

Francotyp-Postalia Holding AG

Vorstandsrede zur

Hauptversammlung am

1. Juli 2010

in Berlin

Es gilt das gesprochene Wort

Francotyp-Postalia Holding AG

Vorstandsrede zur

Hauptversammlung am

1. Juli 2010

in Berlin

Es gilt das gesprochene Wort

Sperrfrist: 1. Juli 2010 – 13:00 h

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, sehr geehrte Aktionärsvertreterinnen und –vertreter, meine Damen und Herren!

05.07.2010

1/17

Im Namen des Vorstandes und der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Francotyp-Postalia Gruppe begrüße ich Sie herzlich zu unserer ordentlichen Hauptversammlung.

Vor einem Jahr habe ich an dieser Stelle über ein unbefriedigendes Geschäftsjahr und eine angespannte Liquiditätslage berichtet. Meine heutige Botschaft lautet: Die Ertrags- und Finanzkraft der FP-Gruppe steigt wieder und unsere Neuausrichtung als Mail Management-Anbieter kommt am Markt an.

Diese Fortschritte sind bemerkenswert, da die Rahmenbedingungen im Jahr 2009 nicht nur für die Francotyp-Postalia Gruppe schwierig waren, sondern die gesamte Wirtschaft in Atem hielten.

Im Folgenden möchten, mein Vorstandskollege Andreas Drechsler und ich, Ihnen darlegen, wie sich die Francotyp-Postalia in diesem Umfeld entwickelt hat.

Ich werde Ihnen dabei zunächst über die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage und damit über die finanzielle Entwicklung der FP-Gruppe Bericht erstatten.

Meine Damen und Herren,

auf der letzten Hauptversammlung hatte ich Ihnen erläutert, dass wir vor allem in unserer Kostenstruktur noch erhebliches Optimierungspotenzial sehen. Wir standen damals mit den Belegschaftsvertretern und der IG-Metall am Standort Birkenwerder in intensiven Gesprächen. Diese Gespräche haben wir Ende Juli 2009 erfolgreich zum Abschluss gebracht und den sogenannten Standortsicherungsvertrag mit einer Laufzeit von 24 Monaten vereinbart. Wesentliche Parameter dieses Vertrages sind der Verzicht der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der FP-Gesellschaften am Standort Birkenwerder auf das gesamte Urlaubs- und Weihnachtsgeld sowie die Einführung von Kurzarbeit für die maximale Dauer von 2 Jahren. Im Gegenzug beinhaltet die Vereinbarung eine Arbeitsplatzgarantie von 24 Monaten – also bis zum Juli 2011. Zudem haben die außertariflichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, wie auch der Vorstand, einem Gehaltsverzicht in Höhe von 15 % bzw. 20 % zugestimmt. Zugleich hat der Aufsichtsrat auf rund 33 % seiner Vergütung verzichtet. Insgesamt beläuft sich das Einsparpotenzial dieses Standortsicherungsvertrags auf maximal rund 9 Mio. Euro.

Noch in den Monaten August bis Dezember des abgelaufenen Geschäftsjahres konnten wir aufgrund des Vertrages Einsparungen von 2,5 Mio. Euro erzielen.

Für diesen Verzicht möchte ich mich im Namen des Vorstandes bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Francotyp-Postalia sowie dem Aufsichtsrat bedanken. Trotz des Standortsicherungsvertrags sahen wir uns 2009 gezwungen, weltweit 80 Arbeitsplätze abzubauen. Als Folge sämtlicher Maßnahmen konnten wir 2009 die Personalkosten um rund 12 % auf 48,4 Mio. Euro reduzieren.

Mit Blick auf den Standortsicherungsvertrag ist mir eines wichtig zu betonen: Der Vertrag verschafft uns wertvolle Zeit und eröffnet uns durch die verbesserte Liquiditätslage Gestaltungsspielräume. Jedem in der FP-Gruppe ist allerdings klar, dass die eigentlichen Hausaufgaben noch zu erledigen sind. Nach Ablauf des Vertrages werden wir nicht auf einen Status-quo- ante zurück gehen können und gehen wollen. Wir müssen weiterhin die Zukunft der FP-Gruppe im Auge behalten. Diese ist maßgeblich von äußeren, harten wirtschaftlichen Bedingungen bestimmt. Wir haben in der letzten Woche den Wirtschaftsausschuss, den Betriebsrat und die Gewerkschaft der FP-Gesellschaften am Standort Birkenwerder über ein Konzept zur nachhaltigen Standortsicherung informiert und beginnen nun die entsprechenden Gespräche. Deren Ziel kann es nur sein, die FP-Gruppe so aufzustellen, dass wir auch nachhaltig erfolgreich wirtschaften können – und hierzu gehört ein wettbewerbsfähiger Standort.

Meine Damen und Herren,

die FP-Gruppe konnte 2009 ihre Finanz- und Ertragskraft steigern. Bei einem konjunkturbedingt rückläufigen Umsatz stieg das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen, das EBITDA, um 13,2 % auf 20,6 Mio. Euro. Bereinigt um die Restrukturierungskosten erreichte es 22,0 Mio. Euro, womit wir unsere Ergebnisprognose halten konnten.

