

Sehr geehrte Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionäre,

#### „CEWE hat im Weihnachtsgeschäft wieder mal geliefert“

... so oder ähnlich lesen sich die Analystenreaktionen auf die Veröffentlichung unserer vorläufigen Zahlen im Februar. Die Arbeit des gesamten Fotofinishing-Teams von CEWE, das das ganze Jahr bereits auf diese Saisonspitze zugearbeitet hatte, hat sich wieder mal ausgezahlt.

#### Alle drei Geschäftsfelder haben zur Gewinnsteigerung beigetragen

Sogar inklusive aller Sonderaufwendungen hat jedes Geschäftsfeld den Gewinn steigern können: Das Fotofinishing um 1,0 Mio. Euro, der Kommerzielle Online-Druck um 1,9 Mio. Euro und der Einzelhandel um 2,5 Mio. Euro. Insgesamt schauen wir also auf eine Ergebnissteigerung von 4,2 Mio. Euro bzw. 13 %. Damit hat sich Ihr Unternehmen positiv und solide entwickelt. Auch die Bilanz ist mit 52,7 % Eigenkapitalquote weiter stabil.

#### Fotofinishing: Konsumenten entscheiden sich bewusst für die Marke CEWE

Im Fotofinishing haben wir uns im – für uns ehemals neuen – Marketing nochmals weiterentwickelt. Wir setzen noch mehr Ressourcen ein. Wir stehen immer mehr für das Kulturgut der Fotografie, für Natur-, Familien-, Kinder-, Hochzeits- und Porträt-Fotografie. Neben Fotos von hochwertigen Kameras produzieren wir auch schon immer mehr Fotos von Smartphones. CEWE entwickelt sich mit der Lokomotive CEWE FOTOBUCH wirklich zur Fotomarkte. Konsumenten mögen unsere Produkte und entscheiden sich bewusst für unsere Marke, auch bei Kalendern, Wandbildern, Grußkarten und Fotogeschenken.

#### Markenbekanntheit steigt auf 70 %: Das CEWE FOTOBUCH setzt den Marktstandard

Nicht nur das Profil der Marke ist beliebt, die Marke wird auch immer bekannter. So hat unsere Messung im Januar 2016 ergeben, dass die ungestützte Markenbekanntheit in Deutschland im Vergleich zum Januar 2015 von 38 % auf 44 % gestiegen ist. Die gestützte Markenbekanntheit legte sogar von 60 % auf 70 % zu. In den meisten anderen Ländern Europas sind wir noch nicht ganz auf diesem Niveau wie im Heimatmarkt Deutschland, aber auch dort entwickelt sich die Markenbekanntheit sehr gut mit einer schönen Dynamik.

#### Einzelhandel: Wieder auf Kurs

In Bezug auf den Einzelhandel hatten wir Ihnen von der Notwendigkeit berichtet, in unsere Aktivitäten in Polen stark einzugreifen. Das haben wir getan. Sie sehen auch für das vergangene Jahr dort noch mal einen Restrukturierungsaufwand (0,6 Mio. Euro). Jedoch haben wir – wenn man diesen Aufwand einmal ausblendet – 2015 bereits wieder im EBIT eine schwarze Null erreicht (0,1 Mio. Euro). Dies ist uns allein mit dem Hardware-Geschäft (Kameras, Objektive usw.) gelungen. Die in den gleichen Ladengeschäften und den Internet-Präsenzen erzielten Umsätze und Ergebnisse mit Fotofinishing-Produkten sind im strategischen Geschäftsfeld „Fotofinishing“ ausgewiesen. Damit ist der Einzelhandel wieder auf dem richtigen Weg.

#### Kommerzieller Online-Druck: Operativ bereits profitabel

Auch im Kommerziellen Online-Druck haben alle einen guten Job gemacht. Vor zwei Jahren haben wir uns festgelegt: 2016 soll der Kommerzielle Online-Druck profitabel werden. Nun können wir sagen: Auf operativer Ebene war der Kommerzielle Online-Druck bereits 2015 profitabel. Blenden wir nämlich die Abschreibungseffekte auf den Kundenstamm, die Marke und die Software als nicht operative Nebeneffekte, die in den nächsten Jahren abtreppen werden, für eine Sekunde aus, dann stehen bereits 1,2 Mio. Euro EBIT in den Büchern! Eine erfreuliche Entwicklung.

### Ein neues Geschäftsfeld: „Sonstiges“

Die Elemente, die wir direkt keinem operativen Geschäftsfeld zuordnen können (z. B. die Ergebnisse der Liegenschaften, die Strukturkosten der Rechtsform, evtl. ein Start-up, das andere Kunden bedient als die anderen Geschäftsfelder), werden jetzt zur Steigerung der Transparenz im Geschäftsfeld „Sonstiges“ dargestellt. Dazu gehört zum Beispiel das junge und vielversprechende Unternehmen „futalis“, das exakt unserem Anforderungsprofil entspricht und das wir mit unseren Kernkompetenzen noch wesentlich wertvoller machen können.

