



Francotyp-Postalia Holding AG

Vorstandsreden Hauptversammlung

28. Mai 2019

Es gilt das gesprochene Wort.

Rüdiger Andreas Günther, Vorstandsvorsitzender  
Patricius de Gruyter, Vorstand  
Sven Meise, Vorstand

## **Rüdiger Andreas Günther, Vorstandsvorsitzender der Francotyp-Postalia Holding AG**

Lieber Herr Röhrig,  
vielen Dank für Ihre einleitenden Worte!

Liebe Wegbegleiter, Querdenker,  
Visionäre und Partner,  
liebe Aktionärinnen und Aktionäre,  
liebe Aktionärsvertreter, liebe Gäste,

auch von mir ein *herzliches Willkommen*  
zur Hauptversammlung 2019 *Ihrer FP*.

*Meine Damen und Herren,*

Sie sehen:

Ich habe seit der letzten Hauptversammlung  
zwar regelmäßig das *Hemd* gewechselt –  
nicht aber die *Haltung*:

Die Ärmel bleiben aufgekrempeelt,  
denn es gibt genug zu tun –  
und das mit *Engagement, Ideen, Herzblut*.  
*Mit Kraft und Energie*.

*So*, wie wir auch in 2018 gearbeitet haben.

Ich freue mich,  
dass Sie so zahlreich erschienen sind.  
Lassen Sie uns diese Hauptversammlung nutzen für Gespräche:

Gerne stellen wir uns Ihren Fragen, auch den kritischen,  
*denn uns interessiert, was Sie zu sagen haben,*  
auch wir lernen im *Dialog für die Zukunft* –  
denn im Dialog entsteht Vertrauen –

dabei sind wir uns unserer Verantwortung *Ihnen* gegenüber sehr bewusst.

### **Apropos Vertrauen...**

*Spüre* ich das richtig,  
dass dieser ungewöhnliche Raum,  
in dem wir uns heute begegnen,  
nicht frei von *Skepsis* ist?

Das verstehe ich – denn obwohl wir 2018 *vieles*  
erreicht haben, ist nicht *alles so* gelaufen,  
wie wir das gewünscht und geplant hatten.

*Skepsis* ist gut, *Skepsis* ist gesund –  
*Skepsis* bedeutet *Betrachten, Untersuchen, Überlegen* –  
*Skepsis* hilft, *vernünftige Urteile* im Leben zu fällen.

Ich wundere mich manchmal  
über die große Bedeutung,  
die *Glaube und Hoffnung* in der Wirtschaft haben...

Der Unternehmenswert von *UBER* wird an der Börse –  
trotz Verschärfung des Handelskrieges –  
zurzeit mit über 60 Milliarden US-Dollar gehandelt! –  
bei einem Umsatz von gerade mal 11,3 Milliarden und  
einem Verlust von fast zwei Milliarden!  
und *anhaltender Zweifel*,  
dass *UBER* wirklich ein nachhaltiges Geschäftsmodell betreibt,  
oder jemals schwarze Zahlen schreiben kann.

*60 Milliarden!* – und das obwohl sich *UBER* zuletzt aus besonders stark umkämpften Regionen zurückgezogen hat, sich das Wachstum 2018 gegenüber 2017 *halbiert* hat!

Ist dieser Börsenwert das Ergebnis angemessener Skepsis, ein vernünftiges Urteil?

***Wohl kaum – genauso wenig wie der unsere!,  
meine Damen und Herren:***

**200.000 Kunden, starke Produkte,  
wiederkehrende Umsätze, professionelle Mitarbeiter mit Erfahrung  
und Herzblut, ein nachhaltiges Geschäftsmodell – bei FP sieht die  
Welt schon seit 96 Jahren konkreter aus!**

Wir möchten, dass Sie durch Betrachten,  
Untersuchen und Überlegen zu einem vernünftigen,  
einem *rationalen* Urteil kommen,

über FP,  
FP heute *und* morgen.

Wir möchten, dass Sie  
zu einem *angemessenen* Urteil über unsere Chancen gelangen –  
über die großartigen Chancen,  
die wir *ergreifen*.  
Stellen Sie uns ihre skeptischen Fragen,

gern geben wir Antworten, denn  
wir sind *überzeugt*, dass die Chancen der FP

größer sind  
als die möglichen Risiken.

**Wir setzen diese Chancen um,  
wir machen aus Möglichkeiten *Realität*.**



Doch bevor wir über Zukunft reden,  
die wir für unsere FP sehen,  
lassen Sie mich auf 2018 blicken,  
auf das, was wir versprochen haben,  
auf das, was wir geliefert haben.

**Deutschland, Europa und die Welt**  
Kein leichtes Umfeld für Unternehmen

**FP** GERMAN MAILGENERATION

**Links wie rechts**  
**Wo Populisten in Europa auftrumpfen**  
Von Vox bis Fidesz - vor der Europawahl sind Populisten in vielen Ländern auf dem Vormarsch.

**Trump gegen China**  
**"Dieser Handelskrieg kann noch viel hässlicher werden"**  
Donald Trumps Strafzölle auf Produkte aus China belasten US-Verbraucher, sagt der Ökonom David Weinstein. Hier spricht der Experte über Vergeltung aus Peking - und warnt auch die Europäer.

**Experten nach EU-Wahl besorgt!**  
Europaweit starke Ergebnisse bei Rechtspopulisten und Konservativen

**Europawahl 2019 Vorläufiges Endergebnis - Grüne räumen ab**  
Brüssel - Schlappe für die Volksparteien, Erfolg für die Rechte, aber auch starke Ergebnisse für Liberale und Grüne: Nach der Europawahl vom Sonntag wird das Politikmachen in Europa schwieriger. Nach schweren Verlusten kommen Christ- und Sozialdemokraten zusammen erstmals seit Jahrzehnten nicht mehr auf eine Mehrheit im Europaparlament und müssen sich Partner suchen.

**Europäische Firmen in China leiden unter Handelskrieg zwischen Washington und Peking**  
AFP AFP 20. Mai 2019

**Deutschland fällt beim Wirtschaftswachstum zurück**  
Nur noch 1,2 Prozent wird die Wirtschaft in der Eurozone in diesem Jahr wachsen, prognostiziert die EU-Kommission. Für Deutschland sind die Aussichten noch düsterer.

**„Kann nicht ohne Folgen bleiben“ Die Stimmen zum Polit-Beben bei der Europawahl 2019**

**Wie viele Unternehmen heute schon unter dem Brexit leiden**

Hauptversammlung 2019 | 28. Mai 2019 FP | 3

Das Jahr 2018 hatte es in sich.  
Für Deutschland, Europa, die Welt.  
Für die globale Wirtschaft, für uns, Ihre FP.

Die Spannungen zwischen den USA und China  
beunruhigten die Märkte ebenso  
wie die wiederholten Zollandrohungen des US-Präsidenten  
gegen Europa und  
deutsche Produkte,

die »Europäische Union« ist kaum noch Union und gibt Anlass zu allerlei  
Sorgen.

Wie die Europa-Wahlen gezeigt haben, ist der Populismus  
zwar stärker geworden und hat in vielen Ländern  
die Grundstimmungen der Bevölkerung verändert,

zum Glück aber nicht ganz so stark,  
wie erwartet.

Die großen Volksparteien haben ihre traditionelle Mehrheit im Europäischen Parlament verloren.

Dort wird die Entscheidungsfindung jetzt komplexer.

Es bleibt abzuwarten, wie sich das auf die Handlungsfähigkeit der EU z.B. bei den Handelsgesprächen mit den USA auswirken wird.

Der Brexit wird in den nächsten Monaten weiterhin ein zentrales Thema sein und ist durch das Ergebnis der Europawahl nicht einfacher geworden.

*Kein leichtes Umfeld für ein Unternehmen,  
das in einem so grundlegenden Transformationsprozess steckt wie FP.*

2018 – das waren  
365 Tage harter Arbeit.  
Wir *sind* vorangekommen  
auf dem Weg zur neuen FP.  
Was haben wir versprochen,  
was haben wir erreicht?

**ACT**

**Erfolgreiche Umsetzung in 2018**

**FP** GERMAN MAIL GROUP

<p><b>Versprochen:</b> Erhöhung der finanziellen Flexibilität</p>  <p>✓ <b>Geliefert</b> Neuer Konsortialkredit</p>	<p><b>Versprochen:</b> Umsatz- und Ertragswachstum</p>  <p>✓ <b>Geliefert</b> Guidance erreicht, Reduzierung Steuerquote, Neues Leasingmodell</p>	<p><b>Versprochen:</b> Erhöhung Markenpräsenz</p>  <p>✓ <b>Geliefert</b> FP Claim, Medienvisibilität</p>
--	--	---

Hauptversammlung 2019 | 28. Mai 2019 FP | 4

Das wichtigste vorweg:

wir haben unsere Guidance für 2018 erreicht,  
Umsatz und EBITDA sind,  
wie versprochen, angestiegen;

Beim Free Cash Flow  
haben wir die gesetzten Ziele sogar übertroffen.  
Dazu aber später mehr.

Wir haben, parallel zu Jump und  
in Vorbereitung möglichen anorganischen Wachstums ab 2020/2021,  
unsere finanzielle Flexibilität erhöht –  
und dass sogar noch zu besseren Konditionen  
als vorher.

Zu unserer gestärkten Marken –  
und Medienpräsenz komme ich später noch.

# ACT

## Erfolgreiche Umsetzung in 2018



Versprochen: Neue Produkt als Basis für zukünftiges Wachstum



✓ Geliefert

**PostBase Vision**  
Produktentwicklung  
abgeschlossen,  
Markteinführung  
vorbereitet



✓ Geliefert

**discoverFP**  
Erfolgreiche  
Einführung in allen  
europäischen  
Kernländern



✓ Geliefert

**FP Sign**  
Fortlaufende  
Weiterentwicklung,  
Internationaler Roll  
Out vorbereitet



✓ Geliefert

**IoT**  
Akquisition einer installierten  
Basis von 30.000 IoT-  
Gateways; Ausbau des  
Partner-Ecosystems



Hauptversammlung 2019 | 28. Mai 2019

FP | 5

Darüber hinaus haben wir mit unseren umfangreichen Neu- und Weiterentwicklungen die Basis für zukünftiges Wachstum gelegt, und zwar im Kerngeschäft sowie in den neuen Geschäftsfeldern.

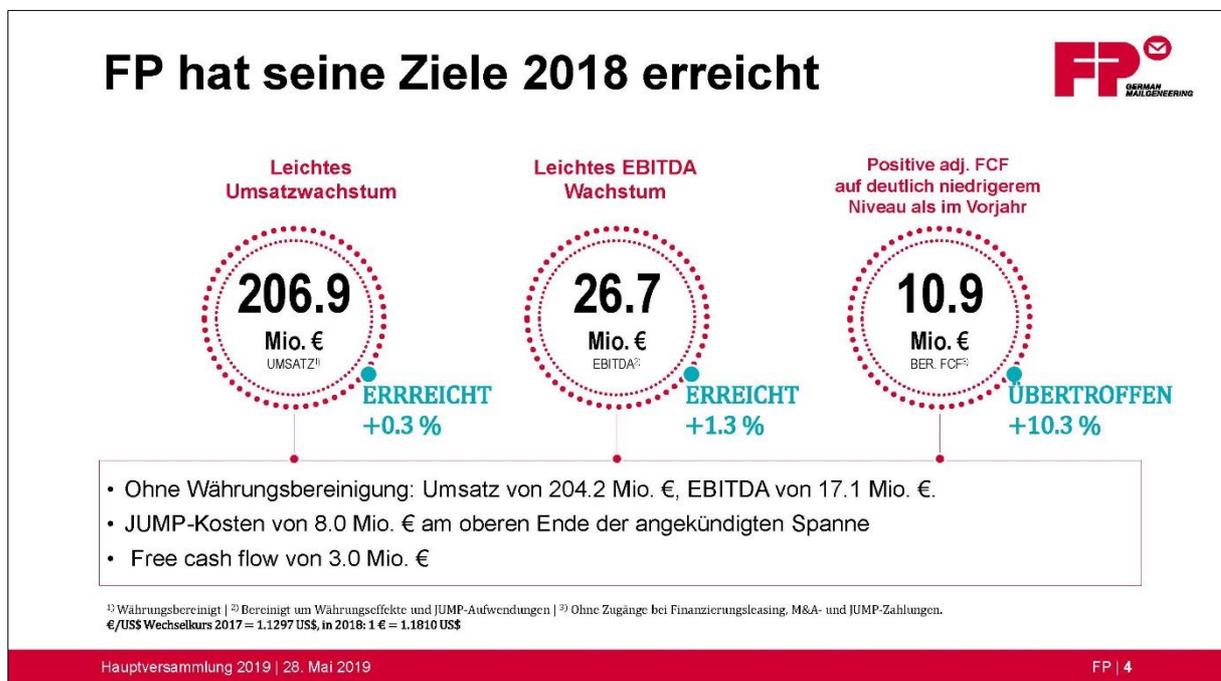
Beispielsweise haben wir die Postbase Vision in 2018 startbereit gemacht. Im Bereich IoT haben wir mit dem Erwerb von Tixi unser IoT-Ecosystem weiter ausgebaut.

Wir *haben* JUMP erfolgreich aufgesetzt, *haben* neue, aufregende Produkte entwickelt, die wir in die Märkte bringen. Wir haben unsere Kunden erfreut – und selbst Analysten sprechen vermehrt Anerkennung für unsere Arbeit aus.

Ja, vieles ist gelungen –  
wir wissen aber *auch*: Wir können noch besser werden – und werden es  
auch.

Wir sind selbstkritisch – aber *optimistisch*.

Denn auch 2018 haben wir die gesteckten Ziele  
erreicht.



