HAUPTVERSAMMLUNG 2013 //

FRANCOTYP-POSTALIA HOLDING AG

HANS SZYMANSKI, VORSTANDSSPRECHER

27. JUNI 2013

FP ist der Experte für Briefkommunikation und das seit 90 Jahren

FP KONZERN ERZIELT 2012 KONZERNGEWINN

- **Wir konnten alle wichtigen Kennzahlen steigern:**

Umsatz	**EBITDA**	**Jahresüberschuss**
um 3,9 % auf **165,6 Mio. Euro**	um 45,0 % auf **19,0 Mio. Euro**	von -4,6 Mio. Euro auf **4,0 Mio. Euro**

WIR HABEN 2012 VIELE, SEHR WICHTIGE PROJEKTE ERFOLGREICH ABGESCHLOSSEN

- **Erfolgreicher Abschluss** der aufwendigen und komplexen Entwicklung **der PostBase**
- **Erfolgreiche Markteinführung der PostBase** in Deutschland, den USA und Österreich
- **Erfolgreiche Akkreditierung zum De-Mail-Anbieter**
- **Erfolgreicher Aufbau** der **neuen Produktion** in Wittenberge

FP STEIGERT KENNZAHLEN 1. QUARTAL 2013

Umsatz	EBITDA	EBIT	Jahresüberschuss
um 4,1 % auf **43,5 Mio. Euro**	um 51,5 % auf **6,2 Mio. Euro**	um 94,2 % auf **3,4 Mio. Euro**	um 222,3 % auf **2,2 Mio. Euro**

- **Wachstum** resultiert **aus höheren Produktverkäufen** vor allem **im deutschen Markt**

WICHTIGER MEILENSTEIN : ABSCHLUSS KONZERNFINANZIERUNG

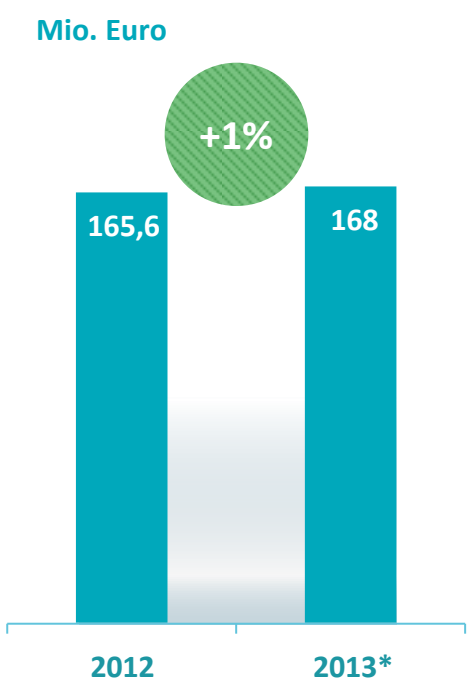
- **Konzernfinanzierung** für die **nächsten 3,5 Jahre** abgeschlossen. Mit einer zustimmungspflichtigen **Verlängerungsoption** von Seiten der Banken um weitere **1,5 Jahre**

- **Gesamtvolumen von 45 Mio. Euro**

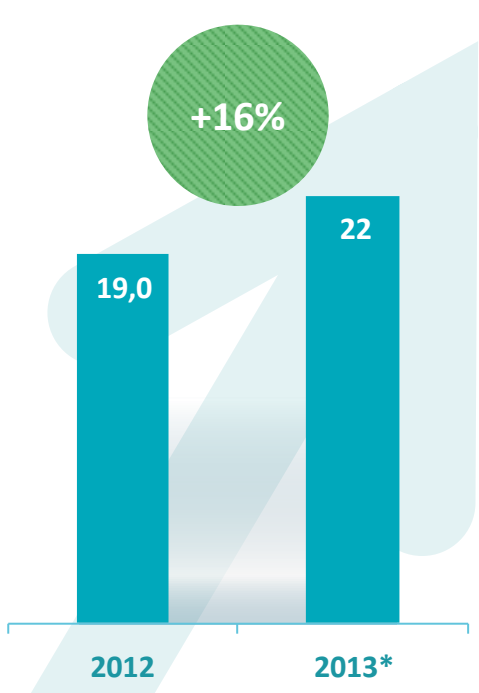
- **Vorzeitige Ablösung der Kreditverbindlichkeiten** in Höhe von 36 Mio. Euro

Banken haben verbesserte Bilanzstruktur und die erfolgreichen Projekte sowie die positive Entwicklung des FP-Konzerns in den letzten 4 Jahren honoriert.