### Die große Unsicherheit dieses Jahres: Die Umsatzsteuer auf Fotobücher

Ein etwas verfrühtes Osterei hat uns Ende 2015 der Zollausschuss der EU-Kommission ins Nest gelegt: Überraschend wurden Fotobücher aus dem reduzierten Steuersatz in den vollen Satz umgruppiert. Dabei ging es darum, die Einfuhrumsatzsteuer europaweit zu vereinheitlichen. Ein nachvollziehbares Ziel – aber mit unvorhergesehenen Konsequenzen: In Deutschland und drei von 25 weiteren EU-Staaten hat das unmittelbare Folgen für die Umsatzsteuer. Denn z. B. in unserem deutschen Umsatzsteuergesetz wirkt ein „Automatismus“: Der deutsche Umsatzsteuersatz folgt der Einordnung der EU-Einfuhrumsatzsteuer. Die Regelung ist Anfang Dezember 2015 mit Wirkung ab dem 25. Dezember 2015 veröffentlicht worden. Kein uns bekannter Marktteilnehmer ist dazu vorher angehört worden.

### Auch ein Fotobuch ist ein Buch und sollte weiter mit 7 % besteuert werden

Um es sehr klar zu sagen: Es ist nicht nachzuvollziehen, weshalb ein Fotobuch plötzlich kein Buch mehr sein soll. In der Wahrnehmung der Verbraucher, steuerlich und in der Produktionsweise haben sich keine Veränderungen ergeben. Und in jeder Gegenüberstellung von Fotobüchern und anderen Büchern sind diese voneinander nicht zu unterscheiden. Deshalb wäre es konsequent, die Umsatzsteuererhöhung zu revidieren.

Und ganz grundsätzlich ist eine unangekündigte und ohne Übergangsfrist ausgestaltete Einführung so für die vielen mittelständischen und kleinen Unternehmen nicht umsetzbar. Denn eine Umstellung benötigt Zeit zur Umsetzung, daher wird mehr Zeit bis zum eventuellen Inkrafttreten benötigt. Diese Zeit hatte kein Marktteilnehmer. Deshalb braucht der Markt mindestens eine Übergangsfrist.

Darüber hinaus setzen wir uns im Sinne der Kunden dafür ein, dass diese ungewollte Umsatzsteuer-Erhöhung wieder rückgängig gemacht wird.

#### **Diese versteckte Steuererhöhung kann das CEWE-Ergebnis maßgeblich beeinflussen**

Bei solchen Steuererhöhungen ist immer offen, wer sie letztendlich trägt: der Hersteller? Der Händler? Der Endkonsument? Oder eine Mischung aus den Genannten? Derzeit stehen wir erst am Beginn der Überlegungen zu einer Antwort auf diese Frage – zumal die Fragen des „Ob“ und des „Wann“ für uns noch nicht geklärt sind. Dazu stehen wir in intensivem Kontakt mit unserem Verband, den Verbänden der Handelspartner sowie den Finanzbehörden. Heute können wir nicht mehr sagen, als dass dieser Vorgang in Brüssel unser EBIT zwischen 0 Euro und maximal einem hohen einstelligen Mio. Euro Betrag. Das ist unbefriedigend. Denn wir wissen gerne vorab, was sich auf unser Ergebnis wie auswirken wird, um gegensteuern zu können. In diesem Fall ist das schwierig. Das ist eine für uns ungewöhnliche Situation durch einen ungewöhnlichen Vorgang.

#### **2016 ist wieder ein Photokina-Jahr: Besuchen Sie uns gerne**

2016 haben wir wieder ein tolles Projekt: Es ist wieder Photokina – vom 20. bis 25. September in Köln. Für uns immer eine tolle Gelegenheit, neue Fotofinishing-Produkte und neue Software einer interessierten Öffentlichkeit vorzustellen. Wir haben wieder einen der größten Stände, auf dem praktisch kontinuierlich Fachpräsentationen geboten werden. Alle Mitarbeiter, die dieses Ereignis vorbereiten, freuen sich auf diesen Event und die Chance zum direkten Austausch mit unseren Konsumenten. Auch nicht direkt in die Arbeit involvierte Kolleginnen und Kollegen kommen gerne, um sich auf dieser Leitmesse über unsere Fortschritte und die Branchenentwicklung zu informieren. Wir begrüßen auch Sie gerne auf unserem Stand, Halle 4.2, Stand 20.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre, auch dieses Jahr gilt: Nach Weihnachten ist vor Weihnachten. Ihr Unternehmen hat bereits jetzt auf einer Innovationsmesse – auch gemeinsam mit Konsumenten – festgelegt, was die Produkt- und Software-Neuerungen 2016 sein sollen, die wir Ihnen auf der Photokina und zu Weihnachten präsentieren.

Lassen Sie sich überraschen. Lehnen Sie sich zurück, genießen Sie unsere Produkte und Dienstleistungen, ob im Fotofinishing, im Einzelhandel oder im Kommerziellen Online-Druck: Unsere Teams sind gerne für Sie da!

Oldenburg, 16. März 2016

Ihr Rolf Hollander