

## Jahresbericht posterXXL AG 2014/2015

- Fokussierungsstrategie nachhaltig erfolgreich
- Internationaler Relaunch der Website abgeschlossen
- Umsatz und Ergebnis signifikant verbessert
- Kurs der Anleihe wieder auf Ausgabeniveau



# Vorwort



## Sehr geehrte Damen und Herren,

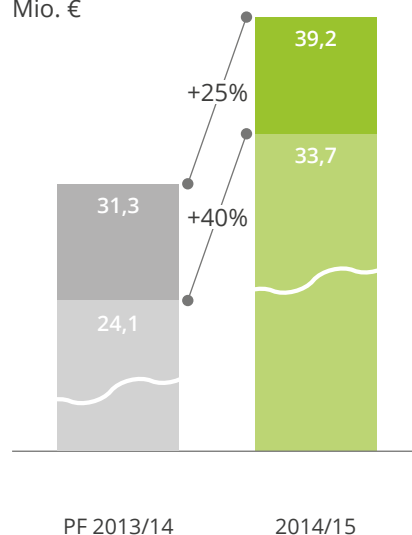
im abgelaufenen Geschäftsjahr 2014/2015 haben wir unser Ziel, profitabel zu wachsen, eindrucksvoll unter Beweis gestellt. Dabei war der Ausgangspunkt Anfang 2014 mit einer Restrukturierung im Personalbereich und der Abschaltung zweier Länder zunächst kein Wachstumsszenario im klassischen Sinne. Ein Bündel an Maßnahmen, insbesondere unsere Strategie der Fokussierung auf Kernmärkte und Kernprodukte hat uns im abgelaufenen Jahr extrem erfolgreich gemacht.

Wir haben, was die Profitabilität angeht, neue Maßstäbe gesetzt. Das eigentlich Wichtige ist aber, dass alle getroffenen Maßnahmen nachhaltig ausgelegt sind. Das bedeutet keineswegs, dass wir uns auf den erreichten Lorbeeren ausruhen können. Neue spannende Aufgaben und Herausforderungen erwarten uns. Mit einem großartigen Team im Rücken, das diese Entwicklung erst möglich gemacht hat, bin ich sehr zuversichtlich, dass wir im neuen Geschäftsjahr weitere Zuwächse erzielen und den Weg der Profitabilität weiter beschreiten werden. Darauf freuen wir uns!

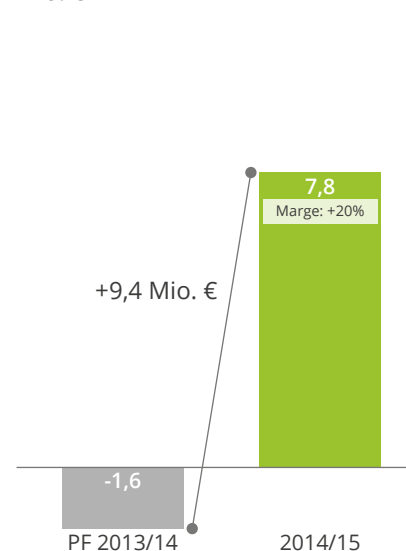
Ich bedanke mich bei all unseren Mitarbeitern für ihren enormen Einsatz und unseren Investoren für ihr Vertrauen in unsere posterXXL AG.

Mit freundlichem Gruß,  
Christian Schnagl  
Vorstand posterXXL AG

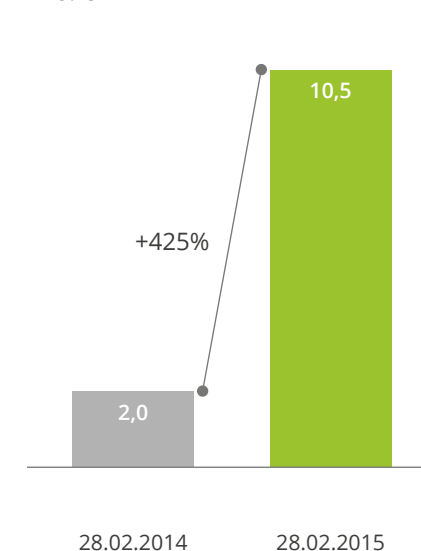
**Umsatz gesamt (+25%) und  
Umsatz Deutschland (+40%)**  
Mio. €



**EBITDA gesamt**  
Mio. €



**Liquidität**  
Mio. €



# I. Einleitender Abschnitt

## Das Unternehmen

Die posterXXL AG zählt zu Deutschlands führenden Anbietern von Fotodienstleistungen im Digitaldruck. Das Produktsortiment umfasst individualisierbare Fotoartikel für private Endkunden sowie zahlreiche Dienstleistungen für Industrie- und Geschäftskunden.

Die posterXXL AG bietet seit ihrer Gründung im Jahr 2004 vielfältige Möglichkeiten, Digitalfotos auf verschiedene Materialien zu drucken. Dazu zählen neben den Großformaten (als Poster sowie auf Leinwand, Acryl, Forexplatte oder Alu-Dibond), Bilderrahmen, Fotobücher, individualisierte Kalender, Grußkarten, Fotos sowie Gebrauchs- und Geschenkartikel.

Derzeit betreibt die Gesellschaft Websites in Deutschland, Frankreich, Österreich und den Benelux-Staaten. Das Unternehmen produziert ausschließlich am Standort München und beschäftigt im Jahresdurchschnitt 164 Mitarbeiter.

## Umstellung des Geschäftsjahres vollzogen

Zum Anfang des Jahres 2014 hat die Unternehmensführung aufgrund der starken Saisonalität des Geschäfts die Entscheidung gefällt, das Geschäftsjahr auf den Zeitraum vom 1. März bis Ende Februar umzustellen. Durch die Umstellung entstand einmalig ein Rumpfgeschäftsjahr für den Zeitraum vom 1. Januar 2014 bis 28. Februar 2014.

Der vorliegende Bericht erläutert die Geschäftsentwicklung im Zeitraum zwischen dem 1. März 2014 und dem 28. Februar 2015. Die Geschäftsergebnisse werden mit dem entsprechenden Pro-Forma-Zeitraum des Vorjahres (1. März 2013 bis 28. Februar 2014), Bilanzzahlen mit dem letzten veröffentlichten Abschluss (28. Februar 2014) verglichen.



