

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

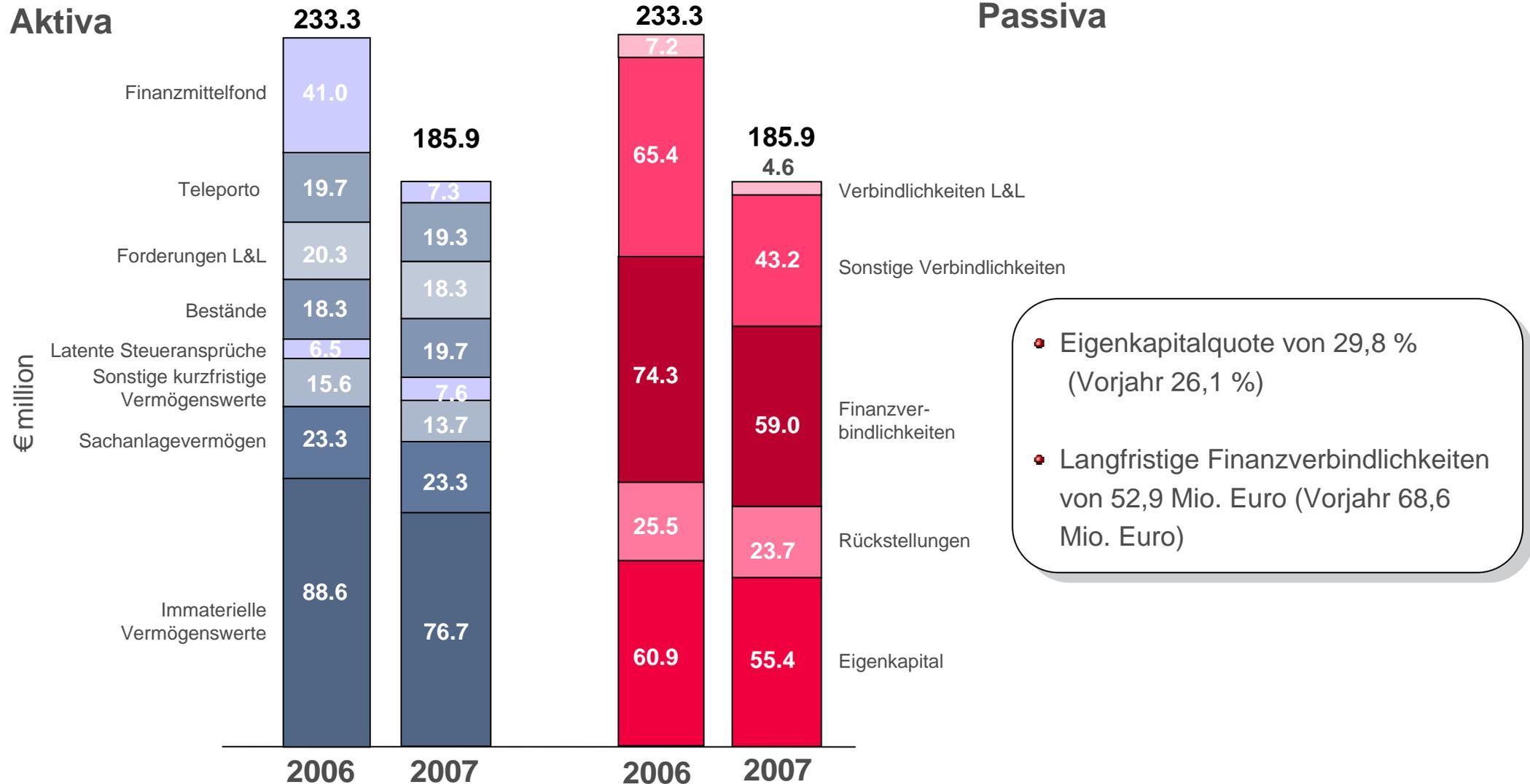
- Umsatzsteigerung von 1,5 %
- EBITDA-Marge von 18,1 %
- Eigenkapitalrendite von -5 %

