

CEWE förväntar ännu ett starkt fjärde kvartal

- **Målsättningen för det tredje kvartalet 2014 är uppnått**
- **Onlinetryck växer snabbare än förväntat de första nio månaderna: + 20,1 %**
- **CEWE FOTOBOK är nummer ett på marknaden**
- **Väl förberedd på högsäsongen i det fjärde kvartalet**
- **Störst efterfrågan på CEWE-produkter i julsäsongen**

CEWE Stiftung & Co. KGaA (SDAX, ISIN: DE 0005403901) bekräftar att målen är uppnådda efter de första nio månaderna år 2014 och förväntar sig att förbättra sin vinst med i genomsnitt 3 miljoner euro jämfört med målsättningen för 2013. "Målen för det tredje kvartalet är uppnått. Vi håller nivån för att nå vårt försäljnings - och avkastningsmål i det fjärde kvartalet. Detta är vi väl förberedda på", säger Roll Hollander, ordförande i CEWE Stiftung & Co. KGaA. Trots den utdragna säsongsförskjutningen till det fjärde kvartalet har CEWE hållit EBIT på -4,1 miljoner euro de första nio månaderna år 2014 jämfört med året innan. Det fjärde kvartalet har de senaste åren stigit oförändrat i omsättning och utdelning. Därför fattas det endast 0,6 miljoner euro i jämförelse med föregående år för att uppnå målet för 2014 på mellan 30 och 36 miljoner euro. Med produkterna CEWE FOTOBOK, CEWE KALENDER, CEWE KORT (julkort), CEWE VÄGGBILDER och andra fotopresenter är CEWE i centrum av julhandeln i det viktiga fjärde kvartalet. I flera år har kunderna med stor glädje valt att ge bort CEWE fotoprodukter till jul. Kunder från hela Europa kan köpa fotoprodukter och beställa dem online, hos 30.000 av CEWEs samarbetspartner.

Det fjärde kvartalet ska återigen ge ökad utdelning

Trots den utdragna säsongsförskjutningen till det fjärde kvartalet har CEWE i det innevarande räkenskapsårets första nio månader hållit EBIT på 329,0 miljoner euro (k1-3 2013: 345,0 miljoner euro) jämfört med de -4,1 miljoner euro (k1-3 2013: -4,1 miljoner euro) under samma tid förra året, som var påverkat av omstruktureringar.

Fjärde kvartalet, som utan tvekan är det viktigaste, förväntar CEWE en EBIT på 34 till 40 miljoner euro. Under julsäsongen 2013 låg EBIT redan på 33,5 miljoner euro. För att nå målen för EBIT- storleken på 30 till 36 miljoner euro för hela året krävs endast en ökning på ca. 0,6 miljoner euro under fjärde kvartalet i förhållande till förra året. De senaste fyra åren har ökningen det fjärde kvartalet, legat på mellan 3,4 miljoner euro och 6,1 miljoner euro.

Hela företaget är på rätt väg: Onlinetrycket växer snabbare än förväntat

Trots julkvartalets utdragna förskjutning steg CEWEs omsättning de första nio månaderna i fotofinishing med 1,3 % till 230,0 miljoner euro (k1-3 2013: 227,0 miljoner euro). Därmed blev samma resultat på EBIT som året innan. Anledningen till denna ökning är bland annat CEWE FOTOBOK, som med en konstant växt är ledande på den europeiska marknaden (k1-3 2014: +3,6 % till 3,7 miljoner böcker). Inom detaljhandeln minskade verksamheten även aktivt och planerligt partihandelns omsättning. Då partihandeln de tidigare åren endast medfört minimala skillnader, föll omsättningen betydligt från 76,5 miljoner euro till 49,0 miljoner euro. EBIT blev dock med -1,5 miljoner euro (k1-3 2013: -1,2 miljoner euro) nästan på samma nivå som året innan. Samtidigt växte den välplanerade ökningen onlinetryck de första nio månaderna 2014 ännu

snabbare än förväntat med ett överskott på 20,1 % till 50,0 miljoner euro (k1-3 2013: 41,6 miljoner euro). Därmed kommer målet för årsomsättningen på 70 miljoner euro (+ 17 %) med stor säkerhet bli uppnått. Parallellt med omsättningstillväxten reducerade onlinetryck förlusterna från uppstartsfasen på EBIT-nivå från -3,2 miljoner euro till -2,6 miljoner euro. EBIT- skillnaderna steg från -7,8 % till -5,2%.