## Der Markt

Die Leistung der deutschen Wirtschaft hat im Jahr 2014 erneut zugelegt. Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) wuchs nach Angaben des Statistischen Bundesamtes in Wiesbaden im Vergleich zu 2013 um 1,6 Prozent auf mehr als 2,9 Billionen Euro. Dieser Anstieg liegt über dem Durchschnitt der vergangenen zehn Jahre. Insbesondere im vierten Quartal 2014 stieg das BIP mit 0,7 Prozent im Vergleich zum Vorquartal stärker als dies erwartet worden war. Das Statistische Bundesamt hatte ursprünglich mit einem Anstieg von nur 0,25 Prozent gerechnet.

Wie die Statistiker zudem ermittelt haben, gingen die Wachstumsimpulse vornehmlich vom Inland aus und wurden durch die stabile Binnennachfrage gestützt, die nicht zuletzt von den privaten Haushalten ausging.

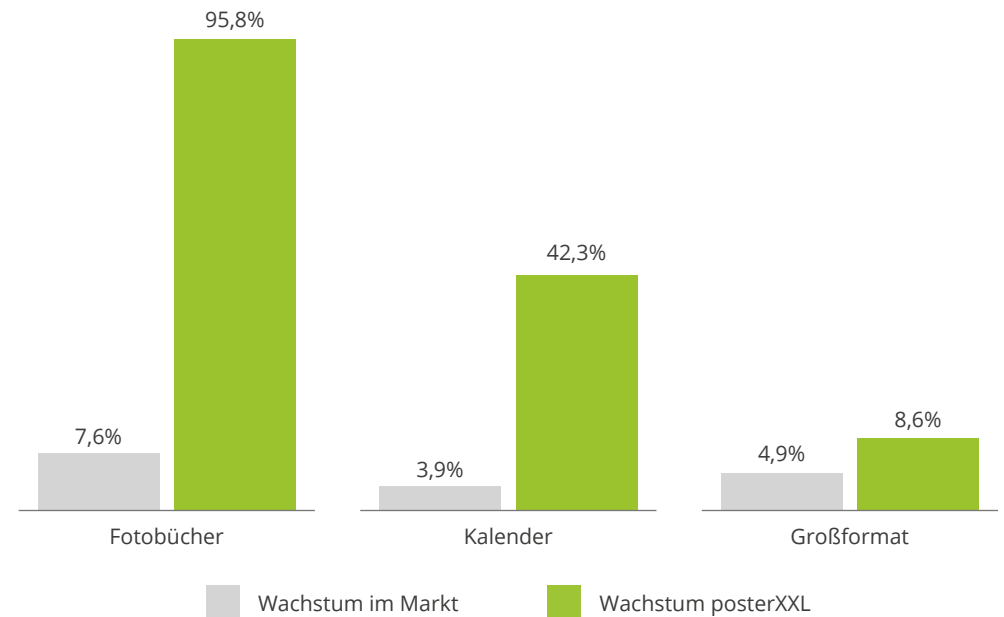
Beflügelt wurde die Konsumfreude hierzulande von einem höheren verfügbaren Einkommen, das im Jahr 2014 durchschnittlich 2,4 Prozent über dem Vorjahresniveau lag. Die Verbraucherpreise stiegen im Vergleichszeitraum laut Statistischem Bundesamt indes lediglich um 0,9 Prozent. Zudem haben niedrigere Energiekosten, steigende Löhne und die vergleichsweise geringe Arbeitslosigkeit hierzulande den privaten Konsum begünstigt. Wie die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) in Nürnberg mitteilt, erreichte der Gesamtindikator für das Konsumklima im Februar 2015 mit 9,3 Punkten den höchsten Stand seit November 2001. Für das laufende Jahr 2015 erwartet die GfK, dass der private Konsum eine Stütze der hiesigen Konjunktur bleiben wird und prognostiziert einen realen Anstieg um 1,5 Prozent.

## Fotomarkt mit Wachstumspotenzial

Unterschiedliche Fachverbände bescheinigen dem Markt für so genannte Fotomehrwertprodukte ein „deutliches Wachstumspotenzial“. Wie der Bundesverband für Photo-Großlaboratorien (BGL) in Düsseldorf ermittelt hat, stieg der Umsatz in diesem Bereich deutschlandweit um 5,4 Prozent auf 175 Millionen Euro im Jahr 2014. Insbesondere in den Fotoproduktsegmenten Vergrößerungen hinter Acrylglas, auf Alu-Dibond oder auf Keilrahmen sowie Fotogrußkarten und Fotokalendern sei eine steigende Nachfrage zu verzeichnen gewesen.

Das Wachstum in den verschiedenen Produktgattungen entwickelte sich bei der posterXXL AG dabei noch ausgeprägter als im Gesamtmarkt. Gleiches gilt für den Markt für klassische Fotobücher, dessen Beliebtheit seit Jahren kontinuierlich wächst: Wurden im Jahr 2010 noch 5,7 Millionen Exemplare produziert, stieg die Zahl auf 8,5 Millionen Stück im Jahr 2014. Zum Vergleich: Im Jahr 2006 wurden lediglich 400.000 Fotobücher selbst gestaltet. Schätzungen zufolge sind in allen Ländern Westeuropas im vergangenen Jahr rund 30 Millionen Fotobücher erstellt worden.

## Wachstum 2013 auf 2014 in Deutschland



Datenquelle: PROPHOTO - Trends in Foto- und Imagingmarkt photokina 2014 S. 30, Pressemitteilung Photoindustrie-Verband e.V. 3/II/2015, posterXXL AG

## II. Geschäftsverlauf 2014/2015

Der nachhaltig positiven Unternehmensentwicklung im abgelaufenen Geschäftsjahr 2014/2015 (1. März 2014 bis 28. Februar 2015) liegt ein großes Bündel an erfolgreich durchgeführten Maßnahmen zugrunde. So wurde die Fokussierungsstrategie auf die Kernmärkte, die bereits mit der Einstellung der unprofitablen Aktivitäten in den Ländern Großbritannien und Italien Ende 2013 begann, konsequent weiter geführt. Im Fokus stand dabei insbesondere der weitere Ausbau des Kernlandes Deutschland sowie der weiteren Länder Österreich, Frankreich und Benelux.

