

# Francotyp-Postalia Holding AG



Digitalization



Franking



Optimization

**Hauptversammlung am 18. Juni 2008**

**Ludwig Erhard Haus, Berlin**

# Konzern Gewinn-und-Verlust-Rechnung

| Mio. EUR                               | 2006  | 2007  |
|--|-------|-------|
| <b>Umsätze</b>                         | 142.9 | 145.1 |
| Bestandsveränderung                    | 1.3   | -1.0  |
| Aktivierete Eigenleistung              | 11.2  | 12.1  |
| <b>Gesamtleistung</b>                  | 155.5 | 156.3 |
| Materialaufwand                        | 42.7  | 45.9  |
| in % vom Umsatz                        | 29,9  | 31,6  |
| <b>Rohhertrag</b>                      | 112.8 | 110.4 |
| Personalaufwand                        | 50.1  | 54.3  |
| in % vom Umsatz                        | 35,1  | 37,4  |
| Andere                                 | 30.7  | 29.7  |
| <b>EBITDA</b>                          | 32.0  | 26.3  |
| in % vom Umsatz                        | 22,4  | 18,1  |
| Abschreibungen                         | 8.8   | 9.9   |
| <b>EBITA</b>                           | 23.2  | 16.3  |
| Transaktionsbedingte<br>Abschreibungen | 16.2  | 18.2  |
| <b>EBIT</b>                            | 7.0   | -1.9  |
| Zinsergebnis                           | -3.6  | -2.6  |
| Steuerergebnis                         | -3.7  | +1.7  |
| <b>Jahresfehlbetrag</b>                | -0.3  | -2.8  |

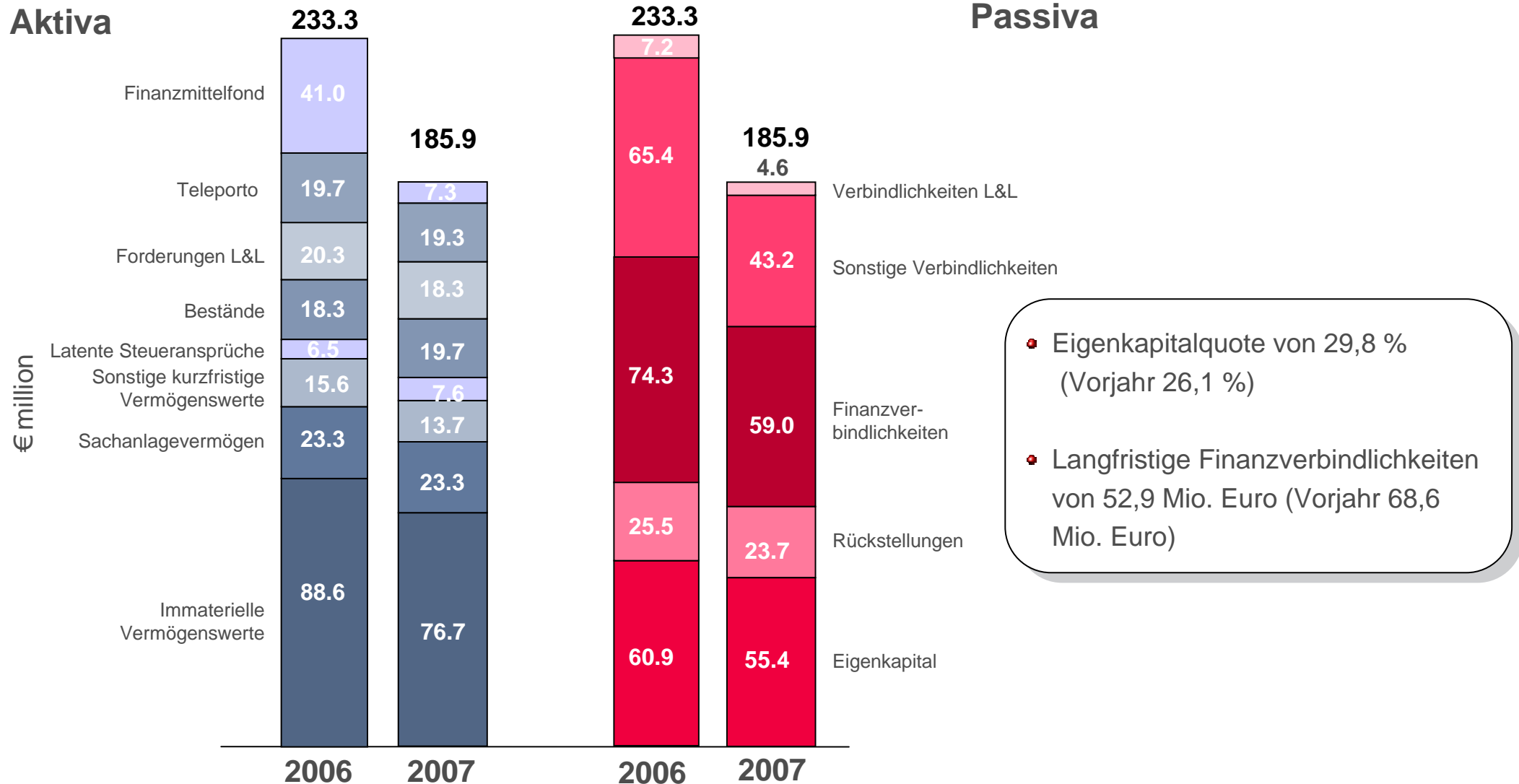
- Umsatzsteigerung von 1,5 %
- EBITDA-Marge von 18,1 %
- Eigenkapitalrendite von -5 %

