbedingungen: Der erneut starke Absatzrückgang im analogen Filmbereich um –32,6 % (2008: –35,1 %) hatte entsprechende Mengen- und Umsatzrückgänge zur Folge, die eine Schließung der Betriebe in Paris, Frankreich, im Mai 2009 und Teplice, Tschechien, im März 2009 notwendig machten.

Von den gesamten Mitarbeitern arbeiteten 1.489 Mitarbeiter und damit rund 54 % (Vorjahr: 1.545 bzw. 53 %) in den inländischen und 1.253 Mitarbeiter (Vorjahr: 1.376 bzw. 47 %) in den ausländischen Betrieben der Gruppe. Der Personalaufwand belief sich auf 104,8 Mio. Euro.

Tarifpolitische Veränderungen

Der im Geschäftsjahr 2009 noch geltende Entgelttarifvertrag hatte insgesamt eine Laufzeit von 23 Monaten bis zum 31. Dezember 2009. Bereits im November fand die erste Verhandlungsrunde für einen neuen Abschluss statt, die zweite folgte im Januar 2010. Der nächste Verhandlungstermin findet voraussichtlich im April statt.

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind ein wichtiger und fester Bestandteil des Arbeitsalltags in der CEWE COLOR Gruppe. Wie in den Vorjahren zeichnete sich CEWE COLOR durch einen niedrigen Krankenstand aus. Er betrug in den deutschen Produktionsstätten 2009 3,6 % (2008: 2,7 %), in den ausländischen Werken lag der Wert bei 2,7 % (2008: 2,2 %). Im Jahr 2009 waren 23 meldepflichtige Unfälle, davon zehn Wegeunfälle, zu registrieren.

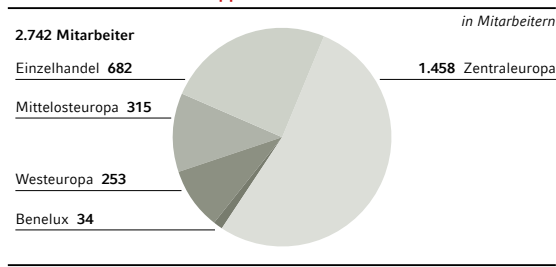
Ausbildungsquote kontinuierlich hoch

Im vergangenen Jahr stellte CEWE COLOR 76 Jugendlichen (2008: 88) in Deutschland in acht unterschiedlichen Berufen einen Ausbildungsplatz zur Verfügung – Industriekaufmann/-frau, Fachkraft für Lagerlogistik, Fotomedienlaborant, Fotolaborant, Fotograf, Industrieelektroniker, Buchbinder, Fachinformatiker. Darüber hinaus wurden die Studiengänge Duales Studium Betriebswirtschaft und Duales Studium Fachinformatiker besetzt. Das entspricht einer Ausbildungsquote von über 5 % aller Mitarbeiter in Deutschland.

Gute Zusammenarbeit

Die Zusammenarbeit mit den Betriebsräten und der in den Betrieben vertretenen Gewerkschaft IG BCE war auch im Geschäftsjahr 2009 wieder vertrauensvoll und konstruktiv.

Personalstand CEWE Gruppe im Jahresdurchschnitt 2009



Auszubildende in Deutschland (im Jahresdurchschnitt) in Mitarbeitern	2009	2008
Duales Studium Betriebswirtschaft	2	3
Duales Studium Fachinformatiker	1	4
Industriekaufmann	20	23
Fotolaborant	0	3
Fotomedienlaborant	22	27
Fotograf	2	2
Industrieelektroniker	12	10
Fachinformatiker	12	10
Fachkraft für Lagerlogistik	4	5
Buchbinder	1	1
Auszubildende in Deutschland gesamt	76	88

Logistik

Im Bereich der Logistik nimmt CEWE COLOR seine Verantwortung gegenüber der Umwelt ernst und arbeitet kontinuierlich daran, die Arbeitsabläufe und den Fuhrpark noch umweltschonender zu gestalten. Der Fokus lag dabei 2009 auf folgenden Schwerpunktbereichen:

POS-Logistik soll CO₂-Ausstoß um 7.200 kg p. a. reduzieren

Zentrales Thema ist hinsichtlich nachhaltiger Einspareffekte die Einstellung der Samstag-Abholung bei allen Kunden ab April 2010. Dadurch fällt bundesweit ein kompletter Fahrtag weg, so dass hier ein großer Umweltbeitrag geleistet werden kann. Es handelt sich hier um Exklusivfahrten nur für CEWE COLOR. Ein Fahrtag bedeutet eine Fahrleistung von ca. 40.000 Kilometern und somit ca. 7.200 kg CO₂, die eingespart werden können.

GoGreen-Klimaschutzprojekt unterstützt

Im Bereich Mailorder haben wir in 2009 das Projekt GoGreen mit der Deutschen Post AG aufgegriffen, welches in 2010 umgesetzt werden soll. Hierbei handelt es sich um den CO₂-neutralen Versand mit der Deutschen Post AG. Im Rahmen der GoGreen-Initiative werden die durch den Transport unserer Briefe und Pakete entstehenden CO₂-Emissionen nach einem zertifizierten Verfahren (ISO 14064) ermittelt. In Übereinstimmung mit den Zielen und Vorgaben des Kyoto-Protokolls werden diese Emissionen durch von der Deutschen Post AG getragene Klimaschutzprojekte ausgeglichen. CEWE COLOR unterstützt den Klimaschutz, da im Rahmen des GoGreen-Projekts 0,85 Euro pro 1.000 Briefe und 0,05 Euro pro Paket Klimaschutzprojekten zu gute kommen.

Wir versenden
umweltfreundlich mit



Der CO₂-neutrale Versand
mit der Deutschen Post

Einkauf und Materialwirtschaft

Zentraleinkauf sichert Ausbau der Kostenführerschaft

Durch die weltweite Finanz- und Wirtschaftskrise sind 2009 auch die Risiken möglicher Lieferantenausfälle gestiegen. Dies machte eine ständige Überwachung der gesamten Zulieferkette notwendig. Die langjährige konstruktive und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Schlüssellieferanten trug entscheidend dazu bei, dass es zu keinen Ausfällen und Lieferschwierigkeiten gekommen ist. Nicht nur aufgrund steigender Abnahmemengen war und ist CEWE COLOR ein verlässlicher Partner für unsere Lieferanten. Durch die Optimierung der operativen Planung konnte CEWE COLOR seine Hauptlieferanten besser einbinden und auch deren Planungsgenauigkeit und auch die Liefertreue erhöhen. In den kommenden Jahren wird CEWE COLOR sein Lieferantenportfolio weiter optimieren. Der Zentraleinkauf bei CEWE COLOR steht nach wie vor nicht nur für eine preisorientierte Beschaffung zum Ausbau der Kostenführerschaft, sondern auch für ein integriertes Qualitätsmanagement.

Sinkende Kosten durch Bündelung der Transporte

Bereits Anfang 2009 wurde die Beschaffungslogistik durch Konsolidierung der Transporte wichtiger Lieferanten auf einen Logistikdienstleister optimiert. Durch die Bündelung der Transporte konnten Kosten gesenkt und Umweltmissionen reduziert werden. In Folge der Projektüberwachung wurden weitere Maßnahmen zur Verbesserung identifiziert, die in 2010 umgesetzt werden. Unter Ausnutzung der guten Marktlage konnte eine Seefrachtzuschreibung erfolgreich abgeschlossen werden, so dass nun die gesamte Logistikkette inklusive Transporte von asiatischen Lieferanten durch CEWE COLOR gesteuert wird.

Durch die zentrale Ermittlung der Vertriebsplanzahlen konnten die zukünftigen Bedarfsanfragen für die wichtigsten Produktionsmaterialien so errechnet werden, dass trotz der deutlich längeren Vorlaufzeit von Materialien aus Asien und Übersee die Dispositionsgenauigkeit erhöht werden konnte. Die daraus entstandenen rollierenden Planungen stellen eine bedeutende Verbesserung in der Zusammenarbeit mit den CEWE COLOR Lieferantenpartnern dar, um Bestände und daraus resultierende Kosten über die gesamten Wertschöpfungsketten zu reduzieren.

Mehr Ausgabentransparenz durch e-Procurementsystem

Für mehr Ausgabentransparenz und eine optimierte Bestell- und Abrechnungsverfahrensweise wurde das e-Procurementsystem für 18 Internetkataloge weiter ausgebaut. Mitarbeiter aus der Produktion und Administration können nun nicht nur Material bestellen, sondern auch Dienstleistungen mit festgelegten Stundensätzen anfordern. Im Ergebnis wurden nicht nur die Prozesskosten im Bestellbereich deutlich reduziert, sondern auch weiter übergreifend kostengünstigere Beschaffungen ermöglicht.

Seit Ende 2009 ist CEWE COLOR der Compliance-Initiative des Bundesverbandes Materialwirtschaft und Einkauf (BME) beigetreten. Der BME Code of Conduct umfasst dabei die fundamentalen Regeln zur Bekämpfung von Korruption, kartellrechtswidrigen Absprachen, Kinder- und Zwangsarbeit sowie die Einhaltung ethischer Grundsätze gegenüber Lieferanten (Compliance).

Finanzen

CEWE COLOR sichert sich langfristig Finanzierungsfazilitäten

Zur Jahresmitte 2009 hat sich CEWE COLOR mit einem Kreis von sechs Banken auf die Neuordnung einer langfristigen strategischen Finanzierung geeinigt. Dadurch wurden die langfristige Sicherstellung der Liquiditätsversorgung des Konzerns, die teilweise Absicherung gegen mögliche Zinsänderungsrisiken, die Sicherung attraktiver Konditionen sowie erneut die Festschreibung einer flexiblen Kreditstruktur zur Abdeckung der unterjährigen Saisonalität des Cash Flow-Verhaltens erreicht. Der Kreditspielraum wird durch die neuen Verträge um 27 % auf 93,1 Mio. Euro erhöht. Die seit langem bestehenden Kontakte und praktizierte Zusammenarbeit mit den Kernbanken sowie die ausgezeichnete Bonität von CEWE COLOR haben die Gespräche und den Abschluss der Vereinbarungen in einem nach wie vor schwierigen wirtschaftlichen Umfeld erleichtert. Die Finanzierungsstruktur wird geprägt durch eine endfällige Basisfinanzierung, die über fünf Jahre zur Verfügung steht, eine Projektfinanzierung mit Tilgungsstruktur, die für annähernd vier bis fünf Jahre läuft, langfristige Kreditlinien über fünf Jahre für revolvingierende Darlehen sowie als Ergänzung kurzfristige Kreditlinien. Im Übrigen dürfen wir hinweisen auf die Erläuterungen des Konzernanhangs.

DPR-Routineüberprüfung der Bilanzierung ohne Fehlerfeststellungen

Die Deutsche Prüfstelle für Rechnungslegung in Berlin (DPR) hat den CEWE COLOR Konzernabschluss 2007 einer routinemäßigen Stichprobenprüfung unterzogen, die im Januar 2009 ohne Fehlerfeststellungen abgeschlossen wurde. Damit wurde CEWE COLOR als mittelständisch geprägtes Unternehmen den hohen Berichtsanforderungen auch unter dem Aspekt der standardisierten Rechnungslegung nach IFRS gerecht. Die Komplexität sowie der Druck aus den laufenden, unvermindert zahlreichen Änderungen der internationalen Bilanzregeln stellen gerade für kleinere und mittelgroße Unternehmen hohe Anforderungen.

Verbesserungen bei Datenqualität und Effizienz in Debitorenmanagement und Bilanzierung

Nicht nur in unserer Produktion, sondern auch in den Prozessen der Rechnungslegung, der Bilanzierung, des Management-Reportings und der Konsolidierung gelten unsere Anstrengungen den Zielen, die Informationsqualität und die Effizienz der Erstellung zu verbessern. Das ist besonders dort wichtig, wo es geschäftsgetrieben auf solche Verbesserungen ankommt. So haben wir europaweit die Dienstleistungsqualität im Bereich Endverbraucher-Debitorenmanagement ausgebaut. Wir sind in der Lage, als Service für das Internet-Geschäft unserer Handelspartner nicht nur das Inkasso gegenüber den Endverbrauchern sowie die notwendigen Abrechnungen und Belege bereitzustellen, sondern auch alle im Internet gängigen Zahlverfahren zu unterstützen. Auch für die Informationsversorgung unserer Anteilseigner arbeiten wir intensiv daran, den Bilanzierungs- und Konsolidierungsprozess weiter zu verbessern.

Controlling

Auch der Controllingbereich leistete im Jahr 2009 seinen Wertbeitrag zum guten Unternehmensergebnis. So wurde über die konsequente Weiterentwicklung erfolgsrelevanter Reportings, wie z. B. der Produkt- und Kundendeckungsbeitragsrechnungen sowie gezielter Werttreiberanalysen, das Management stets zeitnah und umfassend mit entscheidungsrelevanten Informationen versorgt.

NACHHALTIGKEIT

CEWE COLOR übernimmt Verantwortung

Die CEWE COLOR Gruppe bekennt sich zu ihrer gesellschaftlichen Verantwortung und ist überzeugt, dass die Beachtung sozialer Standards, gesellschaftliches Engagement sowie verantwortliches ökonomisches und ökologisches Handeln wichtige Faktoren für den langfristigen wirtschaftlichen Erfolg und die Akzeptanz des Unternehmens sind.

Als international agierender Fotodienstleister führt die CEWE COLOR Gruppe ihre Geschäfte seit jeher in Übereinstimmung mit nationalen und internationalen Gesetzen sowie allgemein anerkannten ethischen Grundsätzen. Verantwortliches Handeln und gesellschaftliches Engagement haben bei CEWE COLOR Tradition und sind integraler Bestandteil der Unternehmenskultur.

In diesem Zusammenhang hat die CEWE COLOR Gruppe ein Leitbild entwickelt, das die Unternehmenskultur und die Unternehmenswerte darstellt, um sie nach innen und außen zu verdeutlichen und zu vermitteln. Diese sind durch Integrität, Vertrauenswürdigkeit und Verantwortung geprägt.

Richtschnur unseres unternehmerischen Handelns ist es, im Interesse unserer Kunden, Lieferanten, Partner sowie Aktionäre mit einer langfristigen Perspektive wirtschaftlich erfolgreich zu sein. Gleichzeitig strebt CEWE COLOR danach, hierbei die Bedürfnisse aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu berücksichtigen und den Interessen der Gesellschaft gerecht zu werden.

Durch eine Fülle von Maßnahmen haben wir bereits in der Vergangenheit und auch im abgelaufenen Geschäftsjahr 2009 bewiesen, dass wir unsere Unternehmensgruppe mit der Entwicklung neuer Produkte, innovativer Verfahren und kundenorientierter Dienstleistungen erfolgreich auf einem nachhaltig wertorientierten Kurs halten konnten. Nachhaltigkeit – das ist im unternehmerischen Selbstverständnis der CEWE COLOR Gruppe profitables Wachstum und Umweltschutz inklusive sozialer Verantwortung.