Damit einher ging eine weiter durchgeführte Straffung und Schärfung des Produktsortiments. Zum einen wurden Nischenprodukte aus dem Sortiment entfernt, zum anderen fand eine konsequente Fokussierung auf Kernprodukte statt. Eine Verkürzung der Durchlaufzeiten sowie ein höherer Automatisierungsgrad spiegeln sich ebenfalls im Ergebnis wider.

Genauso konsequent wurde das strikte Kostenmanagement fortgesetzt. Neben dem Abbau von Überkapazitäten, insbesondere in der Produktion Anfang des Jahres 2014, wurden die Arbeitszeiten und Kosten weiter flexibilisiert. So wird im Kundenservice eine erweiterte Verfügbarkeit an sieben Tagen die Woche zwischen 8.00 Uhr und 22.00 Uhr über die Einbindung eines externen Dienstleisters sichergestellt, was neben einer flexiblen Kostenbasis einen höheren Servicelevel garantiert. Dieser kann zudem im stark geprägten saisonalen Geschäftsverlauf oder bei Marketingaktionen je nach Bedarf zugeschaltet werden. Gleichermaßen wurden Spitzen in der Produktion, gerade im Weihnachtsgeschäft, durch den vermehrten Einsatz von temporären Arbeitskräften sowie den Zukauf von externen Druckleistungen ausgeglichen.

posterXXL konnte nach Einführung einer neuen, deutlich verbesserten Bestell-Software für Fotobücher und Fotokalender Ende 2013 diese im vergangenen Geschäftsjahr umfassend am Markt etablieren. Damit verbunden sind eine höhere Wiederbestellquote und ein erhöhter Warenkorbwert.

### Unsere Erfolgsfaktoren



## Relaunch nachhaltig erfolgreich

Ein weiterer wesentlicher Erfolgsfaktor war der Relaunch der Website im August 2014. Dieser für posterXXL bedeutendste Vertriebskanal wurde umfassend überarbeitet und komplett an den Bedürfnissen der Kunden ausgerichtet. Eine einfache, übersichtliche und moderne Gestaltung bringt den Kunden sehr schnell ans Ziel. Hochwertige Produktfotos in vielen Perspektiven sowie aussagekräftige kurze Präsentationsvideos helfen dem Kunden, das Produkt kennenzulernen und eine hohe Begehrlichkeit zu wecken. Diese Mühe hat sich ausgezahlt: Seit dem Relaunch konnten zwei wesentliche Messgrößen nachhaltig verbessert werden. Zum einen wurde der **durchschnittliche Warenkorbwert deutlich angehoben**. Zum anderen konnte die **Conversion Rate** auf der Website **signifikant gesteigert** werden.

Nach dem zunächst im Kernland Deutschland durchgeführten Relaunch und dem nachhaltigen Erfolg dieser Maßnahme, wurden auch die anderen Länder Österreich, Frankreich und Benelux zu Beginn des Kalenderjahres 2015 ebenso erfolgreich auf die neue Plattform umgezogen. Damit wurde der Grundstein für weiteres Wachstumspotential auch in diesen Ländern gelegt.

## Transparenz gegenüber dem Kapitalmarkt erhöht

posterXXL hat im abgelaufenen Geschäftsjahr seine Transparenz gegenüber dem Kapitalmarkt deutlich erhöht. Spielte Transparenz innerhalb des Unternehmens schon lange eine wichtige Rolle, so wurde diese auch nach außen unter anderem durch die Einführung detaillierter Quartalsberichte merklich verbessert.

All diese Maßnahmen zahlen nachhaltig auf den wirtschaftlichen Erfolg im Geschäftsjahr 2014/2015 ein und spiegeln sich im Kurs der Anleihe wider.



## Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

„Wir haben den Jahresabschluss - bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang - unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der posterXXL AG, München, für das Geschäftsjahr vom 1. März 2014 bis 28. Februar 2015 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegen in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Jahresabschluss den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft. Der Lagebericht steht in Einklang mit dem Jahresabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.“

München, den 21. April 2015

Ernst & Young GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Gallowsky                      Meindl  
Wirtschaftsprüfer              Wirtschaftsprüferin

## III. Ertragslage

Aufgrund des Rumpfgeschäftsjahres vom 1. Januar bis 28. Februar 2014 sind die Vorjahreswerte nur eingeschränkt vergleichbar. Deshalb wurde für Vergleichszwecke der Pro-Forma-Zeitraum vom 1. März 2013 bis 28. Februar 2014 gegenübergestellt.

### Umsatzerlöse um 25% gewachsen

Die Umsatzerlöse beliefen sich auf 39,2 Mio. Euro gegenüber 31,3 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum, was einem Zuwachs von 25,0% entspricht und damit über der allgemeinen Marktentwicklung und auch den Erwartungen der Gesellschaft liegt. Die Wachstumsraten verteilen sich allerdings unterschiedlich auf einzelne Länder. Wachstumsmotor war klar der deutsche Markt mit einem Zuwachs von 39,9%, gefolgt von Österreich mit 21,1%. Frankreich verzeichnete einen Umsatzrückgang von 29,7% und Benelux blieb weitgehend stabil bei einem nur leichten Rückgang von 4,2%.

Diese Entwicklung ist nicht überraschend. Sie entspricht der Ende 2013 eingeschlagenen Strategie, die eine klare Fokussierung auf den deutschen Kernmarkt vorsah. Gleichzeitig wurden die Marketingaktivitäten vor allem in Frankreich stark zurückgefahren. Bereits zum Jahresende 2013 wurden die Geschäftsaktivitäten in Großbritannien und Italien eingestellt.