# Starker Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit

| Mio. EUR                                  | 2006  | 2007  | Veränderung % |
|---|-------|-------|---------------|
| Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit | 18.0  | 19.4  | 7.8           |
| Cashflow aus Investitionstätigkeit        | -16.0 | -17.4 | -8.1          |
| Free Cashflow                             | 2.0   | 2.1   | 5.0           |
| Cashflow aus Akquisitionen                | -9.7  | -17.0 | -75.3         |
| Cashflow aus Finanzierungstätigkeit*      | 46.7  | -18.7 | n/a           |
| Finanzmittelfond                          | 41.0  | 7.3   | -82.2         |

\* inkl. Währungseffekt von -1,6 Mio. Euro (Vorjahr 0,1 Mio. Euro)

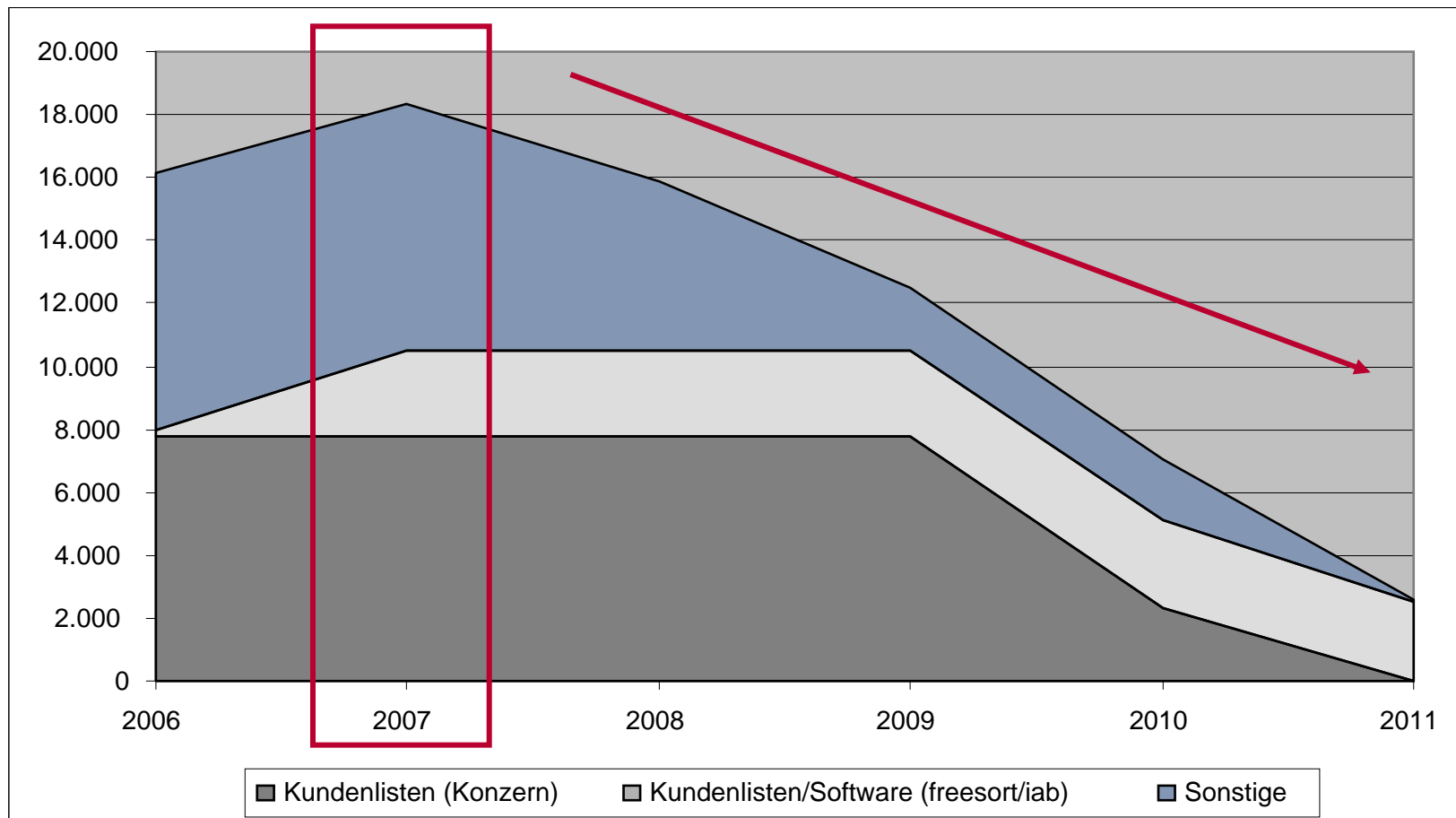
