

P R E S S E M I T T E I L U N G

FP setzt Kurs der Transformation im ersten Quartal 2018 konsequent fort

- Mittelfristiger profitabler Wachstumstrend intakt – Q1 2018 bei Umsatz und Ergebnis eines der stärksten Quartale der Unternehmensgeschichte
- Umsatz erreicht währungsbereinigt 54,9 Mio. EUR
- EBITDA steigt bereinigt um Währungseffekte und ACT-Projekt JUMP um 5,3 % auf 8,7 Mio. EUR
- Bereinigter Free Cashflow erreicht 3,4 Mio. EUR
- Prognose für Gesamtjahr 2018 bestätigt

Berlin, 17. Mai 2018 - Die Francotyp-Postalia Holding AG (FP), Experte für sicheres Mail-Business und sichere digitale Kommunikationsprozesse, hat heute die Zahlen für das erste Quartal 2018 veröffentlicht. In den ersten drei Monaten hat sich das Unternehmen operativ wie geplant weiterentwickelt. Umsatz und Ergebnis gehören zu den stärksten der Unternehmensgeschichte. Der Umsatz erreichte währungsbereinigt 54,9 Mio. EUR (im Vorjahr 55,5 Mio. EUR), das EBITDA stieg bereinigt um Währungseffekte und erste Aufwendungen für das Projekt JUMP um 5,3 % auf 8,7 Mio. EUR.

Der starke Euro insbesondere gegenüber dem US-Dollar (+15,4 % im Vergleich zur Vorjahresperiode) schlägt sich in den berichteten Zahlen des ersten Quartals 2018 nieder. Die negativen Wechselkurseffekte über alle Fremdwährungen summierten sich im ersten Quartal 2018 auf 2,0 Mio. EUR. Unter Berücksichtigung der Wechselkurseffekte erzielte der FP-Konzern einen Umsatz in Höhe von 53,0 Mio. EUR. Der mittelfristige Wachstumstrend ist damit weiter intakt. Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate seit dem ersten Quartal 2016 beträgt 3,4 % (CAGR zu konstanten Wechselkursen).

Der Umsatz des Produktbereichs Frankiersysteme lag im ersten Quartal 2018 zu aktuellen Wechselkursen bei 32,1 Mio. EUR gegenüber 33,8 Mio. EUR in den ersten drei Monaten 2017. Währungsbereinigt stieg der Umsatz im Kerngeschäft auf 34,0 Mio.

EUR. FP schneidet damit im Branchenvergleich weiter hervorragend ab und konnte den Erfolg des starken Vorjahresquartals wiederholen. In den ersten drei Monaten des laufenden Jahres gewann FP daher weltweit weitere Marktanteile. Insbesondere im Heimatmarkt Deutschland legte das Unternehmen zu, und auch in den strategisch wichtigen Auslandsmärkten USA und Frankreich war die Entwicklung positiv.

Die angekündigte Integration der Bereiche Mail Services und Software ist in vollem Gange und das Geschäft stabilisiert sich. Der Software-Umsatz erreichte nach dem unterjährigen Rückgang verarbeiteter Sendungsmengen im Geschäftsjahr 2017 im ersten Quartal 2018 mit 3,8 Mio. EUR bereits wieder das Niveau des Vorjahresquartals. Der Umsatz im Bereich Mail Services, dem Geschäftsbereich für das professionelle Dokumentenmanagement und -logistik, lag im ersten Quartal 2018 bei 17,1 Mio. EUR im Vergleich zu 17,8 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum. Das verarbeitete Briefvolumen im Konsolidierungsgeschäft war stabil. Der Umsatzrückgang im Vergleich zum Vorjahresquartal ist im Wesentlichen Folge der weitgehend abgeschlossenen Neuausrichtung dieses Produktbereichs sowie eines veränderten Kunden- und Produktmix.

FP baut sein Produkt- und Leistungsspektrum mit digitalen Lösungen planmäßig und kontinuierlich aus. Ein wesentliches Element auf dem Weg zur Erreichung des ab 2019 geplanten beschleunigten Wachstums in diesem Bereich sind Vertriebspartnerschaften. Gerade einmal 18 Monate nach Start der Wachstumsstrategie ACT wurden weitere wichtige Meilensteine erreicht. Im ersten Quartal 2018 wurden neue Kooperationen abgeschlossen, beispielsweise mit der Bundesdruckerei GmbH für die rechtssichere digitale Signaturlösung FP-Sign. Mit dem FP Secure Gateway, einer Schlüsselkomponente für die sichere Übertragung von Daten im Internet of Things (IoT), ist FP jetzt seit Neuestem auch Technologiepartner von Amazon Web Services, Inc., dem weltweit führenden Anbieter von Cloud-Dienstleistungen.