Im Vergleich zum Vorjahr ging der Umsatz jedoch um 13,4 Mio. Euro auf 129,0 Mio. Euro zurück. Damit haben wir die uns selbst gesteckten Ziele nicht erreicht. Dennoch: Verglichen mit anderen Maschinenbau-Unternehmen hat sich unser Geschäftsmodell weiterhin bewährt. Ungefähr Dreiviertel unseres Umsatzes generieren wir aus wiederkehrenden Umsatzerlösen. Diese stammen aus der Vermietung, dem Verkauf von Verbrauchsmaterialien, aus den Servicegebühren, dem Teleporto, sowie den von uns entwickelten Softwarelösungen und der Konsolidierung.

Während 2009 der Umsatz aus dem Verkauf von Maschinen um rund 27 % auf 33,2 Mio. Euro sank, blieben die wiederkehrenden Erträge mit 95,5 Mio. Euro im Vergleich zu 96,6 Mio. Euro

auf dem Niveau des vorherigen Geschäftsjahres. Diese Kontinuität bei den wiederkehrenden Umsätzen zeigt sehr deutlich die Stärke unseres Geschäftsmodells.

Lassen Sie mich Ihre Aufmerksamkeit nun auf drei weitere Positionen in unserer Gesamtergebnisrechnung lenken:

Die Materialkosten sanken von 43,3 Mio. Euro auf 32,5 Mio. Euro im vergangenen Geschäftsjahr, was zum einen eine Folge des Umsatzrückgangs ist. Zum anderen weisen wir aber auch eine geringere Bestandsveränderung und weniger aktivierte Eigenleistungen aus. Dies wiederum ist eine Folge unserer zurückhaltenden Investitionspolitik sowie des Abbaus von Lagerbeständen.

Eine wichtige Position in unserer Gesamtergebnisrechnung bilden nach wie vor die transaktionsbedingten Abschreibungen.

Diese resultieren aus der Neubewertung von Vermögenswerten der FP-Gruppe bei ihrer Entstehung im Jahr 2005, sowie aus dem Kauf der freesort GmbH sowie der iab GmbH im Jahr 2006. Zum damaligen Zeitpunkt wurden insbesondere die Kundenlisten und damit die weltweiten Kundenbeziehungen unseres Unternehmens als Vermögenswert aktiviert. Und diese Vermögenswerte schreibt die FP-Gruppe jetzt Jahr für Jahr planmäßig ab, wobei der Betrag in den kommenden Jahren weiter zurückgeht. Diese transaktionsbedingte Abschreibung wird im Jahr 2011 auf rund 3 Mio. Euro sinken.

Zu diesen geplanten Abschreibungen kam 2009 eine außerordentliche Wertberichtigung des Firmenwerts der freesort GmbH in Höhe von 12,5 Mio. Euro hinzu. Die Werthaltigkeitsprüfung aller Beteiligungen während der Abschlussprüfung – der sogenannte Impairment-Test – führte dazu, dass wir entgegen früherer Annahmen von einem langsameren Ausbau des Geschäfts ausgehen mussten. Diese Korrektur ist durch die allgemeine Wirtschaftslage sowie die Entwicklung der freesort bedingt und führte zu einer Überarbeitung der Planzahlen und in der Folge zu einer Berichtigung des Firmenwertes.

War die Akquisition von freesort also ein Fehler? Mit der Akquisition von freesort haben wir uns konsequent in den Markt der Konsolidierungsdienstleistungen weiterentwickelt.

Konsolidierungsdienstleistungen, sprich das Einsammeln und Weiterverarbeiten von Briefen von Unternehmenskunden, sind ein wichtiger Bestandteil des Leistungsangebots eines Mail-Management-Anbieters – auch wenn sich in diesem Geschäftsfeld die ursprünglichen Erwartungen noch nicht erfüllt haben.

Diese Wertberichtigung verhinderte, dass die operativ gestiegene Ertragskraft 2009 bereits zu einer Verbesserung des Jahresergebnisses führte. Im Vergleich zu 2008 stieg der Konzernverlust noch einmal um rund 15% auf minus 16,6 Mio. Euro. Dies hat Auswirkungen auf das Eigenkapital, wie im Folgenden in der Konzernbilanz ersichtlich wird.

Während die FP-Gruppe Ende 2008 noch ein Eigenkapital von rund 31 Mio. Euro auswies, reduzierte sich dieses im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 15,3 Mio. Euro; die Eigenkapitalquote liegt damit bei 11,4 %.

Das ist keine komfortable Situation und veranlasst uns, diesem Umstand besondere Aufmerksamkeit zu widmen.

Vor diesem Hintergrund bitten wir um Ihr Verständnis, dass wir auch für das abgelaufene Geschäftsjahr keine Dividende vorschlagen können. Seien Sie aber versichert: Alle Maßnahmen, die wir 2009 ergriffen haben und die wir 2010 ergreifen, dienen auch dazu, die Dividendenfähigkeit unseres Unternehmens wieder herzustellen und Ihnen als Eigentümer eine attraktive Dividende anbieten zu können.