### Umsätze nach Ländern

Mio. €	2014/15	PF 2013/14	Abw. Vorjahr	
			absolut	relativ
Deutschland	33,7	24,1	9,6	39,9%
Andere EU Länder	5,5	7,2	-1,7	-23,6%
<b>Summe Gesamtumsatz</b>	<b>39,2</b>	<b>31,3</b>	<b>7,8</b>	<b>25,0%</b>

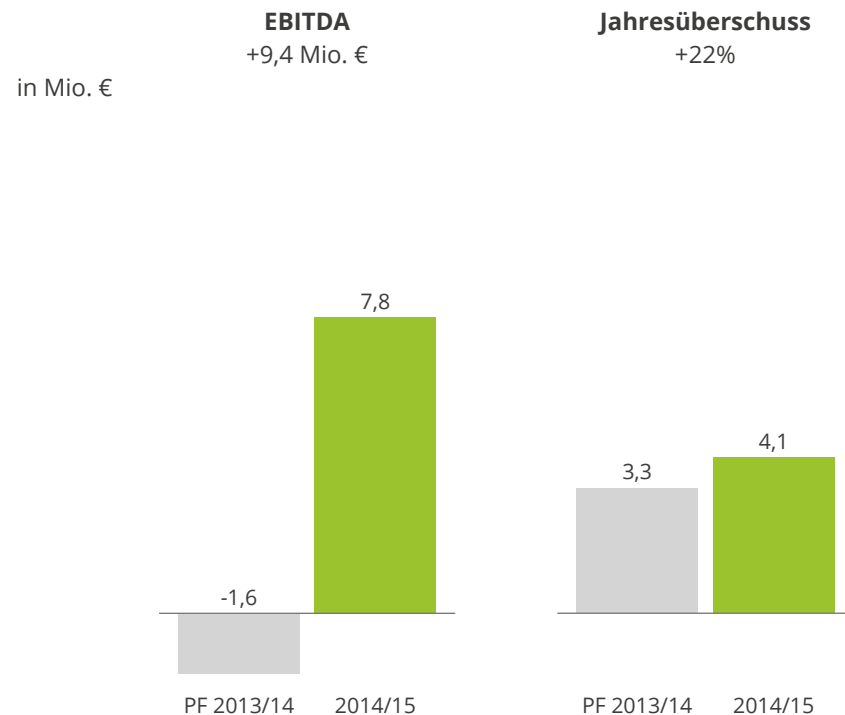
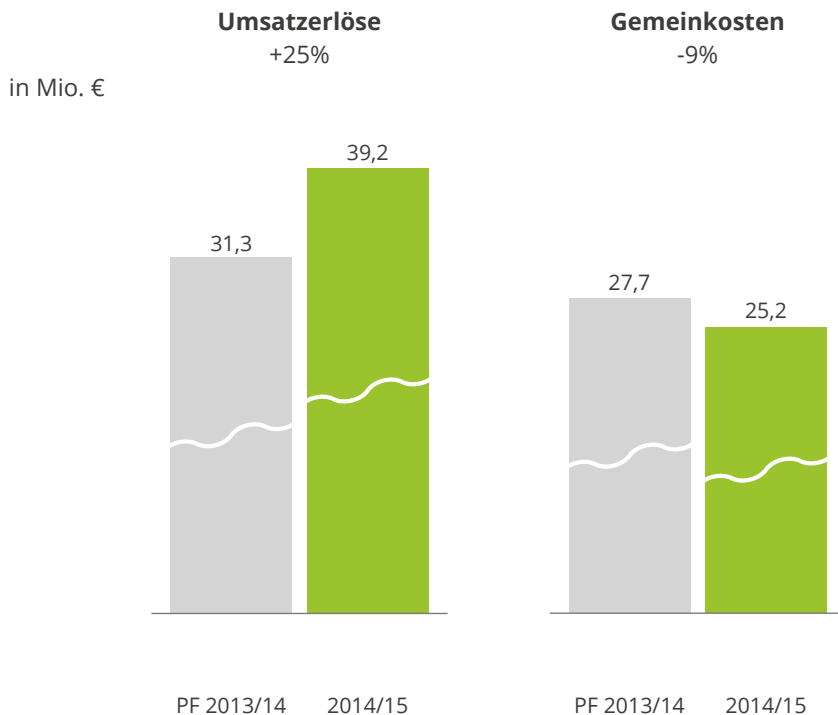
## Rekord beim operativen Ergebnis

Trotz gestiegener Umsätze konnten die Gemeinkosten im Vergleich zum Vorjahr um 2,5 Mio. Euro (9%) auf 25,2 Mio. Euro verringert werden. Ursächlich hierfür sind vor allem geringere Personalkosten infolge der Restrukturierung und Flexibilisierungsmaßnahmen sowie geringere Kosten für Marketing im Zuge der Fokussierung auf den deutschen Kernmarkt.

Das operative Ergebnis der Gesellschaft (EBITDA) belief sich im Geschäftsjahr auf 7,8 Mio. Euro und erreichte damit eine Rekordmarke. Im Vorjahr stand noch ein Verlust von 1,6 Mio. Euro zu Buche. Das um Sondereffekte bereinigte EBITDA belief sich sogar auf 8,1 Mio. Euro nach -1,4 Mio. Euro im Vorjahr. Bereinigt sind vor allem Lizenzzahlungen an die markenhaltende 100%-ige Tochtergesellschaft MCIP UG & Co. KG (MCIP).

Das EBIT beläuft sich auf 6,2 Mio. Euro nach -2,3 Mio. Euro im Vorjahr. Nach Abzug des Finanzergebnisses in Höhe von -0,2 Mio. Euro und Steuern in Höhe von 2,0 Mio. Euro, ergibt sich ein Jahresüberschuss von 4,1 Mio. Euro. Im Vorjahreszeitraum belief sich der Jahresüberschuss auf 3,3 Mio. Euro. Dieser war allerdings wesentlich durch positive Einmaleffekte in Zusammenhang mit der Einbringung der Marke in die 100%-ige Tochtergesellschaft MCIP UG & Co. KG (MCIP) beeinflusst. Bereinigt um diesen Einmaleffekt hätte sich im Vorjahr ein Jahresfehlbetrag ergeben.

Infolge der sehr positiven Ergebnisentwicklung im Berichtsjahr wurden alle steuerlichen Verlustvorträge, die im Vorjahr noch mit 1,2 Mio. Euro als aktive latente Steuern in der Bilanz ausgewiesen waren, aufgebraucht.





## EBITDA Profitabilität bei rund 20%

Die Gesellschaft hat Ende 2013 weitreichende Schritte zur Verbesserung der Profitabilität angestoßen. Im Zuge dieser Maßnahmen konnten im Kernmarkt Deutschland deutliche Umsatzzuwächse erzielt (+39,9% gegenüber Vorjahr) und die Profitabilität des Unternehmens entlang der gesamten Wertschöpfungskette signifikant gesteigert werden.

Die Rohertragsmarge verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 1,7%-Punkte auf 82,4%. Die EBITDA Marge lag bei 19,7%, die Marge auf das bereinigte EBITDA bei 20,7%. Selbst nach Abzug aller Kosten und Steuern rentierte ein Euro Umsatz noch mit 10,4%.