# Bilanz zum 31. Dezember 2007



- Eigenkapitalquote von 29,8 % (Vorjahr 26,1 %)
- Langfristige Finanzverbindlichkeiten von 52,9 Mio. Euro (Vorjahr 68,6 Mio. Euro)

# Prognose Verlauf transaktionsbedingte AfA

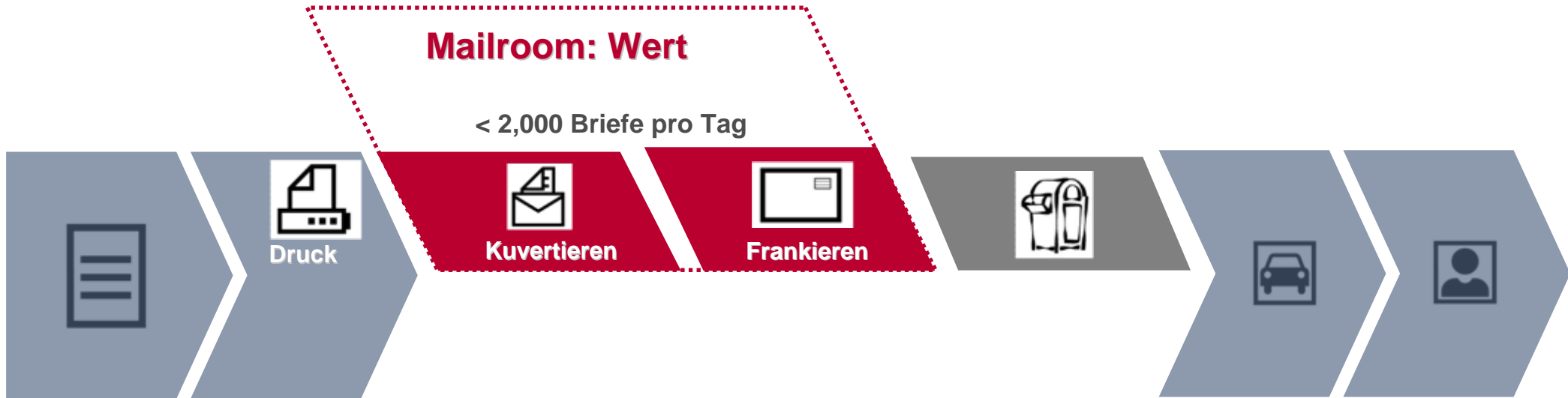
18,2 Mio. Euro Abschreibungen in 2007



# Sechs Gründe für die schwächere Performance 2007

1. Dramatischer Verfall des US-Dollars
2. Veränderte wirtschaftliche Großwetterlage nicht nur in den USA, sondern auch in Deutschland
3. Großes Interesse der Kunden an der *centormail* schlug sich noch nicht wie erwartet in Umsatz nieder
4. Verkauf der Hybridmail-Lösung mit Verzögerung
5. freesort GmbH aufgrund von Anlaufkosten mit negativem Ergebnis
6. Rückgang der installierten Frankiermaschinen in Kanada nach Dezertifizierung