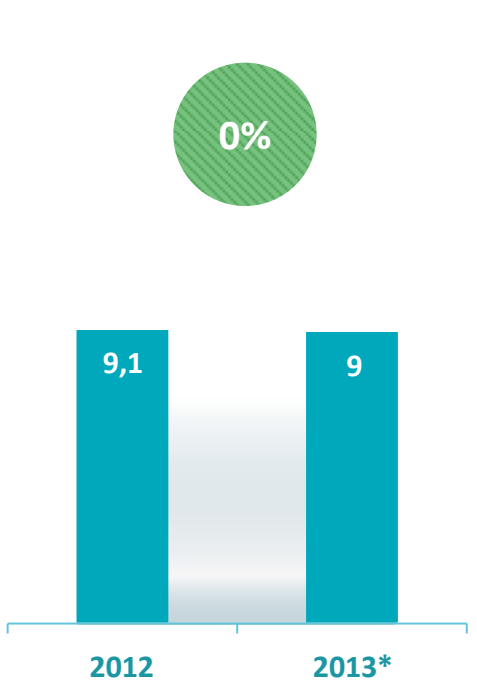
FP BESTÄTIGT DIE GUIDANCE FÜR 2013



Umsatzwachstum
auf mindestens
168 Mio. Euro



EBITDA
steigt auf mindestens
22 Mio. Euro**



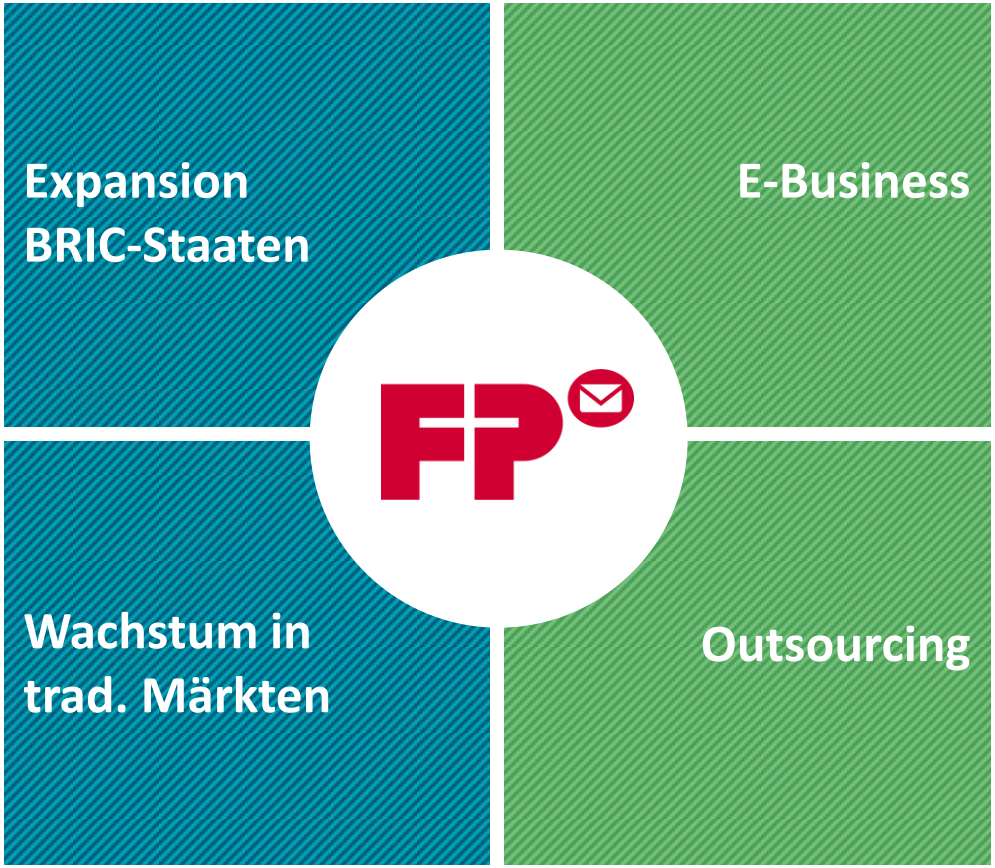
EBIT stabil auf
9 Mio. Euro
bedingt durch höheren Abschreibungsaufwand (Mietgeschäft)