Damit liegt die Gesellschaft weit über dem deutschen Branchendurchschnitt.

## Gewinn- und Verlustrechnung

Mio. €	2014/15	PF 2013/14	Abw. Vorjahr	
			absolut	relativ
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>39,2</b>	<b>31,3</b>	<b>7,8</b>	<b>25,0%</b>
Bestandsveränderungen	0,1	0,2	-0,1	-62,1%
Materialaufwand	6,9	6,1	0,8	13,3%
<b>Rohertrag</b>	<b>32,4</b>	<b>25,5</b>	<b>6,9</b>	<b>27,0%</b>
Rohertragsmarge	82,4%	80,7%	1,7	-
Sonstige betriebliche Erträge	0,6	0,6	-0,1	-9,3%
Gemeinkosten	25,2	27,7	-2,5	-9,1%
<b>EBITDA</b>	<b>7,8</b>	<b>-1,6</b>	<b>9,4</b>	<b>-</b>
EBITDA Marge	19,7%	-	-	-
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>8,1</b>	<b>-1,4</b>	<b>9,5</b>	<b>-</b>
Marge	20,7%	-	-	-
Abschreibungen	1,5	0,7	0,8	102,3%
<b>EBIT</b>	<b>6,2</b>	<b>-2,3</b>	<b>8,6</b>	<b>-</b>
EBIT Marge	15,9%	-	-	-
<b>Bereinigtes EBIT</b>	<b>6,6</b>	<b>-2,1</b>	<b>8,8</b>	<b>-</b>
Marge	16,9%	-	-	-
Finanzergebnis	-0,2	-0,4	0,2	-
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>6,0</b>	<b>-2,8</b>	<b>8,8</b>	<b>-</b>
Marge	15,4%	-	-	-
AO Ergebnis	0,0	5,7	-5,7	-
Steuern	-2,0	0,4	-2,3	-
<b>Jahresüberschuss</b>	<b>4,1</b>	<b>3,3</b>	<b>0,7</b>	<b>22,0%</b>
Marge	10,4%	10,6%	-0,2	-

Aus rechentechnischen Gründen können in der Tabelle Rundungsdifferenzen zu den sich mathematisch exakt ergebenden Werten auftreten.

# IV. Vermögens- und Finanzlage

Die Bilanzsumme zum 28. Februar 2015 hat sich gegenüber dem Vorjahr um 6,5 Mio. Euro auf 22,2 Mio. Euro deutlich erhöht. Das Eigenkapital betrug zum Bilanzstichtag 9,0 Mio. Euro. Dies entspricht einer Eigenkapitalquote von 40,7%.

Das **Anlagevermögen** ist mit 7,7 Mio. Euro leicht rückläufig. Ursache hierfür ist eine Sonderabschreibung im Sachanlagevermögen auf Maschinen auf den niedrigeren beizulegenden Wert in Höhe von 0,7 Mio. Euro. Die immateriellen Vermögensgegenstände haben sich auf Grund der Aktivierung selbst geschaffener immaterieller Vermögenswerte im Zuge des Website Relaunch leicht erhöht. Das **Umlaufvermögen** ist um 8,7 Mio. Euro auf 14,4 Mio. Euro angestiegen. Grund hierfür ist ein ergebnisbedingter Anstieg der liquiden Mittel (Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten) um 8,5 Mio. Euro auf 10,5 Mio. Euro. Die restlichen Posten des Umlaufvermögens teilen sich auf in Vorräte (1,3 Mio. Euro; Vorjahr 1,4 Mio. Euro) und Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände (2,6 Mio. Euro; Vorjahr 2,4 Mio. Euro).

Im Vorjahr standen noch **Aktive latente Steuern** aus der Aktivierung von Verlustvorträgen in Höhe von 1,2 Mio. Euro zu Buche. Zum 28. Februar 2015 waren diese komplett aufgebraucht.

Auf der Passivseite verbesserte sich das **Eigenkapital** ergebnisbedingt um 4,1 Mio. Euro auf 9,0 Mio. Euro. Die **Rückstellungen** beliefen sich auf 1,9 Mio. Euro (Vorjahr 0,5 Mio. Euro)

Die **Verbindlichkeiten** in Höhe von rd. 10,3 Mio. Euro sind um 1,1 Mio. Euro angestiegen. Grund für den Anstieg sind stichtagsbedingt höhere erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen (1,2 Mio. Euro; Vorjahr 0,3 Mio. Euro).

Die **Finanzlage** des Unternehmens ist sehr solide.

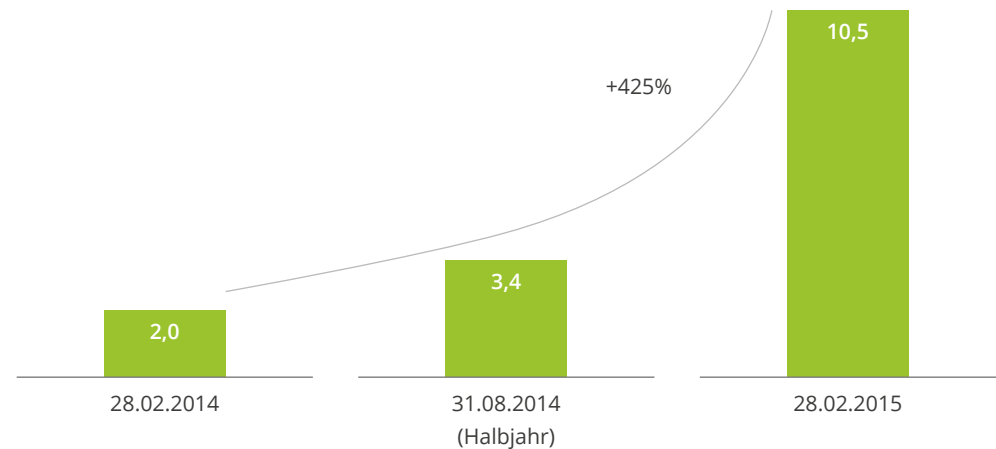
Zum Stichtag 28.02.2015 belaufen sich die liquiden Mittel (Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten) auf 10,5 Mio. Euro.