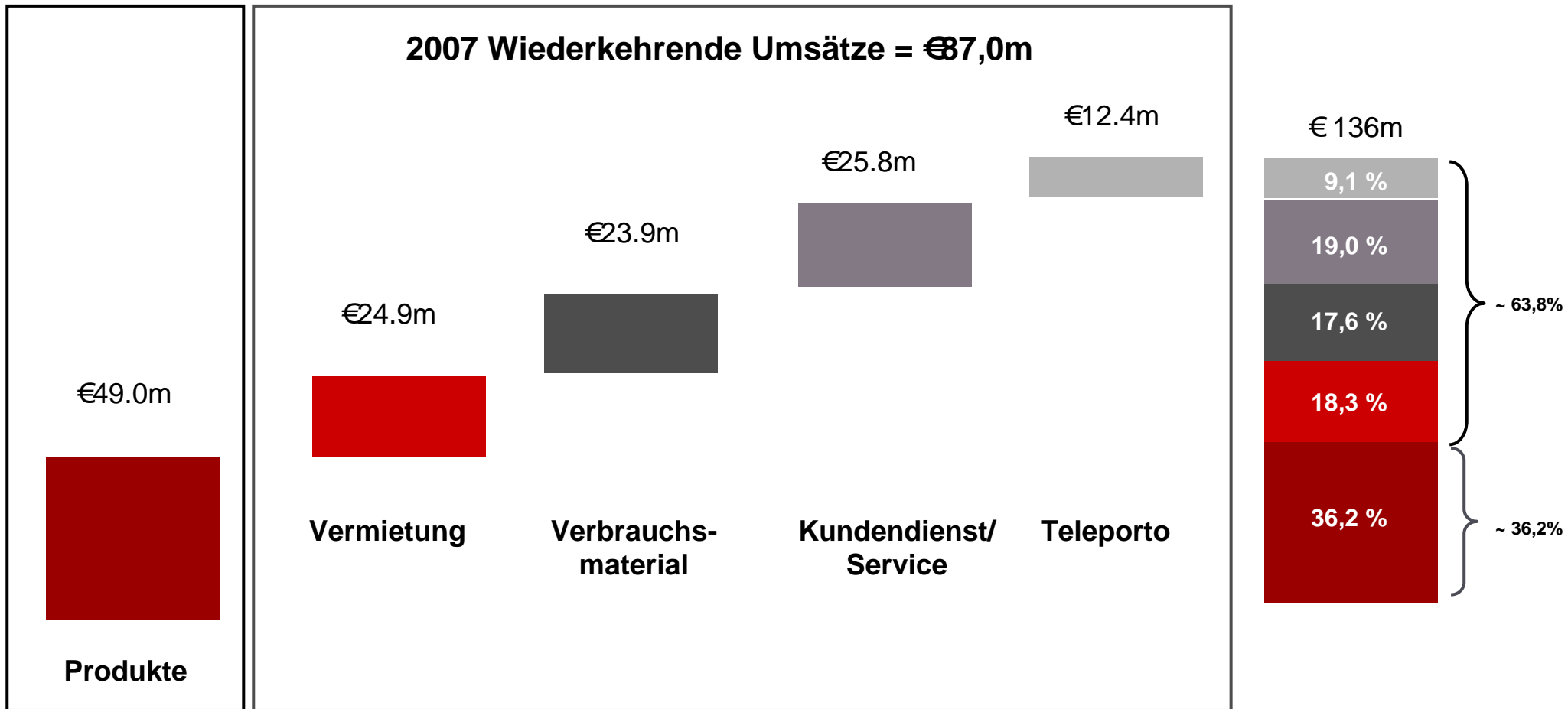
# Kundenindividuelle Strategien für effizientere Postprozesse