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

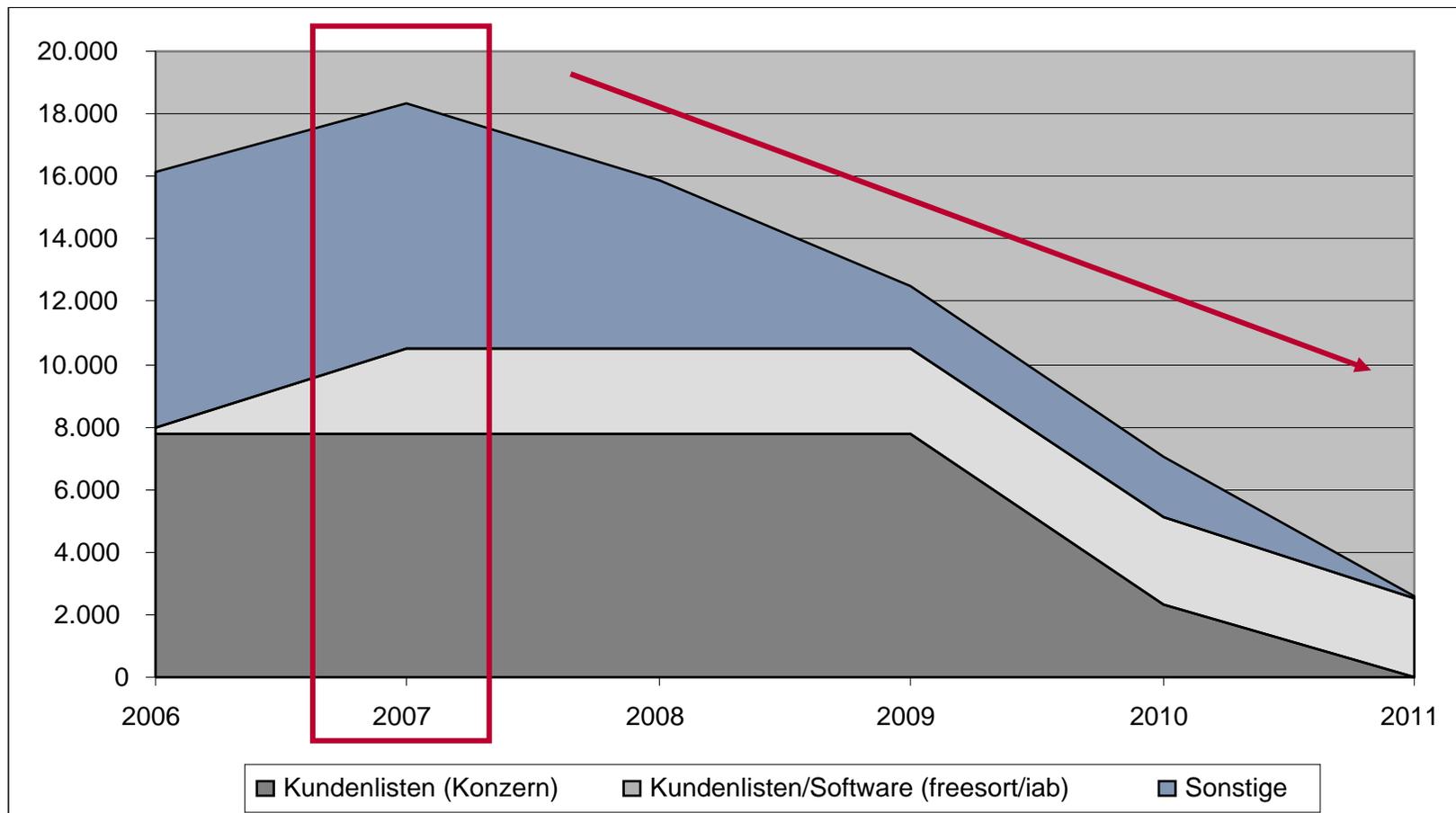
* inkl. Währungseffekt von -1,6 Mio. Euro (Vorjahr 0,1 Mio. Euro)

