



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

Sehr geehrte Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionäre,

Alle drei Geschäftsfelder haben positiv zu einem guten Ergebnis beigetragen

Ihr Unternehmen CEWE hat das Jahr 2016 mit einem ordentlichen Ergebnis abgeschlossen – eine solide Basis für unsere künftige Entwicklung. Besonders positiv ist zu vermerken, dass 2016 nicht nur der aktuelle Ergebnisgarant Fotofinishing, sondern auch die weiteren Geschäftsfelder Kommerzieller Online-Druck und Einzelhandel positiv zum Gesamtergebnis beigetragen haben. Vor allem diese Ausgewogenheit hat das EBIT von 47 Mio. Euro ermöglicht. Damit vermelden wir Ihnen das bisher höchste EBIT in der 56-jährigen Geschichte Ihres Unternehmens.

Hohe „Investitionen“ über viele Jahre haben die Basis für das Ergebnis gelegt

In den vergangenen Jahren haben wir immer wieder negative Ergebnisbeiträge aus verschiedenen Quellen für begrenzte Zeit sehr bewusst akzeptiert, um dadurch in die langfristige Entwicklung des Unternehmens zu „investieren“. Auch wenn wir – nach den aktuellen Regeln des Rechnungswesens – damit den Begriff der „Investition“ akademisch nicht richtig verwenden, so sehen wir in dieser Aufwendung für die Unternehmensentwicklung doch eindeutig eine Zukunfts-Investition. Sehr klar wird dies, wenn wir den Aufbau des Kommerziellen Online-Drucks zu einem strategischen Geschäftsfeld ansehen: Die circa 10 Mio. Euro, die wir seit 2012 in diesem Geschäftsfeld jährlich für Marketing ausgegeben haben, waren zu Beginn dieser Phase nicht durch das Geschäftsfeld selbst zu tragen. Das negative Ergebnis haben wir jedoch akzeptiert, um eine gesunde Basis für dieses Geschäft zu schaffen. Mit zunehmendem Umsatz konnte das Geschäftsfeld den Marketingaufwand mehr und mehr tragen, so dass wir nun 2016 ein positives EBIT ausweisen. Ähnliche Investitionsphasen durchlaufen wir auch bei Ländern, Produkten oder in anderen Dimensionen immer wieder, um Ihr Unternehmen fit für die Zukunft zu machen. Diese unternehmerischen Risiken muss ein Unternehmen für eine ökonomisch nachhaltige Entwicklung bewusst eingehen. Wir nutzen die hohe Ertragskraft etablierter Geschäftsfelder, um vielversprechende neue Bereiche auf- und auszubauen.

Der Kommerzielle Online-Druck erreicht die Gewinnzone

2016 war der auf 84 Mio. Euro gestiegene Umsatz im Kommerziellen Online-Druck gut in der Lage, die Marketinginvestitionen zu tragen und ein erstes positives Ergebnis von 1,6 Mio. Euro auszuweisen. Nach vielen Investitionsjahren ist dies ein feiner Erfolg für alle im Unternehmen, die daran mitgewirkt haben.

CEWE FOTOBUCH: Kunden sind Markenbotschafter geworden

Das heute sehr solide Ergebnis im Fotofinishing fußt auch auf einer solchen, sehr nachhaltigen Investitionsbereitschaft. Lag der Marketingaufwand im Fotofinishing 2005 noch bei ca. 5 Mio. Euro, haben wir ihn stetig bis 2016 auf über 54 Mio. Euro mehr als verzehnfacht. 54 Mio. Euro, die direkt den Gewinn des Jahres 2016 reduzieren, aber die die Basis für die Gewinne der Zukunft legen. Es wäre ein Leichtes, durch Reduktion des Marketings einen höheren Gewinn auszuweisen. Aber wäre das für die langfristige Entwicklung Ihres Unternehmens richtig? Diese Marketing-Investitionen haben dazu geführt, dass z. B. im deutschen Markt die ungestützte Bekanntheit des CEWE FOTOBUCHs auf 51 % gestiegen ist. Gleichzeitig legt auch der Net Promotor Score nochmals auf 58 % zu und liegt damit auf einem nur für ganz wenige Top-Marken erreichbaren Niveau. Beide Kennwerte – die Markenbekanntheit und der Net Promotor Score – drücken die sehr positive Haltung der Konsumenten zum Fotofinishing-Angebot von CEWE aus. Aus Kunden sind Markenbotschafter geworden! Auf diese Basis können wir bauen.