In spröden Zahlen heißt das:

Wir haben den Umsatz währungsberichtigt  
um 0,3% auf 204,2 Millionen Euro gesteigert!

Das *ist* zwar eine Steigerung –  
*aber doch nur eine schmale, mit der wir natürlich nicht zufrieden sind,*  
meine Damen und Herren,

wir haben das EBITDA –  
ebenfalls währungs- und um JUMP-Aufwendungen bereinigt –  
um 1,3% auf 26,7 Mio gesteigert!,

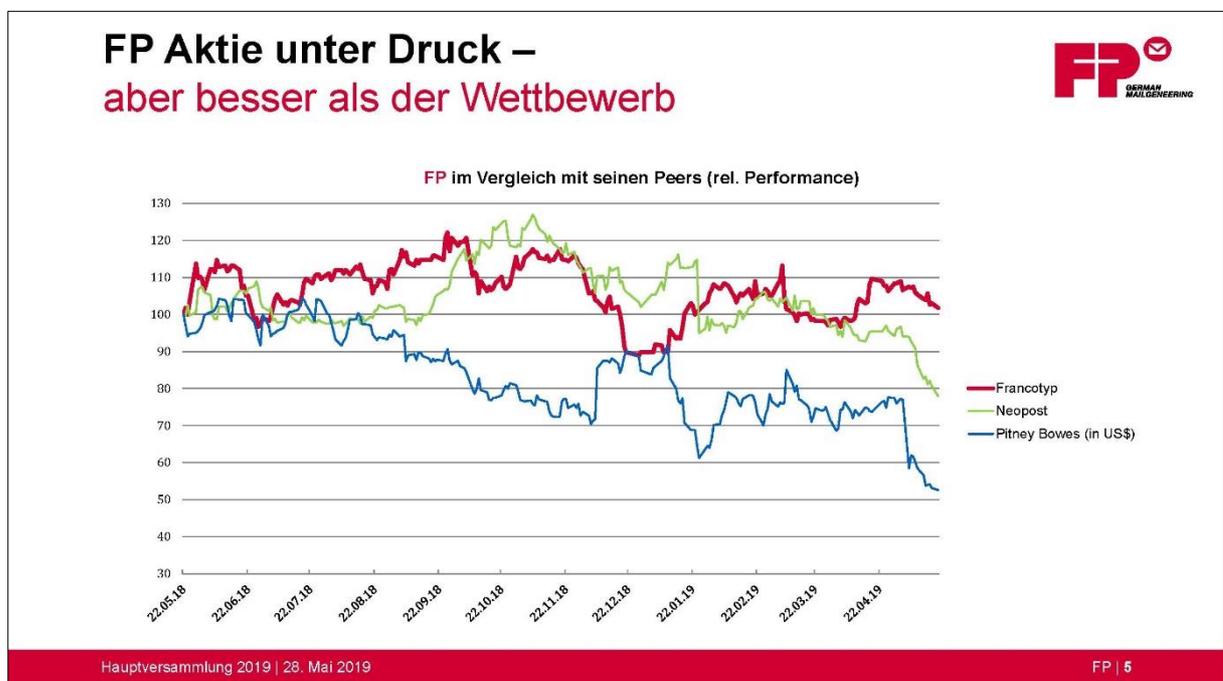
und haben den bereinigten Free Cashflow auf 10,9 Millionen verbessert!

Damit haben wir die Ziele erreicht,  
die wir uns für 2018 gesetzt hatten –  
wir hatten versprochen – wir haben geliefert!

Dafür an dieser Stelle  
allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern weltweit  
einen besonderen Dank, den Dank des gesamten Vorstands!

Natürlich wissen wir: Es zählt der Aktienkurs.

Wie Sie sehen,  
meine Damen und Herren,  
performen wir besser als unsere Wettbewerber –



Doch mit dem Abstand zum Wettbewerb  
sind wir **nicht** zufrieden –  
Aber wir meinen auch:

Der aktuelle Kurs *allein* ist *nicht alles* –  
uns geht es um *mehr* als um einen kurzfristigen Kursanstieg,  
hervorgerufen beispielsweise durch *kurzsichtige Einsparungen*.

Wir wollen *Substanz* schaffen, und *Werte*.  
Wir wollen langfristiges *Vertrauen* gewinnen und damit *Stabilität*.

Denn nur mit langfristiger Stabilität sichern wir Ihre Investments,  
*meine Damen und Herren*.

Selbst Larry Fink, CEO des Vermögensverwalters Blackrock,  
der 6.5 **Billionen** Dollar verwaltet,  
forderte gerade im Handelsblatt:

»Es geht um langfristiges Denken, um die *Notwendigkeit*,  
über längere Zeiträume zu denken und zu investieren.«

Und er fuhr fort:

»Ganz klar, die Gewinnerzielung muss im Vordergrund stehen –  
doch wenn der *einzig*e Sinn eines Unternehmens ist,  
Gewinne zu erzielen,  
ist das *keine nachhaltige* Strategie.« !



*Meine Damen und Herren,  
Nachhaltigkeit ist für FP ein wesentlicher Faktor.*

Mit ACT übernehmen wir Verantwortung für unseren Unternehmenserfolg, für nachhaltiges Wachstum.

»Nachhaltigkeit« ist *mehr* als allein wirtschaftlicher Erfolg. Nachhaltigkeit ist die Verantwortung für *unser ökonomisches, unser ökologisches und soziales Handeln.*

Wir stellen uns auch dieser Verantwortung und wir haben einiges getan:

- seit Monaten arbeiten wir beispielsweise an nahezu all unseren deutschen Standorten klimafreundlich und beziehen Ökostrom, konnten bereits 60.000 Kilogramm klimaschädliches CO<sub>2</sub> einsparen,

- seien es unsere guten sozialen Taten, etwa Spenden an karitative Einrichtungen wie eine Kinderkrebsklinik und ein Kinderhospiz.

Unseren engagierten FP Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern weltweit gilt auch hierfür unser besonderer Dank!

Und wir tagen auch an einem besonderen Ort der Nachhaltigkeit:

Dieses Umweltforum ist eine über 100 Jahre alte Kirche – geworden ist aus ihr ein Vorzeigeprojekt für ökologische Bauen und nachhaltige Transformation.

*Nachhaltigkeit,  
meine Damen und Herren,*

Nachhaltigkeit hat auch zu tun mit Kontinuität,  
Beharrlichkeit und dem Ringen um das Erreichen der gesteckten Ziele.

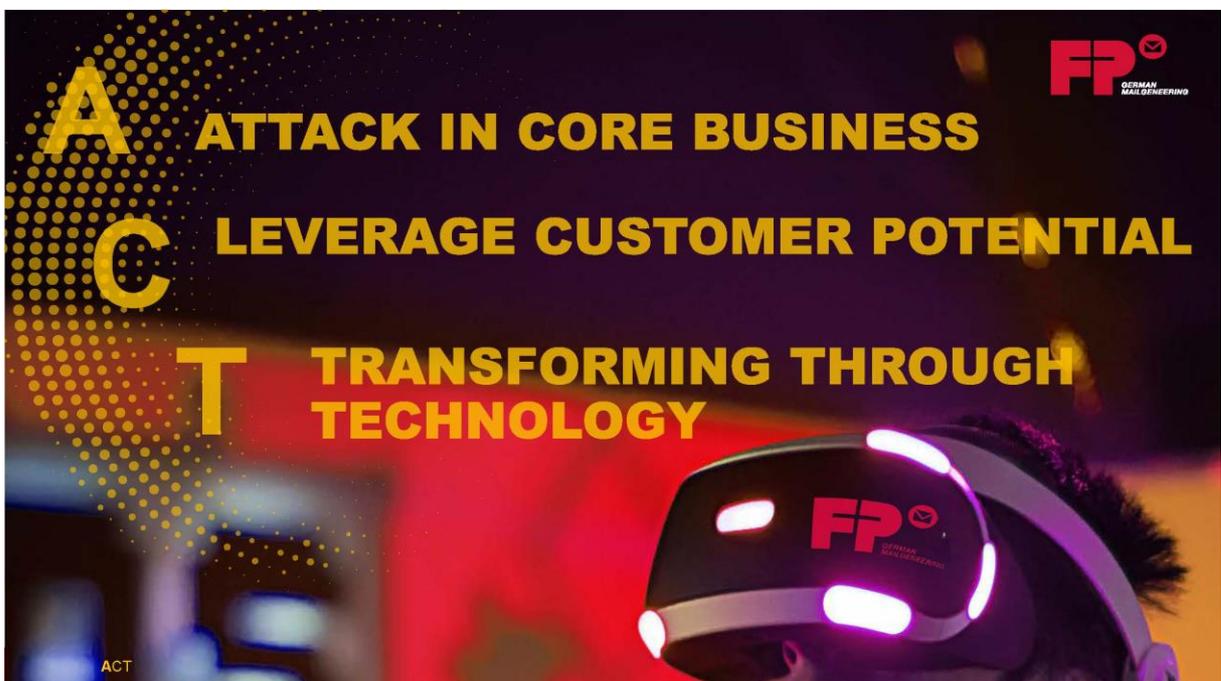
Wir wollen, ja, wir *müssen* deutlicher machen,  
was wir hier wie und in welch' kurzer Zeit stemmen –  
und wie *die Zukunft* der FP aussehen wird.

Denn wir bauen an der neuen, zukunftssicheren FP –  
wir machen Bestands- *und Neugeschäft und*  
entwickeln neue Produkte und Dienstleistungen,  
*und* wir treiben JUMP,  
das große *Zukunftsprojekt* der FP!

*JUMP ist komplexeste Projekt in der ganzen FP-Geschichte!* –  
mit JUMP operieren wir am offenen Herzen der FP –  
doch dem Patienten geht es gut,  
auch wenn die Operation etwas länger dauert,  
als wir absehen konnten.

Anders gesagt: *Wir tanzen auf drei, ja vier!* Hochzeiten zur gleichen Zeit –

1. Wir tanzen auf den Märkten unseres Kerngeschäftes.
2. Wir tanzen auf den Märkten der digitalen Zukunft, und
3. wir wirbeln mit JUMP in unserer gesamten, weltweiten Organisation!
4. und – wir treiben ACT voran.



Ich zitiere Jeff Bezos,  
den Gründer von Amazon, der sagte:  
*»Wir sind stur in unserer Vision –  
wir sind flexibel im Detail.«*

Sehen Sie,  
so geht es uns mit unserer ACT Strategie.  
ACT ist gerade einmal 29 Monate alt...

Wir sind stolz auf das,  
was wir seit November 2016 erreicht haben,  
als Aufsichtsrat und Vorstand ACT beschlossen haben–  
ACT - die Strategie,  
mit der wir dem 100. Jahr der FP entschlossen entgegen gehen.  
Bevor wir loslassen –  
packen wir lieber noch fester zu.  
Sie kennen mich!

Im Januar 2019 hat Neopost seine neue Strategie vorgestellt mit dem  
Namen »Back to Growth« –  
wenn Sie Zeit haben, schauen Sie einmal hinein:  
Sie werden sich wundern,  
wie viele Bausteine aus ACT stammen.  
Was könnte unser Handeln kräftiger bestätigen,  
als vom Wettbewerb kopiert zu werden?

ACT =  
Attack, Customer, Transformation

Das A steht für *Attack*:

Im sicheren Mail-Business holen wir uns

Marktanteile vom Wettbewerb –

und das ist gelungen!:

wir haben unseren Marktanteil 2018 auf 11,6% erhöht;

das C steht für *Customer*:

Wir haben aus den Fehlern der Vergangenheit gelernt,

haben der freesort ein neues Management verpasst,

bearbeiten unser Kundenportfolio noch intensiver,

und schaffen mit unserem neuen

Web-Portal »discover FP« einen echten Mehrwert für unsere Kunden;

das T steht für *Transformation*:

So wie dieses Gebäude transformiert wurde –

so sind wir auf dem Weg von einem *Frankiermaschinen*-Hersteller zum

Anbieter von sicherer *digitaler* Kommunikation

mit den entsprechenden **Dienstleistungen!**,

wir sind auf dem Weg zu einem der *führenden*

Anbieter für Sicherheitslösungen im Internet of Things!

## EINE VERNETZTE WELT MIT VERNETZTEN RISIKEN



# 28.000.000.000

## Vernetzte Geräte

Sicherheit ist wichtiger und  
gefragter als je zuvor

bis zu  
**35 %**  
CAGR\*

\* In Bezug auf Marktwachstum IoT-Sicherheit bis 2023

Denn überall,  
wo ein digitales Herz schlägt,  
wird es auch eine Verbindung  
zum Internet geben.

Mit unglaublichem Tempo wird das Internet of Things  
zum **Megaboormarkt** unserer Zeit.

Sein Wachstum ist **dynamisch**.

Sein explodierender Bedarf heißt **Sicherheit**.  
Denn je mehr Dinge und Prozesse vernetzt sind,  
desto anfälliger sind sie für Cyberangriffe,  
täglich hören wir von Attacken und Sabotageakten.

So wachsen die Anforderungen an Sicherheitsstandards rapide –  
und mit ihnen wächst der Markt für IoT-Sicherheitstechnologie –  
jährlich um 35%!

*Wie sollten wir da nicht **mitwachsen** können?!*

Denn FP ist *Sicherheit* seit 96 Jahren schon –  
aus dem Herz der Frankiermaschine wurde das  
FP-Hardware-Sicherheitsmodul,  
mit unseren IoT-Gateways sind wir *ein Technologieführer!*

*Was unsere Kunden davon haben?*

Eine Menge,  
eine ganze Menge:

Wir vernetzen,  
überwachen und steuern Daten für Industrie und Handel,  
Logistik und Energie –  
und viele Branchen mehr.

