



Emittentenbericht posterXXL AG

1. Halbjahr 2013

- Anhaltend hohes Umsatzwachstum
- Zusammenarbeit mit namhaften Kooperationspartnern
- Neue Bestellsoftware für PC und iPad

I. Einleitender Abschnitt

1. Das Unternehmen

Die posterXXL AG wurde 2004 in München gegründet und ist ein internetbasierter Fotodienstleister mit innovativem und umfassendem Produktsortiment. Das Sortiment umfasst mehr als 6.000 personalisierte Fotoartikel für private Endkunden sowie vielfältige Dienstleistungen für Industrie- und Geschäftskunden.

Die Gesellschaft tritt bei digital erstellten Fotoprodukten als Vollsortimenter und gleichzeitig als Individualisierungs-Spezialist auf.

Die posterXXL AG bietet vielfältige Möglichkeiten, Digitalfotos auf verschiedene Materialien drucken zu lassen. Dazu zählen neben den Großformaten (als Poster sowie auf Leinwand, Acryl, Forexplatte oder Alu-Dibond), Bilderrahmen, Fotobücher, individualisierte Kalender, Grußkarten sowie Gebrauchs- und Geschenkartikel.

Vertriebskanal zum Endkunden ist ein Online-Shop, über den Fotoprodukte an Konsumenten verkauft werden. Eine entsprechende Software steht auch Geschäftskunden aus dem Fotofachhandel zur Verfügung.

Derzeit betreibt die Gesellschaft Internetportale in Deutschland sowie in sechs weiteren europäischen Ländern. Das Unternehmen produziert ausschließlich in München und beschäftigt aktuell rund 250 Mitarbeiter.

2. Der Markt

In den wesentlichen Produktsegmenten wie Fotobücher, Fotodrucke auf Großformaten sowie Geschenkartikeln und Dingen des täglichen Gebrauchs erwarten alle Prognosen der Fachverbände weiter steigende Nachfrage. Unterstützt wird dies durch den gesellschaftlichen Trend zur Individualisierung von Massenprodukten. Gerade Fotos und Fotoartikel eignen sich hier wie wenige andere, diese Bedürfnisse umzusetzen.

Die posterXXL AG, einer der führenden Anbieter von digitalen, individualisierten Druckerzeugnissen, hat mit seinen innovativen Produkten frühzeitig Trends und Entwicklungen im E-Commerce sowie in Mass Customization erkannt und schnell umgesetzt. Wegebereiter für Wachstum sind darüber hinaus eine weiterhin steigende Internet-Penetration und Internet-Affinität, bequeme Online-Anwendungen sowie die wachsende Beliebtheit von Online-Shops zur unkomplizierten Abwicklung von Einkäufen.

Das Geschäft für digitale Fotoprodukte ist traditionell stark saisonal. So erwirtschaftet die Gesellschaft ähnlich wie Wettbewerber den Großteil ihres Umsatzes und ihres Ergebnisses im vierten Quartal.

II. Geschäftsverlauf im 1. Halbjahr und wesentliche Geschäftsvorfälle

Im ersten Halbjahr 2013 hat die posterXXL AG ihren Wachstumskurs fortgeführt und weitere strategische Kooperationen zur Neukundengewinnung geschlossen. Erweiterungen im Sortiment sowie Optimierungen im Vertrieb und Einkauf führten zu durchschnittlich höheren Warenkörben und einer verbesserten Rohertragsmarge.

1. Wirtschaftliche Kennzahlen

1.1. Umsatzerlöse

Die posterXXL AG hat ihre Umsatzerlöse in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres von 11,3 Mio. € um 37 % auf 15,5 Mio. € gesteigert. Das Unternehmen konnte mit dieser Entwicklung den starken Wachstumskurs seit der Gründung im Jahr 2004 fortführen.

1.2. Unternehmensergebnis

Stärker als der Umsatz verbesserte sich der Rohertrag um 38 % auf 12,1 Mio. € nach 8,8 Mio. € im Vorjahreshalbjahr. Die Rohertragsmarge übertraf mit 78 % den Wert des Vergleichszeitraums im Vorjahr um einen Prozentpunkt.

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) war durch die starke Saisonalität des Geschäfts branchentypisch negativ. Das Unternehmen erwirtschaftet sein Jahresergebnis im vierten Quartal, insbesondere mit dem Weihnachtsgeschäft. Nach rund -0,9 Mio. € im ersten Halbjahr 2012 betrug das EBIT im ersten Halbjahr 2013 rund -1,1 Mio. €. Die EBIT Marge verbesserte sich um einen Prozentpunkt.

Das zweite Halbjahr und insbesondere das vierte Quartal zeigen traditionell sehr steile Anstiege bei Umsatz und Ergebnis in Folge von Auftragspitzen nach der Urlaubszeit sowie vor Weihnachten, wenn Kalender, Fotogeschenke und Fotobücher naturgemäß sehr stark nachgefragt werden.

2. Mitarbeiter

Die Zahl der Mitarbeiter im Stichtagsvergleich zum 30. Juni des Vorjahres hat sich um 42 Personen auf 243 Mitarbeiter erhöht. Das ist vor allem auf wachstumsbedingte Neueinstellungen in der zweiten Jahreshälfte des Vorjahres zurückzuführen. Im Berichtszeitraum selbst wurden keine größeren Neueinstellungen vorgenommen.

3. Investitionen

Nachdem Investitionen in die Produktion (Druck- und Weiterverarbeitung) bereits in den vergangenen Jahren vorgenommen wurden, fielen im Berichtszeitraum keine nennenswerten zusätzlichen Investitionen an.