Der Einzelhandel trägt Ergebnis bei und stärkt das Fotofinishing

Auch das Geschäftsfeld Einzelhandel hat schwierige Jahre hinter sich. Zwar hat der Einzelhandel im weiteren Sinne durch Umsätze und Ergebnisse mit Fotofinishing-Produkten, die im Fotofinishing ausgewiesen werden, immer noch positive Beiträge zum Unternehmen geleistet. Doch natürlich haben wir den Anspruch, dass auch das Handelsgeschäft mit Foto-Hardware positiv beiträgt. Das können wir für 2016 wieder vermelden: Mit Hardware haben wir ein EBIT von 0,6 Mio. Euro erwirtschaftet. Auch das ist ein sehr schöner Fortschritt.

Dividende soll zum achten Mal in Folge steigen

Positive Beiträge aus allen drei strategischen Geschäftsfeldern sind die Basis für ein auch in Summe vorzeigbares Ergebnis. Dies erlaubt es uns, die Dividende auch in diesem Jahr steigen zu lassen: Wir freuen uns sehr, Ihnen auf der Hauptversammlung 2017 nun das achte Mal in Folge eine Dividendensteigerung vorschlagen zu können. Dies ist eine sehr schöne Entwicklung, die wir gerne fortsetzen möchten, wenn es die wirtschaftliche Situation Ihres Unternehmens zulässt. Auch freuen wir uns, jedes Jahr einige Aktien an Kolleginnen und Kollegen kostenlos oder vergünstigt auszugeben, so dass alle mitarbeitenden Personen an diesem Erfolg teilhaben können.

Auch 2017 hält wieder viele Herausforderungen bereit

Ein kurzes Durchatmen – mehr darf alle „Zufriedenheit“ über die vorzeigbaren Ergebnisse 2016 nicht sein. Denn schon läuft das Jahr 2017 auf Hochtouren und hält auch wieder Herausforderungen bereit: Zum 1. Januar 2017 wurde in Deutschland die gesetzliche Umsatzsteuer für Fotobücher von 7 % auf 19 % erhöht. Wir werden sehen, wie sich dies auf die Preisgefüge im Markt – und für uns auf Umsatz und Ergebnis – auswirkt. Darüber hinaus gewinnen Mobiltelefone als Foto-Kameras eine immer stärkere Bedeutung. Dies ist eine große Veränderung im Konsumentenverhalten. Darauf müssen wir uns sowohl im Fotofinishing als auch im Einzelhandel weiter klug einstellen. Nicht zuletzt hätten wir uns im Kommerziellen Online-Druck im vierten Quartal 2016 ein etwas höheres Wachstum als die verbuchten 1,6 % gewünscht. Hier ist ebenso kluges Agieren gefordert. ... Und damit nennen wir nur einige der Themen, an denen wir derzeit arbeiten.

Das gesamte CEWE-Team arbeitet am Erfolg des Jahres 2017

Und wie! Das gesamte Team Ihres Unternehmens kümmert sich intensiv um diese und weitere Themen. Im Februar haben wir beispielsweise unsere „Innovationstage“ veranstaltet, auf denen wir – mit Blick auf Weihnachten 2017 – den Kolleginnen und Kollegen sowie auch ausgewählten, sehr aktiven Konsumentinnen und Konsumenten neue Produktideen vorgestellt haben. Wer dort die engagierten Diskussionen verfolgt hat, nimmt das gute Gefühl mit, dass auf dieser Basis auch die Herausforderungen des Jahres 2017 bewältigt werden können.

Daher, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, lehnen Sie sich gerne zurück. Genießen Sie die Leistungen Ihres Unternehmens als Konsumentin oder Konsument – ob im Fotofinishing, im Kommerziellen Online-Druck oder im Einzelhandel. Das gesamte CEWE-Team arbeitet für den Erfolg des Jahres 2017.

Oldenburg, 15. März 2017

Ihr Rolf Hollander