* Guidance ** Ohne Berücksichtigung des Aufwands für Rückstellungen im Zusammenhang der Vorstandswechsels

STRATEGISCHE UMSETZUNG DER VISION IST MAßGEBLICH

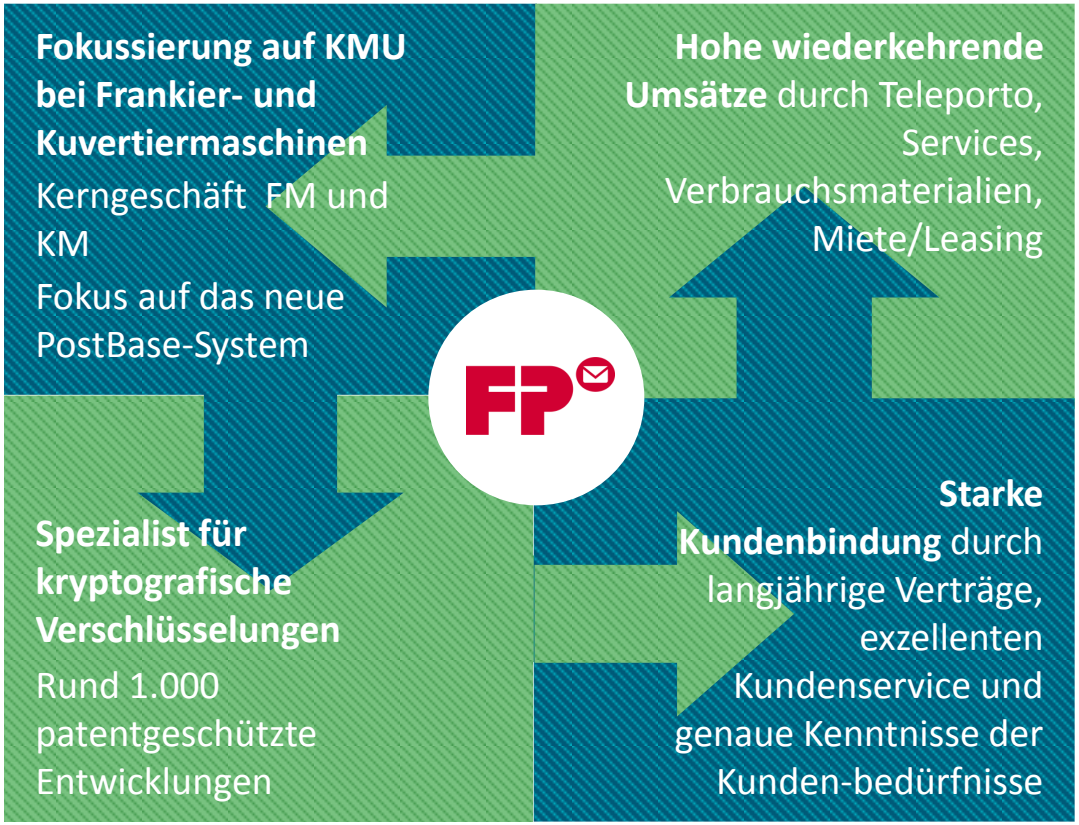
Wir wollen bis 2015 richtungsweisender, globaler Experte in der physischen und elektronischen Briefkommunikation sein.

UNSERE VIER-FELDER-STRATEGIE



Wichtige Meilensteine haben wir bereits erreicht!

HERVORRAGENDE POSITIONIERUNG BEI FRANKIERMASCHINEN



DIE BASIS FÜR DEN WEITEREN ERFOLG

PostBase

POSTBASE – ERSTER MEILENSTEIN IN DER UMSETZUNG DER STRATEGIE

Wachstum in trad. Märkten

Internationaler Roll-out PostBase

Markteintritt Frankreich

US-MARKT DURCH DEZERTIFIZIERUNG GEPRÄGT

- **Dezertifizierung** mit Start 1. Januar 2013 und Dauer 3 Jahre
- FP wird rund **30.000 – 35.000 Frankiermaschinen** austauschen
- Das sind etwa **50 % der gesamten Installed Base** in den USA
- Überaltertes **Produktportfolio wird erneuert**
- **Sicherung** der Installed Base durch hohe Zukunftsinvestitionen

Zielsetzung
FP muss **kurzfristig investieren**, um **Kunden langfristig zu binden**
Wir wollen unsere **Marktstellung** nicht nur halten, sondern **ausbauen**
Ausbau des **Kundenstamms** durch kundenspezifische Ansprache