III. Die Anleihe

Am 27. Juli 2012 hat die posterXXL AG eine Anleihe mit einer Laufzeit von fünf Jahren begeben. Der Kupon beträgt 7,25 % p.a. und wird jeweils am 15. Dezember ausbezahlt. Die Anleihe ist im m:access der Börse München notiert.

Zeichnungsstand

Das emittierte Volumen der posterXXL Anleihe beträgt rund 5,9 Mio. €. Die erste Zinszahlung erfolgte am 15.12.2012. Die zweite Zinszahlung findet wie geplant am 15.12.2013 statt.

Rating

Die Dr. Kalliwoda Research GmbH hat in ihrer Studie vom 12. Juli 2013 der Anleihe das Rating BB+ erteilt. In der Studie heißt es unter anderem: „Durch das weiterhin stark anhaltende Wachstum sehen wir auch die zukünftigen, aus der Anleihe resultierenden Zinszahlungen, für gesichert an.“ Das von der Creditreform Rating AG am 27. Mai 2013 erstellte Unternehmensrating attestierte der posterXXL AG ein BB Rating.

Kursentwicklung

Die Anleihe notiert zum Zeitpunkt der Berichterstattung bei einem Kurs von 69% je Teilschuldverschreibung. Die unbefriedigende Kursentwicklung ist Folge einer Verlustanzeige nach § 92 Abs. 1 AktG vom 17. April 2013. Der Vorstand der posterXXL AG hatte bei der Erstellung des Quartalsabschlusses festgestellt, dass ein Verlust von mehr als der Hälfte des Grundkapitals eingetreten war. Obwohl die Umsatzerlöse im 1. Quartal 2013 rund 70 % über dem Vergleichszeitraum des Vorjahres lagen, schloss das 1. Quartal bedingt durch die branchentypische Saisonalität mit einem negativen Ergebnis. Ausgehend von einem Verlustvortrag aus 2012 führte dies zu einem kumulierten Verlust von mehr als 50 % des Grundkapitals der posterXXL AG.

IV. Aktuelle Entwicklung und Ausblick

Neue strategische Kooperationen

Ein wichtiger Bestandteil der Wachstumsstrategie von posterXXL sind seit jeher strategische Kooperationen. Mit Saturn Online, KELLOGG'S, Nesquik, Crunchips und Bärenmarke hat das Unternehmen erneut sehr namhafte Partner für sich gewinnen können.

posterXXL ist Spezialist für Foto-Großformate und Foto-Geschenkartikel. In diesem Geschäftsfeld stellt sich Saturn Online breiter auf und hat mit posterXXL eine Kooperation begonnen. Die Produkte können im Saturn Online-Shop bestellt werden. Sie werden entweder in die Märkte in Deutschland oder an die Adresse des Kunden geliefert.

Darüber hinaus vertieft posterXXL in diesem Jahr die Zusammenarbeit mit dem Kooperationspartner KELLOGG'S. Von Januar bis August 2013 wurde auf 13 Millionen KELLOGG'S Aktionspackungen eine individuell gestaltbare kostenlose Müsli-Schale von posterXXL beworben. Seit Juli 2013 erhalten KELLOGG'S Kunden auf allen Aktionspackungen einen Gutschein von posterXXL für individuelle Schulprodukte. Beide Aktionen werden von KELLOGG'S am Point of Sale über Displays und andere Werbemittel unterstützend beworben.

Weitere Sichtbarkeit erzielt posterXXL derzeit unter anderem mit namhaften Kooperationspartnern wie Nesquik, Crunchips und Bärenmarke.

Aktuelle operative Entwicklungen

Auf das besonders wichtige Weihnachtsgeschäft sieht sich posterXXL sehr gut vorbereitet. In Kürze startet posterXXL dazu mit einer neuen, kostenlosen Fotobuch- und Kalender Software für PC. Darauf folgend startet auch die ebenfalls kostenfreie

iPad Variante. Weiterhin ist eine neue Werbekampagne zum Weihnachtsgeschäft in Vorbereitung, welche das Profil von posterXXL deutlicher herausarbeitet.

Darüber hinaus wurde die Qualität bei Produkten, der Verpackung und dem Service verbessert, wovon unsere Kunden bereits profitieren. So wurden beispielsweise die Servicezeiten unseres Kundendienstes auf 8:00 Uhr bis 22:00 Uhr von Montag bis Freitag ausgeweitet, um mögliche Kundenanfragen noch flexibler und zeitnäher beantworten zu können.

Ausblick

Nach Jahren rasanten Umsatzwachstums erwartet das Unternehmen eine Abflachung für das Gesamtjahr 2013. Durch den erheblichen Einfluss des Weihnachtsgeschäfts auf das Ergebnis des gesamten Geschäftsjahres ist eine Ergebnisprognose für das Jahr 2013 zum gegenwärtigen Zeitpunkt mit hinreichender Validität nicht zu treffen.

Umstellung des Geschäftsjahres

Das Unternehmen plant ab 2014 abweichend vom Kalenderjahr die Umstellung des Geschäftsjahres jeweils vom 1. März bis zum 28. Februar. Dies ist geboten, da es durch die enorme Saisonalität und der damit verbundenen starken Ressourcenbindung zum Ende eines Jahres in allen Bereichen des Unternehmens zu Engpässen kommt. Die Entkoppelung des Wirtschaftsjahres vom Kalenderjahr soll diesem Umstand Rechnung tragen und wird darüber hinaus die Planungs- und Prognosesicherheit erhöhen. Durch die Umstellung entsteht einmalig ein Rumpfwirtschaftsjahr für den Zeitraum vom 1. Januar 2014 bis 28. Februar 2014, das ebenso wie der letztmalige Jahresabschluss zum 31.12.2013 geprüft und testiert wird.

München, den 25. Oktober 2013

gez. Christian Schnagl
Vorstand