Unser Beitrag für die Zukunft

Wir nehmen unsere Verantwortung für eine wirtschaftliche, sozialverantwortliche und ökologische Entwicklung ernst und arbeiten kontinuierlich daran, unsere Prozesse und die Produktionsabläufe noch effizienter und umweltschonender zu gestalten. Wir konzentrieren uns mit unseren Maßnahmen gegenwärtig auf Bereiche, die unser Geschäftsmodell und die Interessen unserer Aktionäre unmittelbar berühren. Das geschieht u. a. durch ein aktives Ressourcenmanagement. Wir gehen schonend mit Ressourcen um und optimieren zugleich die Effizienz. Und wir verzichten auf kritische Stoffe oder Materialien, soweit es zurzeit von uns über die gesamte Wertschöpfungskette entlang gewährleistet werden kann. Gleiches gilt für die Abfallvermeidung durch Anwendung effektiverer Prozesse. Verantwortungsvolles Handeln kommt auch in unseren Arbeitsbeziehungen zum Tragen, indem wir beispielsweise durch optimale Nutzung der Kenntnisse und Fähigkeiten unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter das Mitarbeiterengagement fördern. Alle diese Maßnahmen wirken nachhaltig, tragen dazu bei, Strukturen und Prozesse zu verbessern, und bringen in Zukunft Einsparungen.

Doch mit dem Erreichten wollen wir uns nicht zufriedengeben. Damit die CEWE COLOR Gruppe ihre Ziele erreicht, müssen die Herausforderungen einer unsicheren, weltwirtschaftlichen Entwicklung oder der demografischen Veränderung der Gesellschaft berücksichtigt werden. Deshalb beabsichtigt CEWE COLOR, die nachhaltige Entwicklung des Unternehmens noch stärker, systematischer und transparenter als bisher in die Planungen und in das Handeln einzubeziehen. So wie CEWE COLOR sehr viel früher als der Wettbewerb erkannt hat, dass sich ein fundamentaler Wandel von der Analog- zur Digitalfotografie vollzieht und sich rechtzeitig darauf eingestellt hat, setzt CEWE COLOR auf die Integration von Nachhaltigkeitsfaktoren – für einen verantwortungsvollen und sparsamen Einsatz von Ressourcen und um Wettbewerbsvorteile durch die weitere Verbesserung unserer Strukturen und Prozesse zu erzielen.

Langfristig orientiertes und wirtschaftliches Handeln ist eine berechnete Erwartung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, der Kunden, Lieferanten und Partner, und das erwarten auch die Aktionäre der CEWE COLOR und die übrigen Interessengruppen. Das Unternehmen wird dieser Erwartung angemessen Rechnung tragen.

Umwelt

CEWE COLOR betreibt seit jeher aktiven Umweltschutz

Umweltschutz ist bei CEWE COLOR mehr als die Vermeidung von Abfällen, die Boden, Wasser und Luft belasten, oder die Verminderung von Abwassermengen. Vielmehr versteht CEWE COLOR Umweltschutz als kontinuierlichen Prozess, bei dem umweltfreundliche und die Gesundheit schützende Produktionswege vom Konzept bis zur Umsetzung in allen Verfahren integriert sind.

Für CEWE COLOR sind Arbeitssicherheit und Umweltschutz wichtige Kernkompetenzen, die wir auch über gesetzliche Verpflichtungen hinaus nach bestem Wissen ausbauen. Beim Umgang mit Chemikalien, wie sie bei Digitaldruck, Buchbindung und fotografischer Verarbeitung eingesetzt werden, sind Arbeitssicherheit und Umweltschutz unmittelbar miteinander verknüpft. Die Arbeitssicherheit beim Einsatz der Chemikalien wie Toner, Tinten, Lösemittel, Kleber und Fotochemikalien wird in der Produktion garantiert, um die Mitarbeiter zu schützen. Gleichzeitig wird schon dadurch die Umweltgefährdung vermieden.

Verantwortlicher Umgang mit Ressourcen – Verzicht auf kritische Stoffe und Materialien

Beim Druck des CEWE FOTOBUCHS kommen überwiegend Flüssigtöner zum Einsatz, so dass die Entstehung von Feinstaub ausgeschlossen ist. Beim Ink-Jet-Druck zur Herstellung ausgewählter Digitaldruckprodukte wie Leinenbilder und Geschenkprodukte werden Tinten auf Wasserbasis verwendet. Dadurch wird die Emission flüchtiger Kohlenwasserstoffe vermieden.

Im Bereich der fotografischen Verarbeitung verzichtet CEWE COLOR komplett auf formalinhaltige Schlussbäder. Im CN-Filmentwicklungsprozess werden nur biologisch abbaubare Bleichbäder verwendet.

Recycling – effektive Prozesse gewährleisten optimale Ressourcennutzung

Die Erfolge im produktionsintegrierten Umweltschutz lassen sich an einigen Beispielen verdeutlichen:

Fotochemikalien, wie sie für die Entwicklung des Fotopapiers und – stark vermindert – für den Schwarz-Weiß- und Farbfilmbereich eingesetzt werden, führt CEWE COLOR im Kreislauf mit Recyclingquoten von durchschnittlich 90 %. Je nach Entwicklungsbad werden die physikalischen Grenzen der Kreislaufführung erreicht – mehr geht nicht.

Silber ist bei CEWE COLOR ein sehr erwünschtes Nebenprodukt, das bei der Entwicklung von Film- und Fotopapier elektrolytisch zurückgewonnen wird. Gemäß der neuen Chemikaliengesetzgebung REACH hat sich CEWE COLOR als Erzeuger des Produktes Silber vorregistrieren lassen. Die Silberrückgewinnung ist sehr effektiv und betrug im abgelaufenen Geschäftsjahr 12,87 Tonnen.

Die Abwassermenge pro Quadratmeter entwickeltem Fotopapier konnte in den vergangenen acht Jahren um mehr als 50 % reduziert werden. Diesen Ressourcen sparenden Prozess ermöglichen bei CEWE COLOR die konsequente Verwendung verschleppungsarmer Maschinentechologien, die Maximierung der Gegenstrom-Kaskadenwirkung, die Konzentration von Prozessen auf weniger Standorte und der Wegfall der Schlusswässerung zugunsten des Stabilisierbads und dessen Entsorgung in nahezu allen Filmentwicklungsanlagen.

Alle relevanten Abwasserwerte werden ständig vom CEWE COLOR-eigenen zentralen Analysenlabor im Oldenburger Betrieb überwacht. In diesem Labor werden auch sämtliche Proben der Entwicklungsbäder aus allen europäischen CEWE-Betrieben analysiert. Neben dem Abgleich dieser analytischen Prozesskontrolle mit der sensitometrischen Prozesskontrolle werden Rezepturen für alle Recyclingprozesse berechnet.

Durch konsequentes Recycling wird die Abfallmenge reduziert. Im Bereich der Abfallwirtschaft werden insbesondere Verwertungswege gewählt. Das größte Abfallvolumen kommt aus dem Druckbereich und besteht aus hochwertigem Papier. Durch konsequentes Abtrennen von den Kartonagen lässt es sich sehr gut wiederverwerten und verkaufen. Die Überläufe der Entwicklungsbäder werden als Stickoxid-Reduktionsmittel in der Zementindustrie verwertet. Aber auch die Fotopapierreste sowie weitere hochkalorische Abfallfraktionen werden in der Zementindustrie als Ersatzbrennstoff eingesetzt.

Seit vielen Jahren bereits führt CEWE COLOR die Gehäuse der sogenannten Einweg-Kameras (Single-use-Kameras) einer Wiederverwendung zu und erwirtschaftet dadurch zusätzliche Einnahmen.

Soziale Verantwortung

Verantwortung mit Engagement

Die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung durch die CEWE COLOR Gruppe ist traditionell als wichtiges Merkmal in der Unternehmenskultur verankert. Als führender Fotodienstleister hat CEWE COLOR durch seine Produkte direkten Kontakt mit den Endkunden. Der wirtschaftliche Erfolg ist von ihrer Akzeptanz und von dem Vertrauen in CEWE COLOR Produktqualität abhängig. Mit seinen Aktivitäten trägt das Unternehmen zur Entwicklung des Gemeinwohls bei. Das Engagement dokumentiert sich in vielfältigen Projekten, die CEWE COLOR schon seit Jahren in sozialen, kulturellen und gesellschaftlichen Bereichen sowie im Sport auf lokaler, regionaler und internationaler Ebene fördert und unterstützt. Das Unternehmen hilft sowohl durch finanzielle Unterstützung als auch durch Sachspenden. CEWE COLOR legt dabei einen besonderen Schwerpunkt auf die Förderung von Wissenschaft und Ausbildung. Im Vordergrund steht das soziale Engagement. Dies dient auch dem nachhaltigen Markenaufbau.

Wissenschaft und Bildung

CEWE COLOR unterstützt seit vielen Jahren die Fachhochschule für Mediengestaltung und Design in Köln und leistet hier durch Fachwissenstransfer einen Beitrag im Bereich Großfinishing und Digitaldruck für personalisierte Fotoprodukte sowie Sachspenden in Form von Lehrmitteln. Zusätzlich vergibt CEWE COLOR pro Semester einen Master- und drei Bachelor-Stipendiatenplätze.

Unterstützt werden daneben die Universität Oldenburg und die Fachhochschule Oldenburg/Ostfriesland/Wilhelms-
haven durch Förderung von Promotionen, Master-Studienprogrammen und Forschungsaufgaben.

Seit 12 Jahren richtet CEWE COLOR das Unternehmensplanspiel „Management Information Game“ (MIG) für Schülerinnen und Schüler der Liebfrauenschule Oldenburg aus, das ihnen helfen soll, die komplexen Einflussfaktoren zwischen denen sich unternehmerisches Handeln heute bewegt, transparent zu machen.

Im Rahmen des Engagements als Sponsor für „Oldenburg – Stadt der Wissenschaft 2009“ hat CEWE COLOR u. a. die Kinder-Uni und die längste Experimentiermeile unterstützt. Des Weiteren hat das Unternehmen am Oldenburger Standort eine Vortragsreihe zu verschiedenen Wissenschafts- und betriebsnahen Themen mit anschließender Betriebsbesichtigung mit insgesamt mehr als 3.000 Besuchern durchgeführt.

Kultur, Gesellschaft und Politik

Die Förderung der Kultur hat bei CEWE COLOR ebenfalls eine lange Tradition. Durch Unterstützung unterschiedlicher Einrichtungen wie Staatstheater oder Museen sowie von Vereinen und Verbänden leisten wir einen Beitrag zum kulturellen Leben am Standort Oldenburg.

Traditionell pflegt CEWE COLOR aktiv den Dialog mit Vertretern aus Politik, Wirtschaft und allen gesellschaftlich relevanten Interessengruppen. CEWE COLOR ist ferner aktives Mitglied in DIN- und ISO-Ausschüssen sowie in den Vorständen der Verbände wie dem Photoindustrie-Verband, dem Bundesverband der Photogroßlaboratorien (BGL), der Deutschen Gesellschaft für Fotografie (DGPh), dem Deutschen Verband für Fotografie (DVF) vertreten. CEWE COLOR versteht dieses Engagement als Teil der unternehmerischen Verantwortung.

Seit vielen Jahren unterstützt CEWE COLOR gezielt mit Geld- und Sachspenden soziale Einrichtungen wie das Kinderhospiz Löwenherz für krebskranke Kinder in Syke und die Deutsche Gesellschaft zur Rettung Schiffbrüchiger (DGzRS). Im Bereich Sozialsponsoring konzentriert sich CEWE COLOR auf die Förderung von Nachwuchsfotografen durch Geld- und Sachspenden. Unterstützt wird ebenfalls das individuelle Engagement von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Sozialbereich. Weitere Fördermaßnahmen betreffen eine Vielzahl von Projekten, die einen engen Bezug zur Fotografie haben.

Sport

Auch im Bereich der Sportförderung engagiert sich CEWE COLOR mit dem Fokus auf eine langfristige Unterstützung des Sports in den Fußballvereinen VfB Oldenburg und VfL Oldenburg. Im Profisport unterstützt CEWE COLOR die Handball-Damen des VfL Oldenburg sowie die EWE Baskets.

Neumüller CEWE COLOR Stiftung

Aufgabe der Neumüller CEWE COLOR Stiftung ist u. a. die Förderung des technisch-wissenschaftlichen Nachwuchses in der Fotografie. Gemäß der Satzung kann der gemeinnützige Zweck wie folgt erfüllt werden:

- **Zuwendung an das Photo + Medienforum Kiel**
Seit vielen Jahren zeichnet CEWE COLOR jährlich die besten Absolventinnen und Absolventen in den Berufskategorien Fotograf, Fotomedienlaborant und Fotohändler mit dem Heinz-Neumüller-Preis aus. Darüber hinaus erhält die Schule eine Geldspende.
- **Stipendien für besonders qualifizierte Studenten an der Fachhochschule Köln, Fachbereich Fotografiewesen, oder an vergleichbaren Institutionen**
- **Förderung und finanzielle Unterstützung von Diplomarbeiten, die speziell der Weiterentwicklung der technisch-wissenschaftlichen Fotografie dienen**
- **Verleihung des Heinz-Neumüller-Preises für die besten Diplomarbeiten oder den besten Abschluss des Jahrgangs an den oben genannten Einrichtungen**

Qualitätsmanagement

Qualität von Anfang an

Die Qualität aller Produkte hat bei CEWE COLOR hohe Priorität. Qualitätsmanagement im Bereich der Fotoproduktion vor Ort beginnt bei CEWE COLOR bereits mit dem Auftragseingang. Digitale Bilddaten werden qualitätsoptimiert auf die Printrechner gespielt. Dadurch optimiert das Unternehmen schon vor der Bildausgabe die Gesamtqualität. Die von CEWE COLOR eingesetzten Fotopapiere und Chemikalien, aber auch Druckpapier und Farbstoffe, werden in enger Zusammenarbeit mit den Lieferanten ständig verbessert.

Industrielle Fertigung und der hohe Qualitätsanspruch ergänzen sich bei CEWE COLOR in idealer Weise. Durch die Investitionen in leistungsstarke Maschinen der hohen Qualitätsstufen wird eine große Menge von Bildern und CEWE FOTOBÜCHERN ideal bearbeitet. Jeder Prozessschritt rechtfertigt dann einen geschlossenen Kontrollkreislauf, durch den Fehler minimiert und gleichzeitig Arbeitsschritte optimiert werden. Ein solcher Maschinenpark wird gewartet, von gut geschulten und hoch motivierten Mitarbeitern bedient und mit großer Sorgfalt betreut.

Kontinuierliche Prüfung entlang des gesamten Produktionsprozesses

Für das Qualitätsmanagement von CEWE COLOR beginnt der Gesamtprozess mit der Auswahl der Verfahren und der verwendeten Materialien. Alle verwendeten Materialien werden regelmäßig geprüft und der Regelkreis und Austausch zwischen der Qualitätskontrolle des Lieferanten und CEWE COLOR intensiviert. Die Verfahren der fotografischen Verarbeitung sind dem Unternehmen seit fast 50 Jahren vertraut. Im Bereich des elektrofotografischen Digitaldrucks gibt es weltweit nur wenige Hersteller, die dem Qualitätsanspruch von CEWE COLOR für den hochqualitativen Fotodruck gerecht werden. Im Ink-Jet Druck setzen wir auf Zwölfarbsysteme mit pigmentbasierten Tinten, die einen maximalen Farbraum, bessere Zwischentöne und höchste Stabilität garantieren. Auch das überprüft CEWE COLOR im Rahmen des kontinuierlichen Optimierungsprozesses.

Besondere Bedeutung kommt der Bearbeitung der digitalen Daten zu. Der Digitale Workflow ist selbst programmiert und unterliegt ständigen Verbesserungsprozessen. Ebenso setzt das Unternehmen zur Bildverbesserung die nach hauseigenen Prüfungen beste Software ein, deren Parameter CEWE COLOR selbst justiert und einer permanenten Überprüfung unterzieht.