Die wesentlichen durch die Gesellschaft verwendeten Finanzinstrumente umfassen neben der Anleihe auch Kontokorrentkredite, Operating-Leasingverhältnisse sowie Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen.

Einem positiven Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit von 9,5 Mio. Euro steht ein Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit und der Finanzierungstätigkeit von jeweils 0,5 Mio. Euro gegenüber.

## Guthaben bei Kreditinstituten

Mio. €



# Bilanz

Aktiva	28.02.2015	Rumpf-WJ 28.02.2014	Passiva	28.02.2015	Rumpf-WJ 28.02.2014
	Mio. €	Mio. €		Mio. €	Mio. €
<b>A. Anlagevermögen</b>			<b>A. Eigenkapital</b>		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände	0,5	0,4	I. Gezeichnetes Kapital	2,0	2,0
II. Sachanlagen	1,4	2,4	II. Gewinnrücklagen	0,2	0,2
III. Finanzanlagen	5,8	5,8	III. Bilanzgewinn	6,8	2,7
	<u>7,7</u>	<u>8,6</u>		<u>9,0</u>	<u>4,9</u>
<b>B. Umlaufvermögen</b>			<b>B. Rückstellungen</b>	1,9	0,5
I. Vorräte	1,3	1,4			
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	2,6	2,4	<b>C. Verbindlichkeiten</b>	10,3	9,2
III. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	10,5	2,0	<i>davon Anleihe</i>	5,9	5,9
	<u>14,4</u>	<u>5,7</u>	<b>D. Rechnungsabgrenzungsposten</b>	0,0	0,1
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>	0,1	0,2			
<b>D. Aktive latente Steuer</b>	0,0	1,2	<b>E. Passive latente Steuer</b>	1,0	1,0
	<u>22,2</u>	<u>15,7</u>		<u>22,2</u>	<u>15,7</u>

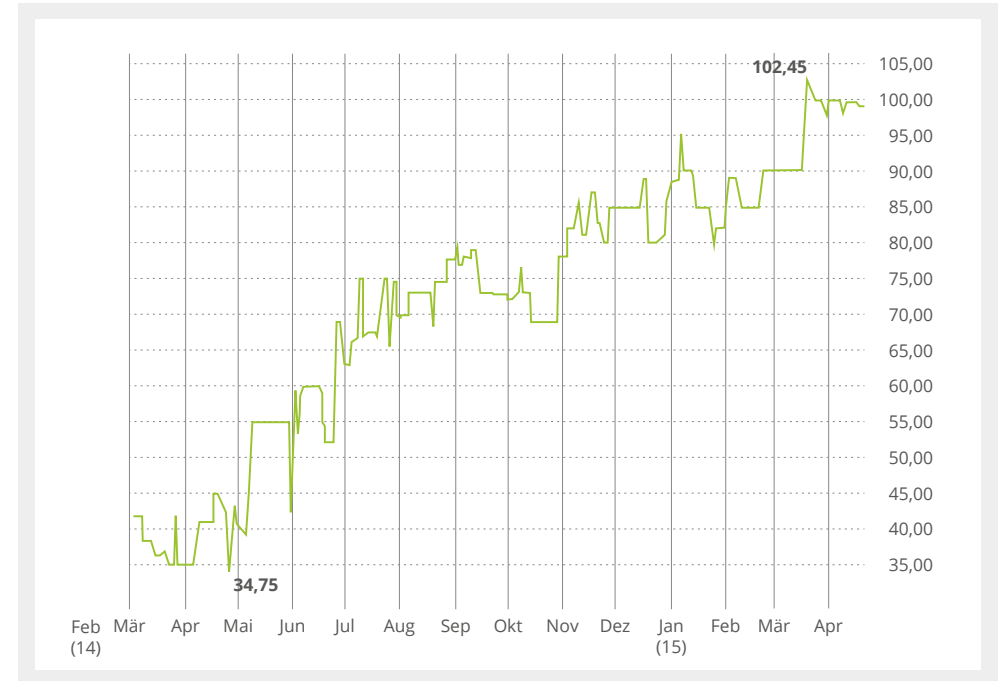
Aus rechentechnischen Gründen können in der Tabelle Rundungsdifferenzen zu den sich mathematisch exakt ergebenden Werte auftreten.

# V. Die posterXXL Anleihe

Im Juli 2012 hat die posterXXL AG eine Unternehmensanleihe mit einem Gesamtnennbetrag von 15 Mio. Euro begeben. Davon wurden tatsächlich Anteile in Höhe von 5,9 Mio. Euro gezeichnet. Die Anleiheerlöse gaben der Gesellschaft einen größeren finanziellen Spielraum für weiteres Wachstum.

Die Unternehmensanleihe (WKN A1PGUT) ist im Freiverkehr der Börse München, m:access, dem Mittelstandssegment der Börse München, gelistet. Der Zinssatz der Anleihe beläuft sich auf 7,25%. Einhergehend mit der wirtschaftlichen Entwicklung der Gesellschaft hat sich der Kurs der Anleihe im Berichtszeitraum sehr positiv entwickelt. Der Kurs stieg seit seinem Tiefststand von rund 35% im April 2014 auf teilweise über 100% im April 2015.

Das aktuelle Rating der Gesellschaft liegt bei B+. Eine Aktualisierung der Ratingnote wird für Anfang Mai 2015 erwartet. Die jährlichen Zinstermine sind jeweils am 15. Dezember eines Jahres für die Periode von 15.12. des Vorjahres bis zum 14.12. des Folgejahres bis einschließlich 2016. Die letzte Zinszahlung erfolgt dann am 27. Juli 2017 für die Periode von 15.12.2016 bis 26.7.2017 mit der Fälligkeit der Anleihe.



Quelle: Börse München

Entwicklung Anleihe 1. März 2014 bis 20. April 2015

# VI. Unser Erfolg – eine Teamleistung

Die erfolgreiche Entwicklung der posterXXL AG im Geschäftsjahr 2014/2015 wäre ohne den großen Einsatz unserer Kolleginnen und Kollegen nicht möglich gewesen. Weil wir das wissen, steht der Mitarbeiter bei uns im Fokus:

## Work Life Balance

Eine gesunde Balance zwischen Berufs- und Privatleben ist uns wichtig. Homeoffice-Möglichkeiten, flexible Arbeitszeitmodelle, bis zu 31 Tagen Jahresurlaub und optional bis zu 20 unbezahlte freie Tage im Jahr sind genauso selbstverständlich wie eine große Vielfalt an Heiß- und Kaltgetränken und Frischobst/Gemüse.