Ein weiterer Blick auf unsere Bilanz zeigt, dass sich 2009 die Finanzverbindlichkeiten deutlich verringerten – bedingt durch die konsequente Rückführung der Darlehensverbindlichkeiten. Während Ende 2008 unsere Bilanz noch Nettoschulden in Höhe von 51,8 Mio. Euro auswies, reduzierte sich diese Größe bis Ende 2009 auf 41,1 Mio. Euro. Das entspricht einem Rückgang von rund 21 %.

Die anstehenden Verhandlungen mit den Banken, aufgrund des Ende 2011 auslaufenden Kreditvertrages, können wir damit aus einer gestärkten Position heraus führen. Wir sind uns bewusst, dass die gegenwärtige Verbesserung der Finanzsituation auch der nachhaltigen Weiterverfolgung bedarf – und daran arbeiten wir.

Die Fortschritte bei der Stärkung der Finanzkraft können wir auch mit der deutlichen Verbesserung unseres Working Capital belegen.

Das Net Working Capital, das wir aus der Summe der Vorräte zuzüglich der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzüglich der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen errechnen, verringerte sich 2009 auf 20,1 Mio. Euro nach 27,3 Mio. Euro im Vorjahr. Dies bedeutet, dass Ende 2009 rund ein Viertel weniger Kapital im operativen Geschäft gebunden war als noch ein Jahr zuvor – und dieses Kapital konnten wir für andere Zwecke einsetzen. Dieser Erfolg beruht im Wesentlichen darauf, dass wir konsequent unsere Vorräte abgebaut und unsere Lieferkette und das Forderungsmanagement optimiert haben.

Dies wiederum trug zu einer deutlichen Zunahme der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente bei und zwar um rund 35 % auf 29,6 Mio. Euro. Die Finanzkraft der FP-Gruppe steigt an diesem Punkt sichtbar!

Damit komme ich zu einem anderen wichtigen Punkt – den Mittelzuflüssen.

Meine Damen und Herren,

wenn Sie einen Blick auf den Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit werfen, so werden Sie erkennen, dass wir dort mit 17,5 Mio. Euro gut aufgestellt sind. Im Gegensatz zum Geschäftsjahr 2008 haben wir allerdings in puncto Investitionen eine sehr fokussierte Strategie verfolgt und lediglich 7,7 Mio. Euro an Investitionstätigkeiten auszuweisen. Im Ergebnis konnte die FP-Gruppe 2009 so einen positiven Free Cash Flow von fast 10 Mio. Euro erwirtschaften; 2008 lag diese Kennzahl nur bei 3,5 Mio. Euro. Ein positiver Free Cashflow vergrößert wiederum unseren Handlungsspielraum.

Diesen Handlungsspielraum werden wir 2010 dafür nutzen, gezielt einige neue Projekte anzuschieben und so unsere Investitionstätigkeit vorsichtig zu erweitern. Denn nur mit Investitionen in die Zukunft können wir eine nachhaltig positive Entwicklung unseres Unternehmens gewährleisten.

So wollen wir Ende des nächsten Jahres eine neue Frankiermaschine auf den Markt bringen. Wir sehen uns mit der Entwicklung dieser neuen Frankiermaschinengeneration in der Übergangsphase von der Maschine mit Software hin zu einer Software mit Maschine.

Für dieses innovative Projekt haben wir vom Land Brandenburg eine Förderzusage für rund 2,4 Mio. Euro erhalten.

Außerdem haben wir Ende 2009 mit der FP InovoLabs GmbH eine neue Gesellschaft gegründet. Der Geschäftszweck des Unternehmens umfasst Entwicklungs-, Beratungs- und Online-dienstleistungen.

Eine ebenfalls wichtige Investition haben wir auf dem schwedischen Markt getätigt. Im März dieses Jahres hat unsere Tochtergesellschaft FP Sverige AB das Frankiermaschinengeschäft von Ricoh in Schweden übernommen. Mit der Transaktion verfügt die FP-Gruppe nun direkt über etwa 10.000 Maschinen in Schweden, was einem Marktanteil von rund 20 % entspricht. Diese Akquisition konnten wir dank des konsequenten Cash-Managements aus der vorhandenen Liquidität heraus finanzieren. Sie eröffnet uns neue Marktchancen in Skandinavien, zu denen sich mein Kollege Herr Drechsler noch äußern wird.

05.07.2010

6/17

Meine Damen und Herren,

anders als auf der Hauptversammlung 2009 konnte ich Ihnen heute ein positiveres Bild der FP-Gruppe zeichnen. Bevor ich Ihnen noch ein paar Worte zu den heutigen Tagesordnungspunkten sage, möchte ich meine Ausführungen durch einige abschließende Erläuterungen zu den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres ergänzen. Anschließend möchte ich Sie über den aktuellen Stand der rechtlichen Auseinandersetzung mit unserem ehemaligen Vorstandsmitglied informieren.

Im 1. Quartal 2010 spürten wir nach wie vor die negativen Auswirkungen der angespannten weltwirtschaftlichen Lage. Der Umsatz der FP-Gruppe ging im Vergleich zum Vorjahresquartal um 1,8 % zurück. Dieser Effekt stammt im Wesentlichen aus dem schwachen US-amerikanischen Geschäft. Einen deutlich positiven Trend sehen wir hingegen bei den deutschen Tochtergesellschaften; hier stieg der Umsatz um 7,2 %.