Für die farbgebenden Prozesse – eine der Kernkompetenzen von CEWE COLOR – hat das Unternehmen Prozesskontrollen installiert, die der Sicherstellung einer gleich bleibenden Farbqualität dienen. Diese sind weitgehend Eigenentwicklungen; die Prozessgrenzen orientieren sich an professionellen Standards.

Am Ende des Qualitätsprozesses steht die Endkontrolle. Auch hier ist das Ziel eine kontinuierliche Verbesserung der Produktqualität. Diese Einstellung prägt auch die Reklamationsbearbeitung, deren Bestreben es ist, Hinweise zur Verbesserung der Produktqualität zu nutzen.

Mitarbeiter

Der wirtschaftliche Erfolg der CEWE COLOR Gruppe ist neben der Qualifikation und Leistung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch entscheidend von der Motivation und dem Engagement aller abhängig. Damit diese wichtigen Schlüsselfaktoren vollständig zum Tragen kommen, bietet CEWE COLOR ein breites Spektrum an Entwicklungsmöglichkeiten für die Beschäftigten und übernimmt Verantwortung. Dies beginnt bei der Ausbildung und erstreckt sich mit Weiterbildungs- sowie Personalentwicklungsprogrammen über den gesamten Berufsweg. CEWE COLOR sorgt im Arbeitsalltag auch für hohe Sicherheit am Arbeitsplatz und fördert den Gesundheitsschutz.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von CEWE COLOR

Der Anteil der weiblichen Beschäftigten in Deutschland betrug im Jahr 2009 rund 53 % (Vorjahr: 51 %), das Durchschnittsalter der Mitarbeiter liegt bei 40,3 Jahren (2008: 43,3). Die hohe Mitarbeiterzufriedenheit spiegelt sich in der niedrigen Fluktuationsquote wider, sie betrug 2009 nur 11 % (Vorjahr: 12 %). Jeder fünfte Mitarbeiter ist seit mehr als 20 Jahren bei CEWE COLOR beschäftigt, die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit lag 2009 bei elf Jahren (Vorjahr: 13 Jahre).

Ausbildungsquote kontinuierlich hoch

Der chancenreiche Start junger Menschen ins Arbeitsleben durch eine qualifizierte Berufsausbildung ist dem Vorstand sowie der gesamten Führungsebene der CEWE COLOR Gruppe ein besonderes Anliegen. Seit Jahren bildet CEWE COLOR über den eigenen Bedarf hinaus aus, um möglichst vielen jungen Frauen und Männern den Berufseinstieg zu erleichtern und sie mit einer fundierten Ausbildung auf den zukünftigen Beruf vorzubereiten. Auch im vergangenen Jahr war CEWE COLOR trotz Wirtschaftskrise einer der größten Arbeitgeber und Ausbilder in der Fotobranche. Die Zahl der Auszubildenden in Deutschland lag im Geschäftsjahr bei 76 Ausbildungsplätzen in acht unterschiedlichen Berufen (Vorjahr: 88). Das entspricht einer Ausbildungsquote von 5 % aller Mitarbeiter in Deutschland.

Die Bandbreite der Ausbildungsberufe ist groß – angefangen von unterschiedlichen kaufmännischen Berufen wie Industriekaufmann/-frau über Fachkraft für Lagerlogistik, Fotomedienlaborant, Fotelaborant oder Fotograf sowie Industrieelektroniker, Buchbinder und Fachinformatiker bis hin zu den Studiengängen Duales Studium Betriebswirtschaft und Duales Studium Fachinformatiker. Insbesondere in den technischen Berufen wie Fachinformatiker und auch Buchbinder haben die Auszubildenden eine gute Chance, im Unternehmen übernommen zu werden.

Die Prüfungsergebnisse der Auszubildenden sprechen für die gute Qualität der Ausbildung bei CEWE COLOR. Jahr für Jahr zeichnet die IHK die CEWE-Auszubildenden für ihre hervorragenden Leistungen aus. Zur Verbesserung der Allgemeinbildung stellt CEWE COLOR als neues Projekt seinen Auszubildenden kostenfrei die Oldenburger Tageszeitung NWZ zur Verfügung. Mit einem ergänzenden Online-Quiz durch die NWZ werden die Inhalte des Gelernten abgefragt.

Darüber hinaus gibt CEWE COLOR zahlreichen Praktikanten – aus ganz Europa – die Möglichkeit, das Unternehmen sowie die unterschiedlichen Aufgabenstellungen im Berufsleben kennen zu lernen, um die eigene Berufswahl sicherer zu treffen.

Gezielte Auswahl von Mitarbeitern

Bei der Auswahl von Führungskräften legt CEWE COLOR besonderen Wert auf Führungskompetenz und Teamgeist. „Leistungsorientierte Führungskompetenz in effizienten Strukturen“ ist einer der Eckpfeiler der Unternehmensphilosophie. Das Unternehmen steht für Leistung, Veränderung und Innovation auf allen Ebenen. Gemäß dieser Strategie konzentriert sich CEWE COLOR im Rahmen des Personalmanagements auf folgende Schwerpunkte:

- Konzernweite Identifikation von Talenten und die Förderung und Entwicklung von Führungskompetenzen in unserem Unternehmen
- Begleitende Beratung bei der Umsetzung der prozessorientierten und organisatorischen Veränderung, die sich aus der Neuordnung der Märkte ergeben
- Ständige Qualifikation und Weiterentwicklung aller Mitarbeiter. Die Mitarbeiter werden entsprechend der in den jeweiligen Bereichen bestehenden Anforderungen geschult.

Schwerpunkte liegen in der Vermittlung von Kompetenzen in den Gebieten digitale Verarbeitung von Bilddaten, Marketing sowie IT und Druck.

Kontinuierliche Weiterbildung

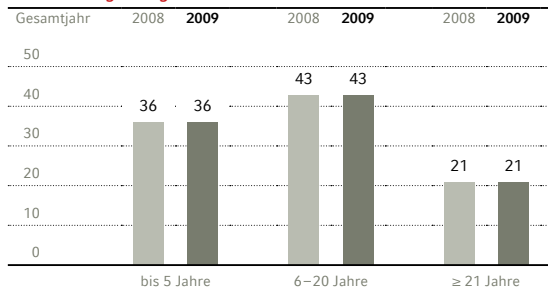
Im Rahmen des kontinuierlichen Qualifizierungsprogramms bietet CEWE COLOR den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie den Führungskräften zahlreiche unternehmensinterne und -externe Weiterbildungsmöglichkeiten an.

Neu eingestellte Führungskräfte erhalten zu Beginn ihrer Tätigkeit die Gelegenheit, sich intensiv sowohl in die Unternehmensstrukturen einzuarbeiten als auch die Produktpalette sowie den Fertigungsprozess kennen zu lernen. Abgerundet wird dies mit einer Veranstaltung des Vorstandes mit den neuen Führungskräften, in der die Unternehmensstrategie erläutert wird und die Teilnehmer sich und ihre aktuellen Aufgabenstellungen vorstellen.

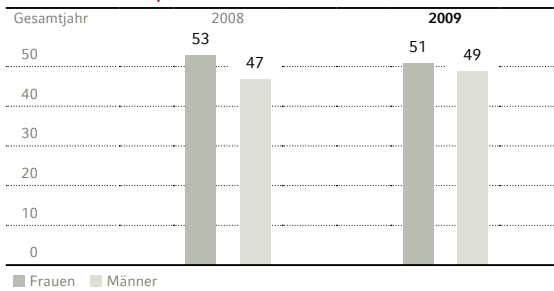
Neben fachlich notwendigen Weiterbildungsseminaren werden Führungskräfte-seminare durchgeführt. Auch individuelles Coaching von Mitarbeitern ist Bestandteil der Personalentwicklung. Darüber hinaus bietet CEWE COLOR im Rahmen des Projekts „CEWE Wissen“ allen Mitarbeitern die Möglichkeit für in- und externe kostenfreie Kurse für Fremdsprachen, EDV etc. an.

Durch regelmäßige in- und externe Revisionen in allen Fachbereichen, meist durchgeführt durch eigene Mitarbeiter, werden kostengünstig und nachhaltig Mitarbeiter und Prozesse entwickelt und Wissen in der Unternehmensgruppe weitergegeben.

Betriebszugehörigkeitsstruktur Deutschland in %



Frauen-/Männerquote Deutschland in %



Eine enge Zusammenarbeit mit den Universitäten und Fachhochschulen in der Nähe der jeweiligen Standorte, insbesondere im Nordwesten Deutschlands, sichert ein hohes Niveau in den unterschiedlichen Disziplinen wie z. B. Informatik oder Marketing. In Oldenburg kooperiert CEWE COLOR mit der Universität in dem neu eingerichteten Studiengang für Innovationsmanagement.

Vielfalt und Chancengleichheit

CEWE COLOR sichert systematisch Chancengleichheit und somit Vielfalt in der Mitarbeiterschaft. Das bezieht sich sowohl auf das Geschlecht, aber auch auf andere mögliche Diskriminierungsfaktoren wie Hautfarbe, Staatsangehörigkeit, Alter oder Religion. Das Unternehmen gewährleistet Chancengleichheit für alle.

Gesundheitsmanagement und Arbeitssicherheit

Die Sicherheit und Gesundheit haben eine hohe Priorität. Regelmäßige Arbeitsplatzbegehungen sichern einen hohen Standard an den Arbeitsplätzen.

Arbeitssicherheit spielt speziell in der Produktion eine zentrale Rolle und wird durch regelmäßige medizinische Betreuung sichergestellt. Wie in den Vorjahren führte CEWE COLOR Gefährdungsanalysen, Rettungsübungen und regelmäßige Gripeschutzimpfungen durch.

Die Unternehmensgruppe zeichnet sich durch einen konstant niedrigen Krankenstand von 3,6 % aus.

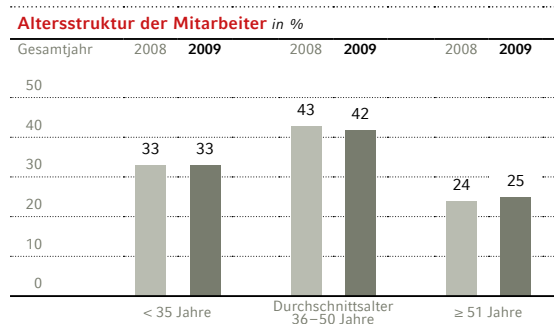
Sportliche Aktivitäten in der Freizeit werden von CEWE COLOR unterstützt. Ein besonderes Angebot ist beispielsweise die Kooperation mit einem Fitnessstudioverbund in der Region Oldenburg, das den CEWE COLOR-Mitarbeitern günstige Konditionen bietet.

Am größten Produktionsstandort in Oldenburg wurde im Februar 2009 zudem ein CEWE-Gesundheitstag mit diversen Angeboten zum Thema Gesundheit, Sport und Fitness durchgeführt. Die Resonanz der Mitarbeiter war sehr positiv, so dass eine Wiederholung der Aktion geplant ist. Ein CEWE-Gesundheitstag mit diversen Aktivitäten gibt den Mitarbeitern vielfache Anregungen für Freizeit, Sport, Ernährung und Fitness.

Nebenleistungen und Mitarbeiterbeteiligungsprogramm

CEWE-Mitarbeiter haben die Möglichkeit, durch arbeitnehmerfinanzierte Altersvorsorge privat für das Alter vorzusorgen. Das Unternehmen fördert diese Vorsorge mit tarifvertraglich vereinbarten Zuschüssen.

Mit einem jährlichen Belegschaftsaktienprogramm können die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, unterstützt durch einen steuer- und sozialversicherungsfreien finanziellen Beitrag seitens des Unternehmens, CEWE-Aktien erwerben. Auch 2009 wurde das im Jahr 2005 begonnene Belegschaftsaktienprogramm fortgesetzt. Der Vorzugspreis belief sich auf 6,66 Euro. 411 Mitarbeiter machten von dieser Möglichkeit Gebrauch.



Mitarbeiterstruktur in Jahren	2009	2008
Alter im Durchschnitt	40,3	43,3
Betriebszugehörigkeit im Durchschnitt	11	13

CORPORATE GOVERNANCE

CEWE COLOR hält hohe deutsche Standards weitgehend ein

Über die Corporate Governance bei CEWE COLOR berichten Vorstand und Aufsichtsrat im Berichtsjahr gemäß Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex wie folgt:

Vorstand und Aufsichtsrat haben sich seit langem den Grundsätzen einer modernen Corporate Governance verpflichtet. Angesichts der Bedeutung dieser Grundsätze für Anleger, Kunden und Mitarbeiter wurde Herr Andreas F. L. Heydemann, Geschäftsführer der CEWE COLOR AG & Co. OHG und Vorstandsmitglied der CEWE COLOR Holding AG, Anfang 2009 zum Corporate-Governance-Beauftragten bestellt, der direkt im Vorstand und an den Aufsichtsrat berichtet.

Unser Ziel ist es, das uns von den Anlegern, Finanzmärkten, Geschäftspartnern, Mitarbeitern und der Öffentlichkeit entgegengebrachte Vertrauen zu bestätigen und weiter zu verstärken. Dazu haben wir schon frühzeitig organisatorische Maßnahmen getroffen, die notwendig sind, um den Anforderungen zu entsprechen:

- Erneut fast vollständig abgegebene Entsprechenserklärung
- Veröffentlichung aller börsenrelevanter Informationen im Internet
- Aktive, offene und transparente Kommunikation
- Enge Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat
- Verantwortungsvolles Risikomanagement

Die Umsetzung des Corporate Governance Kodex bei uns wird regelmäßig überprüft und an etwaige Aktualitäten angepasst. Die CEWE COLOR Holding AG nimmt zu den geltenden Corporate-Governance-Grundsätzen auf ihrer Homepage www.cewecolor.de für jedermann zugänglich Stellung.

Entsprechenserklärung 2010 des Vorstandes und des Aufsichtsrates gemäß § 161 AktG zum Deutschen Corporate Governance Kodex (Stand: 4. Februar 2010):

Die CEWE COLOR Holding AG misst den Regeln ordnungsgemäßer Corporate Governance große Bedeutung bei. Vorstand und Aufsichtsrat der CEWE COLOR Holding AG erklären, dass den vom Bundesministerium der Justiz im amtlichen Teil des elektronischen Bundesanzeigers bekannt gemachten Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der Fassung vom 18. Juni 2009 mit den nachfolgenden Ausnahmen entsprochen wird und in der Vergangenheit entsprochen wurde:

Selbstbehalt bei D & O-Versicherungen (Abweichung von Ziffer 3.8)

Ziffer 3.8 des Deutschen Corporate Governance Kodex empfiehlt, dass beim Abschluss einer Haftpflichtversicherung für Mitglieder des Vorstandes und des Aufsichtsrates der Gesellschaft (D & O-Versicherung) ein entsprechender Selbstbehalt vereinbart werden soll. Unsere bestehenden D & O-Versicherungsverträge enthalten keinen Selbstbehalt. Die Anpassung für die Mitglieder des Vorstandes erfolgt im Rahmen der vom Gesetzgeber eingeräumten Übergangsfrist.

Hinsichtlich der Mitglieder des Aufsichtsrates der CEWE COLOR Holding AG bleibt die bisherige D & O-Versicherung bestehen, die einen Selbstbehalt nicht vorsieht. Vorstand und Aufsichtsrat der Gesellschaft sind der Auffassung, dass das handelnde Organ auch ohne einen Selbstbehalt seine Aufgaben verantwortungsbewusst und motiviert in vollem Umfang wahrnimmt.

Bildung fachlich qualifizierter Ausschüsse (Abweichung von Ziffer 5.3.1)

Die bisherige Praxis, dass sich immer der gesamte Aufsichtsrat mit allen Themen befasst, soll beibehalten werden. Dies gilt auch hinsichtlich der Einrichtung eines Prüfungsausschusses (Audit Committee) und eines Nominierungsausschusses.