Bilanz zum 31. Dezember 2007



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

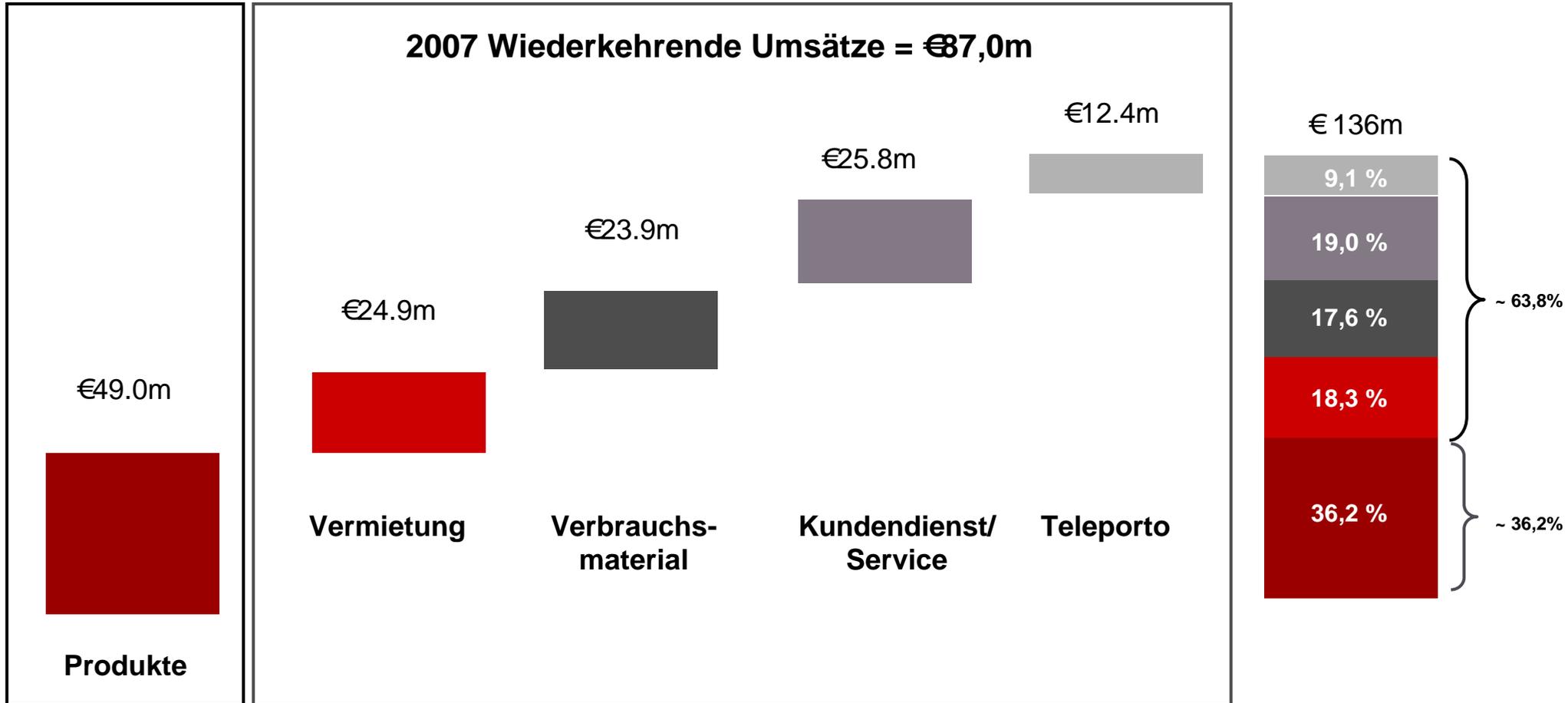
Kundenindividuelle Strategien für effizientere Postprozesse