Dies, obwohl sich im 1. Quartal unsere installierte Basis, also die Anzahl der im Markt aufgestellten Frankiermaschinen, reduziert hat – hauptsächlich verursacht durch einen Bereinigungseffekt: Die Angaben zur installierten Basis erhalten wir von den jeweiligen Postgesellschaften. Von Zeit zu Zeit überprüfen diese ihre Statistiken und bereinigen sie gegebenenfalls um die zwar gemeldeten aber nachweislich nicht mehr genutzten, zumeist noch mechanischen Maschinen. Der Rückgang unserer installierten Basis beruht also im Wesentlichen auf einem statistischen Effekt und spiegelt nicht die Geschäftstätigkeit des Jahres 2010 wider.

Trotz des leichten Umsatzrückgangs entwickelte sich das EBITDA weiter erfreulich. Es stieg um 34 % auf 7,1 Millionen Euro. Die Ertragskraft der FP-Gruppe stieg damit ebenso wie die Finanzkraft: Denn wir konnten den Free Cashflow im 1. Quartal auf 5,0 Millionen Euro mehr als verdoppeln. Auch das Eigenkapital erhöhte sich von 15,3 Millionen Euro Ende 2009 auf 16,1 Millionen Euro. Die Eigenkapitalquote von 11,1 %, kann uns aber nach wie vor nicht zufrieden stellen.

Trotz steigender Finanz- und Ertragskraft sollten wir aber vor den anstehenden Herausforderungen nicht die Augen verschließen. Lassen Sie mich zwei hervorheben:

1. Im 1. Quartal 2010 stieg zwar die Zahl der Aufträge, so dass wir die Kurzarbeit vorübergehend aussetzen konnten. Dennoch sehen wir immer noch eine sehr vorsichtige Investitionsneigung unserer Kunden.

2. Die Liquidität hat nicht zuletzt durch die rigiden Sparmaßnahmen ein beachtliches Niveau erreicht. Die in den kommenden Quartalen vorsichtig erweiterte Investitionspolitik wird diesen Effekt dämpfen.

Meine Damen und Herren,

das Jahr 2009 fing mit einem Ereignis an, das wir schon auf der letzten Hauptversammlung ausführlich besprochen haben: die Trennung vom damaligen Vorstandsvorsitzenden Dr. Heinz-Dieter Sluma. In diesem Zusammenhang hatte die Hauptversammlung der Gesellschaft am 23. Juni 2009 beschlossen, Herrn Dr. Sluma das Vertrauen zu entziehen.

Wie bereits auf der letzten Hauptversammlung berichtet, wehrt sich Herr Dr. Sluma gerichtlich gegen den Widerruf seiner Bestellung zum Vorstand und die Kündigung seines Dienstvertrages. Darüber hinaus machte er mit einer am 20. Juli 2009 erhobenen Klage als Aktionär der Gesellschaft die Unwirksamkeit des Hauptversammlungsbeschlusses vom 23. Juni 2009 über den Vertrauensentzug geltend.

Die Prozesse sind noch nicht beendet und werden mit mündlichen Verhandlungen im September 2010 fortgesetzt. Allerdings hat die Gesellschaft guten Grund zu der Annahme, dass sie sich in den wesentlichen Streitfragen erfolgreich gegen die Klagen verteidigen kann. Denn in mehreren am 14. April 2010 verkündeten Beschlüssen hat das Gericht darauf hingewiesen, dass Dr. Sluma bereits im Februar 2009 wirksam durch den Aufsichtsrat abberufen und sein Dienstvertrag gekündigt wurde. Dies hätte aber auch zur Folge, dass einem abberufenen Vorstand das Vertrauen nicht mehr entzogen werden konnte.

Über die weiteren wesentlichen Entwicklungen werden wir Sie wie gewohnt über unsere Website informieren.

Meine Damen und Herren,

bevor ich meinem Kollegen Andreas Drechsler das Pult überlasse, möchte ich noch kurz die Tagesordnungspunkte 6, 7 und 8 erläutern.

Ich komme zuerst zu Tagesordnungspunkt 6 – der Beschlussfassung über die Ermächtigung zum Erwerb und zur Verwendung eigener Aktien:

In diesem Zusammenhang möchte ich Ihre Aufmerksamkeit insbesondere auf folgenden Aspekt lenken: Die Francotyp-Postalia Holding AG verfügt derzeit über 370.444 eigene Aktien, die wir im Zuge des 2008 abgeschlossenen Aktienrückkaufprogramms erworben haben. Diese Aktien möchten wir zur Bedienung des unter Tagesordnungspunkt 8 vorgeschlagenen Aktienoptions-

05.07.2010

8/17

plans verwenden. Um eine solche Möglichkeit überhaupt nutzen zu können, bedarf es einer Ermächtigung zum Erwerb bzw. zur Veräußerung eigener Aktien. Lassen Sie mich anfügen, dass die Nutzung eigener Aktien für ein solches Programm in Ihrem Interesse ist, da somit die Verwässerung Ihres Anteilsbesitzes vermieden bzw. verringert werden kann.