Mit FP Sign,  
unserer elektronischen Signaturlösung machen wir jetzt die einfache,  
rechtskräftige und digitale *sichere* Kommunikation möglich! –  
Land für Land und in der jeweiligen Sprachversion.

Gerade in der letzten Woche konnten wir  
zusammen mit einem Cloud Service Partner  
und dem BSI, dem Bundesamt für Sicherheit in der  
Informationstechnologie, eine neue App zertifizieren lassen,  
die es ab sofort ermöglicht,  
Belege mit mobilen Geräten wie Smartphones oder Tablets  
erstmalig rechtssicher zu erfassen.

Heute früh erreichte mich übrigens die erfreuliche Nachricht, dass wir ab jetzt auch den Energiekonzern E.ON mit unseren IoT-Gateways ausrüsten! E.ON wird IoT-Gateways von FP nutzen, um dezentrale Kundenanlagen und Kraftwerke zu steuern, die Energie erzeugen oder verbrauchen. Diese Meldung ist noch ganz frisch, Details dazu veröffentlichen wir zeitnah.

Dies sind nur einige Beispiele und Möglichkeiten für unser *digitales Können*.

*Mein Kollege Sven* wird nachher den Kosmos der Digitalisierung noch intensiver ausleuchten.

Wir sind gerüstet für die Bedürfnisse der Märkte unserer digitalen Zukunft, denn:  
***Sicherheit ist u n s e r e Passion.***

***Innovation aus Tradition,  
entwickelt für die Zukunft,  
Made in Germany:  
das ist FP!***

Wir sind stolz auf unsere Technologie, unsere Kundenorientierung und die Treue dieser Kunden. Auf unsere Frankiermaschinen und unsere Entwicklungen von digitalen Produkten und Dienstleistungen sowieso.

Drei kleine Beispiele dazu:

- Den ein oder anderen wird es vielleicht **nicht** erfreuen, aber auch eine brandenburgische Bußgeldstelle und langjähriger FP Kunde, hat für 160.000,-€ Kuvertiersysteme für Bußgeld- und Mahnbescheide erworben;
- ein Händler in den USA schrieb mir „... sie läuft und läuft und läuft, wie ein VW Käfer“. Er freute sich über seine PostBase 85, die inzwischen bei einem seiner Kunden über 1,6 Mio. Briefe frankiert und fast eine Million Dollar an Porto sicher verarbeitet hat
- und selbst in Japan konnten wir schon Weihnachten 2018 bereits die 1.000ste PostBase verkaufen.

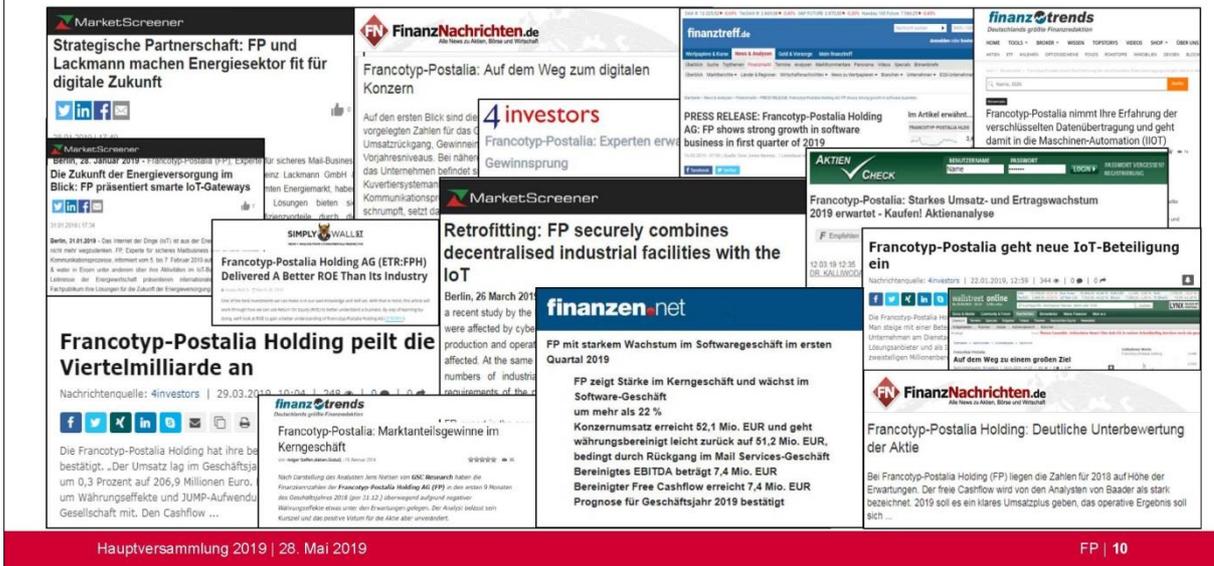
*Sie sehen Engagement, Phantasie und Perspektive,  
Idee und Vision, Mut und Konsequenz,  
Dynamik und Freude –  
das alles sind wir,  
Ihre FP.*

Mit ACT haben wir *Potentiale* beschrieben –  
Und ja, wir müssen diese unsere Potentiale noch  
bekannter machen – auch *deshalb* werden wir  
unsere Kommunikation noch weiter verstärken.

Wobei:

Ist Ihnen aufgefallen,  
dass wir inzwischen *wöchentlich positive Meldungen* generieren?;  
*wöchentlich?!*

# FP verstärkt Medienpräsenz



Noch vor kurzem hatte kaum jemand FP auf den Schirmen!

Langsam drehen wir die Stimmung,  
werden nunmehr von fünf Analysten »verfolgt«,  
die Fachmedien und die entsprechenden Internetplattformen  
nehmen uns wahr und berichten,  
sie bitten **uns** um Interviews,  
*meine Damen und Herren!*

Damit ist die erste Stufe der Wahrnehmung der neuen FP-Story erreicht:  
Denn Sie wissen:

Neue, veränderte Wahrnehmung beginnt,  
wenn *Experten* ihre Berichterstattung aufnehmen.

Auch unser Auftritt auf der Hannover Messe war  
ein großer Erfolg.

## FP IoT-Gateway

Ausgezeichnet für Produkt-Design 2019



reddot award 2019  
winner

Hauptversammlung 2019 | 28. Mai 2019

FP | 11

Und wir sammeln *weitere* öffentliche Anerkennungen – nicht nur Analysten schauen auf uns:

In jüngster Zeit erhielten wir den Red Dot Design Award für unser IoT-Gateway – das ist nicht »irgendeine« Auszeichnung!:

Der Red Dot Design Award ist eine der ältesten, wichtigsten und renommiertesten internationalen Auszeichnungen für hohe Designqualität.

Designer und Unternehmen aus 55 Ländern reichten 2019 mehr als 5.500 Produkte zum Wettbewerb ein!

Und wir gehören zu den *Siegern!*

Jetzt fragen Sie sich sicher:

Was ist denn an einem Design Award so besonders?

Neben der hohen Designqualität wurde auch die Funktionalität des IoT-Gateways gelobt.

Das Gehäuse eignet sich für unterschiedliche Umgebungen, ist robust; wasser- und staubdicht.

Einen USB-Stick in Form dieses Gateways haben Sie bereits als kleine Aufmerksamkeit erhalten.

Und das gute Design kommt nicht nur der Bedienbarkeit zugute, sondern hilft auch verkaufen, und für gut gestaltete Produkte können wir höhere Preise verlangen.

Sie sehen, meine Damen und Herren, auch mit Design geht es um Business – denken Sie nur an Apple.



Außerdem wurden wir vom Institut der Frankfurter Allgemeinen Zeitung als »Deutschlands Innovationsführer« ausgezeichnet.

Bewertet wurde neben der Anzahl auch die Relevanz unserer Patente.

Das Ergebnis:

FP gehört zur Spitzengruppe der innovativen Firmen in Deutschland.

Von Focus Money erhielten wir als Branchensieger

mit 100 von 100 möglichen Punkten

das Siegel für »Exzellente Kundenberatung«,

wir bekamen für unsere PostBase eine Auszeichnung von der Fachzeitschrift „Das Büro“ im Wettbewerb um die »100 Büroprodukte des Jahres«.

Das Test- und Wirtschaftsmagazin FACTS erteilte uns ein „Sehr gut“ für unsere PostBase Familie.

Unser letzter Geschäftsbericht errang *Awards* von »Fox Finance« und im »International Creative Media Award« für vorbildliche Konzepte und unser neues Corporate Design – im ersten Jahr schon auf *internationaler* Bühne!

**All das zeigt:**

***FP kommt,***

***FP ist wieder da!***

Bringen uns diese Auszeichnungen etwas, machen wir deswegen einen Euro mehr Umsatz? Natürlich!, *meine Damen und Herren* –

*Jede Auszeichnung ist ein Stück positiver öffentlicher Wahrnehmung, jede Auszeichnung erhöht die Bekanntheit der Marke FP, steigert die Markensympathie und erhöht somit die Kaufbereitschaft!*

*Marke ist Stärke!*

*Deshalb werden auch wir unsere Marken-Story noch weiter und intensiver verbreiten:*

Was musste ich mir alles anhören, als ich sagte  
»Das Alte kann das Neue sein« ?! –  
man hat mich, man hat uns *belächelt!*,  
dem Wettbewerb wurde viel mehr »Power« zugetraut,  
der Wettbewerb sei akquisestärker und so weiter –  
nicht viele wollten an uns glauben!

Und nun, *meine Damen und Herren?*,  
nun sehen Sie, dass wir es hinkriegen,  
dass wir mit ACT erfolgreich sind! –

wir *wachsen* im Kerngeschäft,  
trotz *hartem* Wettbewerb und  
*sinkendem* Marktvolumen!

Wir sagten, wir werden dem Wettbewerb Anteile abnehmen –  
*das machen wir seit 13 Quartalen!*

*Und im ersten Quartal 2019 haben wir im Software-Business  
um 22% zugelegt!*

Wir haben einen *Weg* versprochen,  
einen *Kurs*,  
mit dem wir FP erfolgreich transformieren.  
Und dieser Kurs heißt ACT.

Und auf diesem Kurs,  
so hart er manchmal auch sein mag,  
haben wir *geliefert*,  
wir haben *jede* Guidance gehalten –  
alles, was wir uns mit ACT vorgenommen hatten  
und das wir anpacken wollten, ist unterwegs:

Wir bringen unsere Teams und Techniken,  
Spielpläne und Taktiken und vieles mehr auf Kurs –  
und sind damit gestärkt für die vor uns liegenden Wettkämpfe!

*Was wäre Technik allein?*

Die Mitarbeiter sind unser Kernpotential –  
das wir *fördern*,  
das wir aber auch *fordern* müssen in dieser Phase des Umbruchs –  
wir müssen ihnen einiges zumuten und  
nicht jeder  
wird seinen Arbeitsplatz behalten können.  
Doch wir schaffen auch neue Arbeit und –  
*wir investieren mit ACT auch in ein gezieltes Personal-Entwicklungs-  
Programm, welches prompt mit dem »Europäischen Preis für Training,  
Coaching und Beratung« ausgezeichnet wurde.*

Wir bringen dabei die Mitarbeiter und  
Führungskräfte kontinuierlich mit ihren Stärken in Kontakt und  
geben gezielte Impulse  
zum weiteren Ausbau vorhandener Stärken.  
Als eines der ersten Unternehmen weltweit  
unterstützt FP den nachhaltigen Ausbau agiler Führungskompetenzen mit  
der innovativen Stärkenkompass-App.

Wir gestalten den Wandel nicht gegen,  
sondern mit unseren Mitarbeitern –  
wir sind dabei nicht immer einer *Meinung*,  
aber zumeist einer *Absicht* –  
ich denke, Claus-Peter Schuster,  
der Vorsitzende unseres Betriebsrates  
wird das bestätigen.

Oh ja, das Alte kann das Neue sein –  
unsere Zukunft kommt auch aus unserer Vergangenheit,  
denn in unserer DNA lebt die Kraft zur  
*dynamischen Innovation.*

Viel, ich meine: *Zuviel* wird über die Bedeutung von *Start-Ups* gesprochen  
– als läge die Zukunft unserer Wirtschaft allein in diesen »jugendlichen  
Aufbrüchen aus Garagen«, aus denen Unternehmen werden sollen.

***Seit wann schließen sich Erfahrung und Innovation aus?!***

Was uns nämlich *unterscheidet* –  
und nicht nur unterscheidet,  
sondern *interessanter* sein lässt:



Wir sind Innovationsführer schon **seit 1923!**,  
wir **haben** 200.000 Kunden!,  
wir **haben** klare Strategien für unterschiedliche Märkte!,  
wir **verfügen** über mehr als 700 Patente und  
rund 50 angemeldete Marken!,

wir sind *berühmt* für die Fähigkeiten unserer Ingenieure,  
sind stolz auf *Made in Germany* –  
wir *bieten* unseren Kunden und  
auch Ihnen,

*meine sehr verehrten Damen und Herren,*

*mehr Werte.*

Wir bieten ***Erfahrung und Solidität***,  
wir bieten *erprobte* Qualität,  
auf die sich Innovation gründet.

»Das Alte kann das Neue sein« –  
ja, das Alte kann das Neue sein,  
wenn man es *konsequent* weiter und *neu* denkt.