Einrichtung eines Prüfungsausschusses (Abweichung von Ziffer 5.3.2)

Der gesamte Aufsichtsrat fungiert als Audit Committee. Aufgrund besonderer Sachkunde in Fragen der Rechnungslegung und des Risikomanagements liegt die federführende Zuständigkeit im Aufsichtsrat für diese Bereiche bei Herrn RA Otto Korte und bei dessen Verhinderung bei Herrn RA Dr. Joh. Christian Jacobs.

Einrichtung eines Nominierungsausschusses (Abweichung von Ziffer 5.3.3)

Ein Nominierungsausschuss ist angesichts der Größe des Aufsichtsrates ebenfalls nicht eingerichtet. Der Aufsichtsrat besteht im Übrigen ohnehin ausschließlich aus Vertretern der Anteilseigner.

Aufsichtsräte mit mehr als drei Aufsichtsratsmandaten in konzernexternen Gesellschaften (Abweichung von Ziffer 5.4.5)

Jedes Aufsichtsratsmitglied achtet darauf, dass ihm genügend Zeit für die Wahrnehmung seiner Aufgaben zur Verfügung steht. Von daher ist eine Beschränkung auf drei Mandate unseres Erachtens nicht zielführend. CEWE COLOR hält sich an die gesetzlichen Regeln von maximal zehn Mandaten.

Konzernabschluss binnen 90 Tagen, Zwischenberichte binnen 45 Tagen nach Berichtszeitraum zugänglich (Abweichung von Ziffer 7.1.2)

Wir halten uns an die gesetzlichen Regeln bzw. die Regeln der Frankfurter Wertpapierbörse, wonach der Konzernabschluss binnen vier Monaten nach Ablauf des Geschäftsjahres bzw. Zwischenberichte binnen zwei Monaten nach dem Ende des Berichtszeitraums öffentlich zugänglich sein sollen.

Vorstand und Aufsichtsrat

Der Vorstand leitet die Gesellschaft in eigener Verantwortung. Er ist dabei alleine an das Unternehmensinteresse gebunden und orientiert sich dabei an dem Ziel der nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswerts. Die vom Aufsichtsrat erlassene Geschäftsordnung regelt die Geschäftsverteilung und die Zusammenarbeit im Vorstand. Der Vorstand informiert den Aufsichtsrat regelmäßig sowie zeitnah und umfassend über alle für das Unternehmen relevante Fragen der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage und des Risikomanagements.

Der Aufsichtsrat berät und überwacht den Vorstand bei der Unternehmensführung. Der Aufsichtsrat besteht satzungsgemäß aus sechs Mitgliedern. Der Aufsichtsrat erörtert die Quartalsberichte und prüft und billigt den Jahresabschluss und den Konzernabschluss der CEWE COLOR Holding AG. Die Einzelheiten der Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat, auch Zustimmungsvorbehalte für die Tätigkeit des Vorstandes, sind in den Geschäftsordnungen von Vorstand und Aufsichtsrat geregelt; in der Geschäftsordnung des Aufsichtsrates sind weiterhin die Aufgaben des Aufsichtsrates festgelegt. Wahlen zum Aufsichtsrat fanden zuletzt in der Hauptversammlung vom 28. Mai 2008 statt.

Vorstand und Aufsichtsrat arbeiten zum Wohle des Unternehmens vertrauensvoll und eng zusammen. Alle wesentlichen Geschäftsvorfälle werden gemeinsam angegangen. Die Mitglieder des Vorstandes und des Aufsichtsrates legen etwaige Interessenkonflikte dem Aufsichtsrat offen.

Aktionäre und Hauptversammlung

Unsere Aktionäre werden regelmäßig nach einem Finanzkalender, der im Internet auf unserer Homepage www.cewecolor.de verfügbar ist, über die Geschäftsentwicklung sowie die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage in unseren Quartals- und Jahresberichten unterrichtet. Im Rahmen unserer Investor-Relations-Aktivitäten führen wir regelmäßige Treffen mit Analysten und Aktionären durch. In der Regel finden neben einer jährlichen Analystenkonferenz anlässlich der Veröffentlichung der Quartalszahlen Road Shows und Telefonkonferenzen für Analysten statt.

Organisation und Durchführung der jährlichen Hauptversammlung erfolgen seit Jahren mit der Maßgabe, sämtliche Aktionäre vor und während der Versammlung zügig, umfassend und effektiv zu informieren und ihnen die Ausübung ihrer Rechte zu erleichtern. Dazu gehört auch, dass wir unseren Aktionären rund um die Hauptversammlung den gewohnten Service zur Bevollmächtigung und Stimmrechtsweisung anbieten. Die Hauptversammlung fasst Beschlüsse zu allen ihr zugewiesenen Angelegenheiten. Die letzte Hauptversammlung der CEWE COLOR Holding AG fand am 28. Mai 2009 statt.

Vergütungsbericht

Zur Vergütung des Vorstandes und des Aufsichtsrates im Geschäftsjahr 2009 verweisen wir auf unseren ausführlichen Vergütungsbericht, der als Bestandteil des Konzernlageberichts auf den nachfolgenden Seiten abgedruckt ist.

Angaben über Aktienoptionsprogramme

Die CEWE COLOR Holding AG legte entsprechend dem Beschluss der Hauptversammlung vom 30. Juni 2005 für ihre obersten Führungskräfte im In- und Ausland einen Stock-Option-Plan auf. Im September 2005 erwarben über 80 Führungskräfte insgesamt 199.500 Aktienoptionen. Die CEWE COLOR Holding AG bot ihren Führungskräften eine Aktienoption zum Bezugspreis von 0,50 Euro an. Der Aktienoptionsplan läuft vom 1. Oktober 2005 für fünf Jahre, d. h. bis zum 30. September 2010.

Das Optionsrecht kann nach Ablauf der Wartefrist von zwei Jahren seit dem 30. September 2007 erstmals ausgeübt werden. Die Optionen dürfen eingelöst werden, wenn der durchschnittliche Kassakurs der CEWE COLOR-Aktie im Xetra-Handel der Deutschen Börse an zehn aufeinanderfolgenden Börsenhandelstagen mindestens 115 % des Basispreises beträgt. Als Basispreis wurden 48,00 Euro je Aktie fixiert. Damit beträgt das Erfolgsziel 55,20 Euro. Für den Vorstand der CEWE COLOR Holding AG legte der Aufsichtsrat, abweichend von den übrigen Berechtigten, einen Basispreis von 50,00 Euro und damit ein Erfolgsziel von 57,50 Euro fest.

Da das Erfolgsziel bis heute nicht erreicht wurde, ist über eine Ausübung von Optionen nicht zu berichten. Etwaige ausgeübte Aktienoptionen will CEWE COLOR aus seinem eigenen Aktienbestand (Rückkaufprogramm) bedienen.

Compliance-Beauftragter

Der Vorstand hat Herrn Andreas F.L. Heydemann, Geschäftsführer der CEWE COLOR AG & Co. OHG und Vorstandsmitglied der CEWE COLOR Holding AG, mit Wirkung zum 1. Januar 2009 zum Compliance-Beauftragten bestellt. Der Compliance-Beauftragte sorgt für die Einhaltung unternehmensinterner Richtlinien und deren Beachtung im Konzernunternehmen. Er nimmt Beschwerden und Hinweise entgegen und berichtet direkt im Vorstand und an den Aufsichtsrat.

Transparente Kommunikation

Um eine größtmögliche Transparenz zu gewährleisten, wollen wir allen Zielgruppen die gleichen Informationen zum gleichen Zeitpunkt zur Verfügung stellen. Über das Internet können sich sowohl institutionelle Investoren als auch Privatanleger zeitnah über aktuelle Entwicklungen im Konzern informieren. Sämtliche Presse- und Ad-hoc-Mitteilungen sowie die Satzung der Gesellschaft werden auf unserer Homepage www.cewecolor.de publiziert. Alle Interessierten können einen Newsletter abonnieren, der über Neuigkeiten aus dem Konzern informiert.

Anteilsbesitz von Vorstand und Aufsichtsrat

Der Anteilsbesitz aller Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder an Aktien der CEWE COLOR Holding AG betrug zum 31. Dezember 2009 insgesamt 104.175 der von der Gesellschaft ausgegebenen Aktien. 0,68 % werden von Vorstands- und 0,73 % von Aufsichtsratsmitgliedern gehalten.

Angaben zum Directors' Dealing

Nach § 15a Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) müssen Personen, die Führungsaufgaben wahrnehmen (insbesondere Mitglieder des Vorstandes und des Aufsichtsrates sowie bestimmte Mitarbeiter mit Führungsaufgaben) sowie Personen, die mit ihnen in enger Beziehung stehen, eigene Geschäfte mit Aktien und sich darauf beziehende Finanzinstrumente offen legen, soweit die Gesamtsumme der von einer Person mit Führungsaufgaben und der mit dieser Person in einer engen Beziehung stehenden Personen getätigten Wertpapiergeschäfte innerhalb eines Kalenderjahres den Betrag von mindestens 5.000,00 Euro erreicht oder übersteigt. Die im Berichtsjahr 2009 bis heute getätigten, meldepflichtigen Wertpapiergeschäfte sind auf der Homepage www.cewecolor.de unter Investor Relations/Corporate Governance/Directors' Dealing einsehbar.

Rechnungslegung und Abschlussprüfung

Zum Abschlussprüfer der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg, wurde für das Geschäftsjahr 2009 die Commercial Treuhand GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Oldenburg, bestellt. Diese wird dem Aufsichtsratsvorsitzenden über Ausschluss- oder Befangenheitsgründe, die während der Prüfung auftreten, unverzüglich unterrichten. Der Abschlussprüfer wird zudem über alle für die Aufgaben des Aufsichtsrates wesentlichen Feststellungen und Vorkommnisse, die sich bei der Abschlussprüfung ergeben, unverzüglich berichten. Außerdem wird der Abschlussprüfer den Aufsichtsrat informieren, wenn er im Zuge der Abschlussprüfung Tatsachen feststellt, die mit der von Vorstand und Aufsichtsrat nach § 161 AktG abgegebenen Entsprechenserklärung nicht vereinbar sind.

Compliance

Die Gesellschaft misst der Compliance im Sinne von Maßnahmen zur Einhaltung von Recht, Gesetz und unternehmensinternen Richtlinien sowie deren Beachtung durch die Konzernunternehmen große Bedeutung bei. Der Vorstand hat im Rahmen seiner diesbezüglichen Verantwortlichkeiten verschiedene Mechanismen implementiert, die die Compliance bestmöglich sicherstellen sollen.

So wurde für diesen Bereich ein Compliance-Beauftragter bestellt. Er befasst sich ständig mit der anforderungs- und unternehmensgemäßen Pflege und Weiterentwicklung der Compliance-Organisation der Gesellschaft bzw. des Konzerns, gerade unter dem Fokus des rechtlichen Risikomanagements, und berichtet an den Vorstand. Für spezifische Fragestellungen zieht der Compliance-Beauftragte im Übrigen die hierfür im Unternehmen jeweils ressortverantwortlichen Personen sowie bei Bedarf externen Rechtsrat bei.

In diesem Gesamtkontext führt die Gesellschaft etwa ein Insiderverzeichnis. Hier werden sämtliche Personen, die für das Unternehmen tätig sind und bestimmungsgemäß Zugang zu Insiderinformationen haben, nach Belehrung über die sich aus dem Insiderrecht ergebenden Pflichten aufgenommen.

Es wurde ferner ein externer Rechtsanwalt als Ombudsmann beauftragt, an den sich jeder Mitarbeiter und auch Dritte wenden können, um auf mögliche Gesetzes- oder Richtlinienverstöße in Unternehmen des Konzerns hinzuweisen. Im Berichtszeitraum wurden keine Gesetzes- oder Richtlinienverstöße gemeldet oder bekannt.

Risikomanagement

Als international agierende Unternehmensgruppe unterliegen die CEWE COLOR Holding AG und ihre Tochtergesellschaften verschiedenen Risiken, die nachteilige Auswirkungen auf die Geschäftstätigkeit sowie auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben könnten. Die CEWE COLOR Holding AG hat daher in Übereinstimmung mit branchenüblichen Standards und gesetzlichen Bestimmungen ein internes Kontroll- und Risikomanagementsystem eingerichtet, um potenzielle Risiken frühzeitig erkennen, bewerten und erforderlichenfalls mit entsprechenden Maßnahmen gegensteuern zu können. Das Kontroll- und Risikomanagement ist als integraler Bestandteil der Geschäfts-, Planungs-, Rechnungslegungs- und Kontrollprozesse in das Informations- und Kommunikationssystem der CEWE COLOR Gruppe eingebunden und ist wesentlicher Bestandteil des Führungssystems der CEWE COLOR Gruppe. Das Kontroll- und Risikomanagement basiert auf einem systematischen, den gesamten Konzern umfassenden Prozess der Risikoeerkennung, -bewertung und -steuerung.

Mit der Aufgabe des Kontroll- und Risikomanagements sind der Vorstand, die Leiter der regionalen Profitcenter im In- und Ausland sowie die Zentralabteilungen und Projektverantwortlichen betraut. Die federführende Verantwortung für die Gestaltung des Kontroll- und Risikomanagements liegt beim Vorstand.

Das Risikomanagementsystem erfasst die Risiken der einzelnen Risikofelder in einer jährlichen, konzernweiten Risikoinventur. Auf Grundlage der Risikoinventur wird der jährliche Risikobericht erstellt. Unterjährig erfolgt mindestens quartalsweise eine Überprüfung der Risikobewertungen. Diese werden mindestens quartalsweise an den Aufsichtsrat berichtet. Neu auftretende Risiken werden nach Meldung an den Risikobeauftragten in das Risikomanagementsystem aufgenommen und einem Risikoverantwortlichen zugewiesen. Soweit erforderlich, führen die Einschätzungen der Einzelrisiken zur Bildung entsprechender Rückstellungen.

Das interne Kontrollsystem ist integraler Bestandteil der Geschäftsprozesse der CEWE COLOR Gruppe, umfasst eine Vielzahl von Überwachungs- und Steuerungsmechanismen und beruht im Wesentlichen auf vier Prinzipien, die im Folgenden näher erläutert werden:

- 4-Augen-Prinzip
- Integriertes Berichtswesen
- Funktionstrennung
- Externe/Interne Revision

Das „4-Augen-Prinzip“ wird durch Regelungen wie Satzungen, Richtlinien, Geschäftsordnungen, Anweisungen und Vertretungs- sowie Zeichnungsbefugnisse gewährleistet. Einen weiteren Steuerungs- und Überwachungsmechanismus stellt das bei der CEWE COLOR Gruppe vorliegende abgestimmte IT-Berechtigungskonzept dar, welches konkret den Zugang und die Tätigkeiten einzelner Personen und Personengruppen zu den überwiegend SAP-basierten Anwendungen und zu deren Funktionsbereichen regelt.

Das „integrierte Berichtswesen“ umfasst ein detailliertes Planungs-, Steuerungs- und Berichtskonzept zur Lage und zum Ausblick des Konzerns. Der Planungsprozess erfolgt retrograd und ist auf monatliche Planwerte ausgerichtet. Das bestehende Konzerninformationssystem wird sowohl auf Ebene der einzelnen Profitcenter als auch auf Vorstandsebene durch monatlichen Plan-Ist-Vorjahresvergleich und ergänzend standortübergreifende Business Reviews gewährleistet. Dort werden Entwicklungen, Chancen, Risiken sowie Maßnahmen diskutiert und entsprechend dokumentiert.