## MunichTours

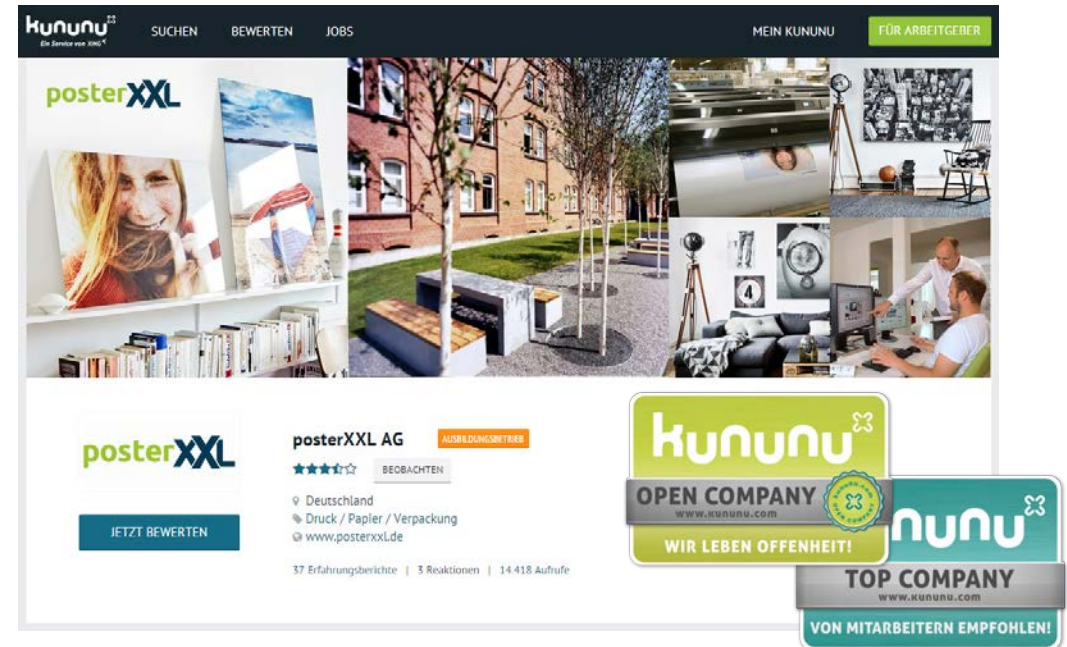
Bei unseren monatlichen MunichTours-Events binden wir Familie und Freunde unserer Mitarbeiter in gemeinsame Unternehmungen ein. Bei Kunst, Kultur, Sport oder Genuss lernt man sich näher kennen, was die Identifikation mit dem Unternehmen und die bereichsübergreifende Zusammenarbeit stärkt.

## Academy

Sehr erfolgreich ist der Ansatz des eigens entwickelten internen Weiterbildungskonzepts – der posterXXL-Academy. Die monatlich stattfindenden Vorträge fördern vernetztes und unternehmerisches Denken und Handeln

## Talents welcome!

Wir arbeiten kontinuierlich an dem Ziel, die besten und talentiertesten Mitarbeiter zu finden, sie für uns zu gewinnen und zu binden. Unter anderem hat sich posterXXL im letzten Jahr stark auch im Bereich des Employer Brandings weiterentwickelt. So ist posterXXL seit Dezember 2014 mit einem Unternehmensprofil auf dem Arbeitgeberbewertungsportal „kununu“ vertreten.



The screenshot displays the posterXXL profile on the kununu platform. The header includes navigation links for 'SUCHEN', 'BEWERTEN', 'JOBS', 'MEIN KUNUNU', and 'FÜR ARBEITGEBER'. The main content area shows the posterXXL logo, a 'JETZT BEWERTEN' button, and a 'posterXXL AG' profile card with a 4-star rating and 'BEOBACHTEN' button. The profile card also lists the location as 'Deutschland', the industry as 'Druck / Papler / Verpackung', and the website 'www.posterxxl.de'. To the right, there are several badges: 'OPEN COMPANY' (www.kununu.com), 'TOP COMPANY' (www.kununu.com), and 'VON MITARBEITERN EMPFOHLEN!'. The background of the profile card features a collage of images showing office spaces, employees, and products.

## Anonyme Mitarbeiter-Zitate:

- „Fast forward, visionär, schnell, motivierend, gerecht“ 16.12.14
- „Mein Vorgesetzter geht auf die Wünsche der Mitarbeiter ein und versucht Lösungen zu finden.“ 12.02.2015
- „regelmäßige Infoveranstaltungen, interne Seminare - offene Büros, tolle Umgebung.“ 12.02.2015
- „Arbeiten gut zusammen.Ziele sind realisierbar.Entscheidungen sind klar.“ 22.2.15
- „Wir sind ein gutes Team und halten zusammen“ 22.02.2015

# VII. Aktuelle operative Entwicklung und Ausblick

Der im letzten Jahr weiter stark angestiegene Mobilfunkmarkt und die damit verbundene hohe Akzeptanz von Smartphones und Tablets bei unseren Kunden, führen nicht nur zu einem sich grundsätzlich ändernden Nutzerverhalten, sondern auch insbesondere zu veränderten Anforderungen an posterXXL als Dienstleister. Wir freuen uns über diese Entwicklung und arbeiten bereits an neuen Lösungen, um die Anforderungen unserer Kunden, auch in Zukunft, bestmöglich zu bedienen. Auch hier haben wir es uns zum Ziel gesetzt, dem Kunden ein herausragendes Käuferlebnis zu bereiten.