Mailroom - Traditionelles Geschäft der FP

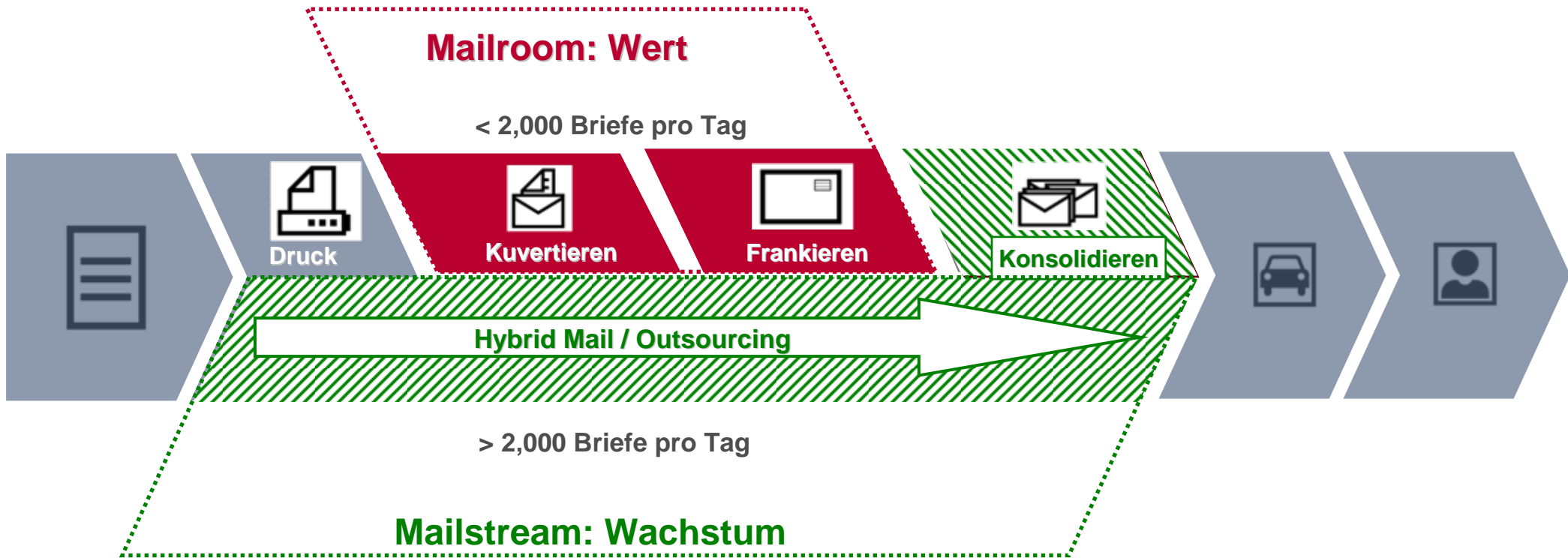
# Konstante wiederkehrende Umsätze von 60 – 65 %