Darüber hinaus sieht Tagesordnungspunkt 6 auch vor, den Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats zu ermächtigen:

- eigene Aktien ohne einen weiteren Hauptversammlungsbeschluss einzuziehen,
- eigene Aktien als Akquisitionswährung anzubieten oder zu übertragen,
- eigene Aktien mit Zustimmung des Aufsichtsrats auszugeben, um die Aktien unserer Gesellschaft an einer ausländischen Börse einzuführen,
- eigene Aktien gegen Barleistung unter Ausschluss des Bezugsrechts an Dritte zu veräußern, z. B. zur Erschließung neuer Investorenkreise,
- eigene Aktien einzelnen Mitgliedern des Vorstands anstelle der von der Gesellschaft geschuldeten Bar-Vergütung anzubieten.

Es handelt sich hierbei um einen Vorratsbeschluss. Wir möchten auf alle Eventualitäten vorbereitet sein, um die FP-Gruppe weiter zu einem Mail Management-Anbieter entwickeln zu können und hierbei zeitnah sich bietende Möglichkeiten wahrzunehmen.

Unter Tagesordnungspunkt 7 geht es um die Beschlussfassung über die Billigung des Systems zur Vergütung der Vorstandsmitglieder.

In enger Abstimmung mit dem Aufsichtsrat möchten wir das Vergütungssystem weiter entwickeln und damit den Forderungen des Deutschen Corporate Governance Kodex Rechnung tragen. Dieser sieht unter Punkt 4.2.3 vor, dass die monetäre Vergütung sowohl fixe als auch variable Bestandteile umfasst. Als variable Vergütungsteile werden ausdrücklich auf das Unternehmen bezogene aktien- oder kennzahlenbasierte Vergütungselemente benannt. Derzeit umfasst unsere Vergütung lediglich kennzahlenbasierte Elemente. Dieses möchten wir gerne ergänzen und bitten um Ihre Zustimmung, ein aktienbasiertes Vergütungselement aufzunehmen. Zuletzt komme ich zum Tagesordnungspunkt 8, der Beschlussfassung über die Ermächtigung zur Gewährung von Bezugsrechten.

Die Beteiligung von Führungskräften an den wirtschaftlichen Risiken und Chancen eines Unternehmens durch die Gewährung von Aktienoptionen gehört heute zu den wesentlichen Bestandteilen eines international wettbewerbsfähigen Vergütungssystems. Der wirtschaftliche Erfolg der FP-Gruppe beruht auf unserer Fähigkeit, weltweit Fach- und Führungskräfte anzuwer-

ben und langfristig an das Unternehmen zu binden. Nicht zuletzt daher empfiehlt der Deutsche Corporate Governance Kodex Aktienoptionsprogramme als variablen Bestandteil eines Vergütungssystems.

Derzeit existiert bei der Francotyp-Postalia kein Aktienoptionsprogramm. Mit dem vorgeschlagenen Aktienoptionsplan 2010 möchten wir ein attraktives und wettbewerbsfähiges Beteiligungsprogramm für die Führungskräfte und den Vorstand schaffen.

Meine Damen und Herren,

im Namen der Francotyp-Postalia darf ich Sie um Ihre Zustimmung zu den erläuterten Tagesordnungspunkten bitten und übergebe nun – mit einem Dank für Ihre Aufmerksamkeit – das Wort an meinen Kollegen Herrn Drechsler.

Einen guten Tag auch von meiner Seite, meine sehr geehrten Damen und Herren!

In vielen Gesprächen, die ich sowohl mit Kunden, Geschäftspartnern aber auch mit Ihnen, den Aktionären führe, stehen fast immer zwei zentrale Fragen im Vordergrund:

1. Wie wird sich der Postmarkt entwickeln?

und

2. Wie positioniert sich die Francotyp-Postalia in einem sich verändernden Marktumfeld?

Bei diesen Fragen geht es letztendlich immer wieder um die Zukunft des Geschäftsbriefes: Überlebt der Geschäftsbrief und wenn ja, wie verändert sich die Menge an versandten Geschäftsbriefen?

Kurzgefasst lautet meine Antwort: Der Geschäftsbrief bleibt! Seit Jahren werden weltweit rund 350 bis 400 Milliarden Briefe – ausschließlich bezogen auf die Geschäftspost – versandt. Schwankungen im Volumen sind dabei primär durch Konjunkturzyklen bedingt. In wirtschaftlich schwachen Zeiten werden weniger Geschäftsbriefe als in wirtschaftlich starken Zeiten versandt. Was wir bisher nicht sehen, ist die massive Verdrängung der Geschäftspost durch die Email. Vielmehr ergänzt die Email die Kommunikation im Geschäftsleben.

Denn, meine Damen und Herren, was macht den Brief aus? Wenn wir einen Brief in die Post geben, vertrauen wir darauf, dass dieser sicher und ungelesen in der von uns erwarteten Zeit beim Empfänger ankommt. Diese Ansprüche kann eine Email insbesondere in puncto Sicherheit und damit meine ich auch Rechtssicherheit noch nicht erfüllen.