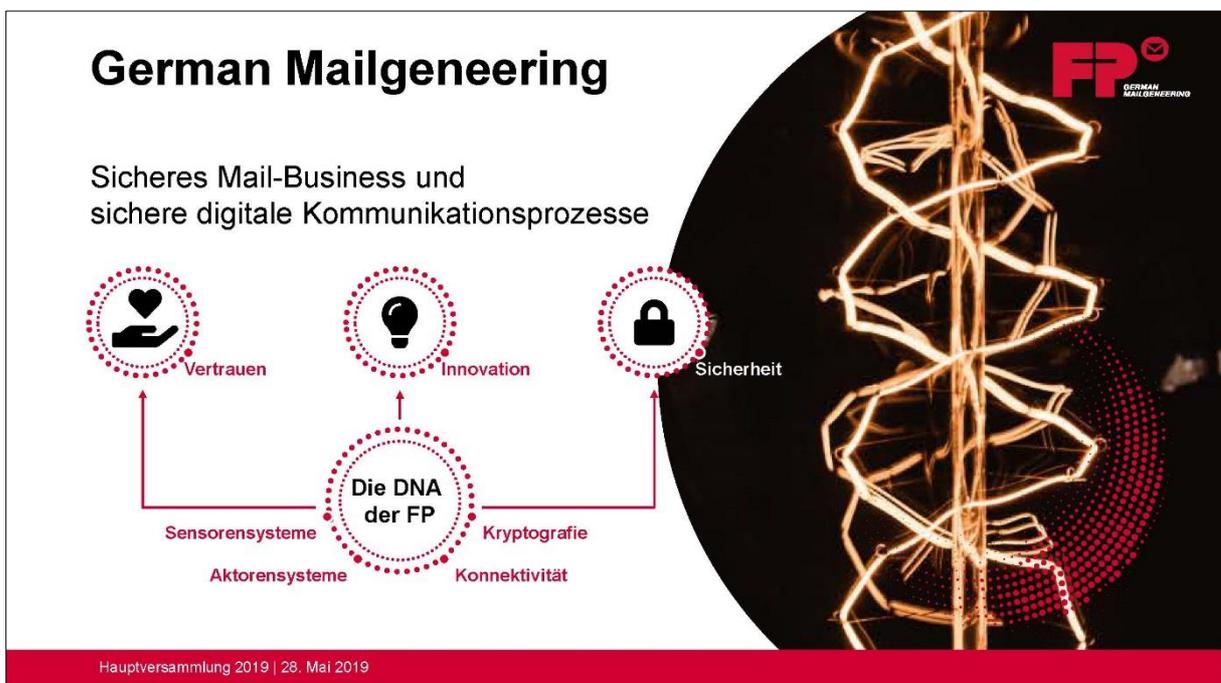
Immer wieder werde ich gefragt,  
was uns auszeichnet – was uns *auszeichnet???*,  
was Kunden von uns *haben???*:

Die Antwort ist einfach:

Wir stehen für *Qualität und Einfachheit*,  
wir stehen für *Komfort und Zuverlässigkeit*,  
für *Effizienz und Sicherheit!*

Diesen Vielklang aus Werten und Nutzen,  
aus Kernkompetenz und digitalem Know-how,  
den nennen wir,  
auf *zwei Worte* gebracht:

*German Mailgeneering!*



Diesem *German Mailgeneering*  
schenken Kunden ihr Vertrauen,

ein Vertrauen,  
das über viele Jahre trägt!

**Wir** sind es, die unseren Kunden ihren Alltag leichter, freudiger machen –  
wobei in der digitalisierten Welt das Stichwort Sicherheit, *Datensicherheit*, wie gesagt, rasend schnell an Relevanz gewinnt.

Darüber freuen wir uns – denn der wachsende Bedarf nach Sicherheit wird unser Geschäft beflügeln.

**Wir** sind der *Experte* für sichere Kommunikation, ganz besonders für sichere **digitale** Kommunikation.

Wer,  
wenn nicht wir,  
hätte Antworten auf die Herausforderung *Sicherheit* –  
wir, FP,  
mit 96 Jahren Erfahrung in der *Kryptographie?!!*

Dank des von uns eingesetzten Hardware-Sicherheitsmoduls sind mehr als 1,2 Milliarden Euro jährlich in unseren Frankiermaschinen gesichert – und bis heute wurden diese Datenströme,

die *echten* Geldwert darstellen,

*niemals* gehackt!

***Das, meine Damen und Herren,  
das nenne ich Sicherheit!***

Aus Kontakten machen wir neue Kunden:

*Meine sehr verehrten Damen und Herren,*

unsere 200.000 mittelständischen Kunden sind –  
neben unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern –  
unsere wichtigste Ressource –  
bei ihnen setzen wir an, bieten ihnen noch mehr Nutzen –

denn auch sie stehen im Prozess der Digitalisierung,  
bei dem sie Beratung und Unterstützung brauchen,  
und einfache, maßgeschneiderte,  
sichere, zuverlässige *und*  
preisgünstige Lösungen suchen.

So sind die Potentiale unserer Zukunft auch die  
Erfolge unserer Vergangenheit:

Wir begleiten den Mittelstand in die *digitale Ära*,  
wir verfügen über das dafür nötige Expertenwissen,  
die erforderlichen digitalen Produkte, und –  
wir haben Zugang zu den Entscheidungsträgern!



Damit machen wir nicht *nur Geschäft* –  
wir bestätigen auch unsere *Vision für 2023*,  
*die wir so formuliert haben:*

»Wir machen unseren Kunden  
mit unseren innovativen und  
effizienten Produkten und Dienstleistungen das Leben leichter,  
schenken ihnen Zeit und  
bringen damit Freude in ihren Alltag.

Bis 2023 werden wir weltweit die erste Marke sein,  
an die Kunden bei sicherem Mail-Geschäft und  
sicheren digitalen Kommunikationsprozessen denken  
und der sie vertrauen.«

*Diese Vision ist das Ziel,  
das wir erreichen werden,  
meine Damen und Herren.*

Der Weg zum Ziel –  
einfach ist anders.

Es ist wie beim Boxen:

In den ersten Runden bis Ende 2018 haben wir uns gut geschlagen –  
jetzt dürfen wir nicht nachlassen, müssen auch mal einstecken –  
wie mit den unbefriedigenden Zahlen im ersten Quartal 2019.

Doch wir kämpfen weiter und  
sind mit unserer ACT Strategie  
auf dem richtigen Weg.

Der Cashflow stieg gegenüber dem Vorjahr von 3,4 Mio.  
auf 7,4 Mio.

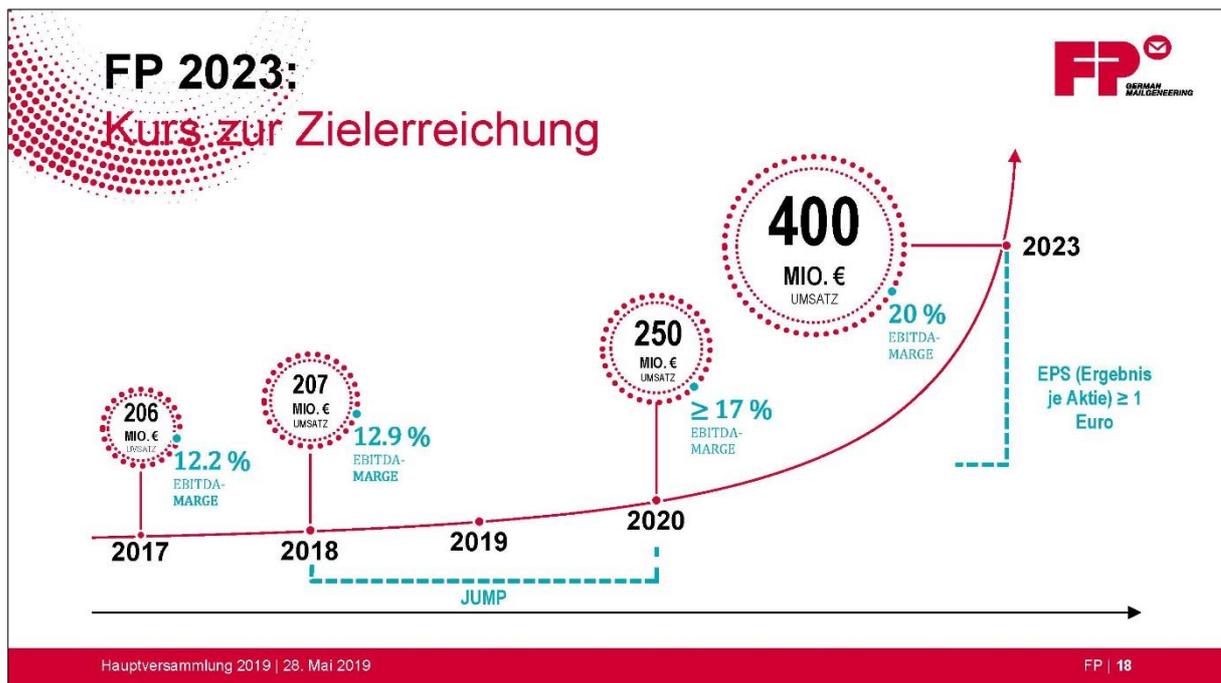
Dies belegt die starke Kraft  
unseres FP-Geschäftsmodells  
zur operativen Cash-Generierung.

Das zeigen, wie erwähnt, auch  
unsere Erfolge im Kerngeschäft und im Softwarebereich.

Wir wissen, dass auch 2019 ein Jahr der Herausforderungen ist –  
wie sollte es anders sein?

JUMP ist noch unterwegs.

Die positiven Veränderungen aus *JUMP* werden  
ihre Dynamik erst ab *2020* entfalten.



Blicken wir auf unsere Prognosen und Vorhaben für 2019 und ein wenig darüber hinaus:

- im Sicheren Mail-Business erwarten wir ein jährliches Wachstum von 4% über 2020 hinaus, bei dem sich auch die erwartete Portoerhöhung der Deutschen Post positiv auswirkt,
- bei den sicheren Digitalen Kommunikationsprozessen gehen wir von jährlich 8 % Wachstum aus, das wir später durch strategische Akquisitionen beschleunigen können, und
- ab 2020/21 werden wir zu einem maßgeblichen IoT-Anbieter für Energiemanagement, Gebäudetechnik und die Industrie 4.0.

Auch 2019 werden wir

- in unserem Kerngeschäft Umsätze und Marktanteile steigern
- und bei den Markteinführungen unserer neuen Digitalprodukte und Geschäftsmodelle signifikante Fortschritte erzielen.
- werden wir den Gewinn je Aktie nach 2020 auf mehr als 1 Euro steigern – das ist dann der *drei!fache* Wert von 2017.
- Mittel- bis langfristig werden wir auf Grundlage unserer festgelegten Ausschüttungspolitik Dividenden auszahlen – unsere Dividenden mögen klein sein –  
aber anders als andere:  
Wir zahlen aus, selbst dann, wenn wir stärker investieren müssen!

**Ja, unsere Ziele sind ehrgeizig.**

Wir haben gesagt:

2018 ist das Jahr der Transformation.

2019 beginnen wir,

die Früchte unserer Arbeit zu ernten –

*daran halten wir fest:*

*2019 ist das **Year of Delivery!***

Vielen Dank!

Meine geschätzten Kollegen Sven und Patricius

werden nun die Details unserer Vorhaben und Strategien vorstellen.

**Sven Meise, Vorstand**  
**Francotyp-Postalia Holding AG**



Lieber Rüdiger,  
vielen Dank für Deinen Überblick –

*Meine sehr verehrten Damen und Herren,  
liebe Aktionäre,*

Rüdiger hat es freundlicherweise vorweggenommen –  
da die freesort aber im letzten Jahr von mir verantwortet wurde...  
und es nicht meine Art ist, mich vor Verantwortung wegzuducken,  
ein paar Worte zur freesort noch von mir:

**Ja**, die Ergebnisse der Freesort sind nicht gut.  
Wir haben der Entwicklung dort, die mit den  
Unregelmäßigkeiten in den Abrechnungen begann,  
nicht genügend Aufmerksamkeit schenken *können*.

Als sich schließlich auch der neue Vertrag  
mit dem BMI nicht hätte profitabel gestalten lassen und  
wir diesen Umsatz teilweise aufgeben mussten,  
war es für **2018** und den Anfang von 2019 zu spät,  
das Ruder in Richtung Steigerung herumzureißen.

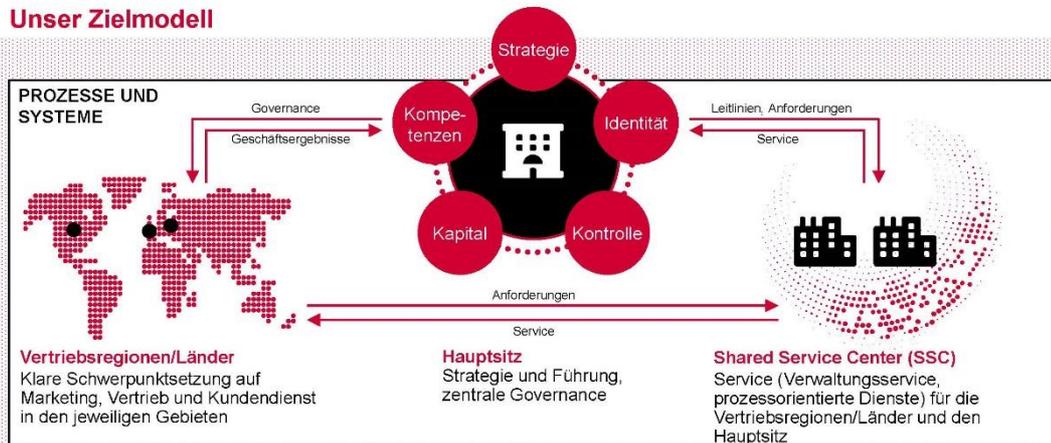
**Aber:** Wir bringen die freesort wieder in das Meer  
der *schwarzen Ertragszahlen*,  
mit Patricius als Kapitän und Steuermann,  
und uns als Lotsen, wenn wir gebraucht werden.

Nachdem Rüdiger es angesprochen und mit *Recht*  
die *Bedeutung* hervorgehoben hat,  
möchte ich den Rückblick auf 2018 mit JUMP beginnen.