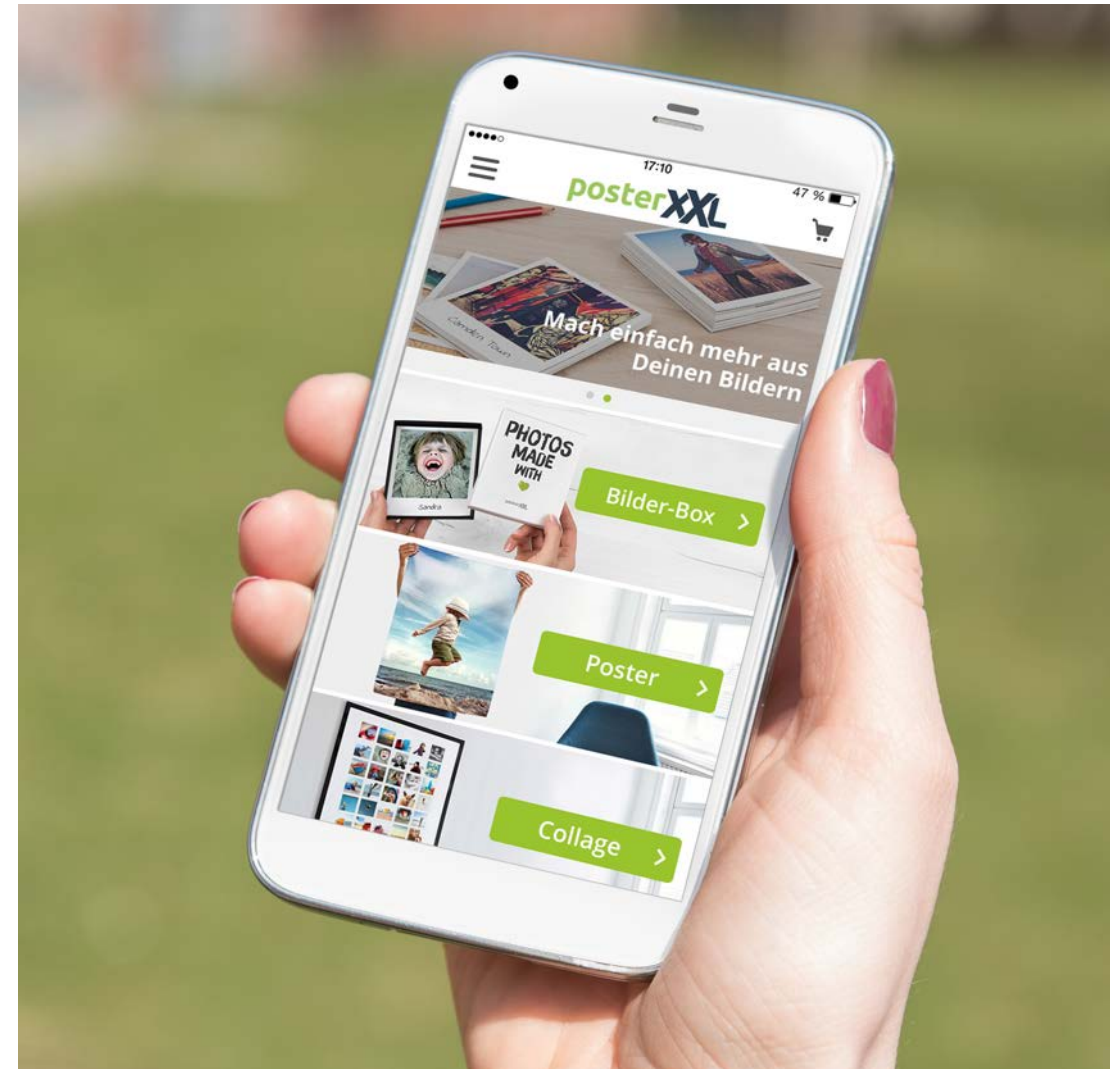
Dies gilt gleichermaßen für die ständige Weiterentwicklung der Website. So wird nicht nur die technische Basis konsequent weiter entwickelt, sondern auch alle Möglichkeiten von Big Data und Business Intelligence im Sinne einer weiteren positiven Geschäftsentwicklung weiter ausgeschöpft. Durch all diese Maßnahmen werden wir auch zukünftig den Erfolg der posterXXL sicherstellen.

## Ausblick

Die außergewöhnlich gute Entwicklung auf der Umsatzseite (Auftragseingänge) in 2014/2015 übertraf die Erwartungen der Gesellschaft. Dies führte dazu, dass im Laufe des Jahres vereinzelte Kostenpositionen nach oben angepasst werden mussten. In Teilbereichen wurde auch die Anzahl der Festangestellten maßvoll erhöht. Dies gilt analog für das Geschäftsjahr 2015/2016.

Angesichts des weiter erwarteten Mengenwachstums werden aktuell Möglichkeiten neuer Räumlichkeiten für die Produktion im Raum München evaluiert. Dies würde kurzfristig zu Einmaleffekten auf der Kostenseite führen; mittelfristig allerdings zu Effizienzgewinnen und der Möglichkeit, auch in künftigen Jahren weiter profitabel wachsen zu können.

Für das laufende Geschäftsjahr 2015/2016 plant die Gesellschaft mit moderatem Umsatzwachstum im höheren einstelligen Prozentbereich bei - aufgrund oben genannter Gründe - etwas verminderter Profitabilität.



Der Bericht der posterXXL AG zum Geschäftsjahr 2014/15 steht unter <http://www.posterxxl.de/anleihe> zur Verfügung.

**Presseanfragen:**

Kirchhoff Consult AG

Andreas Friedemann Tel: +49 (0)40 60 91 86 50 Fax: +49 (0)40 60 91 86 60 Mail: [andreas.friedemann@kirchhoff.de](mailto:andreas.friedemann@kirchhoff.de)

**Über die posterXXL AG:**

Die posterXXL AG ist ein schnell wachsender Produzent und Anbieter von individualisierten Fotodienstleistungen im Digitaldruck. Die posterXXL AG erreichte 2009 als Deutschlands schnellst wachsendes Technologie-Unternehmen den ersten Platz beim „Deloitte Technology Fast 50 Wettbewerb“.

Unter [www.posterxxl.de](http://www.posterxxl.de) bietet das Unternehmen online vielfältige Möglichkeiten, eigene Fotos auf verschiedenste Materialien drucken zu lassen. Die Produktpalette des Vollsortimenters reicht dabei von Postern und Leinwänden über Fotobücher und Kalender bis zu diversen Fotogeschenken.

Es werden Privat- und Geschäftskunden in Deutschland, Österreich, Frankreich, Belgien und in den Niederlanden beliefert. Daneben ist die posterXXL AG auch Großlabor für Wiederverkäufer, Fotofachhandel und Fotografen.

Weitere Informationen unter [www.posterxxl.de/anleihe](http://www.posterxxl.de/anleihe).