Um die Sicherheit von Abläufen und gleichsam die Qualität der einzelnen Prozesse zu gewährleisten, wird bei der CEWE COLOR Gruppe eine strikte „Funktionstrennung“ von kritischen Geschäftsprozessen vorgenommen. Bestimmten Fachbereichen sind zudem zentrale Aufgabenstellungen zugewiesen, so dass auch eine gegenseitige Kontrollverantwortung implementiert ist.

Weiterhin werden in regelmäßigen zeitlichen Abständen alle Gesellschaften einer „externen Revision“ im Finanz- und Rechnungswesen sowie weiteren „internen Revisionen“ in den übrigen Funktionsbereichen unterzogen.

Die CEWE COLOR Gruppe überwacht im Rahmen des Kontroll- und Risikomanagementsystems auch die Werthaltigkeit ihrer Beteiligungen an Tochterunternehmen. Die Beteiligungswerte werden regelmäßig entsprechenden „Impairment Tests“ unterzogen.

Im Folgenden werden die einzelnen Risikofelder in fünf Bereiche unterteilt:

- Operative Risiken
- Finanzrisiken
- Strategische Risiken
- Betriebs- und Logistikerisiken sowie
- Rechtliche Risiken

Operative Risiken

- Der Markt für Filme und analoge Bilder ist weiterhin jährlich mit ca. 35 % bis 40 % rückläufig. Der höhere Bestand am Digitalkameramarkt führt nicht zwangsläufig zu einer Erhöhung des Printvolumens bei Digitalfotos, da viele Digitalfotos auf den Festplatten verbleiben und nicht auf Fotopapier ausgedruckt werden. Die CEWE COLOR Gruppe sieht in dem Produkt CEWE FOTOBUCH eine Chance, das Printvolumen für Digitalfotos zu erhöhen. Im Internet konnte das Volumen von Kalendern mit digitalen Fotos zum Jahresende nochmals deutlich gesteigert werden.
- Das Kaufverhalten von Fotoprodukten als Urlaubs- und Freizeitprodukt wird darüber hinaus durch die Konjunktorentwicklung in Europa beeinflusst. Die vorliegenden Wirtschaftsprognosen (hier auf Basis der Eurostat) gehen für das Jahr 2010 von einer durchaus positiven Konjunkturentwicklung in allen Ländergruppen aus. Während man in Zentral- und Westeuropa von einem Anstieg des Bruttoinlandsproduktes (BIP) von 1,0 % bzw. 0,5 % ausgeht, erwartet man in Benelux einen minimalen Rückgang des BIP von -0,1 %. In Mittelosteuropa wird ein Anstieg von 1,2 % erwartet.

Konjunkturentwicklung

- Neben der **Mengenentwicklung** ist das Thema „Preis“ entscheidend für den Unternehmenserfolg. Hier ist das Markenprodukt CEWE FOTOBUCH mit seiner herausragenden Qualität, der führenden Software durch den Bestellassistenten sowie seiner stets erweiterten Produktpalette der Schlüssel zum Erfolg. Im analogen Bereich werden die Preise wieder an die durch rückläufige Mengen gestiegenen Herstellungskosten angepasst.
- Bei den Fotopapierlieferanten konzentrieren wir uns derzeit auf die Anbieter DNP, Fuji und Kodak. Weitere Lieferanten sind jedoch auf dem Markt. Bei Papier für Digitaldruck gibt es weitere für uns interessante Anbieter. **Das Beschaffungsrisiko** bei Investitionsgütern und Fototaschen konnte durch neue Lieferanten bzw. durch eine risikoorientierte Lieferantenauswahl gemindert werden. Generell haben wir für strategische Artikel unter Risikogesichtspunkten Alternativlieferanten aufgebaut.
- Die **Abhängigkeit von Großkunden** steigt tendenziell durch die zunehmende Konzentration im Einzelhandel. Dass die fünf größten Kunden mit ihren einzelnen Vertriebslinien bei CEWE COLOR einen Umsatzanteil von weniger als 40 % ausmachen, ist im Vergleich zu anderen Unternehmen positiv hervorzuheben.
- Im Bereich des **Umweltrisikos**, das durch regelmäßige interne Kontrollen an allen Produktionsstandorten überwacht wird, sind auch 2009 keine Verstöße gegen Umweltauflagen zu vermelden.
- Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden die kommerzielle und die technische EDV wiederum durch externe Prüfungsgesellschaften revidiert, um die **EDV-Sicherheit** weiter zu verbessern und die Effizienz zu steigern.

Finanzrisiken

- Durch die steigenden Umsätze im Einzelhandel in Mittelosteuropa und Norwegen bzw. Schweden ist der Anteil der Umsätze im Nicht-Euroraum auf 37,4 % gestiegen. Andererseits haben wir in vielen Ländern eigene Produktionsstätten, so dass von den **Währungsrisiken** keine existenzbedrohenden Auswirkungen zu erwarten sind. Beim Umsatz wurden durch die Wechselkursverluste 17,7 Mio. Euro weniger Umsatz in Euro ausgewiesen, als es dem Zuwachs in lokalen Währungen entspricht. Termingeschäfte zur Fixierung von Wechselkursen wurden nicht abgeschlossen.
- Im Produktionsprozess wird Silber gewonnen und geerntet. Das Risiko in der Silbervermarktung liegt im erzielbaren Silberpreis. Durch die geringe Silberernte sinkt jedoch das Silbervermarktungsrisiko tendenziell.
- Das **Zinsänderungsrisiko** ist durch die solide Eigenkapitalquote von 41,6 % und durch weitere mittelfristigere Finanzierungen, teilweise sogar zu festen Zinssätzen bzw. Konditionen, begrenzt. Unsere Finanzierung ist trotz der Finanzmarktkrise gesichert; die entsprechenden Kreditlinien wurden verlängert und erweitert. Wir gehen weiterhin davon aus, dass wir die Rahmenbedingungen (Covenant) unserer Kreditverträge einhalten können.

Veränderung des BIP zum jeweiligen Vorjahr in %	2006	2007	2008	2009	e2010
Deutschland	3,0	2,6	1,3	-4,7	1,3
Schweiz	1,9	2,4	1,8	-2,2	-0,8
Österreich	2,9	2,6	1,9	-3,9	0,8
Dänemark	2,9	1,4	0,7	-5,1	1,3
Schweden	3,6	2,0	1,0	-5,7	1,2
Norwegen	2,1	2,7	1,9	-2,8	-0,3
Zentraleuropa	2,9	2,4	1,4	-4,4	1,0
Niederlande	2,8	3,3	2,3	-4,5	-0,1
Belgien	2,4	2,0	1,4	-3,8	-0,1
Benelux	2,6	2,8	2,0	-4,2	-0,1
Großbritannien	2,1	2,7	0,7	-5,6	0,2
Frankreich	1,3	1,6	0,9	-2,6	0,7
Westeuropa	1,7	2,1	0,8	-4,1	0,5
Polen	7,1	6,6	5,4	1,7	1,8
Ungarn	3,9	1,5	1,7	-6,2	-0,4
Tschechische Republik	5,7	5,9	4,4	-5,5	0,5
Slowakei	9,8	10,3	7,0	-4,9	1,8
Mittelosteuropa	6,5	5,9	4,7	-1,4	1,2

Quelle: Eurostat – Wachstumsrate des realen BIP (Datenstand: 16.03.2010)

- Die **Forderungsrisiken** wurden entsprechend der Bedeutung versichert. Im abgelaufenen Geschäftsjahr sind durch Insolvenz von größeren Kunden und den Eigenbehalt der Versicherung keine wesentlichen Ausfälle entstanden. Darüber hinausgehende Ausfallrisiken wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr durch Einzelwertberichtigungen i. H. v. 1.134 TEuro (Vorjahr: 1.003 TEuro) ausreichend berücksichtigt. Angesichts der Finanzmarktkrise hat die Debitorenabteilung die Außenstände noch restriktiver geführt.
- Neben den Investitionen für Maschinen und Anlagen gewinnen die Positionen selbst erstellte Software und übrige immaterielle Vermögenswerte an Bedeutung. Das **Investitionsbudget** des abgelaufenen Jahres i. H. v. ursprünglich 27,0 Mio. Euro wurde mit 27,4 Mio. Euro (2008: 33,3 Mio. Euro) eingehalten.

Strategische Chancen und Risiken

- Für den **Wandel vom analogen zum digitalen Geschäft** und der steigenden Bedeutung des Internets als Bestellweg haben wir unsere Programmier- und Entwicklungskapazitäten in diesem Bereich weiter verstärkt. Durch die Konzentration der Entwicklungsaktivitäten auf unsere Mitarbeiter versuchen wir, den Vorsprung gegenüber der Konkurrenz weiter auszubauen.
- Bei unserer Tochtergesellschaft CEWE COLOR Ltd. England, Warwick, die wir im Jahr 2005 übernommen hatten, konnten wir 2009 ein fast ausgeglichenes Ergebnis verzeichnen. Durch zusätzliche Neukundenumsätze wird für 2010 ein positives Ergebnis angestrebt.

Betriebs- und Logistikkosten

- Mit der Schließung der Produktion in Paris wurde das Restrukturierungsprogramm der Analog-Digital-Transformation abgeschlossen. Operative Betriebsrisiken durch den Ausfall von Maschinen werden gering eingeschätzt.
- Durch das Engagement von einer Vielzahl von Fahrdienstunternehmen ist das Logistikrisiko überschaubar, das Risiko von Benzinpreiserhöhungen ist gegeben.

Rechtliche Risiken

- Existenzgefährdende rechtliche Risiken aus laufenden Verfahren oder anderen Disputen sind derzeit nicht ersichtlich. Für Prozessrisiken aus dem laufenden Geschäftsverkehr ist in ausreichendem Maße Risikovorsorge betrieben worden.
- Im Rahmen der Audit-Committee-Sitzung des Aufsichtsrates vom 8. April 2010 wird der testierende Wirtschaftsprüfer direkt an den Aufsichtsrat berichten. Das Risikomanagementsystem erfüllt nach Testat des Wirtschaftsprüfers in vollem Umfang die Anforderungen des § 91 Abs. 2 AktG.

Bericht zur Unternehmensführung

Die Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289a des Handelsgesetzbuchs umfasst die Entsprechenserklärung gemäß § 161 des Aktiengesetzes, relevante Angaben zu Unternehmensführungspraktiken, eine Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat sowie Zusammensetzung und Arbeitsweise von deren Ausschüssen. Gemäß Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex berichtet die Erklärung zur Unternehmensführung der CEWE COLOR Holding AG auch über die Corporate Governance des Unternehmens (Corporate Governance Bericht).

Zur Entsprechenserklärung nach § 161 Aktiengesetz

Den vollständigen Text der Entsprechenserklärung nach § 161 AktG finden Sie im Geschäftsbericht auf den Seiten 58 bis 61 und im Internet unter www.cewecolor.de/de/investor-relations.

Zu den relevanten Angaben zu Unternehmensführungspraktiken

Die CEWE COLOR Holding AG bekennt sich zu ihrer sozialen Verantwortung und ist überzeugt, dass soziale Verantwortung ein wichtiger Faktor für den langfristigen Erfolg des Unternehmens ist.

Die CEWE COLOR Gruppe führt ihre Geschäfte traditionell in Übereinstimmung mit nationalen und internationalen Gesetzen sowie allgemein anerkannten ethischen Grundsätzen. In diesem Zusammenhang hat die CEWE COLOR Gruppe ein Leitbild entwickelt, welches ihre Unternehmenskultur verdeutlicht, die durch Integrität, Vertrauenswürdigkeit und Verantwortung geprägt wird. Die Grundwerte und Grundsätze dieses Leitbildes können im Internet unter www.cewecolor.de/de/unternehmen/compliance/leitbild.html eingesehen werden.

Ferner hat die CEWE COLOR Holding AG wesentliche Leitlinien in einem Verhaltenskodex zusammengefasst, der auf ethischen Werten und darauf basierenden Geschäftsgrundsätzen beruht, die von Integrität und Loyalität geprägt sind. Dieser Verhaltenskodex gilt für sämtliche Mitarbeiter konzernweit und dient der Umsetzung der folgenden Verhaltensgrundsätze:

- Integrität und rechtmäßiges Verhalten bestimmen unser Handeln.
- Unsere Geschäftsbeziehungen sind sachbezogen und frei von unlauteren Methoden.
- Konflikte zwischen den Interessen der CEWE COLOR-Gruppe und privaten Interessen vermeiden wir.
- Wir dulden keinen Missbrauch der eigenen Position zu persönlichem Vorteil, zugunsten Dritter oder zum Nachteil der CEWE COLOR-Gruppe.

Weiter gehende Informationen zu dem Verhaltenskodex sind auf der folgenden Webseite öffentlich zugänglich: www.cewecolor.de/de/unternehmen/compliance/verhaltensgrundsaeetze.html

Die CEWE COLOR Holding AG unterstützt ergänzend die Prinzipien der Compliance-Initiative des Bundesverbands Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e. V. (BME). Weiter gehende Informationen zu den Prinzipien des Bundesverbands Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e. V. (BME) finden Sie unter www.bme.de/Compliance.

Zur Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat sowie zur Zusammensetzung und Arbeitsweise von deren Ausschüssen

Vorstand und Aufsichtsrat arbeiten eng und vertrauensvoll im Interesse der CEWE COLOR Holding AG zusammen. Der Vorstand leitet die Gesellschaft und führt deren Geschäfte nach Maßgabe der Gesetze, der Satzung, dem Deutschen Corporate Governance Kodex und der Geschäftsordnung für den Vorstand. Der Aufsichtsrat überwacht und berät den Vorstand regelmäßig. Der Vorstand informiert den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle für das Unternehmen relevanten Fragen der Unternehmensplanung einschließlich Finanz- und Investitionsplanung, wirtschaftliche Lage der Gesellschaft und des Konzerns, Risikolage, Risikomanagement sowie Compliance und kommt somit seiner Berichtspflicht umfassend nach. Weicht der Geschäftsverlauf von den ursprünglich aufgestellten Plänen und Zielen ab, unterrichtet der Vorstand den Aufsichtsrat unverzüglich hierüber. Dies gilt auch, wenn sich Änderungen in der Strategie und der Entwicklung des Konzerns ergeben. Darüber hinaus berichtet der Vorstand regelmäßig schriftlich sowie mündlich umfassend und zeitnah über alle Vorgänge, die für das Unternehmen von wesentlicher Bedeutung sind. In sämtliche Entscheidungen wird der Aufsichtsrat frühzeitig eingebunden. Auch außerhalb der Sitzungen besprechen sich der Vorstand und Aufsichtsrat regelmäßig zu Fragen zur Strategie und Planung sowie zur aktuellen Geschäftsentwicklung. Insbesondere vor dem Hintergrund der Finanz- und Wirtschaftskrise steht der Aufsichtsrat in regelmäßigem Kontakt mit dem Vorstand, um sich frühzeitig über die aktuelle Geschäftsentwicklung und die wesentlichen Geschäftsvorfälle zu informieren und ggf. zeitnah entsprechende Maßnahmen einzuleiten.

Der Aufsichtsrat setzt sich auf jeder seiner Sitzungen planmäßig mit folgenden Themen auseinander:

- Corporate Governance
- Compliance
- Risikosituation des Unternehmens

Der Aufsichtsrat prüft regelmäßig, ob Interessenkonflikte bei Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern im Hinblick auf die Tätigkeit für die CEWE COLOR Holding AG bestehen könnten.