WEITERE STRATEGISCHE MEILENSTEINE: RUSSLAND UND INDIEN

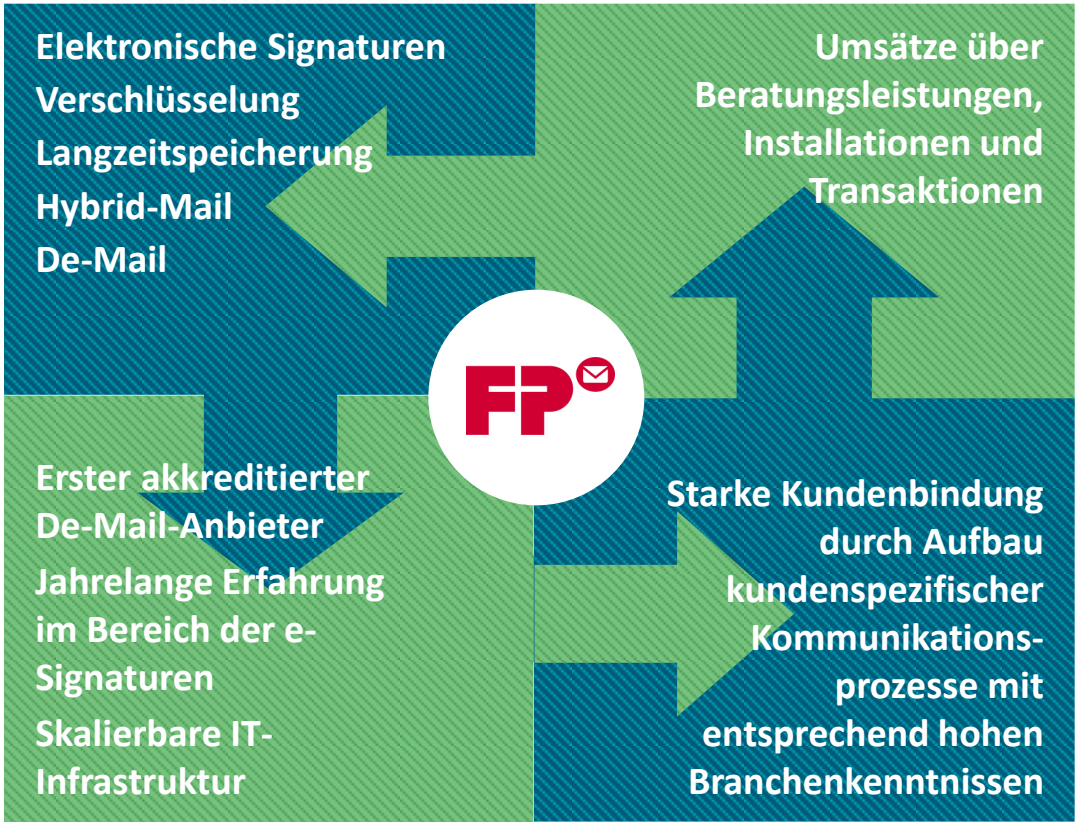
KOMMUNIKATION WIRD ZUNEHMEND DIGITAL

Dabei steigt das **Bedürfnis nach Sicherheit und Vertraulichkeit** in der Kommunikation