CEWE har klara mål för allt arbete

”CEWE har en klar värdeorienterad resurs för tillväxt, vilket alla verksamhetsområden ger ett betydningsfullt bidrag till”, fastslår Hollander. På så vis vidareutvecklar CEWE sina produkter med hög tillväxt inom området fotofinishing och fortsätter succén från de senaste åren med en ökad vinst. I detaljhandeln fokuserar CEWE på sin huvuduppgift och ökar därmed vinsten, på så sätt gynnas fotofinishing. På en rörlig marknad, där onlinetryck fungerar som växtmotor, utvidgar CEWE kontinuerligt sin kundbas, gör stora framsteg internationellt och ökar effektivt produktionskapaciteten. Redan år 2016 förväntar CEWE en omsättning på mer än 100 miljoner euro inom onlinetryck. Därmed ska onlinetryck också förverkliga de stora fördelarna, som fotofinishing redan har idag. ”Med vår välplanerade tillgång till våra produkter med hög värdeökning, vår tillväxt inom onlinetryck, den mest moderna och effektiva produkttillverkning i Europa och ett eget stabilt kapital på över 50 % är vi på god väg att göra vår verksamhet ännu mer attraktiv för våra kunder och aktieägare”, säger Hollander.

Målen för år 2014 är uppnådda

EBIT för hela 2014 ska landa på mellan 30 miljoner euro och 36 miljoner euro och EBIT mellan 28 miljoner euro och 34 miljoner euro. Restskatten ska ha en omfattning på mellan 19 miljoner euro och 23 miljoner euro. Därmed ska resultatet per aktie landa på mellan 2,84 euro och 3,45 euro (2013: 3,29 euro) och ska som följd härav möjliggöra en utdelningsökning efter sex år.

CEWE verksamhetsområde [miljoner euro]	K1-3 2013	K1-3 2014	K3-2013	K3-2014
(1) Fotofinishing (FF)				
Omsättning	227,0	230,0	85,3	89,4
EBIT	0,4	0,0	7,8	4,2
<i>EBIT-skillnad [%]</i>	<i>0,2%</i>	<i>0,0%</i>	<i>9,1%</i>	<i>4,7%</i>
(2) Detaljhandel (DH)				
Omsättning	76,5	49,0	24,3	16,3
EBIT	-1,2	-1,5	-0,3	-0,4

<i>EBIT-skillnad [%]</i>	-1,6%	-3,0%	-1,2%	-2,4%
Kärnverksamhet (FF + DH)				
Omsättning	303,4	279,0	109,6	105,7
EBIT	-0,8	-1,5	7,5	3,9
<i>EBIT-skillnad [%]</i>	-0,3%	-0,5%	6,8%	3,6%
(3) Onlinetryck				
Omsättning	41,6	50,0	14,4	16,1
EBIT	-3,2	-2,6	-1,3	-0,7
<i>EBIT-skillnad [%]</i>	-7,8%	-5,2%	-9,0%	-4,2%
CEWE Koncern [Mio. EUR]	Q1-3 2013	Q1-3 2014	Q3-2013	Q3-2014
Omsättning	345,0	329,0	124,0	121,8
EBIT	-4,1	-4,1	6,2	3,2
<i>EBIT-skillnad [%]</i>	-1,2%	-1,2%	5,0%	2,6%
<i>ROCE [%]</i>	13,2%	15,4%	---	---

Fördjupningar

(1) Fotofinishing: Produktion och försäljning av fotoprodukter som t.ex. CEWE FOTOBOK, CEWE KORT, CEWE KALENDER, CEWE VÄGGBILDER och ett fåtal (analoga och digitala) bilder samt ytterligare fotoprodukter

(2) Detaljhandel: Handel i CEWEs egna detaljbutiker i Norge, Sverige, Tjeckien och Slovakien med fotoutrustning som t.ex. kameror eller objektiv

Kärnverksamhet: Summan av fotofinishing och detaljhandel

(3) Onlinetryck: Produktion och försäljning av kommersiella tryckprodukter från onlinetryck-portalerna cewe-print.de, Saxoprint och Viaprinto samt deras internationella portaler.

Procentavvikelser är uträknade med det exakta talvärdet.