Bei der CEWE COLOR Holding AG befasst sich immer der gesamte Aufsichtsrat mit allen Themen, so dass keine besonderen Ausschüsse, insbesondere kein besonderer Prüfungsausschuss (Audit Committee) oder Nominierungsausschuss, eingerichtet sind. Der Aufsichtsrat unterzieht sich regelmäßig einer eigenen Effizienzprüfung und lässt die Ergebnisse in die zukünftige Arbeit einfließen.

Weitergehende Informationen können dem Bericht des Aufsichtsrates (im Geschäftsbericht auf den Seiten 6 bis 9 und im Internet unter www.cewecolor.de/de/investor-relations/geschaeftsberichte) sowie dem Corporate-Governance-Bericht (im Geschäftsbericht auf den Seiten 58 bis 79 und im Internet unter www.cewecolor.de/de/investor-relations/corporate-governance) entnommen werden.

Zum Corporate Governance Bericht

Auch im Geschäftsjahr 2009 beschäftigten sich Vorstand und Aufsichtsrat der CEWE COLOR Holding AG intensiv mit der Thematik Corporate Governance, insbesondere dem Deutschen Corporate Governance Kodex, im Folgenden Kodex oder DCGK genannt. Corporate Governance steht für eine verantwortungsbewusste und auf langfristige Wertschöpfung ausgerichtete Führung und Kontrolle von Unternehmen. Deshalb setzen wir nicht nur die Empfehlungen des Kodex nahezu vollständig um, sondern auch dessen Anregungen. Die Grundsätze und Regeln des Kodex bestimmen auch die Unternehmensrichtlinien der CEWE COLOR Holding AG.

Den vollständigen Corporate Governance Bericht finden Sie im Geschäftsbericht auf den Seiten 58 bis 79 und im Internet unter www.cewecolor.de/de/investor-relations/corporate-governance.

Vergütungsbericht

Angaben gemäß § 315 Abs. 2 Nr. 4 Handelsgesetzbuch Vergütungsbericht Vorstand

Die Vergütungen für die Vorstandsmitglieder der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg, werden durch den Aufsichtsrat festgelegt. Sie setzen sich aus festen und erfolgsabhängig variablen Bezügen zusammen. Die Festbezüge bestehen aus einem monetären Fixum und aus Sachbezügen, der erfolgsbezogene Teil enthält Tantieme sowie Komponenten mit langfristiger Anreizwirkung. Kriterien für die Bemessung der Gesamtvergütung sind neben den Vorstandsaufgaben und der persönlichen Leistung die Leistungen des Gesamtvorstandes sowie der wirtschaftliche Erfolg und das Vergleichsumfeld der CEWE COLOR Gruppe. Der Aufsichtsrat ist damit befasst, die gesetzlichen Vorgaben des am 5. August 2009 in Kraft getretenen Gesetzes zur Angemessenheit der Vorstandsvergütung (VorstAG) zeitnah umzusetzen.

Im Einzelnen gilt: Das erfolgsunabhängige Fixum wird als monatlich gleichbleibendes Gehalt ausgezahlt. Weiterhin erhalten die Vorstandsmitglieder Sachbezüge, die in Höhe der zu versteuernden Werte angesetzt sind. Im Wesentlichen handelt es sich um die Nutzung eines Dienstwagens sowie berufsbezogene Versicherungsbeiträge; die Sachbezüge werden von den einzelnen Vorstandsmitgliedern versteuert und stehen ihnen in gleicher Weise zu.

Die Tantieme als erfolgsabhängiger Teil der Gesamtvergütung orientiert sich am Ergebnis der CEWE COLOR Gruppe sowie an deren Brutto-Cash Flow. Eine weitere erfolgsabhängige Vergütungskomponente stellt der zurzeit laufende dritte Aktienoptionsplan 2005 dar. Hieran haben Mitglieder des Vorstandes im Geschäftsjahr 2005 durch den Kauf von insgesamt 36.000 Optionsrechten teilgenommen. Die Teilnahme selbst und der Umfang des Optionserwerbs war den Mitgliedern des Vorstandes freigestellt. Für jedes Recht hatten die Teilnehmer 0,50 Euro zu bezahlen. Der beizulegende Zeitwert gemäß IFRS 2.10 ff. betrug für die Vorstandsmitglieder zum Gewährungszeitpunkt 15,04 Euro je Option. Andere Optionspläne laufen zurzeit nicht. Weder im Geschäftsjahr 2009 noch im Vorjahr kamen den Mitgliedern des Vorstandes irgendwelche Zuflüsse aus der Ausübung von Optionsrechten von Aktienoptionsplänen zugute. Zur Struktur des Aktienoptionsplanes wird auf die Erläuterungen zum Eigenkapital im Konzernanhang auf Seite 124f. verwiesen.

Die Gesamtbezüge, erfolgsunabhängige und erfolgsabhängige (Tantieme) Vergütungen, der Mitglieder des Vorstandes der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg, im Geschäftsjahr 2009 für die Wahrnehmung ihrer Aufgaben im Mutterunternehmen und in den Tochterunternehmen belaufen sich auf insgesamt 968 TEuro (Vorjahr: 1.160 TEuro). Im Einzelnen gliedern sie sich wie folgt:

Die variablen, erfolgsabhängigen Bezüge für die aktiven Vorstandsmitglieder der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg, lagen im Berichtsjahr bei 212 TEuro und damit 19,4 % unter denen des Vorjahres (262 TEuro). Der Rückgang liegt im Wesentlichen daran, dass zum 31. Dezember 2008 Herr Michael Wefers aus dem Vorstand der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg, ausgeschieden ist. Bereinigt man diesen Effekt im Vorjahr 2008, so sind die variablen Bezüge der Vorstandsmitglieder um 3,2 % gegenüber dem Jahr 2008 zurückgegangen.

Für das Geschäftsjahr 2008 als letztem Jahr seiner aktiven Tätigkeit erhielt Herr Wefers in 2009 noch eine Tantiemezahlung i. H. v. 40 TEuro. Im laufenden Geschäftsjahr 2010, ab dem 01. April 2010, wird sich der Vorstand der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg, mit Herrn Dr. Olaf Holzkämper, Oldenburg, um ein Mitglied erweitern.

Die variablen Bezüge (Tantieme) für das Geschäftsjahr 2009 mit Auszahlung im Jahr 2010 werden mit 240 TEuro 13,5 % über denen des Jahres 2009 (212 TEuro) liegen.

Vereinbarungen der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg, mit den Vorstandsmitgliedern für den Fall der vorzeitigen Beendigung des Dienstverhältnisses bestehen nicht. Ebenso bestehen keine Entschädigungsvereinbarungen mit den Mitgliedern des Vorstandes für den Fall eines Übernahmeangebotes (§ 315 Abs. 4 Nr. 9; siehe auch Seite 75).

Für die Mitglieder des Vorstandes der Gesellschaft bestehen Pensionszusagen, für die teilweise Rückdeckungsversicherungen abgeschlossen wurden. Die Höhe der Pensionsansprüche ermittelt sich aus zwei Neuntel der zuletzt bezogenen Festbezüge für je fünf Jahre Tätigkeit als Vorstand, höchstens jedoch sechs Neunteln. Die Bezugsgröße für Dr. Rolf Hollander und Herrn Andreas F. L. Heydemann sind die gesamten Festbezüge für ihre Tätigkeit als Vorstand in der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg, sowie in der Neumüller CEWE COLOR Stiftung, Oldenburg. Für Dr. Reiner Fageth sind die Festbezüge für die Tätigkeit als Vorstand in der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg, maßgeblich. Eine Hinterbliebenenversorgung ist nicht Teil dieser Zusage. Der Dienstzeitaufwand für Altersversorgung im Jahr 2009 stellt sich unter einem Rechnungszins von 5,75 % (Vorjahr: 6,00 %) gemäß der Anwendung des Projected-Unit-Credit-Verfahrens nach IAS/IFRS wie unten gezeigt dar.

Über die Vorstandszusagen hinaus erhalten die Herren Dr. Rolf Hollander und Andreas F. L. Heydemann im Rahmen der betriebsüblichen Altersversorgung aus einer Direktzusage nach ihrem Ausscheiden ab dem 65. Lebensjahr eine Altersrente. Eingeschlossen ist hier jeweils eine Hinterbliebenenversorgung von 50 % der jeweiligen Rente. Herr Dr. Reiner Fageth erhält im Rahmen der betriebsüblichen Altersversorgung aus einer arbeitgeberfinanzierten Unterstützungskasse eine wirtschaftlich gleichwertige Altersrente.

Schließlich wurde für alle Vorstandsmitglieder im Rahmen der betrieblichen Altersversorgung zusätzlich eine Lebensversicherung mit Kapitalzahlung im vorzeitigen Todesfall als Hinterbliebenenversorgung oder im Erlebensfall als Altersversorgung über eine Versicherungssumme von jeweils 38 TEuro eingerichtet. Die jährlichen Aufwendungen hierfür betragen pro Vorstandsmitglied jeweils 1 TEuro (Vorjahr: 1 TEuro). Kredite und Vorschüsse sind nicht gewährt worden. Des Weiteren wurden keine Haftungsverhältnisse zugunsten der Mitglieder des Vorstandes eingegangen.

Vorstandspensionen in TEuro	2009			2008		
	Erworbene Pensionsansprüche	Pensionsansprüche 31.12.2009	Dienstzeitaufwand für Altersversorgung	Erworbene Pensionsansprüche	Pensionsansprüche 31.12.2008	Dienstzeitaufwand für Altersversorgung
Dr. Rolf Hollander (Vorsitzender)	0,0	267,0	104,0	0,0	267,0	106,0
Andreas F. L. Heydemann	0,0	23,0	15,0	0,0	23,0	15,0
Dr. Reiner Fageth	0,0	0,0	8,0	0,0	0,0	9,0
Michael Wefers (bis 31.12.2008)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	11,0
Vorstand gesamt	0,0	290,0	127,0	0,0	290,0	141,0

Betriebliche Altersversorgung in TEuro	2009			2008		
	Erworbene Pensionsansprüche	Pensionsansprüche 31.12.2009	Dienstzeitaufwand für Altersversorgung	Erworbene Pensionsansprüche	Pensionsansprüche 31.12.2008	Dienstzeitaufwand für Altersversorgung
Dr. Rolf Hollander (Vorsitzender)	0,0	3,0	1,0	0,0	3,0	1,0
Andreas F. L. Heydemann	0,0	3,0	1,0	0,0	3,0	1,0
Dr. Reiner Fageth (ab 01.01.2007)	0,0	3,0	1,0	0,0	3,0	1,0
Michael Wefers (bis 31.12.2008)	0,0	0,0	0,0	0,0	3,0	1,0
Vorstand gesamt	0,0	9,0	3,0	0,0	12,0	4,0

Vergütungsbericht Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat besteht gemäß Satzung aus sechs Mitgliedern. Die Vergütung für die Aufsichtsratsmitglieder ergibt sich aus der Satzung und setzt sich aus einer festen und zwei variablen Bestandteilen zusammen. Die feste Vergütung beläuft sich auf 4,0 TEuro jährlich. Zusätzlich erhält jedes Mitglied eine dividendenabhängige Vergütung. Der Vorsitzende des Aufsichtsrates erhält das Eineinhalbfache, der Stellvertreter das Eineinviertelfache der genannten Beträge. Schließlich erhält jedes Mitglied 1,0 TEuro pro Teilnahme an den Aufsichtsratssitzungen (Vorjahr: 0,5 TEuro). Optionsrechte hatte keines der Aufsichtsratsmitglieder.

Kredite und Vorschüsse sind nicht gewährt worden. Des Weiteren wurden keine Haftungsverhältnisse zugunsten der Mitglieder des Aufsichtsrates eingegangen.

Vergütungsbericht früherer Mitglieder des Vorstandes und Aufsichtsrates

Für ehemalige Mitglieder des Aufsichtsrates sind keine Bezüge gewährt worden. Für ehemalige Mitglieder des Vorstandes bestanden zum Stichtag 31. Dezember 2009 Pensionsrückstellungen i. H. v. 2.540 TEuro (Vorjahr: 2.616 TEuro). Die Pensionsbezüge für das Geschäftsjahr 2009 beliefen sich auf 299 TEuro (Vorjahr: 289 TEuro). Die für diese Personengruppe gebildeten Pensionsrückstellungen wurden mit Wirkung ab dem 1. April 2007 auf die CEWE COLOR Versorgungskasse e. V., Wiesbaden, übertragen. Diese wird nach IAS 32 in Verbindung mit IAS 19 im Konzernabschluss berücksichtigt. Über die Pensionsbezüge von ehemaligen Mitgliedern des Vorstandes hat Herr Michael Wefers, der zum 31. Dezember 2008 aus dem Vorstand der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg, ausgeschieden ist, im Geschäftsjahr 2009 103 TEuro aus den Ansprüchen eines nachvertraglichen Wettbewerbsverbotes sowie darüber hinaus 40 TEuro als Tantieme für das Geschäftsjahr 2008 als letztem Jahr seiner aktiven Tätigkeit erhalten. Kredite, Vorschüsse und Haftungsverhältnisse wurden für ehemalige Mitglieder des Aufsichtsrates und des Vorstandes der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg, nicht gewährt.

Vorstandsbezüge, Aktienbesitz, Optionsrechte in TEuro	2009				
	Festbezüge	Tantieme Variable Bezüge	Bezüge gesamt	Aktienbesitz in Stück	Optionsrechte in Stück
Dr. Rolf Hollander (Vorsitzender)	415	132	547	46.375	12.000
Andreas F. L. Heydemann	170	40	210	5.000	12.000
Dr. Reiner Fageth	171	40	211	2.800	6.000
Vorstand gesamt	756	212	968	54.175	30.000

Vorstandsbezüge, Aktienbesitz, Optionsrechte in TEuro	2008				
	Festbezüge	Tantieme Variable Bezüge	Bezüge gesamt	Aktienbesitz in Stück	Optionsrechte in Stück
Dr. Rolf Hollander (Vorsitzender)	415	133	548	46.375	12.000
Andreas F. L. Heydemann	164	43	207	5.000	12.000
Dr. Reiner Fageth	161	43	204	2.800	6.000
Michael Wefers (bis 31.12.2008)	158	43	201	2.000	12.000
Vorstand gesamt	898	262	1.160	56.175	42.000

Sonstiges

Für alle Vorstände, Geschäftsführer und leitende Angestellte der CEWE COLOR Gruppe im In- und Ausland unterhält die Gesellschaft eine Vermögensschadenhaftpflicht-Gruppenversicherung. Sie wird jährlich abgeschlossen bzw. verlängert. Die Versicherung deckt das persönliche Haftungsrisiko für den Fall ab, dass der Personenkreis bei Ausübung seiner Tätigkeit für Vermögensschäden in Anspruch genommen wird (D & O-Versicherung). Versicherungsschutz besteht außerdem im Rahmen einer Spezialstrafrechtsschutzversicherung für sämtliche Betriebsangehörige. Mitversichert sind hier auch die gesetzlichen Vertreter und die Mitglieder des Aufsichtsorgans gegen Verstöße, die sie in Ausübung ihrer dienstlichen Verrichtung begehen oder begangen haben sollen.