Dennoch gibt es von Seiten der Europäischen Union die Initiative, die Kommunikation zwischen Bürgern und Behörden zu vereinfachen. So läuft in Deutschland zurzeit das sogenannte De-Mail-Projekt zur Einführung einer rechtssicheren Form der Email. Dieses Projekt steht allerdings noch am Anfang und selbst die Bundesregierung geht in ihrem Gesetzesentwurf nicht davon aus, dass sich die Häufigkeit der schriftlichen Kommunikation zwischen Bürgern und Behörden ändern wird, sondern nur der Kommunikationsweg. Diesen Trend beobachten wir genau! Ich werde zu einem späteren Zeitpunkt erläutern, wie wir mit unseren Softwarelösungen, den sogenannten Hybrid-Mail-Produkten oder Produkten zur digitalen Briefverarbeitung, diesen Trend bereits antizipiert haben.

Ein zweiter wichtiger Aspekt, ist die zunehmende Liberalisierung der Märkte. Alte monopolistische Strukturen beginnen sich aufzulösen. Was bedeutet das im Hinblick auf den Markt und das Briefvolumen?

Im deutschen Markt können wir eine Verlagerung des Briefvolumens beobachten. Briefe, die zuvor ausschließlich über die Deutsche Post versandt worden sind, werden heute ebenso über alternative Zusteller versandt. Aber auch hier gilt: Das Briefvolumen bleibt nahezu stabil.

Schließlich möchte ich die wachsende Globalisierung und Industrialisierung als dritten wichtigen Aspekt in die Diskussion bringen. Bedingt durch die zunehmende Vernetzung der Unternehmen sowie die Industrialisierung von Schwellenländern entstehen neue Märkte und Potenziale.

Ein kurzer Vergleich macht es augenfällig: In den USA werden pro Jahr fast 700 Briefe je Einwohner verschickt. Dagegen entfallen auf einen indischen Bürger gerade 5 Briefe pro Jahr. Unabhängig von der Frage, ob Indien je zur Gänze das Pro-Kopf-Briefvolumen der USA erreichen wird, zeigt das Beispiel, dass ein weiterer Anstieg des Briefvolumens zu erwarten ist. Diese Entwicklung beschleunigt sich gerade, da Länder wie Indien jetzt beginnen, ihre Postmärkte zu reorganisieren und damit zu professionalisieren.

Halten wir an dieser Stelle noch einmal fest: Wir gehen derzeit nicht davon aus, dass der Brief aus dem Geschäftsleben verschwindet. Wir gehen derzeit auch nicht davon aus, dass das jährlich weltweit versandte Briefvolumen gravierend sinken wird. Natürlich behalten wir diese Entwicklung sehr genau im Blick.

Bleibt also alles beim Alten? Nein. Wir erleben grundlegende Veränderungen in der Art, wie Kunden ihre Geschäftspost verarbeiten – und das betrifft die Frankiermethode.

Ausgehend vom US-amerikanischen Markt als größtem Briefmarkt der Welt, lassen sich drei wesentliche Trends feststellen:

1. Unternehmen, die hohe Volumina, d. h. über 2.000 Briefe pro Tag verarbeiten, wechseln von Frankiermaschinen zu alternativen Postverarbeitungslösungen, wie etwa der Nutzung von Software zur digitalen Briefverarbeitung.
2. Für die verbleibende geringere Menge an Briefen, die nicht digital verarbeitet werden sollen, nutzen Unternehmen verstärkt kleine bis mittlere Frankiermaschinen.
3. Die Effizienz der Postverarbeitungsprozesse wird durch Mehrwertdienstleistungen erhöht, was zu einer wachsenden Nachfrage nach Servicedienstleistungen rund um die Briefverarbeitung führt.

Auf diese Trends müssen wir als Unternehmen mit innovativen Produkten und Lösungen reagieren und damit leite ich zur zweiten Frage über, nämlich, wie sich die Francotyp-Postalia in dem sich ändernden Marktumfeld positionieren wird.

Die FP-Gruppe hat sich in ihrer nunmehr 85jährigen Geschichte von einem Hersteller von Frankiermaschinen zu einem Komplettanbieter von Mail-Management-Lösungen entwickelt.

Das heißt: Heute bieten wir für jeden Geschäftskunden – vom Handwerksbetrieb bis zum Konzern – eine maßgeschneiderte Lösung für die Postverarbeitung an. Dabei kommen sowohl Softwarelösungen als auch klassische Frankiermaschinen zum Einsatz. Mit unseren Softwareprodukt FP businessmail können unsere Kunden die gesamte Postbearbeitung auslagern. Der Kunde sendet seinen Brief per Mausklick über sein IT-System an unser Druckzentrum und von da an übernimmt die FP-Gruppe sämtliche weitere Verarbeitungsschritte: das Ausdrucken mit gleichzeitigem Frankieren, das Falzen und Kuvertieren und die Auflieferung an einen Zusteller. Da der Brief digital vom Arbeitsplatz verschickt wird, entfallen bzw. verringern sich beim Kunden Arbeitskosten und Wegekosten ebenso wie die Aufwendungen für Papier, Briefumschläge und Druckleistungen.