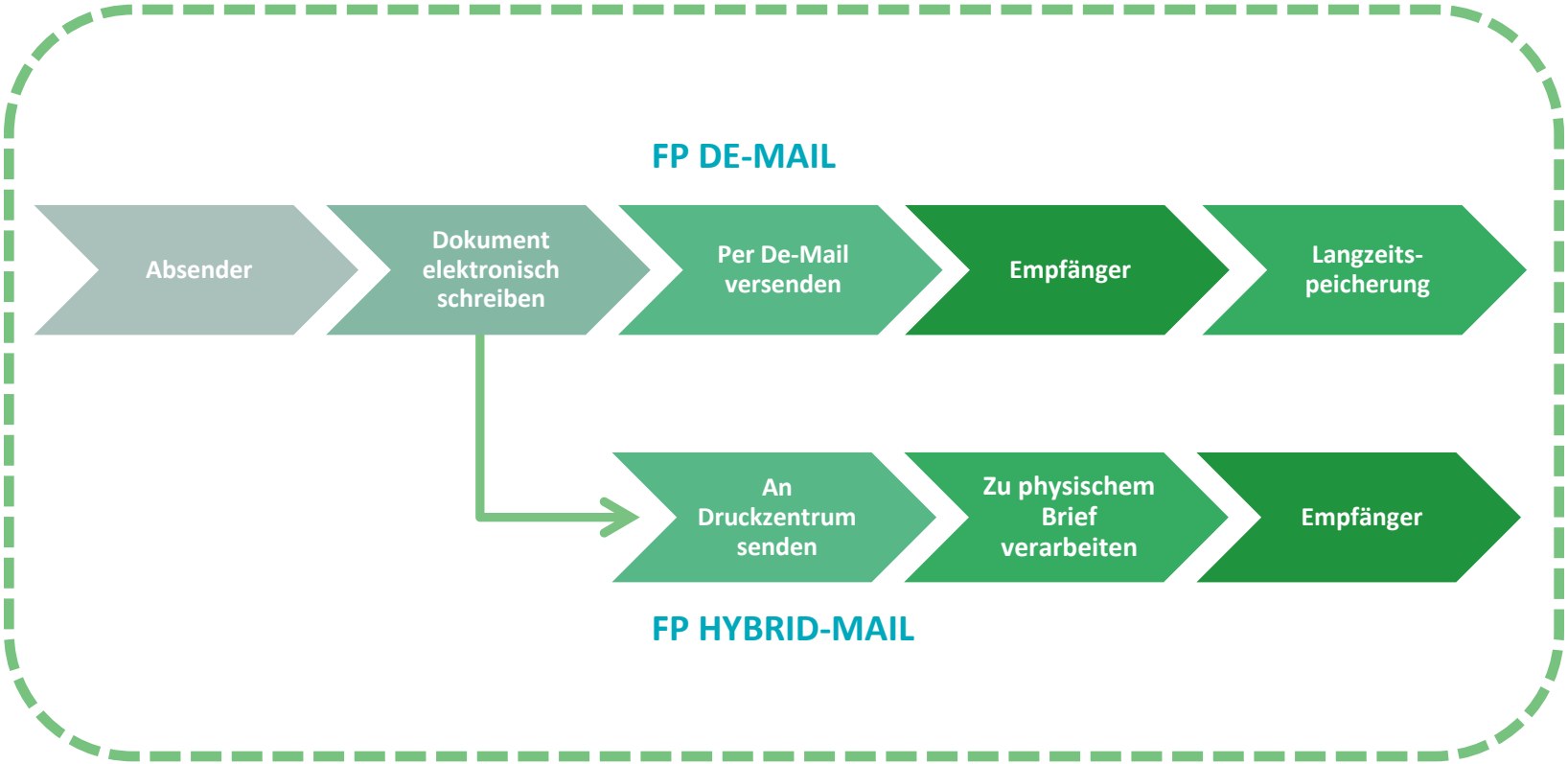
Die **vermeintlich einfache** vollelektronische Kommunikation