Aufsichtsratsbezüge, Aktienbesitz, Optionsrechte in TEuro	2009					
	Festvergütung	Sitzungsgelder	Dividendenabhängige Vergütung	Bezüge gesamt	Aktienbesitz	Optionsrechte
Hubert Rothärmel (Vorsitzender)	12,0	5,0	11,3	28,3	50.000	0
Hartmut Fromm (stellv. Vorsitzender)	9,0	4,0	9,4	22,4	0	0
Prof. Dr. Dr. h. c. Hans-Jürgen Appelrath	6,0	5,0	7,5	18,5	0	0
Otto Korte	6,0	5,0	7,5	18,5	0	0
Prof. Dr. Michael Paetsch	6,0	4,0	7,5	17,5	0	0
Dr. Joh. Christian Jacobs	6,0	4,0	7,5	17,5	0	0
Aufsichtsrat gesamt	45,0	27,0	50,7	122,7	50.000	0

Aufsichtsratsbezüge, Aktienbesitz, Optionsrechte in TEuro	2008					
	Festvergütung	Sitzungsgelder	Dividendenabhängige Vergütung	Bezüge gesamt	Aktienbesitz	Optionsrechte
Hubert Rothärmel (Vorsitzender)	6,0	3,0	14,3	23,3	50.000	0
Hartmut Fromm (stellv. Vorsitzender)	5,0	3,0	11,9	19,9	0	0
Dr. h. c. Manfred Bodin (bis 28.05.2008)	1,7	0,5	9,5	11,7	0	0
Dr. Fritz Kröger (bis 31.12.2007)	0,0	0,0	9,5	9,5	—	—
Prof. Dr. Dr. h. c. Hans-Jürgen Appelrath	4,0	3,0	9,5	16,5	0	0
Otto Korte (seit 09.02.2007)	4,0	3,0	9,5	16,5	0	0
Prof. Dr. Michael Paetsch (seit 01.01.2008)	4,0	3,0	0,0	7,0	0	0
Dr. Joh. Christian Jacobs (ab 28.05.2008)	2,3	2,0	0,0	4,3	0	0
Aufsichtsrat gesamt	27,0	17,5	64,2	108,7	50.000	0

Angaben nach § 315 Abs. 4 HGB

Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals, Beschränkungen, die Stimmrechte oder die Übertragung von Aktien betreffen (§ 315 Abs. 4 Nr. 1 und 2 HGB)

Das gezeichnete Kapital der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg, setzt sich aus folgenden Aktiengattungen zusammen:

Aktienart	ISIN	Aktienform	Anzahl der Gattung	Anteil am gezeichneten Kapital in Euro	Anteil am gezeichneten Kapital in %	Rechte und Pflichten
Inhaberaktien	DE 0005403901	Stückaktien	7.380.000	19.188.000,00	99,9997 %	– Die Aktien sind voll stimm- und dividendenberechtigt, soweit nicht zwingende Regelungen des Aktiengesetzes dagegen sprechen (z. B. Aktien als eigene Anteile der Gesellschaft)
Namensaktien	DE 0005403950	Stückaktien	18	46,80	0,00024 %	– Die Aktien sind voll stimm- und dividendenberechtigt, soweit nicht zwingende Regelungen des Aktiengesetzes dagegen sprechen
Namensaktien	DE 0005403927	Stückaktien	2	5,20	0,00003 %	– Vinkulierte Namensaktien, die nur mit Zustimmung des Aufsichtsrates übertragen werden können – Jede Aktie verleiht das Recht, ein Mitglied des Aufsichtsrates zu bestimmen – Die Aktien sind voll stimm- und dividendenberechtigt, soweit nicht zwingende Regelungen des Aktiengesetzes dagegen sprechen
			7.380.020	19.188.052,00	100,0000 %	

Darüber hinausgehende Stimmrechts- oder Übertragungsbeschränkungen im Sinne des § 315 Abs. 4 Nr. 2 HGB sind der Gesellschaft nicht bekannt.

Direkte oder indirekte Beteiligungen am Kapital (§ 315 Abs. 4 Nr. 3 HGB)

Nach den veröffentlichten Mitteilungen und den uns vorliegenden Informationen gibt es an unserer Gesellschaft folgende direkte und indirekte Beteiligungen, die 10 % der Stimmrechte überschreiten:

Mitteilungspflichtiger	Art der Beteiligung	Anteil der angezeigten Stimmrechte am gezeichneten Kapital
ACN Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG, Oldenburg (Erbengemeinschaft nach Senator h. c. Neumüller, Oldenburg)	direkt	27,37 %
Neumüller Beteiligungsgesellschaft mbH, Oldenburg (Erbengemeinschaft nach Senator h. c. Neumüller, Oldenburg)	direkt	27,37 %

Inhaber von Aktien mit Sonderrechten (§ 315 Abs. 4 Nr. 4 HGB)

Zwei der Namensaktien sind vinkulierte Namensaktien, die nur mit Zustimmung des Aufsichtsrates der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg, übertragen werden können. Mit jeder dieser Aktien ist das Recht verbunden, ein Mitglied des Aufsichtsrates zu bestimmen. Inhaber dieser Aktien ist die Neumüller CEWE COLOR Stiftung, Oldenburg.

Art der Stimmrechtskontrolle im Falle von Arbeitnehmerbeteiligungen (§ 315 Abs. 4 Nr. 5 HGB)

Soweit Arbeitnehmer der CEWE COLOR Gruppe als Aktionäre an der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg, beteiligt sind, bestehen nach Kenntnis der Gesellschaft keine Besonderheiten bei der Möglichkeit der Stimmrechtsausübung. Weder bestehen Rechtsgemeinschaften von Arbeitnehmern an einer oder mehreren Aktien (§ 69 Abs. 1 AktG) noch Stimmbindungsvereinbarungen zwischen Arbeitnehmeraktionären.

Gesetzliche Vorschriften und Satzungsbestimmungen über die Ernennung und Abberufung von Vorstandsmitgliedern und über Satzungsänderungen (§ 315 Abs. 4 Nr. 6 HGB)

Die Bestellung der Mitglieder des Vorstandes und die Bestimmung deren Zahl erfolgt nach § 5.1 und § 5.2 der Satzung durch den Aufsichtsrat, desgleichen die etwaige Bestellung eines Vorsitzenden oder eines Sprechers des Vorstandes und stellvertretender Vorstandsmitglieder. Im Übrigen gelten die gesetzlichen Bestimmungen über die Ernennung und Abberufung von Vorstandsmitgliedern (§§ 84 und 85 AktG). Für die Änderung der Satzung gelten die gesetzlichen Bestimmungen (§§ 133 und 179 ff. AktG).

Befugnisse des Vorstandes zur Ausgabe und zum Rückkauf von Aktien (§ 315 Abs. 4 Nr. 7 HGB)

Gemäß § 2.4.1 der Satzung ist der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 27. Mai 2014 ermächtigt, das Grundkapital der Gesellschaft durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautender nennwertloser Stückaktien gegen Bareinlage und/oder Sacheinlagen um bis zu 9.590.000,00 Euro zu erhöhen. Bei Sacheinlagen ist das Bezugsrecht der Aktionäre ausgeschlossen.

Außerdem ist das Grundkapital gemäß § 2.3 der Satzung um einen Betrag von bis zu 52.000,00 Euro, eingeteilt in 20.000 Inhaberaktien, aufgrund der Hauptversammlungsbeschlüsse vom 16. Juni 1992, 17. Juni 1999 und 24. Juni 2004 bedingt erhöht. Bei diesem bedingten Kapital besteht ein Aktienbezugsrecht der Neumüller CEWE COLOR Stiftung, Oldenburg, i. H. v. weiteren nominal 52.000,00 Euro nur insoweit, als die Stiftung damit ihre Komplementärgesellschaftsbeteiligung von 52.000,00 Euro an der CEWE COLOR AG & Co. OHG, Oldenburg, gegen Aktien an dieser Gesellschaft tauscht, um den Zusammenschluss der Beteiligung in dieser Gesellschaft herbeizuführen. Andere Personen als die zuvor genannten Bezugsberechtigten sind von dem Bezugsrecht hinsichtlich des bedingten Kapitals ausgeschlossen. Dieses bedingte Kapital ist nur insoweit belegt, als die Neumüller CEWE COLOR Stiftung, Oldenburg, von dem Umtauschrecht Gebrauch macht. Das Nähere der Durchführung regelt der Hauptversammlungsbeschluss vom 16. Juni 1992.

Gemäß dem Beschluss der Hauptversammlung vom 28. Mai 2009 ist die Gesellschaft bis zum 27. November 2010 ermächtigt, bis zu insgesamt 10 % des zum Zeitpunkt der Beschlussfassung bestehenden Grundkapitals zu erwerben. Die Ermächtigung ist erteilt worden, um die Aktien

- mit Zustimmung des Aufsichtsrates unter Wahrung des Gleichbehandlungsgrundsatzes (§ 53a AktG) wieder über die Börse oder über ein Angebot an alle Aktionäre zu verkaufen;
- mit Zustimmung des Aufsichtsrates, ganz oder zum Teil, einmal oder mehrfach, einzuziehen, ohne dass die Einziehung oder ihre Durchführung eines weiteren Hauptversammlungsbeschlusses bedarf. Sie können auch im vereinfachten Verfahren ohne Kapitalherabsetzung durch Anpassung des anteiligen rechnerischen Betrages der übrigen Stückaktien am Grundkapital der Gesellschaft eingezogen werden. Die Einziehung darf allerdings in jedem Fall nur für eine Stückzahl von insgesamt 600.000 Aktien der Gesellschaft durchgeführt werden;

- mit Zustimmung des Aufsichtsrates gegen Sachleistung zu veräußern; insbesondere können sie Dritten im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen oder beim Erwerb von Unternehmen angeboten oder gewährt werden;
- mit Zustimmung des Aufsichtsrates Arbeitnehmern der Gesellschaft oder von anderen verbundenen Unternehmen im Sinne der §§ 15 ff. AktG zum Erwerb anzubieten oder mit einer Sperrfrist von nicht weniger als einem Jahr zuzusagen bzw. zu übertragen;
- mit Zustimmung des Aufsichtsrates eine Veräußerung der aufgrund der vorstehenden Ermächtigung erworbenen Aktien in anderer Weise als über die Börse oder durch Angebot an alle Aktionäre vorzunehmen.
- Der Aufsichtsrat ist gemäß dem Beschluss der Hauptversammlung vom 28. Mai 2009 ermächtigt, die aufgrund dieser oder einer früher erteilten Ermächtigung erworbenen eigenen Aktien den Mitgliedern des Vorstandes der CEWE COLOR Holding AG vom Aufsichtsrat als aktienbasierte Vergütung zum Erwerb anzubieten oder mit einer Sperrfrist von nicht weniger als einem Jahr zuzusagen bzw. zu übertragen. Die Einzelheiten der aktienbasierten Vergütung für die Vorstandsmitglieder werden vom Aufsichtsrat festgelegt.

Wesentliche Vereinbarungen, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots stehen (§ 315 Abs. 4 Nr. 8 HGB)

Es bestehen keine Vereinbarungen der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg, mit Dritten, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots stehen und die für sich allein oder in ihrer Gesamtheit hieraus folgende Wirkungen haben könnten.

Entschädigungsvereinbarungen (§ 315 Abs. 4 Nr. 9 HGB)

Vereinbarungen der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg, die für den Fall eines Übernahmeangebots mit Mitgliedern des Vorstandes oder anderen Arbeitnehmern getroffen wurden und zu Entschädigungen oder anderen Leistungen der Gesellschaft führen können, bestehen nicht.

Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Der Aufsichtsrat und der Vorstand der CEWE COLOR Holding AG, Oldenburg, sind nach eingehender Beratung gemeinsam übereingekommen, dass es keines Abhängigkeitsberichts gemäß § 312 Abs. 1 AktG bedarf. Zwischen dem Konzern und der Erbgemeinschaft, deren Testamentsvollstrecker Herr Otto Korte Mitglied des Aufsichtsrates ist, bestehen vereinzelte Mietverhältnisse über betrieblich genutzte Immobilien. Alle Mietbeziehungen werden zu marktüblichen Konditionen abgewickelt. Im Übrigen verweisen wir auf die zu IAS 24 gemachten Ausführungen im Anhang (siehe Seite 145).

Organisation

Die Unternehmensgruppe von CEWE COLOR gliedert sich wie folgt:

Organisationsstruktur der CEWE COLOR Gruppe

Aktionäre



CEWE COLOR Holding AG

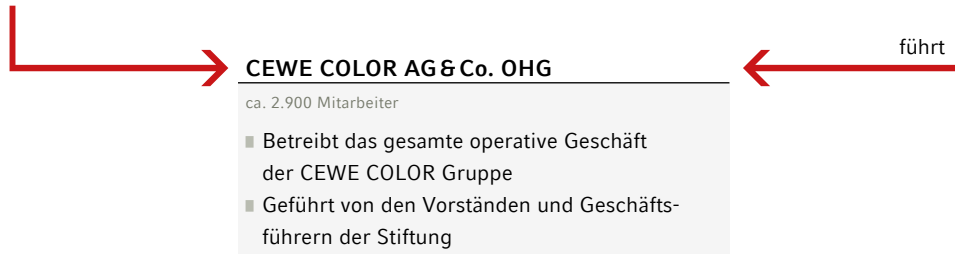
3 Vorstände, keine weiteren Mitarbeiter

- Gesellschafterin der OHG
- AG-Aufsichtsrat
- AG-Vorstand

Neumüller CEWE COLOR Stiftung

9 Vorstände/Geschäftsführer, keine weiteren Mitarbeiter

- Geschäftsführende Gesellschafterin der OHG
- Stiftungskuratorium
- Stiftungsvorstand/Geschäftsführung



Diese Unternehmensstruktur wurde gewählt, um die Stärken der jeweiligen Rechtsform für die CEWE Gruppe zu nutzen.

Rechtliche Struktur kombiniert Kapitalmarkt und Familie

Der Unternehmensgründer Senator h. c. Heinz Neumüller wollte sicherstellen, dass einerseits seine unternehmerischen Prinzipien dauerhaft im Unternehmen verankert werden und andererseits der Bestand des Unternehmens nachhaltig gewährleistet wird.

Hierzu dient die Neumüller CEWE COLOR Stiftung sowie die große Beteiligung der Erbengemeinschaft nach Senator h. c. Heinz Neumüller (größter Aktionär mit 27,4%). Sie gewährleistet, dass die Unternehmensgruppe im Sinne des Vermächtnisses von Senator h. c. Neumüller weitergeführt wird und unterstützt hierdurch den Charakter des Familienunternehmens. Sie steht für eine langfristige Ausrichtung der Unternehmenspolitik. Aus diesem Grund obliegt ihr auch die Funktion der geschäftsführenden Gesellschafterin.

Der Unternehmensgründer forderte auch immer, dass die CEWE COLOR Unternehmensgruppe innovativ und ertragsoptimiert agiert. Diese unternehmerischen Ziele werden effektiv durch den Kapitalmarkt gefördert. Die Wahrung der Interessen der Aktionäre auf ein attraktives Investment fordern und fördern die Entscheidungen der Gremien, also Vorstand und Aufsichtsrat. Auch hierbei steht die anhaltend solide und attraktive Entwicklung des Unternehmens und damit des Investments im Fokus.

Die Kombination beider Vorteile ermöglicht ein wirtschaftlich nachhaltig und ertragsorientiert geführtes innovatives Unternehmen, welches auch seiner gesellschaftlichen Rolle als Arbeitgeber und Wirtschaftsfaktor gerecht wird

Führung der CEWE COLOR Gruppe durch Vorstand und Geschäftsführung

Die Vorstände und Geschäftsführer der Neumüller CEWE COLOR Stiftung sind für die Gesamtplanung und Realisierung der Ziele der CEWE COLOR Gruppe verantwortlich. Die Mitglieder des Vorstandes der CEWE COLOR Holding AG sind in Personalunion auch Vorstände bzw. Geschäftsführer der Neumüller CEWE COLOR Stiftung. Die Verteilung der Zuständigkeit ist im Kapitel „Vorstand und Geschäftsführung“ dargestellt.