Im Frankier- und Kuvertiermaschinengeschäft konzentrieren wir uns auf die Entwicklung und Produktion von Frankiermaschinen. Unser Produktangebot umfasst Maschinen für kleine bis mittlere Postaufkommen – also bis zu 2.000 Briefen pro Tag. Darüber hinaus bieten wir im After-Sales von der Farbpatrone über den Werbeaufdruck Produkte rund um die Poststelle an.

Im Bereich Dienstleistungen bieten wir unserem Kunden mit der Konsolidierung von Geschäftsbriefen einen klaren Mehrwert an. Die FP-Gruppe holt die Briefe direkt beim Kunden ab, sortiert die Briefe nach Postleitzahlen und liefert sie einem Briefzentrum der Deutschen Post oder alternativen Postzustellern auf. Mit dieser Lösung steigern Unternehmen ihre Effizienz in der Postausgangsverarbeitung und sparen zugleich Portokosten. Der Kunde kommt entweder in den Genuss der Konsolidierungsrabatte oder kann die günstigen Tarife alternativer Zusteller nutzen.

Mit diesem breit gefächerten und zukunftsfähigen Produktportfolio können wir unseren Kunden maßgeschneiderte Lösungen für ihre individuellen Bedürfnisse anbieten.

Auf Basis dieses innovativen Produktmixes in Kombination mit den eingangs geschilderten Erwartungen für den Postmarkt verfolgt die FP-Gruppe eine Strategie, die auf vier Prämissen beruht:

1. Wir verfügen über einen stabilen Markt und Kundenstamm, den wir mit unseren Produkten umfassend bedienen können.
2. Unsere technologisch ausgereiften Produkte sind in zukünftigen Wachstumsmärkten konkurrenzfähig. So können wir in neue Märkte eintreten.

3. Neue Postdienstleistungen ergänzen lückenlos unser klassisches Produktportfolio und vereinen für das Unternehmen Kontinuität und Erfolg in einem sich wandelnden Markt.
4. Die neuen Postdienstleistungen haben das Potenzial, neue Märkte zu erschließen und zu durchdringen.

Daraus leiten sich vier strategische Stoßrichtungen ab:

1. Weiteres organisches Wachstum in unseren traditionellen Märkten.
2. Expansion in Schwellenländer.
3. Ausweitung der Softwarelösungen für alle Märkte.
4. Ergänzen des bestehenden Produktportfolios durch weitere Postdienstleistungen.

Meine Damen und Herren,

Sie sehen: Die FP-Gruppe hat für die kommenden Jahre Potenziale und wird diese ausschöpfen.

Vor dem Hintergrund unserer aktuell noch begrenzten finanziellen Möglichkeiten erfordert die Umsetzung dieser Strategie allerdings Effizienz im Einsatz unserer Ressourcen. Auch auf diesem Gebiet haben wir 2009 bereits Fortschritte erzielt.

Wir haben den Vertrieb in Deutschland in vier Regionen – Nord, Süd, Ost und West aufgeteilt, die jeweils einen eigenen Vertriebsleiter haben. Jede Vertriebsregion hat einen Experten für Softwarelösungen, den erwähnten Hybridmail-Lösungen um das Geschäft um die softwarebasierten Briefdienstleistungen voranzutreiben. Zusätzlich forcieren Außendienstmitarbeiter für unsere 9 Sortierzentren im Bundesgebiet das Geschäft mit der Konsolidierung von Ausgangspost.

Insgesamt haben wir so eine Matrixorganisation gewoben, die die Schaffung von Synergien und Cross-Selling-Potentialen in der FP-Gruppe fördert und vorantreibt. Unser Unternehmen ist in Deutschland damit der einzige Komplettanbieter für Mail-Management-Lösungen.

In den USA haben wir die Vertriebsorganisation in den vergangenen Monaten an die dortigen Marktverhältnisse angepasst. Wir bearbeiten den Markt jetzt mit zwei Gebietsverantwortlichen

in den Regionen Ost und West, die die regional operierenden Händler und die Key Accounts mit Hilfe von jeweils 5 Regional Managers führen.

Im Ergebnis verfügen wir jetzt über eine Vertriebsstruktur, die eine enge Kontrolle und kurze Reaktionszeiten gewährleistet und damit entscheidend dazu beiträgt, dass wir den Bedürfnissen unserer Kunden gerecht werden. Diese Stärke wollen wir 2010 und darüber hinaus weiter ausbauen.

Meine Damen und Herren, konkrete Erfolge zeigten sich bereits im abgelaufenen Geschäftsjahr: So konnten wir 2009 unsere Marktposition nicht nur halten, sondern trotz der schwierigen gesamtwirtschaftlichen Lage teilweise sogar stärken. Darüber hinaus haben wir auch strategische Entscheidungen getroffen und Projekte begonnen, die seit Anfang 2010 positive Gesamtauswirkungen zeigen.

In unseren traditionellen Märkten sind wir in Deutschland mit rund 44 % genauso wie in Österreich mit rund 45 % Marktführer. In den USA sind wir mit fast 5 % Marktanteil vertreten, und wir gewinnen weiter Marktanteile hinzu. Eine ebenfalls positive Tendenz sehen wir in Großbritannien, wo wir über die letzten vier Jahre unseren Marktanteil um rund 23 % steigern konnten und inzwischen bei etwa 9 % Marktanteil angekommen sind.