Rüdiger Andreas Günther, Vorstandsvorsitzender des FP-Konzerns, erklärt: „Trotz mancher Herausforderungen setzen wir unseren Kurs der Transformation konsequent fort. Im Frankiermaschinengeschäft gewinnen wir weitere Marktanteile. Zugleich arbeiten wir mit Hochdruck an der Entwicklung unserer digitalen Lösungen und am Aufbau des

Vertriebs zur sicheren Erreichung der geplanten Wachstumsziele für 2020. Wir sind stolz darauf, dass wir dank unserer innovativen Technologien schon jetzt von den führenden Unternehmen ihrer Branchen in den Kreis ihrer Kooperationspartner aufgenommen werden.“

Ein weiteres Teilprojekt der Wachstumsstrategie ACT erreicht ebenfalls einen neuen Meilenstein. Im Zuge der Umsetzung der Markenstrategie werden auf der Hauptversammlung der Gesellschaft am 29. Mai 2018 auch der neue Claim und die Vision des Unternehmens vorgestellt. Mit der Markenstrategie sollen weltweit Bekanntheit und Akzeptanz der Marke FP bei Kunden und anderen Stakeholdern geschaffen und maßgeblich gesteigert werden.

Bereinigtes EBITDA über Vorjahresniveau

Im Auftaktquartal 2018 erwirtschaftete FP ein EBITDA in Höhe von 7,4 Mio. EUR im Vergleich zu 8,3 Mio. EUR ein Jahr zuvor, das entspricht einer EBITDA-Marge von 14,1 % (Q1 2017: 15,0 %).

Mit dem Projekt JUMP, einem wesentlichen Teilprojekt innerhalb der Wachstumsstrategie ACT, wird das Unternehmen neu ausgerichtet, um das Umsatzwachstum zu beschleunigen und die Profitabilität bis 2020 auf die kommunizierten Zielgrößen zu heben. Das Projekt steht plangemäß vor dem Abschluss der für die kommende Implementierung wesentlichen „Decide & Design-Phase“; die dafür getätigten Aufwendungen lagen im ersten Quartal 2018 mit 0,2 Mio. EUR noch auf niedrigem Niveau. Insgesamt sind für das Geschäftsjahr 2018 einmalige Aufwendungen in Höhe von 6,0 – 8,0 Mio. EUR geplant, die ab 2020 zu jährlichen Ergebnisverbesserungen im Umfang von 6,0 Mio. EUR führen werden.

Bereinigt um diese JUMP Aufwendungen sowie um Währungseffekte in Höhe von -1,1 Mio. EUR lag das EBITDA sogar bei 8,7 Mio. EUR (entsprechend 15,9 % EBITDA-Marge auf den währungsbereinigten Konzernumsatz).

Konzernergebnis auf Niveau des Vorjahrsquartals

Wie geplant, gingen die Abschreibungen sowohl absolut als auch in Relation zum Umsatz im ersten Quartal 2018 gegenüber dem Vorjahresquartal zurück und das EBIT summierte sich auf 3,2 Mio.

EUR nach 3,4 Mio. EUR im Vorjahr. Das Konzernergebnis belief sich wie im Vorjahreszeitraum auf 2,2 Mio. Euro. Das Ergebnis je Aktie (EPS) blieb daher mit 0,14 EUR auf Vorjahresniveau.

Günther erklärt: „FP ist mit guten Ergebnissen in das Geschäftsjahr 2018 gestartet. Mit ACT sind wir auf dem richtigen Weg, aber wir müssen in vielen Bereichen noch agiler und schneller werden. Daher werden wir in den Folgequartalen das bereits angekündigte ACT-Projekt JUMP weiter konsequent umsetzen, um unsere gesamte Organisation auf den profitablen Wachstumskurs der nächsten Jahre auszurichten.“

Wie angekündigt, investiert FP verstärkt in seine neuen Produkte. Die Investitionen in den ersten drei Monaten 2018 lagen leicht unter dem Niveau des ersten Quartals 2017. Im Vorjahr waren in den Investitionen allerdings Aufwendungen für den Erwerb einer Kundenliste in Höhe von 1,4 Mio. EUR enthalten.