# JUMP VERHILFT ZUR EXZELLENZ



## Unser Zielmodell



Hauptversammlung 2019 | 28. Mai 2019

FP | 22

## Worum geht es bei JUMP?

Es geht darum, FP zu transformieren –  
es geht um gesteigerte *Effizienz*,  
*Geschwindigkeit* und noch *mehr Qualität*.

Basierend auf den Vorarbeiten zur ACT-Strategie  
wurde schon 2016 deutlich:

FP muss sich **wandeln, transformieren**,  
wir benötigen ein **neues Betriebsmodell**,  
**neue Prozesse, neue IT-Systeme** und **vieles** mehr,  
das uns ertragreicher macht.

**Aber** ich möchte *keine* Zeit damit verschwenden,  
über das zu reden, was nicht gut war an der FP der *Vergangenheit* –  
sondern darüber sprechen,  
was wir mit JUMP umsetzen,  
welche *Dynamik* wir freisetzen,  
was wir mit JUMP für die *Zukunft* erreichen.

Mit JUMP transformieren wir FP

- von einer **Finanzholding** zu einem **strategischen Controller**
- von einer **dezentralisierten** zu einer **zentraleren** Struktur,
- **statt** lokaler Aktivitäten bündeln wir **regionale** Aufgaben,
- von einer funktionalen zu einer prozessorientierten Organisation mit klaren Verantwortlichkeiten für alle Aufgaben und Prozesse,

**ohne** weiße Flecken in der Organisation,

mit standardisierten länderspezifischen Aktivitäten und einer neuen dynamischen Unternehmenskultur, die zur **Hochleistung** motiviert –

und, auch das ist uns wichtig:

Mit JUMP bereiten wir uns besser auf zukünftige Akquisitionen vor!

Wir richten *Shared Service Center* ein,

u.a. für Buchhaltung, Steuern, Controlling, Vertriebssupport, Service und andere Funktionen,

also für sämtliche Verwaltungs- und Transaktionsaufgaben,

um Abläufe zu standardisieren und globale Governance umzusetzen.

Eines dieser Center wird in den **USA** für unser

**nordamerikanisches Geschäft** zuständig sein,

eines in Europa für **diesen Kontinent** und den **Rest der Welt**:

Das europäische entsteht ganz in der Nähe,

in **Hennigsdorf**. Gerade jetzt sind dort die Handwerker aktiv,

Schreibtische werden aufgebaut und die IT installiert.

Wir installieren konzernweit *ein* neues ERP-/CRM-System und vereinheitlichen damit die interne IT-Infrastruktur. Von den Shared Service Centern sprach ich gerade; darüber hinaus strukturieren wir unsere Vertriebs- und Servicetätigkeiten um:

Aus zehn Ländern werden drei Regionen – für FP bedeutet das alles einen echten **Kulturwandel!**

Patricius wird darauf noch ausführlich eingehen.

Für JUMP haben wir 2018 rund fünf Millionen Euro geschultert plus weitere drei für Berater –

Wir liegen mit unseren Investitionen im Plan. Verschiebungen in positive als auch negative Richtung innerhalb der Periode bis 2021 sind aufgrund der Komplexität zwar möglich, wir bleiben jedoch für 2019 bei einem ausgeglichenen EBITDA Effekt.

Und natürlich steuern wir permanent aktiv nach, wenn wir Veränderungen feststellen. Wir sehen den Pay Back / Break Even wie geplant in 2021.

Spätestens ab dann, ab 2021, wenn JUMP eingeschwungen ist, *sparen* wir jährlich mindestens sechs Millionen Euro ein:

Das nenne ich ein *angemessenes* Investment in eine erfolgreiche Zukunft!

JUMP ist eine der wichtigsten Maßnahmen zur Erreichung unserer kurz- und mittelfristigen Profitabilitätsziele.

*Meine sehr verehrten Damen und Herren,*

die Festlegung der Prozess- und IT-Anforderungen sind weitgehend abgeschlossen, und was das Wichtigste ist:

Die Unternehmenskultur *wandelt* sich und die globalen Teams arbeiten *abgestimmt* und *motiviert* für die gleichen Ziele.

Ich habe einige Transformations-Projekte in anderen Unternehmen verantwortet – aber kein Projekt ging so mutig, aber doch besonnen an die Grenzen der Organisation.

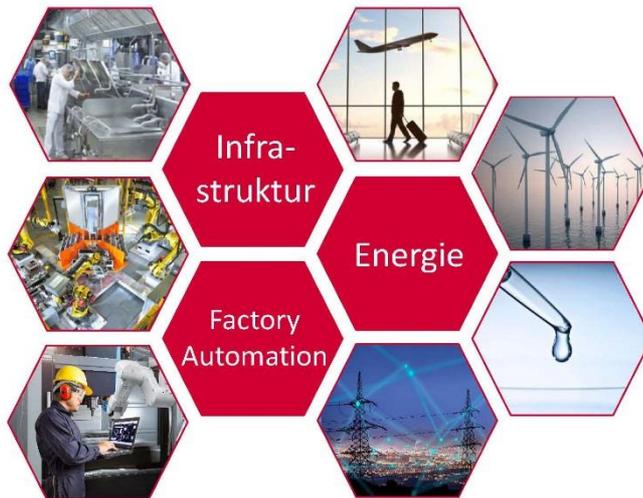
Sicher stimmen Sie mir zu,  
dass ein Zeitplan von *nur* 18 Monaten  
angesichts des Projektumfangs anspruchsvoll ist –  
sicher,  
es wird Rückschläge geben –  
die lassen sich bei der Größe der Aufgaben gar nicht vermeiden –  
aber denen begegnen wir *professionell*:

*Wir werden die gesteckten Ziele erreichen.*  
Dessen können Sie sich sicher sein,  
*meine Damen und Herren.*

*Unsere Transformation durch Technologie  
gewinnt an Dynamik –*

sprechen wir über den  
*digitalen Markt der Zukunft,*  
einer Zukunft, die begonnen hat –  
sprechen wir über das Internet of Things.

## Zielmärkte der FP IoT- Strategie



e-on

METRO  
PROPERTIES

mainova

evoqua  
WATER TECHNOLOGIES

GETEC | GRUPPE

MVV  
Energiedienstleistungen

Linde

VATTENFALL

*Was ist es eigentlich, dieses »Internet of Things«, von dem alle sprechen, auf das so viele setzen?*

Das Internet of Things ist, einfach gesagt:  
Die intelligente digitale Vernetzung technischer Geräte.

Diese Vernetzung bietet Unternehmen große Potenziale, ihre Daten für mehr Effizienz, Wirtschaftlichkeit, Kundenservices und neue Geschäftsmodelle zu nutzen.

Ein konkretes Beispiel aus unserem erfolgreichen Alltag:  
Wir haben für die Elektrotechnikfirma Husemann ein Modul entwickelt, das die Daten aus Energieanlagen übergreifend unkompliziert erfasst und darstellt.

Hierdurch lässt sich der Energieverbrauch von Industrieanlagen auch aus der Ferne von mobilen Geräten überwachen, lassen sich Einsparpotentiale leichter erkennen.

*Folgen Sie mir – stellen Sie sich vor, was alles geht!:*

Wir vernetzen und steuern –

- : im Handel beispielsweise Kühlketten
- : in der Produktion Roboter und Prozesse
- : in der Energieversorgung Windparks, große Heizungsanlagen, Blockheizkraftwerke, Solarkraftwerke, virtuelle Kraftwerke ... ..
- : und vieles, vieles mehr.



Weltweit werden schon 2020  
mehr als 28 Milliarden! Geräte  
mit dem Internet der Dinge verbunden sein –  
*großartig.*



Dies sind aber auch 28 Milliarden Gelegenheiten  
für Datendiebstahl und Missbrauch –  
die Herausforderung *Sicherheit*  
für das Internet der Dinge wächst immens!

Und *das ist für FP noch großartiger,*  
*denn auf diese Herausforderung haben wir Antworten!*

Wir verlängern unsere Wertschöpfungskette im Internet of Things und  
bieten über alle Stufen der digitalen Kommunikation höchste Effizienz,  
Tempo, Qualität -- *und höchste Sicherheit!*

*Meine sehr verehrten Damen und Herren,*

der Markt für IoT-Sicherheitstechnologie wächst auf ein prognostiziertes Volumen in Richtung von **30 Milliarden US-Dollar** im Jahr 2030!

2016 und 2017 waren zwei Drittel der Unternehmen und Institutionen in Deutschland von Cyberattacken betroffen, die Dunkelziffer dürfte noch höher liegen!

Bei 25% der Betroffenen führten diese Attacken zu Produktions- und Betriebsausfällen, also zu hohen Kosten!

Auf dem letzten Weltwirtschaftsgipfel in Davos wurden Cyberattacken zu einem der **fünf größten Probleme** unserer Zeit erklärt!

Ich denke, die Prognose von **30! Milliarden US-Dollar** wird von der Realität überholt werden – der Bedarf nach IoT-Sicherheit wird darüber liegen. Dieser Markt wächst aktuell schneller, als der von *IoT-Geräten* selbst!

IoT und *IoT-Sicherheit* sind in den nächsten fünf Jahren Megatrends!

Die Nachfrage nach IoT und IoT-Sicherheitslösungen wird zweistellig wachsen .

Diese schnell wachsende Nachfrage bedienen wir mit zahlreichen neuen Produkten, die wir nach und nach ausrollen.

## IoT-Gateway Tixi



Hauptversammlung 2019 | 28. Mai 2019

FP | 27

Wir haben drei Zielmärkte definiert *und legen los* – den Infrastrukturmarkt, den Energiemarkt und den Bereich Factory Automation – wir entwickeln weiter und bedienen den Bedarf unserer Kunden.

Als wir 2016 mit unseren ersten IoT Innovationsworkshops begannen, wurde klar, dass die *hauptsächliche Stärke* unserer Technologie die *hochsichere Datenübertragung* aus dezentralen, unsicheren Umgebungen in zentrale Cloud-Infrastrukturen ist.

Unsere Hardware-Sicherheitsmodule haben  
»FIPS 140-2 Level 3-Zertifizierung«.  
»FIPS«?

FIPS steht für »Federal Infrastructure Processing Standard«, ein Computersicherheitsstandard der US-amerikanischen Regierung zur Genehmigung und Zertifizierung kryptographischer Module. Der Standard unterteilt sich in vier Sicherheitsstufen von 1 = nur Softwaresicherheit bis Level 4= Höchste Sicherheitsstufe.

Nach der jüngsten FIPS-Zertifizierungsstatistik sind 87 % der Module nur für FIPS-Level 1 und 2 zertifiziert, und gerade einmal 13 % der Geräte für Level 3, weniger als 1 % aller Module für Level 4.

Und wo stehen wir?!

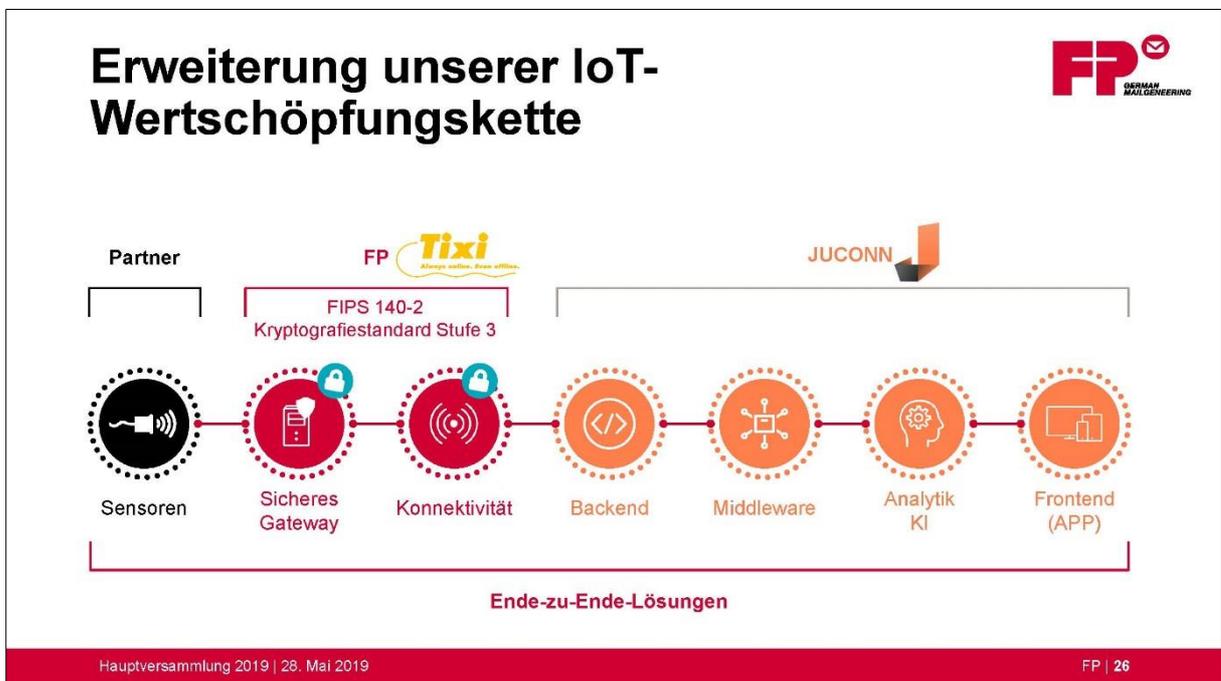
***Auf Level 3!***

Wir stellen also mit unserer Technologie ein Hardware-Sicherheitsmodul bereit, das einen der *höchsten verfügbaren Sicherheitsstandards* erfüllt – *87% der anderen Angebote liegen hinter uns!*

FP bietet Kommunikationssicherheit, Schutz vor Manipulation und eindeutige Identifikation eines jeden Gerätes oder Sensors – *und garantiert somit alle Aspekte echter Datensicherheit!*

Wenn Sie sich für weitere Einzelheiten interessieren, empfehle ich Ihnen unsere Whitepaper, die Sie hier im Seitenflügel bekommen.