… wird über entsprechende **Zusatzdienste** erweitert

HERVORRAGENDE POSITIONIERUNG BEI ELEKTRONISCHER BRIEFKOMMUNIKATION



FP SETZT AUF SICHERHEIT UND EINFACHHEIT



SICHERE KOMMUNIKATION MIT DE-MAIL

FP ist der erste De-Mail Provider in Deutschland

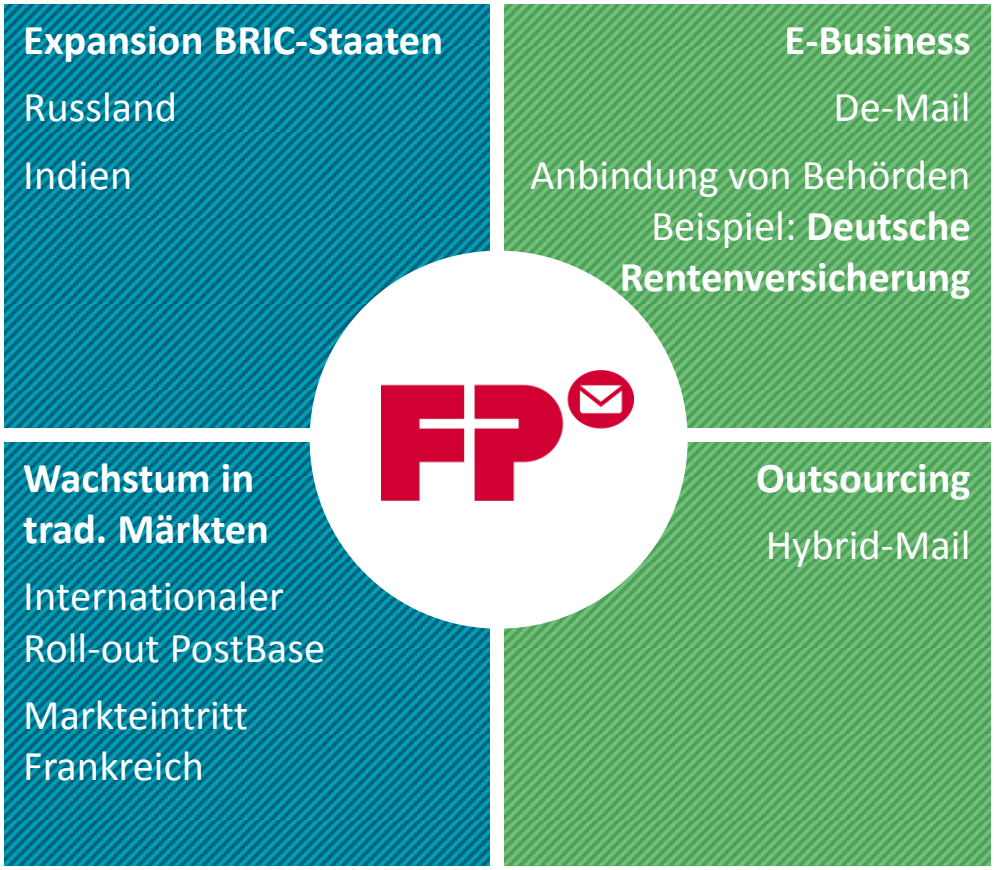
Strategie

- ✓ Vermarktung der De-Mail gestartet
- ✓ Fokus auf klein- und mittelständische Unternehmen sowie Behörden
- ✓ Kooperationen

Marktpotenzial

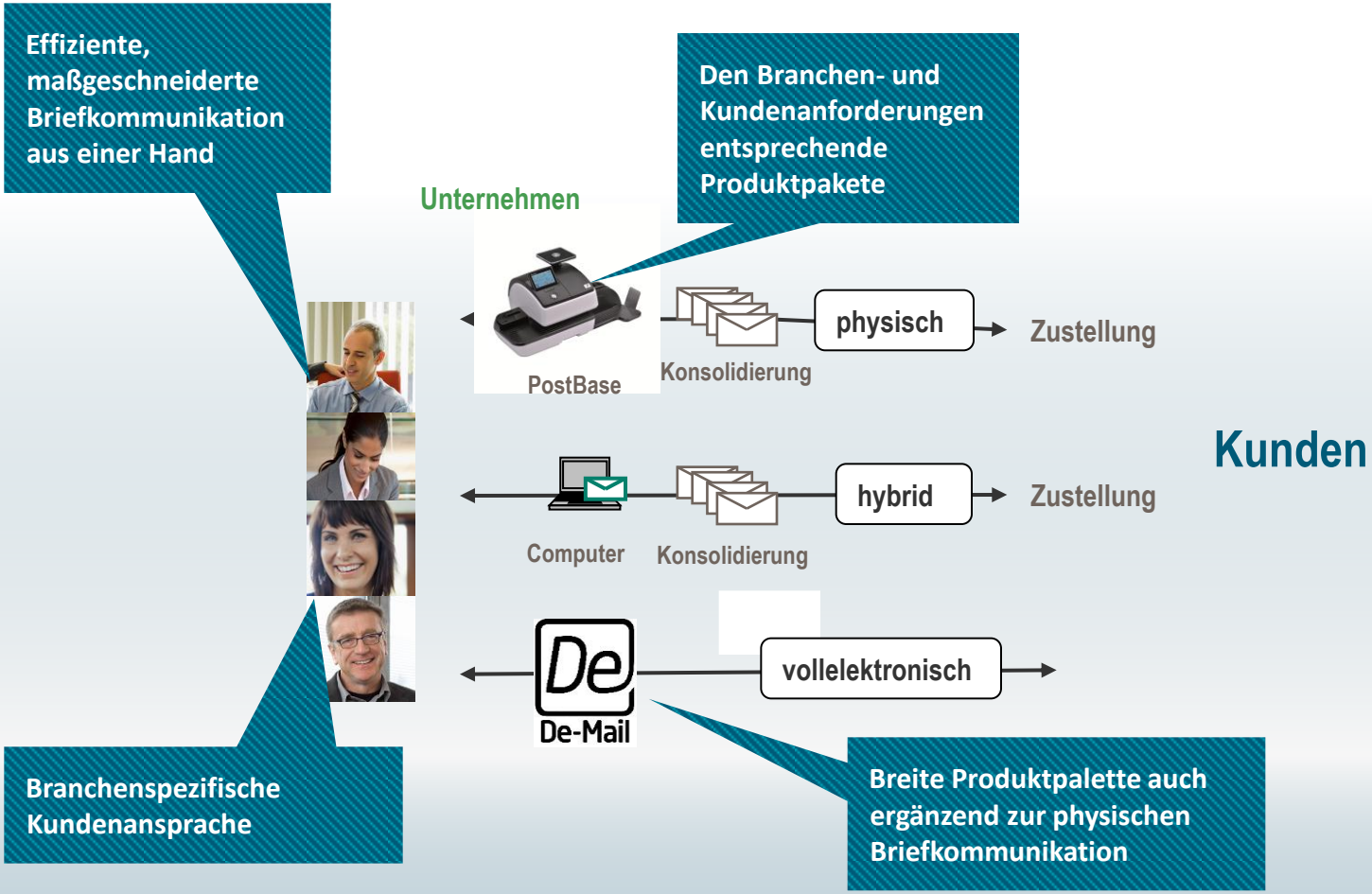
- ✓ Mittelfristiges De-Mail-Marktpotenzial ca. 540 Millionen De-Mails p.a.
- ✓ Mittel- und langfristiges Ziel FP: 10% des De-Mail-Marktpotenzials ca. 54 Millionen De-Mails
- ✓ Ca. 15 – 20 Millionen Euro Umsatz