In den ersten drei Monaten erzielte das Unternehmen einen Free Cashflow in Höhe von 2,6 Mio. EUR (Q1/2017: 1,9 Mio. EUR). Bereinigt um Investitionen in Finance Lease Assets und M&A erzielte der FP-Konzern einen Free Cashflow von 3,4 Mio. EUR gegenüber 4,3 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum.

Der FP-Konzern bestätigt seine Prognose für das Geschäftsjahr 2018. Beim Umsatz rechnet das Unternehmen mit einer leichten Steigerung gegenüber dem Vorjahr. Bereinigt um die Aufwendungen des ACT-Projekts JUMP erwartet der FP-Konzern im Vergleich zum Vorjahr auch beim EBITDA eine leichte Steigerung. Aufgrund steigender Investitionen in ACT und neue Produkte rechnet das Unternehmen für 2018 – vor Auszahlungen im Zusammenhang mit dem Projekt JUMP – mit einem um M&A und Investitionen in Finance Lease Assets bereinigten positiven, deutlich unter Vorjahresniveau liegenden Free Cashflow.

Die für die kommenden Quartale geplanten Auszahlungen für JUMP tragen entscheidend zu den geplanten Ergebnisverbesserungen bei. Sie versetzen das Unternehmen in die Lage, schnelleres Umsatzwachstum bei deutlich verbesserter Profitabilität zu erzielen. Günther sagt: „Bis zum Jahr 2020 wollen wir den Umsatz auf 250 Mio. EUR bei einer EBITDA-Marge von 17 % steigern. Für die Zeit nach 2020 streben wir ein Ergebnis je Aktie von ≥ 1 EUR an. Wir sind

überzeugt, dass wir diese ehrgeizigen Ziele erreichen. Das erste Quartal 2018 ist ein weiterer Schritt in diese Richtung.“

Die erwartete Entwicklung der finanziellen Leistungsindikatoren für das Geschäftsjahr 2018 steht grundsätzlich unter der Prämisse gleichbleibender Wechselkurse.

Kennzahlen im Überblick:

in Mio. €	Q1 2018	Q1 2017	Veränderung
Umsatz	53,0	55,5	-4,5 %
Materialaufwand	26,7	27,5	-2,9 %
Personalaufwand	14,9	15,2	-1,8 %
Andere Aufwendungen	8,6	8,0	8,3 %
EBITDA	7,4	8,3	-10,3 %
EBIT	3,2	3,4	-8,1 %
Konzernergebnis	2,2	2,2	-0,1 %
Ergebnis je Aktie (in € unverwässert)	0,14	0,14	2,1 %
Ergebnis je Aktie (in € verwässert)	0,14	0,13	2,6 %
Free Cashflow	2,6	1,9	35,7 %
Bereinigter Free Cashflow	3,4	4,3	-19,7 %

Für Presseanfragen wenden Sie sich bitte an:

Dr. Joachim Fleißing, Leiter Investor Relations
 Tel.: +49 (0)30 220 660 410
 E-Mail: j.fleising@francotyp.com
 Karl R. Thiel, VP Corporate Communication
 Tel.: +49 (0)30 220 660 123
 E-Mail: kr.thiel@francotyp.com

Folgen Sie uns auf Social Media:

Facebook, [LinkedIn](#), [Twitter](#), [Xing](#) und [YouTube](#). Oder abonnieren Sie unser [RSS-Feed](#).

Über Francotyp-Postalia (FP)

Der international agierende börsennotierte FP-Konzern mit Hauptsitz in Berlin ist Experte für sicheres Mail-Business und sichere digitale Kommunikationsprozesse. Als Marktführer in Deutschland und Österreich bietet der FP-Konzern mit den Produktbereichen „Frankieren und Kuvertieren“, „Mail Services“ und „Software“ Produkte und Dienstleistungen zur effizienten Postverarbeitung, Konsolidierung von Geschäftspost und Digitale Lösungen für Unternehmen und Behörden. Der Konzern



erzielte 2017 einen Umsatz von über 200 Mio. Euro. Francotyp-Postalia ist in zehn Ländern mit eigenen Tochtergesellschaften und über ein eigenes Händlernetz in 40 weiteren Ländern vertreten. Aus seiner mehr als 95jährigen Unternehmensgeschichte heraus verfügt FP über eine einzigartige DNA in den Bereichen Aktorik, Sensorik, Kryptografie und Konnektivität. Bei Frankiersystemen hat FP einen weltweiten Marktanteil von mehr als elf Prozent. Weitere Informationen finden Sie unter www.fp-francotyp.com.