Schauen wir einmal auf die *Datenkette* im Internet of things, **die Datenkette**, die für uns zur *Wertschöpfungskette!* wird.



Am Beginn dieser Kette stehen Steuereinheiten mit ihren Schnittstellen zu verbauten Sensoren und Aktoren, denen Gateways und zum Beispiel Mobilfunk-Verbindungen als Zwischenglieder folgen, angeschlossen sind IoT-Cloudplattformen, über die ein Objekt überwacht und gesteuert wird.

In der Gateway- und Konnektivitätssicherheit verfügen wir *explizit* über erhebliche Kompetenzen!

Was uns fehlte, war das Know-how und das Produktangebot für zwei wichtige Teile der Wertschöpfungskette.

Die eine *Lücke* haben wir mit der Übernahme von Tixi vor einem Jahr *geschlossen*.

Tixi ist ein IoT-Gateway-Spezialist, der sich auf die Industrie 4.0 und intelligente Verbrauchsmessung konzentriert und über umfangreiches Know-how in der Vernetzung des Großteils aller industriellen Steuerungseinheiten, Sensoren und Zähler verfügt.

Bei Metro zum Beispiel liefern unsere Gateways Informationen über den Energieverbrauch der weltweiten Cash & Carry-Märkte.

Tixi hat *eine installierte Basis* von 30.000 Gateways eingebracht – bei 700 Kunden wie beispielsweise Eon, Getec, Lackmann, Vattenfall und Linde – das sind 700 Gelegenheiten für weiteres Geschäft.

Was Tixi allerdings fehlte, sind solide Sicherheitsfeatures wie die unseres Hardware-Sicherheitsmoduls. FP andererseits fehlte die nötige Technologie zur Vernetzung verschiedener Sensoren oder Steuerungseinheiten.

Beide Technologien ergänzen sich also ausgezeichnet – ja, *sie bündeln sich zu einer Symbiose!* – und sie vergrößern unseren Marktzugang und damit unser Wachstum.

Gemeinsam mit dem Tixi-Team entwickeln wir Produktlinien, die alle Sicherheitsniveaus unterstützen.

Angefangen bei den softwarebasierten Sicherheitsmechanismen wie TLS über Trusted Platforms und Smartcard-Sicherheit bis zum Einsatz von Hardware-Sicherheitsmodulen.

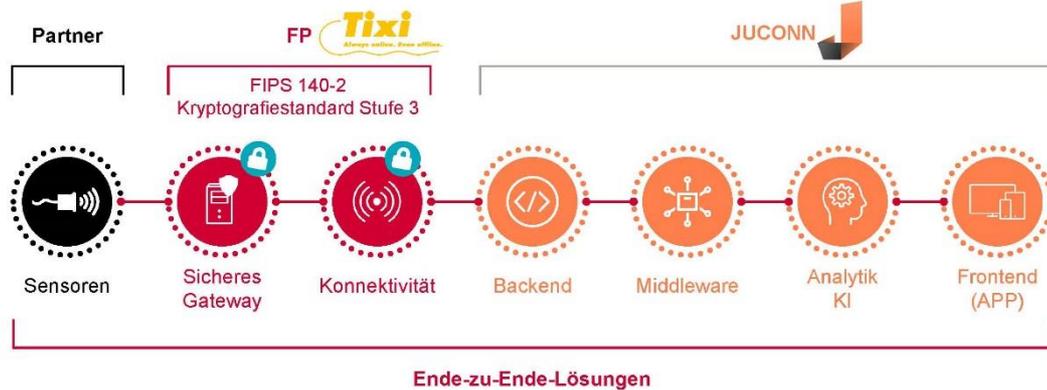
Wir bieten unseren Kunden so einen Weg in die Digitalisierung mit einem ihnen vertrauten Dienstleister – *mit uns!*  
*Mit dem Vertrauten ins Unbekannte –*  
*welcher Ansatz könnte für Kunden beruhigender und für uns erfolgreicher sein?*

Denn *wir* sind es,  
die das Sicherheitsniveau der digitalen Kommunikation unserer Kunden durch die Aktivierung oder Installation neuer Sicherheitservices und -funktionen für bestehende Gateways erhöhen.  
*Wir – sind FP.*

Mit der Übernahme von Tixi hatten wir die Lücke im vorgeschalteten Bereich der Datenkette geschlossen und ermöglichen einfachen Zugriff auf Sensoren und Steuerungseinheiten.

Im *nachgeschalteten* Bereich der Dashboards, Überwachungsfunktionen und der Nutzung von Analyse- und Blockchain-Funktionalität hatten wir noch die zweite *letzte* Lücke zu schließen, um unseren Kunden echte Ende-zu-Ende-Lösungen anbieten zu können. Deshalb haben wir uns für eine erste Investition in das Münchener Start-up Juconn entschieden.

# Erweiterung unserer IoT-Wertschöpfungskette



Hauptversammlung 2019 | 28. Mai 2019

FP | 26

## *Wer und was ist Juconn?*

Juconn entwickelt individuelle IoT-Lösungen für Geschäftskunden und ermöglicht ihnen durch die Bereitstellung intelligenter Daten, die Schwelle zur Industrie 4.0 zu überschreiten.

Zu den Vorteilen für die Juconn-Kunden gehören Leistungen wie Gerätemanagement, intelligente Datenverwaltung durch selbst entwickelte Dashboards, Fernüberwachung und Prognosemodelle sowie Alarmfunktionen, um Ausfallzeiten und kostspieliger ungeplanter Wartung vorzubeugen.

Darüber hinaus erhalten andere Start-Ups von Juconn Zugang zu ihrer flexiblen Cloud-Plattform.

Im Gegenzug erhält Juconn Anteile an diesen jungen Unternehmen, wodurch Juconn sein eigenes Netzwerk laufend ausbaut und sich umfangreiches Know-how aus diversen Branchen sichert.

*Dieses Investment in Juconn  
bringt FP großartige Vorteile:*

1. Es handelt sich um eine Investition in der Frühphase – FP wird also am Wertgewinn von Juconn und den angeschlossenen Joint Ventures teilhaben;
2. die technische Ergänzung: Die IoT-Plattform von Juconn richten wir als Plug-and-Play-Lösung für unsere Gateways ein, wodurch Juconn und FP gemeinsam vollständige Ende-zu-Ende-Lösungen anbieten und so unser Wachstum auf dem nahezu *explodierenden* Markt des Internets der Dinge zu beschleunigen;

und

3. FP und Juconn passen auch kulturell prima zusammen: Beide wollen insbesondere den Mittelstand fit für das Internet der Dinge machen; insbesondere im Kontext von Retrofit-Lösungen.

*Meine sehr verehrten Damen und Herren,*

die Zukunft der FP wird ertragreich sein,  
weil wir in einem der Zukunftsmärkte eine groß-  
artige Ausgangsposition haben – wir stehen für  
*Sicherheit!*

Was mich überzeugt sein lässt?!

1. Unsere technische DNA im Bereich *sicherer Kommunikation* ist nahezu *einzigartig* im IoT-Markt!,
2. mit den klugen Investitionen in Tixi und Juconn bieten wir dem IoT-Sektor wirkliche End-to-End-Lösungen – das beschleunigt unseren Marktzugang!,
3. Und wir steuern unsere *Innovationen*, 70% des R&D-Budgets geht mittlerweile in Produkte für unsere digitale Zukunft!

Für mich als den Chief Digital Officer der FP gilt, was Elon Musk sagte:

*»Innovatives Denken ist eine Geisteshaltung, für die man sich entscheiden muss.«*

Für diese Geisteshaltung –  
die permanente, dynamische Innovation –  
*haben wir uns entschieden!*,  
*wir sind stolz auf das Ingenieurteam von FP!*

*Meine sehr verehrten Damen und Herren,*

sehen Sie es mir nach, wenn ich in Details gehen musste,  
Details, die Sie hier und dort vielleicht...  
ein wenig... »strapaziert« haben –

aber ich bin *begeistert* von den Möglichkeiten, die sich uns auftun,  
und hoffe, ich konnte *einiges* von meiner Begeisterung auf Sie übertragen!

Mit Patricius setzt jetzt unser CSO fort:

Über *Marke* und *Marketing*,  
über *Verkauf* und *Vertrieb*,  
über *Erfolg* und *Ertrag*, .

Vielen Dank –  
ich freue mich auf unser Gespräch.

*Lieber Patricius,*  
*Dein Pult, Dein Mikrophon.*

## Patricius de Gruyter, Vorstand der Francotyp-Postalia Holding AG

Sind das nicht *großartige* Perspektiven,  
*meine Damen und Herren,*

lieber Sven, schön Dank für den aufregenden  
Überblick zur digitalen Zukunft –

einen herzlichen »Guten Morgen« auch von mir,  
wie Sie wissen,

ist dies meine erste Hauptversammlung als  
Chief Sales Officer der FP

und ich freue mich,

Ihnen über unsere Schritte

nach vorn berichten zu dürfen.

*Legen wir also los.*

Seit dem 1. Januar 2019 liegt die Verantwortung  
für das gesamte Sales und Marketing der FP Gruppe und  
damit auch für freesort und IAB bei mir.

Ich kann Ihnen sagen:

Das ist Verantwortung, das ist *Herausforderung* –  
immer *spannend*, immer auf- und *anregend*.

Ich freue mich, so positiv in die große FP Familie aufgenommen worden zu  
sein und kann sagen, dass ich mich seit dem ersten Tag hier wohl fühle.

*Es ist daher Herausforderung und Freude zugleich,*

*bei FP zu arbeiten und dazu beizutragen,*

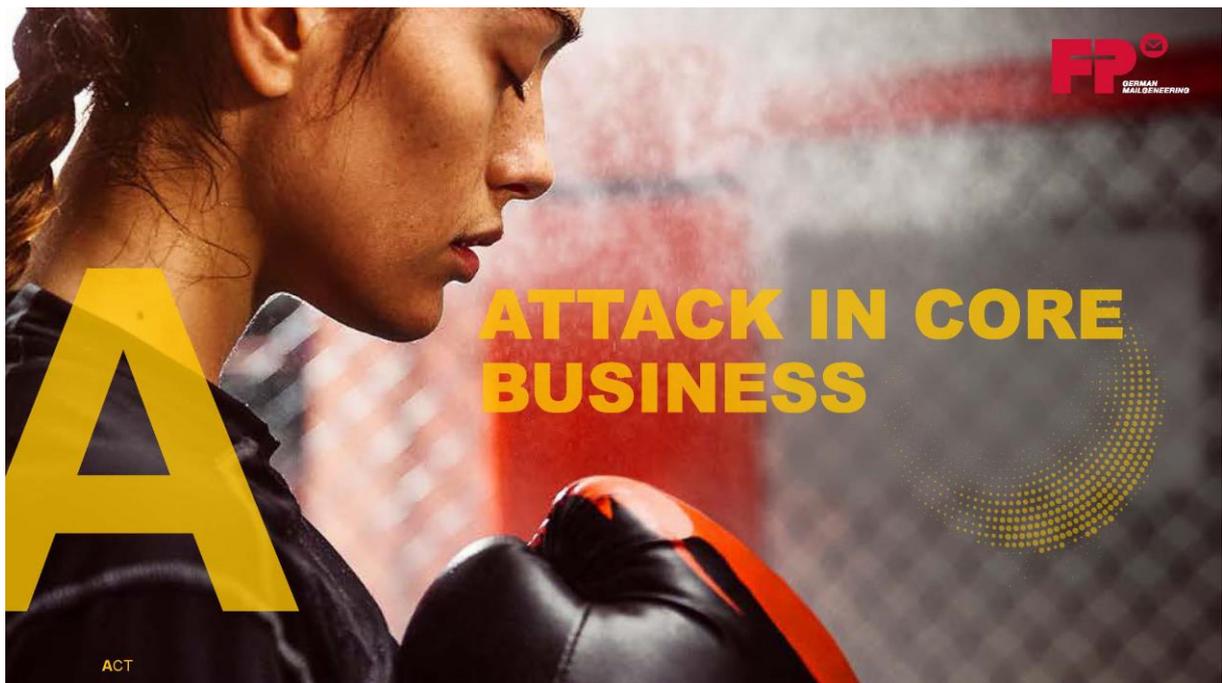
*dass wir mit der ACT-Strategie vorankommen!*

Und es macht natürlich auch Freude, mit *Kunden* zu sprechen,

die unsere Fortschritte wahrnehmen – und anerkennen.

Und worüber spricht der Chief Sales Officer?

Von Pleiten, Pech und Pannen kann ich kaum berichten –  
wir haben uns,  
Rüdiger sagte es schon,  
2018 recht gut geschlagen,  
wir haben nicht *alle* Ziele,  
aber unsere *Guidance* erreicht!



Sprechen wir also von Potentialen und Chancen,  
Marketing und Märkten –

und beginnen mit dem »traditionellen« Business der FP,  
dem sicheren Frankieren und dem sicheren Versand,  
dem Kerngeschäft des sicheren Mail Business.

Wie Sie wissen, macht unser Briefdienstleistungsgeschäft rund 30 % des Gesamtumsatzes der FP Gruppe aus, und hat deshalb große Auswirkungen auf unser Gesamtergebnis.

Die Briefdienstleistungen werden nur in Deutschland durch unsere Tochter freesort angeboten.

freesort ist die Nummer 3 in Deutschland und der größte unabhängige Anbieter im Konsolidierungsmarkt.

Das Geschäftsmodell von freesort:

- die Sammlung ausgehender Briefe bei den Kunden,
- Frankierung und Sortierung nach Postleitzahlen in Sortierzentren, Lieferung der Briefe an die Logistikzentren der Deutschen Post.