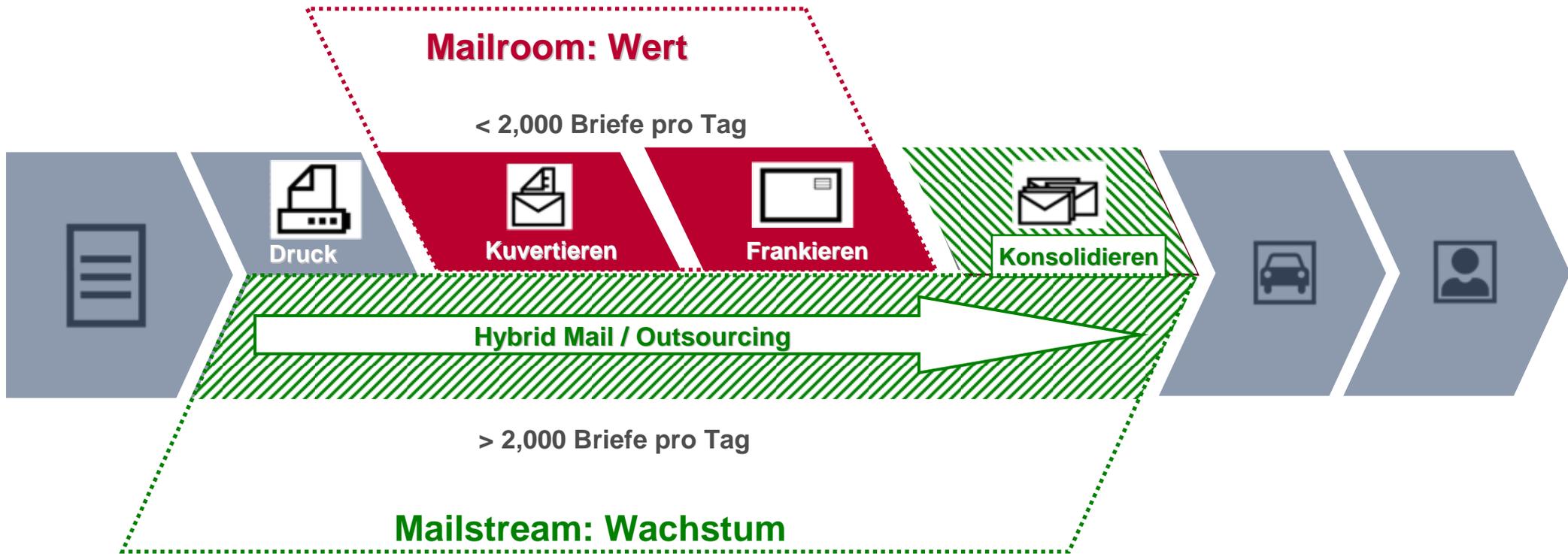
Mailroom - Traditionelles Geschäft der FP