FORTSCHRITTE IM AUSBAU VON E-BUSINESS UND OUTSOURCING



IN DEUTSCHLAND HABEN WIR EINE GUTE MARKTPOSITION ALS MULTI-CHANNEL-ANBIETER

Multi-Channel-Strategie für elektronische und physische Briefkommunikation



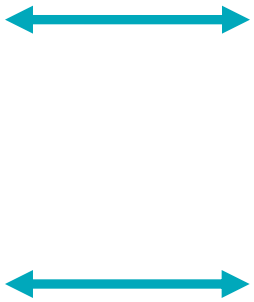
FP DENKT IN LÖSUNGEN FÜR KUNDEN

Entsprechend werden **Ansprachestrategie, Produktpaket und der Vertrieb** neu ausgesteuert.

Kunde

Konkrete Anforderungen:

- Kostendruck
- Weniger Mitarbeiter durch den demografischen Wandel
- Reaktionszeiten
- Optimierung von Geschäftsprozessen
- Medienbruchfreie Bearbeitung



FP

- **Analysiert** die Aufgaben und Prozesse
- **Identifiziert** Optimierungspotenziale
- Bietet die **maßgeschneiderte** Kombination von Produkten an
- **Gestaltet und optimiert den Kommunikationsprozess des Kunden**

MULTI-CHANNEL ERFORDERT BRANCHENORIENTIERUNG

Rechtsberater

- ✓ **Rechtsanwälte** in Deutschland rund 160.000
- ✓ **Anwaltsnotare und Notare** rund 7.500

*Viele unserer Mandanten legen immer noch Wert auf den **physischen Brief** und möchten ihre Dokumente in Papierform erhalten. Dennoch, vieles müssen wir auch **vollelektronisch** erledigen. Wir würden gerne das **Elektronische Gerichts- und Verwaltungspostfach** nutzen und dann wäre zu überlegen, ob wir nicht auch gleich die **De-Mail** in unsere bestehende IT-Infrastruktur einbauen lassen.*

DAS PASSENDE PRODUKTPAKET FÜR DEN ANWALT

PostBase **Business Plus**

(anstelle von X €/Monat bei Einzelpreisen), 36 Monate Laufzeit:

PostBase Business Plus	Menge	Preis mtl.
		€
PostBase 65	1	inklusive
PostBase Navigator Basic	1	inklusive
Kostenlose Abholung (> 100 Briefe täglich)	1	inklusive
PostBase Gateway Multi	1	inklusive
De-Mail-Identifikation vor Ort	1	inklusive
EGVP Client Integration	1	inklusive
50 freie De-Mail Standard	1	inklusive
100 Serienbriefe*	1	inklusive
FP Basic	1	inklusive
FreePrint XL (< 200 Briefe täglich)	1	inklusive
FreeService PickUp M (<50 Briefe tägl.)	1	inklusive