Das Briefdienstleistungsgeschäft ist einerseits geprägt durch

- hohe Stückzahlen -> freesort z. B. bearbeitet jährlich um die 200 Millionen Briefe,
- und andererseits durch hohen manuellen Arbeitsaufwand,

bei leider geringen Bruttomargen, da dieser Markt sehr preissensitiv ist.

Ja, für 2018 *müssen* wir sagen:

Mit den Ergebnissen der freesort sind wir nicht zufrieden –  
Mit der vollzogenen Reorganisation –  
die durch den Umstellungsbedarf  
aufgrund des  
durch die Deutsche Post eingeführten  
Infrastruktur-Rabatts  
etwas länger gedauert hat –

trimmen wir freesort schon 2019 erfolgreich  
auf Umsatz- und Margenwachstum,  
wobei sich die angekündigte Portoerhöhung  
der Deutschen Post positiv auswirken wird.

Unser zweiter Kernmarkt, der Markt für *Frankiermaschinen*,  
weist ein weltweites Volumen  
von zwei bis drei Milliarden US-Dollar auf.

Dieser Markt schrumpft jährlich um 3 bis 4 %.  
Der Markt folgt damit dem Trend sinkender Briefvolumina,  
der von Land zu Land jedoch erheblich variiert.

So verzeichnet der US-Markt,  
der immerhin knapp die Hälfte des Weltmarkts ausmacht,  
in den letzten beiden Jahren einen nur geringen Rückgang des  
Briefvolumens um 1-2% –  
und das trotz des Digitalbooms dort!,

ähnlich sehen wir auch in Deutschland nur leichte Rückgänge,

wohingegen wir in den Niederlanden einen Rückgang  
von mehr als 10% des Volumens beobachten.

*Nicht so FP! – wir haben unseren Umsatz im Kerngeschäft in den vergangenen zwei Jahren gesteigert.*

*Wir hatten gesagt:*

*Wir werden dem Wettbewerb Anteile nehmen – auch dieses Ziel haben wir erreicht:*

*Seit nunmehr 13 Quartalen in Folge hängen wir den Wettbewerb ab!*

*Unser Hybridgeschäft, das unsere Tochtergesellschaft IAB betreibt, bietet unseren Kunden eine integrierte Lösung für Posteingangs- und Postausgangsverarbeitung.*

*Die IAB richtet sich an Kunden mittlerer Größe und ist speziell auf deren Anforderungen zugeschnitten. Die Hybriddienstleistung ergänzt unser Frankiergeschäft und das Konsolidierungs-Geschäft.*

*Für 2019 setzen wir klar auf Umsatz- und Margenwachstum.*

*Sie wissen:*

*Eine starke Wurzel in der langen Geschichte der FP heißt technische Innovation.*

*Mit dem Qualitätsanspruch, der sich hinter Made in Germany verbirgt, bauen unsere Ingenieure seit über neunzig Jahren immer wieder die Frankiermaschinen, die die Welt bewundert!*

Weniger als 12 Monate nach Projektstart  
haben wir nun ein neues Wunderwerk  
der Ingenieurskunst auf dem Markt:  
die neue *Postbase Vision!*,

*diese Frankiermaschine setzt neue Standards in  
unserer Branche!*

*Sehen Sie selbst!*



Sie können sich die PostBase Vision nachher ausführlich ansehen – sie steht dort!

Vor wenigen Tagen hat unsere PostBase Vision die amerikanische Postzulassung erhalten!, ab Juni liefern wir nun an die Kunden in den USA!

Ich war vor kurzem drüben und kann Ihnen sagen: Die Händler und die Kunden, die an der Testphase teilgenommen haben, sind begeistert!

Ende 2019 läuft dann auch der Roll-Out in Deutschland, Frankreich und UK, die anderen Länder folgen 2020.

Wir haben die neue PostBase Vision mit einer Reihe von Funktionen ausgestattet, die die Benutzerfreundlichkeit deutlich erhöhen, und einen höheren Preis rechtfertigen. Und wir haben sie mit unserem Kundenportal *discoverFP* verbunden!:

Dieses Portal ermöglicht die umfassende Überwachung der PostBase-Maschine und zeigt alle relevanten Angaben wie zum Beispiel den Füllstand der verbleibenden Tinte. Für größere Kunden haben wir auf deren Wunsch hin Berichte für die Kostenrechnung und Kostenstellen installiert.

Vor allem aber haben wir mit discoverFP die Möglichkeit, unseren Kunden *weitere Angebote* zu machen – discoverFP ist gewissermaßen unser »Trojanisches Pferd« zu neuen Umsätzen im *Kundenstamm!*, zu deutlich niedrigeren Vertriebs- und Marketingkosten! Aber dazu später noch etwas mehr.



Lassen Sie mich einmal über unsere Kunden sprechen.  
*Wer sind sie eigentlich?, unsere Kunden?, unsere Zielkunden?*

Wir konzentrieren uns auf die Gruppe der kleinen und mittleren Unternehmen, gut 85 % unserer Kunden stammen aus dem Segment der Unternehmen mit bis zu 250 Mitarbeitern; diese Kundengruppe ist erfreulich stabil und hat den größten Anteil am FP-Umsatz im Kerngeschäft;

Im mittleren Segment – Unternehmen mit bis zu 2.000 Mitarbeitern – finden sich fast 13 % unserer Kunden,

und im so genannten Corporate-Segment mit über 2.000 Angestellten liegt der Anteil bei 1 bis 2 %; in diesem Segment sinken die Umsätze, weil die Großunternehmen mit der Digitalisierung weiter sind – aber, wie gesagt, diese Kundengruppe ist für uns ohnehin nicht so relevant.

Es versteht sich von selbst:

Wir gehen in jedem dieser Segmente auf individuelle Weise auf die dortigen Kunden zu – denn ein mittelständischer Unternehmer hat andere Bedürfnisse als ein Konzernmanager – und, vor allem:

*Er will anders angesprochen werden!*

So gewinnen wir Glaubwürdigkeit in den verschiedenen Unternehmen und bei ihren Entscheidern.

Aber etwas eint alle Gruppen –  
und das freut uns:  
Man schätzt uns sehr für *die Einfachheit,  
den Komfort und die Sicherheit! unserer Lösungen.*

Das gilt nicht nur für unsere Produkte,  
sondern auch für unsere Dienstleistungen.

Der Schlüssel zur Gewinnung *neuer* Kunden  
sowie zum Cross- und Upselling liegt in der Gewinnung  
neuer Leads und ihrer Weiterverfolgung  
durch die Verwendung eines standardisierten Vertriebsprozesses  
und eines CRM-Systems.

Wir haben inzwischen eine Datenbank mit weit  
über *100.000!* potentiellen Neukunden erarbeitet.  
*100.000 Möglichkeiten für Kontakt und Neugeschäft!*

*100.000 dynamische Möglichkeiten für Leads,  
Leads und noch mehr Leads!,  
meine Damen und Herren.*

Für unser *Frankiergeschäft* suchen wir nach dem besten Lead,  
dem so genannten »Goldenen Ticket«.

Ein Goldenes Ticket ist ein Lead,  
bei dem wir drei Dinge kennen:

- den Namen des potentiellen Neukunden,
- das Modell oder den Typ seiner Frankiermaschine
- und das Datum des Vertragsendes,

da die meisten Maschinen geleast oder gemietet sind –

Bekommen wir *so* ein Goldenes Ticket in die Hand,  
*lassen wir es nicht mehr los,*  
*meine Damen und Herren.*  
*Denn so gewinnen wir Anteile*  
*der installierten Basis der Wettbewerber!*

Viele weitere Möglichkeiten ergeben sich für uns  
im »indirekten Vertriebskanal«.

Hier sprechen wir mit unseren Händlern darüber,  
wie wir *ihren* Kundenstamm effektiv nutzen können,  
besonders mit jenen Händlern,

deren Kerngeschäft nicht im Frankier-,  
sondern etwa im Kopier- oder im IT-Geschäft liegt.

Diese Händler verfügen häufig über  
einen sehr großen Kundenstamm,  
der um ein Vielfaches größer ist,  
als die installierte Basis der Frankiermaschinen.

So betreut einer unserer großen Vertriebspartner  
in den USA ein IT-Geschäft mit 30.000 Kunden –  
darunter aber nur 1.000 FP-Maschinen.

*Hören auch Sie die Musik, die darin steckt?*

Als weiteren Baustein zu den künftigen Erfolgen  
in unserem Kerngeschäft  
haben wir, zusammen mit Grenke Leasing,  
ein *europaweit einheitliches* Leasing-Modell entwickelt.–  
Damit können wir über *einen* Partner  
Co-Branded-Leasingangebote für Kunden in allen  
europäischen Ländern anbieten!

Dies wird sich natürlich positiv  
auf unser Konzernergebnis auswirken.

Über alle Kommunikationskanäle zusammengenommen  
verzeichnen wir pro Jahr weit mehr als 500.000 Kundenkontakte –  
*hieraus ergeben sich viele Möglichkeiten für unser Geschäft!*

Welche Marketingmechanismen  
für das Cross- und Upselling am besten funktionieren?

Dazu tauschen wir uns kontinuierlich über die Best Practices zwischen  
den einzelnen Ländern aus.

Der Erfolg wird anhand der Conversion-Rates  
und des Cross-/Upsellings bei Bestandskunden gemessen,  
und diese Daten werden zukünftig länderübergreifend geteilt.

Beginnen werden wir damit in 2020,  
wenn wir JUMP und unser neues CRM- und ERP-System sukzessive  
erfolgreich implementiert und  
alle neuen Prozesse eingeführt haben werden.

Bislang war unser Kerngeschäft in 10 Ländern mit 10 lokalen Geschäftsführern dezentral organisiert – mit JUMP haben wir daraus drei Regionen gemacht.

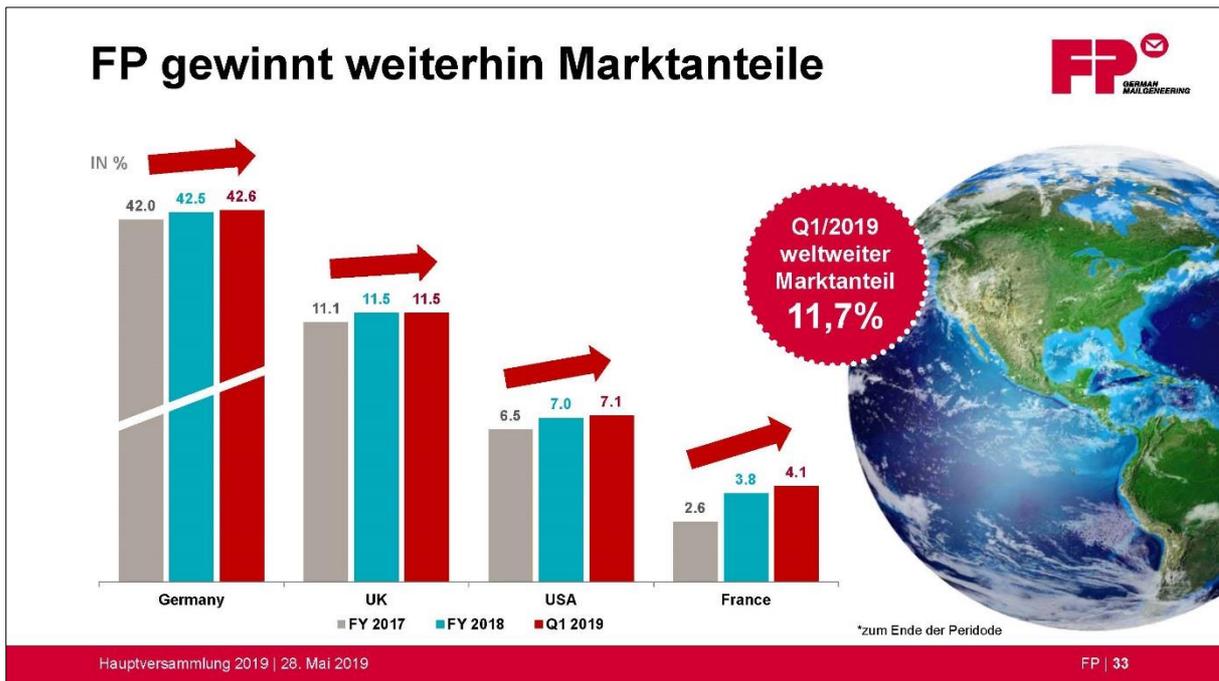
Die Region Nordamerika besteht bei uns aus den USA und Kanada, ist für fast 80.000 Einheiten unserer installierten Basis verantwortlich, was rund 37 % von FP weltweit entspricht.

Die zweite Region ist die Zentral-Region mit Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die installierte Basis in dieser Region beträgt ca. 68.000 Einheiten, oder 31 % der FP Gruppe,

Die dritte Region ist die Region Mitte mit den sechs Kernländern UK, Frankreich, den Niederlanden, Belgien, Schweden und Italien sowie unserer internationalen Händlerabteilung. Diese Region umfasst rund 70.000 Einheiten und entspricht ca. 32% unserer installierten Basis.

Sie sehen: In allen Regionen ist noch Platz im Markt – *Platz, den wir uns nehmen!*

*Unser Umsatzwachstum ist größer als das des Wettbewerbs!*



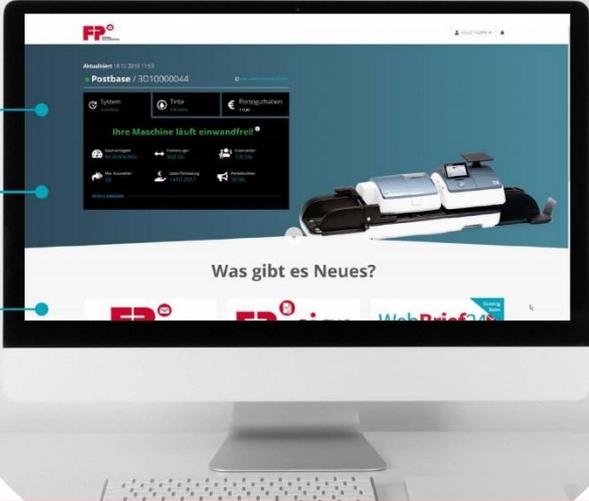
Das freut nicht nur den Vertrieb,  
sondern zeigt zugleich:  
Das Alte kann durchaus das Neue sein.