Konstante wiederkehrende Umsätze von 60 – 65 %

Francotyp-Postalia 2007: Zusammensetzung Umsatz



Kundenindividuelle Strategien für effizientere Postprozesse



Ausbau der Wertschöpfungskette durch Aufbau der Mailstream Services

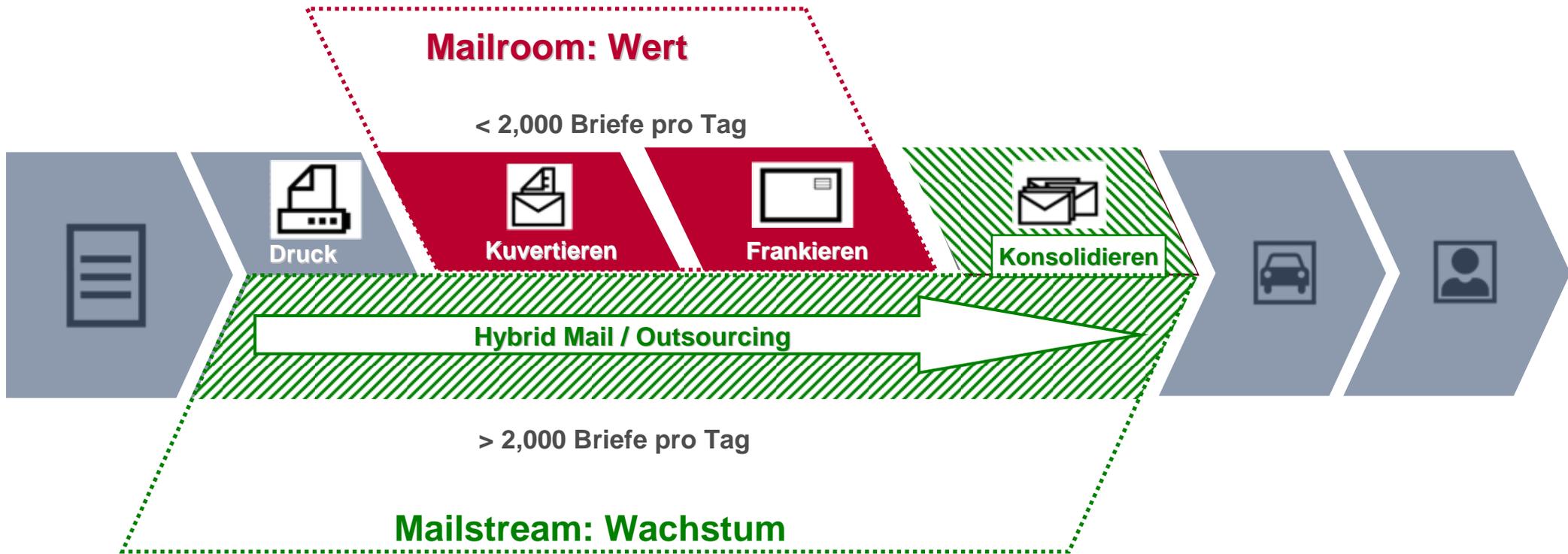
Ergebnisse pro Geschäftsbereich

Mio. EUR	Umsatz		EBITDA	
	2006	2007	2006	2007
Mailroom	141.4	136.6	31.9	27.7
Mailstream	6.1 ¹⁾	8.5	n/a ²⁾	-0.9
Konsolidierung	2.5 ¹⁾	4.8	n/a ²⁾	-1.3
Outsourcing/Hybridmail	3.6 ¹⁾	3.7	n/a ²⁾	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.

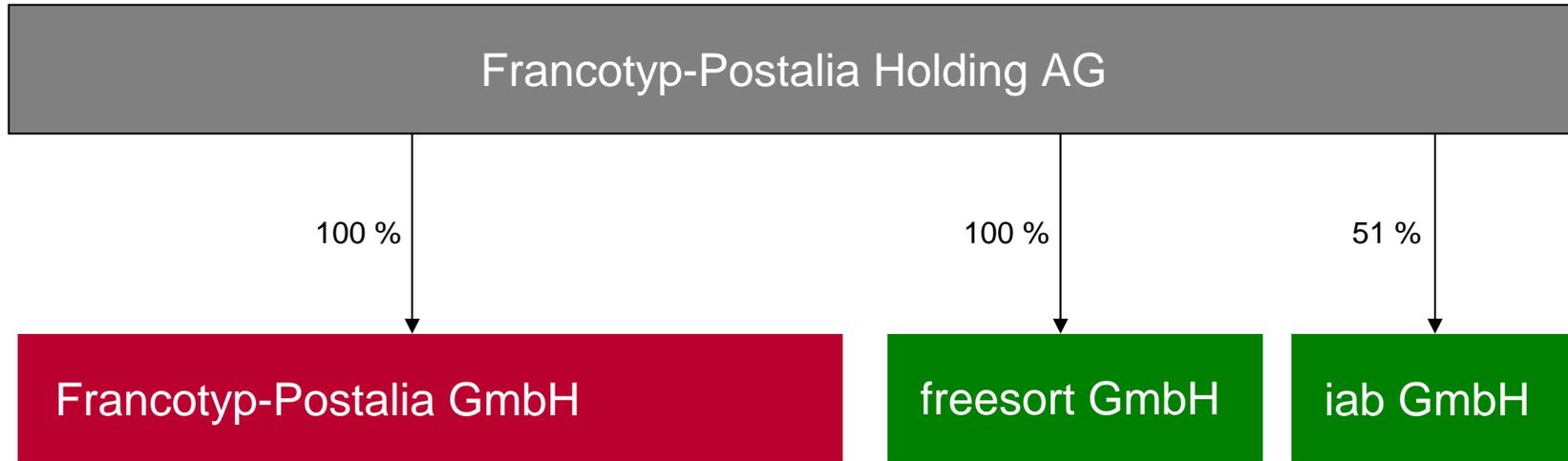
2) Diese Zahlen sind nicht verfügbar, da der Geschäftsbereich Mailstream im vierten Quartal 2006 nur zeitanteilig Bestandteil des FP-Konzerns war.