* | monatlich, bis 2 Seiten DIN A 4 Hochformat ohne Beilagen (4-farbig), zuzüglich Porto

Alle vorgenannten Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt. Es gelten die AGBs der Francotyp-Postalia Vertrieb und Service GmbH, auf Wunsch erhältlich, siehe auch www.francotyp.de/agb. Zahlungs- und Lieferbedingungen: sofort Netto Kasse, zzgl. Fracht & Verpackung

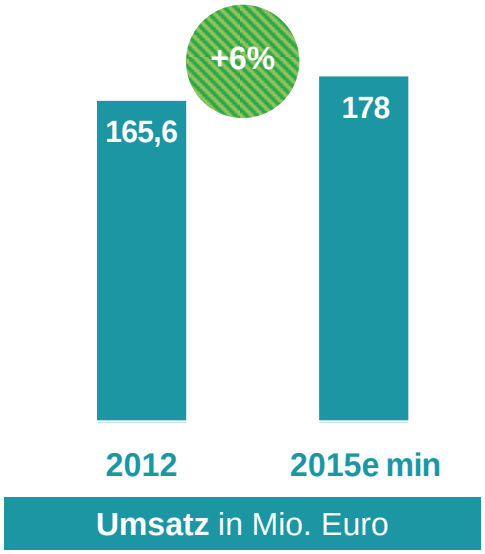
NEUE ANSÄTZE FÜHREN ZUM ERFOLG

Deutsche Rentenversicherung Bund:

- In der technischen Bewertung war FP weit überlegen.
- Nur FP konnte ein **mandantenfähiges Gateway** installieren.
- Die Aufgaben, die in der Teststellung zu erledigen waren, konnten wir übererfüllen.
- Selbst technische Besonderheiten der DRV Bund konnten wir umgehend umsetzen.

➢ **FP besitzt das technische Know-how, um Kundenbedürfnisse problemlos umzusetzen**

WIR HABEN UNS ZIELE GESETZT



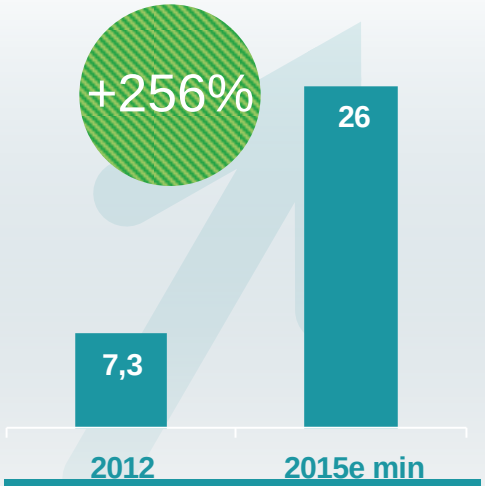
Umsatz in Mio. Euro

EBIT in Mio. Euro

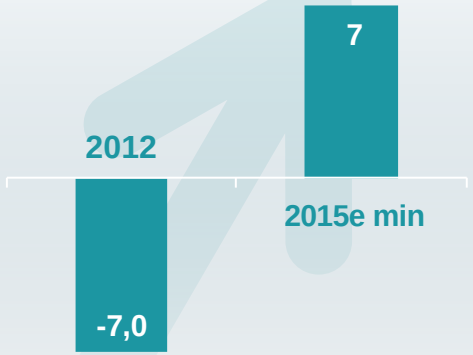
EBITDA in Mio. Euro

Net Profit in Mio. Euro

AUCH IM CASHFLOW HABEN WIR UNS ZIELE GESETZT



Op. Cashflow in € million



Free Cashflow in € million

SO ERREICHEN WIR DIE GESTECKTEN ZIELE

1. Steigerung der **Vertriebsaktivitäten**
2. Straffung des **Servicebereichs**
3. Effizienzsteigerung im Bereich **Forschung und Entwicklung**
4. Hebung von **weiteren Kostenpotenzialen**

Wir wollen bis 2015 richtungsweisender, globaler Experte in der physischen und elektronischen Briefkommunikation sein.

ICH DANKE IHNEN FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT //

FRANCOTYP-POSTALIA HOLDING AG

27. JUNI 2013

HAUPTVERSAMMLUNG 2013 //

FRANCOTYP-POSTALIA HOLDING AG

27. JUNI 2013

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 2012 Annual Report develop in a way other than we are currently expecting.