Wir haben unsere Marktanteile gesteigert:  
von 11% Anfang 2018 auf aktuell 11,7%!

Drei Regionen statt zehn Länderorganisationen –  
diese Straffung bedeutet  
eine schlankere Verwaltung mit sinkenden  
Verwaltungs- und Managementkosten,  
stärkere Zentralisierung und  
einen schnelleren Informationsaustausch  
und schnellere Entscheidungen als je zuvor!

Rüdiger und Sven haben berichtet,  
was die weitere globale Digitalisierung für FP  
bedeutet, welche *großen* Chancen sie uns bringt –  
auch ich möchte mich  
unserem neuen Zukunftsmarkt zuwenden,  
*der sicheren digitalen Kommunikation.*

## Das Portal zur digitalen Welt



- Monitoring und Management der Geräte
- Cross-Selling digitaler Produkte
- App-Plattform für eigene und Dritt-Produkte

[discoverFP.com](https://discoverFP.com)

Hauptversammlung 2019 | 28. Mai 2019 FP | 34

Wie erwähnt, haben wir vor kurzem unser  
FP-Kundenportal mit der Markenbezeichnung  
*discoverFP* gestartet.

*discoverFP* ist unser *Trojanisches Pferd*,  
über das wir unseren 200.000 Kunden  
neue digitale Produkte vorstellen –  
*discoverFP* ist der erste große Schritt  
für fantastische Cross- und Upselling-Möglichkeiten!

discoverFP ist 2019 kostenfrei.

Unser Ziel ist eine hohe Conversion-Rate bei Kunden, die sich in unserer Portallösung registrieren – und es ist bereits in den zehn FP-Kernländern verfügbar!

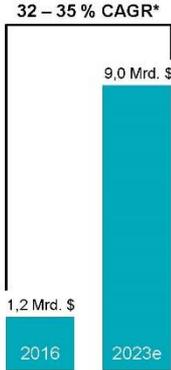
*In den Niederlanden zum Beispiel nutzen bereits 50% aller PostBase-Kunden dieses neue Portal!*

Über discoverFP werden wir auch unsere digitalen Lösungen anbieten – einen unserer neuen digitalen Wachstumsfaktoren stelle ich Ihnen kurz vor:

*FP Sign, unsere cloudbasierte Signaturlösung.*

## FP Sign: Effizienter Workflow – einfach und sicher

**Hohe Nachfrage auf dem schnell wachsenden Markt der digitalen Signaturen**



Jahr	Umsatz (Mrd. \$)
2016	1,2
2023e	9,0

**Die Vorteile von FP Sign**

- Einfache Implementierung und individuelle Lösungen
- Auf KMU zugeschnitten
- Datensicherheit
- Made in Germany

**Drei Vertriebskanäle**

- Vorhandene Kundenbasis
- Kooperation mit ERP-Anbietern
- Direktvertrieb

\* Softwaremarkt für elektronische Signaturen  
Quelle: Studie von PS Market 6/2017

Hauptversammlung 2019 | 28. Mai 2019 FP | 35

Marktforschungen zufolge wird der Markt für *E-Signatur-Lösungen* um rund 30 bis 35 % pro Jahr auf ein erstaunliches Volumen von *neun!* Milliarden US-Dollar bis 2023 anwachsen! –

In drei bis fünf Jahren werden E-Signaturen in jedem Unternehmen zu finden sein!

Deshalb haben wir unsere E-Signature-Lösung entwickelt – FP Sign.

FP Sign haben wir gerade in unseren zehn Kernländern eingeführt, wobei wir uns dort zunächst auf unseren bestehenden Kundenstamm konzentrieren.

Das Grundprinzip unserer FP Sign-Lösung ist ganz einfach: Dokumente werden innerhalb weniger Sekunden rechtssicher unterzeichnet.

Für diesen Bedarf stehen in Unternehmen zahlreiche interne oder externe Anwendungen zur Verfügung.

Ich verwende FP Sign tagtäglich für alle möglichen firmeninternen Genehmigungen und finde es *faszinierend*, wie einfach es zu verwenden ist.

Wie ich erwähnt habe, wächst der Markt für E-Signatur-Lösungen sehr schnell. Das ist ein Kuchen, von dem wir ein *gutes* Stück haben und holen wollen – und *kriegen werden!*, denn dieser Markt ist ausgesprochen attraktiv:

Er bietet sehr hohe Bruttomargen *und*  
Möglichkeiten für überzeugende Subskriptions-Modelle,  
die wiederkehrende Umsätze generieren!

Aktuell bieten wir all unseren Kunden  
eine kostenlose 90-tägige Probephase für FP Sign an.  
Diese Probephase endet automatisch ohne weitere Verpflichtungen.

Mit diesem Angebot machen wir es unseren Kunden so leicht wie möglich,  
sich mit FP Sign vertraut zu machen –  
So halten wir die Eintrittsschwelle bewusst niedrig.

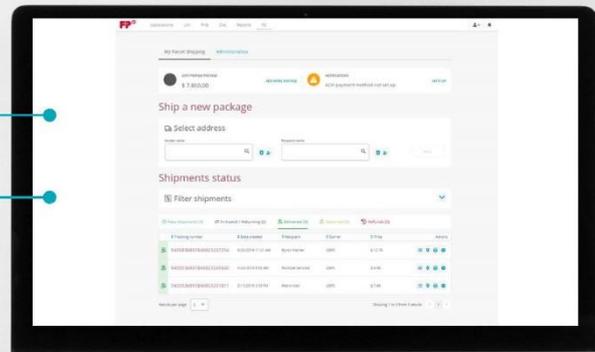
Sobald die Kunden sich entschieden haben,  
FP Sign weiterhin zu verwenden,  
bieten wir ihnen die Standardversion für 20 € pro Anwender *und*  
Monat in Form eines Abonnements von mindestens 12 Monaten an.

Ich möchte Sie einladen,  
sich für FP Sign zu registrieren und unser Produkt zu testen –  
und lassen Sie mich gerne wissen, wie es Ihnen gefällt!

# FP Parcel Shipping



- Single- und Multicarrierlösung
- Wiederkehrende Erlöse



Hauptversammlung 2019 | 28. Mai 2019

FP | 36

Auch auf ein weiteres neues *aufregendes* Digitalprodukt von FP möchte ich Sie hinweisen: Wir nennen es *FP Parcel Shipping*.

Dabei handelt es sich um eine Cloud-basierte Lösung, die im discoverFP-Kundenportal erhältlich ist.

Statt sich also z.B. in den USA entweder bei UPS, Fedex oder USPS überall einzeln zu registrieren und anzumelden, dort überall die passenden Tarife für das jeweilige Produkt herauszusuchen und die Preise zu vergleichen, bieten *wir* – unabhängig von den einzelnen anmeldepflichtigen Anbietern – eine zentrale Anlaufstelle zum schnellen Tarif-Vergleich und zur direkten Buchung.

*Alles aus einer Hand in einem Portal:*

Die Kunden sehen unmittelbar die Unterschiede zwischen den gewählten Anbietern, den Preis, die Lieferzeiten usw.

*Das ist effektiv, das ist einfach – das ist überzeugend!*

Unsere FP-Parcel-Shipping-Lösung wird im US-Markt mit der Wahl zwischen einer Einzel- und einer Multi-Carrier-Lösung eingeführt werden.

Die Preise liegen zwischen 5 und 15 US-Dollar monatlich pro Nutzer.

In Deutschland werden wir unseren Kunden die Einzelanbieterlösung als Teil ihres Teleporto-Vertrages offerieren und mit einer leicht erhöhten Monatsgebühr verbinden.

Die Einführung in Deutschland war ursprünglich für den Sommer 2019 vorgesehen. Durch die Verzögerung von DHL bei der Bereitstellung einer neuen Schnittstellenanbindung wird die Einführung voraussichtlich erst später erfolgen.

Im Verlauf von 2020/21 werden wir den Erfolg der unterschiedlichen Marktmodelle in den Vereinigten Staaten und Deutschland analysieren, und dann eine Entscheidung für den kompletten Roll-Out ab 2020/21 in den verbleibenden Ländern treffen.

FP Parcel Shipping bedeutet eine *attraktiv hohe Marge* – und auch FP Parcel Shipping generiert, erfreulicherweise *wiederkehrende Umsätze*.

Die digitalen Lösungen, die wir anbieten, erfüllen die gleichen Leistungsversprechen, wie unsere Frankiermaschinen – wie überhaupt *alle* FP-Services und FP-Produkte:

*Sie sind sicher, einfach und komfortabel!*

Lassen Sie mich zusammenfassend den Vertriebs- und Marketingweg in die erfolgreiche Zukunft der FP skizzieren:

- Wir vergrößern unser Kerngeschäft Frankierung, indem wir mit offensiven Vertriebsaktivitäten Anteile der installierten Basis unserer Mitbewerber gewinnen;
- die Markteinführung der neuen PostBase Vision, dieser ultimativen Frankiermaschine, bringt unsere Wachstumsinitiative besonders auf dem US-Markt deutlich voran;
- 2019/2020 rollen wir gleich drei! großartige neue FP-Digitalprodukte international aus - discoverFP, FP Sign und FP Parcel-Shipping; Diese digitalen Produkte verbessern deutlich unsere Präsenz bei der bestehenden Kundenbasis!;

- unsere Fähigkeit zum Cross- und Upselling dieser digitalen Produkte wird ein Schlüssel für unser künftiges Wachstum und unsere Profitabilität sein!;
- nach der erfolgreichen JUMP-Implementierung werden der Vertrieb und das Marketing mit einer schlankeren Organisation zentral verwaltet und gesteuert, werden die Kosten sinken!
- wir werden unsere Kommunikation und unser Branding *dynamisch* stärken, FP noch bekannter und führend machen!; wobei wir 2018 einiges bereits erreicht und die wichtigsten Kennziffern zum Teil deutlich verbessern konnten:
  - die Veröffentlichungen in Print und Online wurden gesteigert
  - die Nennung von FP in den Medien gegenüber dem Wettbewerb, erhöht, ebenso die Anzahl unserer Website-Nutzer
  - sowie unsere Präsenz auf Messen und Events.
 Und wir treiben auch 2019 unser klares visuelles Branding weiter voran.

*Meine sehr verehrten Damen und Herren,  
auf wenige Worte gebracht:*

FP hat sich 200.000! Kunden erarbeitet,  
die uns seit Jahren ihr *Vertrauen* schenken!,

Diese 200.000 Kunden sind das *große* Potential,  
dem wir mit bewährten *und* neuen Services,  
Produkten  
und mit überraschenden *digitalen* Lösungen  
überzeugende und sichere Angebote machen.

Mit diesen Kunden und den vielen neuen Kunden,  
die wir noch gewinnen werden,

machen wir die *Geschäfte*,  
mit denen wir erfolgreich- *und ertragreich* in die  
Zukunft der FP gehen!

Vielen Dank.

## **Rüdiger Andreas Günther, Vorstandsvorsitzender der Francotyp-Postalia Holding AG**

Danke, lieber Sven, danke lieber Patricius.

*Meine Damen und Herren,*

wir haben Ihnen unsere Ideen und Vorhaben, unsere Absichten und selbstgesteckten Ziele vorgestellt –

- wir haben keine Angst vor dem Wettbewerb,
- wir sind bei Frankiermaschinen die *Nummer Eins* in Deutschland und Österreich, weltweit sind wir die *Nummer Drei* – und wir sind der einzige Anbieter, der in diesem Kerngeschäft kontinuierlich wächst;
- wir haben auch in den letzten 15 Monaten weitere namhafte und internationale Unternehmen aus dem Bankensektor, der Chemie- und Energiebranche, aus der öffentlichen Verwaltung gewonnen;
- wir machen *kraftvolle* Schritte in die digitale Welt!, in das Internet of Things.

Wie sagte der große Sepp Herberger?:

*»Jedes Spiel hat 90 Minuten.«*

Unser Spiel heißt ACT – und das ist *auf fünf Jahre!*,  
auf 60 Monate angelegt.

**Von diesen sind erst 29 Monate vergangen –  
in den restlichen,  
in den vor uns liegenden 31 Monaten  
werden wir die Ziele von ACT für 2023 erreichen:**

***Wir sind überzeugt***

**von den Potentialen der kommenden Zeiten,**

**wir sind überzeugt vom zunehmendem Wachstum.**

- **Wir haben mit ACT eine konsistente Strategie,**
- **wir sind Technologieführer bei Frankiersystemen  
und bei IoT-Gateways,**
- **wir gewinnen Neukunden und Geschäftschancen im  
boomenden Markt der IoT-Sicherheit,**
- **und durch neue Softwarelösungen wie FP Sign  
und die Möglichkeiten,  
die unser Kundenportal »discover FP« im Web bietet.**

*Deshalb, meine Damen und Herren,  
deshalb halten wir an unserer Guidance für 2020 fest:  
250 Millionen Umsatz bei 17 % EBITDA.*

*Und für 2023:  
400 Millionen Umsatz bei 20% EBITDA,  
Markenbekanntheit und Markenstärke:  
Die neue FP.*

***Wir schaffen die dynamische und starke FP!  
Gehen Sie mit uns!  
Vielen Dank.***