Skandinavien ist dagegen einer der Märkte, in denen wir in den vergangenen Jahren schwächer abgeschnitten haben. Diesen Trend wollen wir durch die Übernahme des Frankiermaschinengeschäfts von Ricoh und durch den Aufbau eines eigenen Direktvertriebes durchbrechen. Exemplarisch bietet Schweden derzeit ein attraktives Umfeld für unsere Wachstumsstrategie. Hier läuft aktuell eine Dezertifizierung von Frankiermaschinen. Das bedeutet, dass die schwedische Post ältere Frankiermaschinengenerationen aus dem Markt nehmen und durch technologisch neuere und abrechnungssichere Maschinen ersetzen lassen will. Mit dem neu aufgestellten Vertrieb in Schweden haben wir gute Voraussetzungen, um einen Anteil an dem zu erwartenden Geschäft zu erlangen und damit unsere Marktposition auszubauen und die schwächere Entwicklung der vergangenen Jahre aufzuholen.

Lassen Sie mich diesen Überblick mit einigen aktuellen Highlights neuer Projekte abschließen:

1. Im Januar dieses Jahres konnten wir die Zulassung unserer ultimail Frankiermaschine für den indischen Markt vermelden. Die Zulassung ist ein wichtiger Schritt zum Ausbau unseres Geschäfts und unserer Positionierung im wachsenden Markt der Schwellenländer.
2. Ebenfalls im Januar dieses Jahres haben wir das Produkt webpost – eine maßgeschneiderte Softwarelösung für Kunden mit kleinem Briefvolumen – in Großbritannien eingeführt.

Zurzeit bereiten wir die Einführung von webpost in Belgien, Italien und Indien vor. Zum Ende des Jahres werden dann die USA folgen. Damit werden wir gemäß unseren Plänen Ende 2010 mit unseren Softwarelösungen in den wichtigsten Postmärkten weltweit vertreten sein.

3. Schließlich konnten wir im April dieses Jahres mit dem Softwareprodukt mailOne™, eine neue Dienstleistung für Frankiermaschinen in den USA einführen, das rund um die Frankiermaschine weitere Mehrwertdienste ermöglicht, wie z. B. das Nachverfolgen von Briefsendungen.

Meine Damen und Herren,

die FP-Gruppe befindet sich auf dem richtigen Weg. Und dies spiegelt sich auch im Aktienkurs wider:

Die FP-Gruppe hat sich von einem Tiefststand von 51 Cent im April 2009 auf ein Niveau von gestern 2,68 Euro erholt. Zufrieden sind wir mit diesem Niveau selbstverständlich nicht. Doch der Aufwärtstrend der Aktie belegt, dass die eingeleiteten Maßnahmen auf der Kosten- und auf der Vertriebsseite auch auf den Kapitalmärkten Wirkung zeigen.

Wir werden daher unsere eingeschlagene Strategie 2010 konsequent fortsetzen und forcieren. Die bereits erwähnten Erfolge und Einführungen neuer Produkte in interessanten Märkten zeigen, dass sich unser Unternehmen weiter zu einem international agierenden Mail Management-Anbieter entwickelt.

Unter der Voraussetzung, dass sich die weltweite Konjunktur stabilisiert, gehen wir davon aus, dass wir 2010 in unserem traditionellen Geschäft organisch wachsen können. Ebenso sehen wir in unseren neuen Geschäftsbereichen – den Softwarelösungen und Postdienstleistungen – gute Wachstumschancen.

Auf Basis dieser Einschätzungen erwarten wir für das Jahr 2010 einen Umsatz zwischen 130 und 135 Mio. Euro und ein EBITDA zwischen 22 und 24 Mio. Euro. Das heißt: Sowohl beim Umsatz als auch beim Ergebnis erwarten wir 2010 eine Steigerung gegenüber 2009.

Meine Damen und Herren,

erlauben Sie mir abschließend noch einmal die Ausgangsfragen nach der Entwicklung des Postmarktes und unserer Marktpositionierung aufzugreifen und zusammenfassend wie folgt zu beantworten:

- Der Postmarkt verändert sich. Geschäftsbriefe bleiben aber ein wichtiges Kommunikationsmittel. Davon werden wir weiterhin profitieren.
- Mit unserer Strategie können wir den unterschiedlichen Bedürfnissen unserer Kunden mit maßgeschneiderten Lösungen gerecht werden. So können wir uns kurz-, mittel- und langfristige auf dem Markt positionieren.
- Wir verfügen über ein hohes Maß an technologischem Know-how und langjährige, profunde Marktkenntnis. Daher können wir Veränderungen auf dem Postmarkt antizipieren und nutzen.
- Mit unseren aktuellen softwarebasierten Produkten werden wir weiterhin an der Entwicklung hin zur Digitalisierung des Briefverkehrs partizipieren.
- Eine globale Präsenz in allen wichtigen Märkten und eine gute Positionierung in den Schwellenländern eröffnen uns neue Wachstumschancen.

Damit, meine Damen und Herren, darf auch ich meine Ausführungen beschließen. Ich bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit und freue mich auf einen regen Austausch mit Ihnen.