Profitables und kapitaleffizientes Wachstum zur Unternehmenswertsteigerung ist Ziel

Das oberste langfristige Ziel der CEWE COLOR Gruppe ist profitables und kapitaleffizientes Wachstum. In der schwierigen Analog-Digital-Transformationsphase war dieses Wachstum im digitalen Geschäft in einigen Jahren unter der unweigerlichen Umsatzreduktion mit analogen Fotos von Filmen verborgen. Grundsätzlich ist aber Wachstum zur nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswerts klar als Ziel definiert.

Regelmäßige Strategiearbeit

Die langfristige Strategie der CEWE COLOR Gruppe wird durch Vorstand und Geschäftsführung festgelegt. Diese orientiert sich an den Entwicklungen des Wettbewerbs-, Absatzmarkt- und Technologieumfelds. Durch die Analog-Digital-Transformation ist dieses Umfeld von großer Dynamik geprägt, so dass der Vorstand mehrmals im Jahr zur Revision der strategischen Ausrichtung sowie zur Revision und Erfolgskontrolle der sich daraus ergebenden taktischen und operativen Umsetzungsmaßnahmen zusammenkommt. Auf dieser Basis werden auch mehrere Szenarien möglicher Entwicklungen von Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz und Cash Flow erarbeitet.

Einbindung der Profitcenter-Leiter in die Planung

Aus dieser strategischen Perspektive ergeben sich einmal jährlich die Planungsparametervorgaben, die den Leitern der Betriebsstätten und Vertriebsgesellschaften als Planungsgrundlage zur Verfügung gestellt werden. Anschließend erstellen diese deren Planung mit Schwerpunkt auf dem Folgejahr, aber inklusive einer weiterreichenden Perspektive mit gegebenenfalls mehreren Iterationen. Der fertig gestellte Unternehmensplan wird dann in seinen Eckwerten des Folgejahres der Öffentlichkeit präsentiert. Auf Basis dieser Planung sowie der Ist-Werte werden im Laufe des Jahres Hochrechnungen für die Jahresendergebnisse erstellt. Aufgrund der im Kapitel „Resultate“ in den Abschnitten „Umsatz“ und „Kosten und Ergebnisse“ dargestellten Saisonverschiebung wird die Bedeutung des vierten Quartals und insbesondere der letzten Monate eines Jahres jedoch immer größer. Dies stellt für Hochrechnungen eine besondere Herausforderung dar.

Investitionen auf Basis von Rentabilitätsrechnungen

Bestandteil dieser Planung sind die Investitionen. In der unterjährigen Umsetzung des Investitionsplans werden die einzelnen Investitionen konsequent mit Rentabilitätsrechnungen begleitet.

Enges Monitoring durch monatliche Plan-Ist-Vergleiche

Monatlich wird für jedes der Profitcenter sowie für die Aggregationsstufen der Segmente und die CEWE COLOR Gruppe in Summe ein Plan-Ist-Vergleich auf Ebene der Gewinn- und Verlustrechnung durchgeführt. Die Bilanz sowie die Cash Flow-Rechnung wird quartalsweise erstellt. Diese Plan-Ist-Vergleiche dienen dem engmaschigen Monitoring der Zielerreichung sowie notwendigenfalls dem Eingreifen durch Vorstand und Geschäftsführung. Gleichzeitig werden diese und viele andere operative Kennzahlen der Betriebsstätten und Vertriebsgesellschaften allen Leitern dieser Profitcenter zum internen Benchmarking und Erfahrungsaustausch zur Verfügung gestellt.

Vielfältige und detaillierte Managementinformationssysteme

Neben diesem Kernelement des rechnungswesenorientierten Vergleichs stehen Profitcenter-Leitern, Vorstand und Geschäftsführung sowie allen relevanten Führungskräften umfassende operative Kennzahlensysteme zur Verfügung – teilweise sogar mit täglicher Aktualisierung. Dies sind beispielsweise Marktdaten diverser Marktforschungsinstitute, Absatzinformationen in Menge, Preis und Umsatz, umfassende Produktionskennzahlen zu Produktions- und Lieferzeiten, Kosten und Qualität, weitere Controllinginformationen zu jeder Unternehmensfunktion (z. B. Personal, Logistik, Kundendienst, Investor Relations, Finanzen usw.), eine Produkt-Deckungsbeitragsrechnung, eine Handelspartner-Deckungsbeitragsrechnung etc.

Klare Meeting-Struktur

Die Führungsarbeit auf Gruppenebene wird – neben den selbstverständlich stattfindenden Ad-hoc-Besprechungen – in regelmäßigen Besprechungen vorgenommen. Die Eckpfeiler dieser Abstimmungen sind folgende: Wöchentlich findet eine Vorstandssitzung der Vorstände und Geschäftsführer statt. Ebenfalls wöchentlich findet eine Besprechung der Kernmaßnahmen zum Management der Analog-Digital-Transformation statt, in der neben den jeweils verantwortlichen Vorständen und Geschäftsführern auch die mit den jeweiligen Aspekten befassten Manager und Mitarbeiter, v. a. aus Marketing, Produktmanagement, Forschung & Entwicklung und Produktion, teilnehmen. Mehrmals im Jahr treffen sich Vorstände und Geschäftsführer mit den Profitcenter-Leitern, um die aktuelle Unternehmenssituation, die neuesten Entwicklungen im Wettbewerb, in den Absatzmärkten und auf technologischer Seite zu besprechen sowie gegebenenfalls neue Schritte zur Unternehmensentwicklung festzulegen.

Besondere Ereignisse nach Schluss des Geschäftsjahres

Im Februar 2010 hat der Vorstand beschlossen, den Produktionsbetrieb in Bratislava, Slowakische Republik, zu schließen. Der Schritt bedeutet keinesfalls den Rückzug aus dem slowakischen Markt; vielmehr haben betriebswirtschaftliche Erwägungen den Ausschlag gegeben. CEWE COLOR wird weiterhin die aus der Slowakischen Republik bisher bedienten Märkte mit gleicher vertrieblicher Intensität betreuen. Insgesamt ist mit Restrukturierungsaufwendungen i. H. v. 2,7 Mio. Euro zu rechnen, die Abschreibungen, Aufwendungen für Sozialpläne und sonstige Aufwendungen betreffen werden.

AUSBLICK

Erholung der Gesamtwirtschaft 2010 erwartet

Der Internationale Währungsfonds (IWF) erwartete im Januar 2010 nach der globalen Rezession im Geschäftsjahr 2009 für 2010 ein weltweites Wirtschaftswachstum von knapp 4 % und für 2011 von 4,3 %. Während die Industrieländer nach IWF-Einschätzung ein moderates Wachstum von 2,1 % verzeichnen dürften, wachsen die Schwellen- und Entwicklungsländer mit 6 % fast dreimal so schnell. In seinem Januar-Bericht erklärt der IWF, dass dafür vor allem die milliardenschweren Konjunkturprogramme in den Industrie- und Schwellenländern verantwortlich seien. Auf kürzere Sicht brauche die Konjunktur diesen Impuls noch. Der Aufschwung der Weltwirtschaft werde regional sehr unterschiedlich ausfallen. Größter Wachstumstreiber dürfte danach China mit 10 % sein, die USA wird dem Fonds zufolge 2010 um 2,7 % zulegen, Japan um 1,7 %, die Euro-Zone um 1 %. Für Deutschland ist der IWF optimistischer und erwartet einen Zuwachs von 1,5 %. Für 2011 dürfte ebenfalls China (+9,7 %) der Wachstumsmotor bleiben. Für die USA erwartet der IWF 2011 dagegen lediglich einen Zuwachs von 2,4 %, für Japan von 2,2 %, für die Euro-Zone von 1,6 % und für Deutschland von 1,9 %.

CEWE COLOR wird sich auch 2010 besser als die Gesamtwirtschaft entwickeln

Wie bereits 2009, so geht der Vorstand auch für 2010 davon aus, dass CEWE COLOR sich besser als der gesamtwirtschaftliche Trend entwickeln wird. Da die Konsumenten die typischen CEWE COLOR-Produkte zu vergleichsweise niedrigen Preisen erwerben, ihnen aber zugleich einen hohen emotionalen Wert beimessen, ist der für CEWE COLOR relevante Markt weniger konjunktursensibel.

CEWE FOTOBUCH und Internet-Geschäft auch 2010 als Hauptwachstumsbringer

Ebenso wie bereits 2009 wird auch das CEWE FOTOBUCH die positive Entwicklung des Jahres 2010 tragen. Zum Jahresende 2009 hatte das CEWE FOTOBUCH in Deutschland eine ungestützte Markenbekanntheit von 16 % erreicht. Das auf europäischer Ebene marktführende Fotobuchangebot ist somit nur etwa jedem sechsten Konsumenten ein Begriff. Dies zeigt, dass mit der weiteren Marktdurchdringung des CEWE FOTOBUCHS noch weiteres Wachstum erschlossen werden kann. Sehr hilfreich wird dabei auch wieder das Internet-Geschäft sein. Dieses stellt den Hauptvermarktungskanal für dieses und für viele weitere der Mehrwertprodukte dar. CEWE COLOR hat in diese Vermarktungsschiene in den vergangenen Jahren deutlich investiert und wird auch 2010 davon profitieren können.

Analogrückgang nur noch mit marginaler Wirkung

Für die weitere Entwicklung ist auch der nachlassende absolute Rückgang des analogen Geschäfts mit Fotos von Filmen von Bedeutung. In den vergangenen Jahren stellte dieser unaufhaltsame Rückgang immer einen starken „Gegenwind“ für die CEWE COLOR-Performance dar: Dieser Rückgang musste von Jahr zu Jahr erst einmal mit digitalen Umsätzen kompensiert werden, bevor tatsächliches Wachstum erzeugt werden konnte. Dieses Geschäft ist aber nun auf kleinem Niveau angekommen. Analoge Fotos von Filmen werden im Jahr 2010 nur noch etwa 8 % des Bildervolumens ausmachen. Der im Jahr 2010 und in den folgenden Jahren zu erwartende weitere Rückgang dieses Geschäfts hat nur noch eine geringe Wirkung. Das Wachstum des digitalen Geschäfts kann sich somit relativ leichter durchsetzen.

Auch für 2011 positive Entwicklung erkennbar

Auch für das Jahr 2011 geht der Vorstand von einer positiven Entwicklung aus. Dafür sind zwei Faktoren maßgeblich: Erstens wird mit einer anhaltend positiven Entwicklung im Kerngeschäft Fotofinishing gerechnet. Die aufgezeigten Wachstumsimpulse durch das CEWE FOTOBUCH und weitere Mehrwertprodukte – getragen durch eine starke Internet-Vermarktung – werden auch 2011 zum Wachstum beitragen. Zweitens erwartet der Vorstand für das Jahr 2011 auch Wachstumsbeiträge aus dem kommerziellen Digitaldruckgeschäft.

Restrukturierungen zur Transformationsbewältigung 2009 abgeschlossen

Nicht nur für den Umsatz – begründet durch die genannten Wachstumsimpulse, sondern auch für das Ergebnis erwartet der Vorstand eine positive Entwicklung. Umfassende Restrukturierungen zur Gestaltung der Analog-Digital-Transformation hatten das Ergebnis in den vergangenen fünf Jahren mit etwa 10 Mio. Euro Restrukturierungskosten pro Jahr belastet. 2009 wurden die Analog-Digital-transformationsinduzierten Restrukturierungen abgeschlossen. Diese hohen Einmalbelastungen gehören der Vergangenheit an. Die CEWE COLOR-Ergebnisse werden davon deutlich profitieren. Ferner ist mit der Restrukturierung des Standorts Paris im Jahr 2009 das Geschäft im französischen Markt auf eine gesunde Basis gestellt worden. Auch hieraus wird für das Jahr 2010 mit keinen weiteren Ergebnisbelastungen mehr gerechnet.

Deutliche Ergebnissteigerung 2010 erwartet

Für 2010 sieht der Vorstand den Umsatz 2010 währungseffektbereinigt etwa bei 420 bis 430 Mio. Euro. Das EBIT soll deutlich überproportional um 28 % bis 55 % von 18,7 Mio. Euro auf etwa 24 bis 29 Mio. Euro zulegen. Das EBT soll parallel von 16,8 Mio. Euro auf 22 bis 27 Mio. Euro steigen. Für das Nachsteuerergebnis wird ein Anstieg von 6,7 Mio. Euro auf etwa 12 bis 15 Mio. Euro prognostiziert. Damit soll sich das Ergebnis je Aktie auf 1,76 bis 2,20 Euro verdoppeln (+76 % bis +120 %).

Zielsetzung für 2010		Veränderung zum Vorjahr
Digitalfotos	2,0 Mrd. Stück	+/- 0 %
Fotos von Filmen	0,35 Mrd. Stück	-42 %
Fotos gesamt	2,35 Mrd. Stück	-10 %
CEWE FOTOBÜCHER	4,2 Mio. Stück	+17 %
Investitionen	26 Mio. Euro	-5 %
Umsatz (währungsbereinigt)	420–430 Mio. Euro	+2,5 % bis 4,9 %
EBIT	24–29 Mio. Euro	+28 % bis 55 %
Ergebnis vor Steuern (EBT)	22–27 Mio. Euro	+31 % bis 61 %
Nachsteuerergebnis	12–15 Mio. Euro	+79 % bis 124 %
Ergebnis je Aktie	1,76–2,20 Euro/Stück	+76 % bis 120 %

Oldenburg, 17. März 2010

CEWE COLOR Holding AG

– Der Vorstand –



Dr. Rolf Hollander
(Vorstandsvorsitzender)



Dr. Reiner Fageth



Andreas F.L. Heydemann

VORSTAND UND GESCHÄFTSFÜHRUNG

der CEWE COLOR Holding AG und der Neumüller CEWE COLOR Stiftung



Dr. Rolf Hollander

- Vorstandsvorsitzender der CEWE COLOR Holding AG
- Vorstandsvorsitzender der Neumüller CEWE COLOR Stiftung



Harald H. Pirwitz

- Vorstandsmitglied der Neumüller CEWE COLOR Stiftung

Zuständig für den Bereich Vertrieb in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie für Marketing



Felix Thalmann

- Vorstandsmitglied der Neumüller CEWE COLOR Stiftung

Zuständig für den Bereich Ausland und Expansion



Dr. Michael Fries

- Vorstandsmitglied der Neumüller CEWE COLOR Stiftung

Zuständig für die deutschen Betriebe, Personal und Logistik



Dr. Reiner Fageth

- Vorstandsmitglied der CEWE COLOR Holding AG
- Geschäftsführer der Neumüller CEWE COLOR Stiftung

Zuständig für die Bereiche Technik, Forschung und Entwicklung



Andreas F. L. Heydemann

- Vorstandsmitglied der CEWE COLOR Holding AG
- Geschäftsführer der Neumüller CEWE COLOR Stiftung

Zuständig für die Bereiche Einkauf, Materialwirtschaft, EDV, Recht, Corporate Governance und Revision



Thomas Grunau

- Geschäftsführer der Neumüller CEWE COLOR Stiftung

Zuständig für die Bereiche Marketing und Produktmanagement



Dr. Olaf Holzkämper

- Geschäftsführer der Neumüller CEWE COLOR Stiftung
- ab 1. April 2010 Vorstandsmitglied der CEWE COLOR Holding AG

Zuständig für die Bereiche Finanzen & Controlling, Unternehmensentwicklung und Investor Relations



Frank Zweigle

- Vorstandsmitglied der Neumüller CEWE COLOR Stiftung

Vertreter der Destinatäre