## Francotyp-Postalia 2007: Zusammensetzung Umsatz





# Kundenindividuelle Strategien für effizientere Postprozesse



Ausbau der Wertschöpfungskette durch Aufbau der Mailstream Services

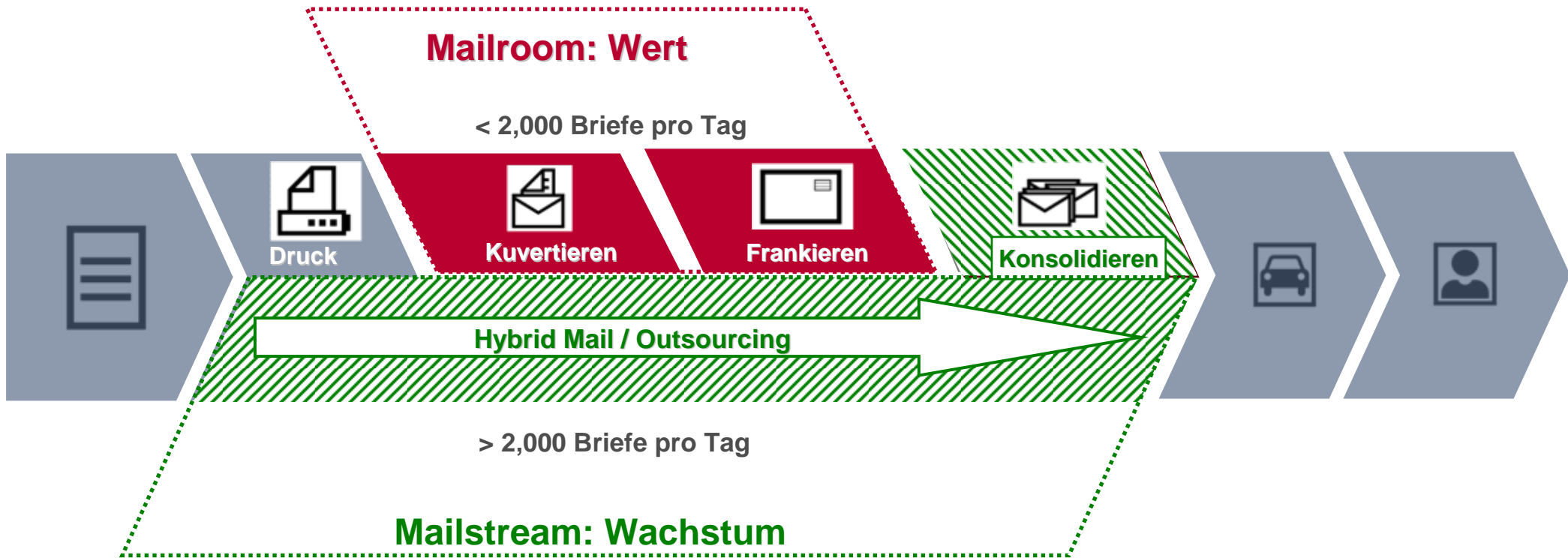
# Ergebnisse pro Geschäftsbereich

| Mio. EUR               | Umsatz            |       | EBITDA            |      |
|------------------------|-------------------|-------|-------------------|------|
|                        | 2006              | 2007  | 2006              | 2007 |
| Mailroom               | 141.4             | 136.6 | 31.9              | 27.7 |
| Mailstream             | 6.1 <sup>1)</sup> | 8.5   | n/a <sup>2)</sup> | -0.9 |
| Konsolidierung         | 2.5 <sup>1)</sup> | 4.8   | n/a <sup>2)</sup> | -1.3 |
| Outsourcing/Hybridmail | 3.6 <sup>1)</sup> | 3.7   | n/a <sup>2)</sup> | 0.4  |
| FP-Konzern             | 142.9             | 145.1 | 32.0              | 26.3 |

1) Diese Zahlen gehen nur zeitanteilig in die Konzernwerte ein, da der Geschäftsbereich Mailstream nicht für die komplette Periode Bestand des FP-Konzerns war.

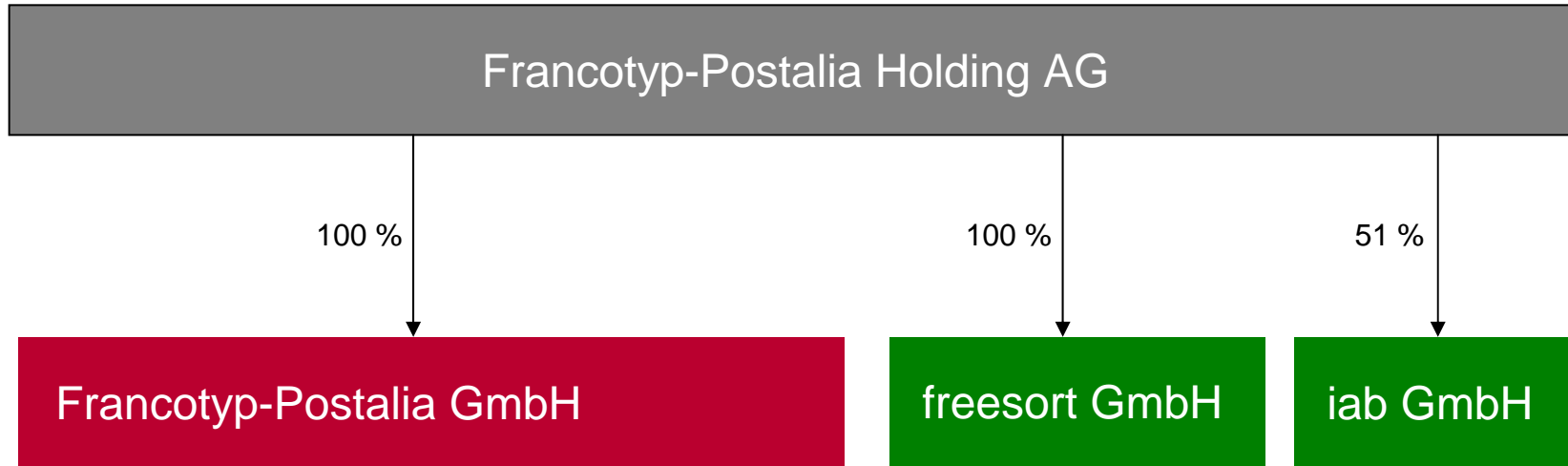
2) Diese Zahlen sind nicht verfügbar, da der Geschäftsbereich Mailstream im vierten Quartal 2006 nur zeitanteilig Bestandteil des FP-Konzerns war.