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 %

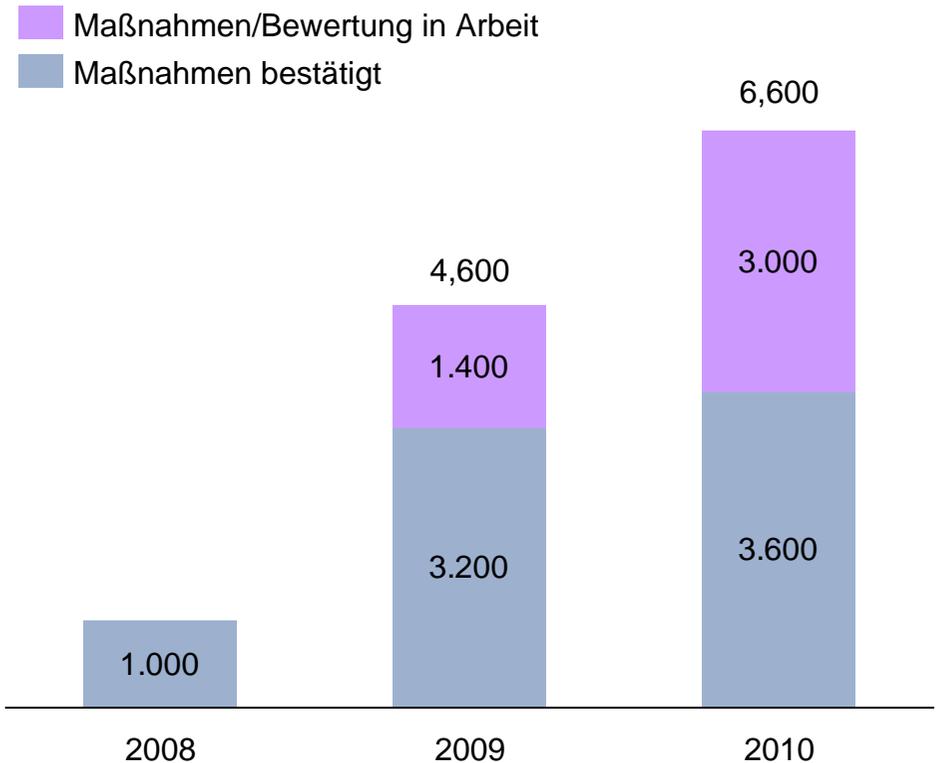
Forschung & Entwicklung:

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

Administration:

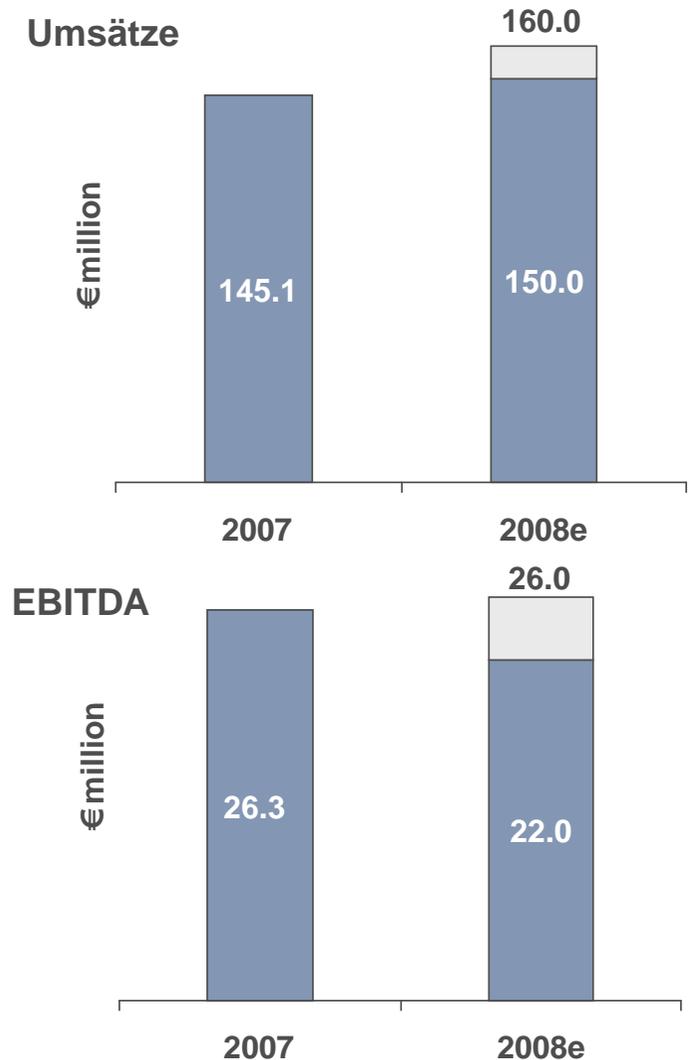
Verschlanen von Strukturen und Prozessen

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.