# Kundenindividuelle Strategien für effizientere Postprozesse

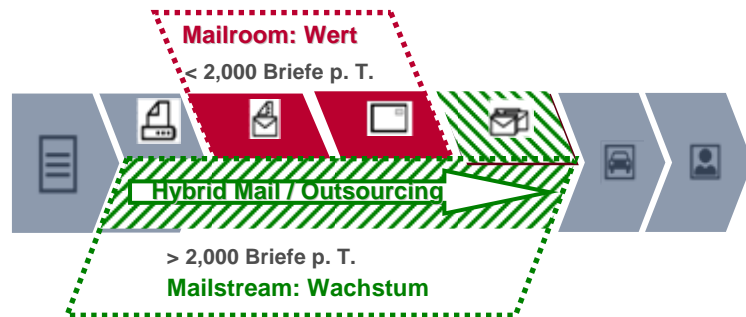


Ausbau der Wertschöpfungskette durch Aufbau der Mailstream Services

# Konzernstruktur



Kauf von 1.400 Kunden der DirektExpress Brief AG



# Restrukturierungs-Projekt MOVE

## Maßnahmen

### Supply Chain Management:

Einführung eines IT-gestützten Prozesses zur Abwicklung von Aufträgen; mit weltweiten Einsparungen von rund 20 %

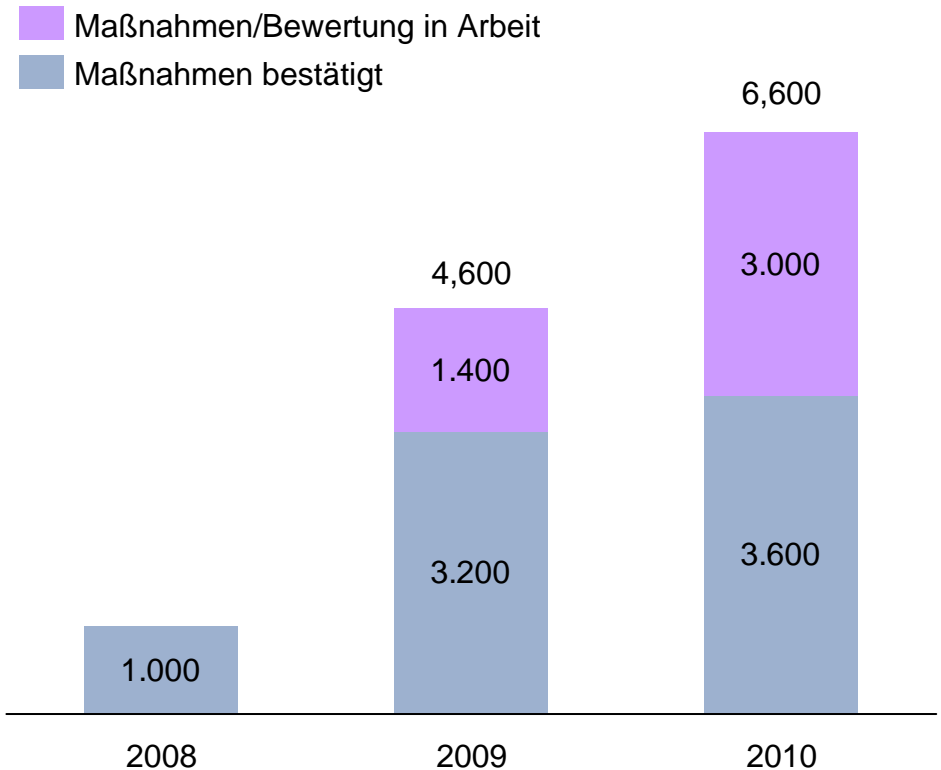
### Forschung & Entwicklung:

Effizientere und effektivere Strukturen und Prozesse definieren mit Kostenreduzierungen von rund 20 %

### Administration:

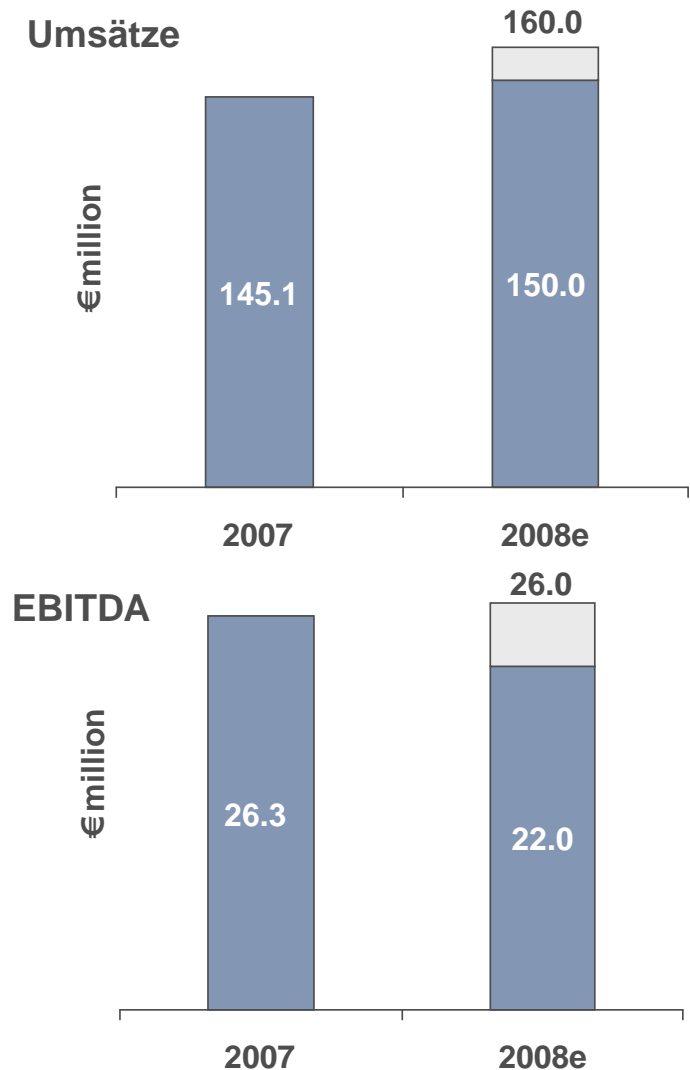
Verschanken von Strukturen und Prozessen

## Einsparungen pro Jahr (vs. 2008) in TEUR \*



\* Ohne Restrukturierungskosten, z. B. Projektkosten, Abfindungen, für 2008. 965 TEUR sind bereits in den Rückstellungen berücksichtigt.

# Ausblick 2008



- Entwicklung Dollarkurs und der Weltkonjunktur

ABER:

- Strategie der Francotyp-Postalia geschärft und mit Maßnahmen unterfüttert
- Potenziale als Full-Service-Anbieter

**Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!**

# Francotyp-Postalia Holding AG



Digitalization



Franking



Optimization

**Hauptversammlung am 18. Juni 2008**

**Ludwig Erhard Haus, Berlin**



# Disclaimer

This report contains forward-looking statements on the business development of the Francotyp-Postalia Group. These statements are based on assumptions relating to the development of the economic and legal environment in individual countries and economic regions, which we have made on the basis of the information available to us and which we consider to be realistic at the time of going to press. The estimates given entail a degree of risk, and the actual developments may differ from those forecast. Consequently, any unexpected fall in demand or economic stagnation in our key sales markets, such as Western Europe (and especially Germany) or in the USA, UK, or Canada, and Singapore will have a corresponding impact on the development of our business. The same applies in the event of a significant shift in current exchange rates relative to the US dollar, sterling, Canadian dollars, Singapore dollars. In addition, expected business development may vary if the assessments of value-enhancing factors and risks presented in the 2007 Annual Report develop in a way other than we are currently expecting.