

## PRESSEMITTEILUNG

### **FP: Erstes Halbjahr 2019 im Zeichen von ACT – Umsatzprognose für Gesamtjahr angepasst.**

- FP wächst weiterhin stark im Bereich Software/Digital um 20,6 % auf 8,9 Mio. EUR
- Umsatz im Mail Services-Geschäft um 18,3% auf 26,2 Mio. EUR rückläufig
- Gesamtumsatz erreicht 99,0 Mio. EUR, währungsbereinigt 97,4 Mio. EUR
- EBITDA bereinigt um Währungseffekte und Aufwendungen für das ACT-Projekt JUMP bei 13,1 Mio. EUR
- Bereinigter Free Cashflow bei 4,0 Mio. EUR

**Berlin, 22. August 2019** - Francotyp-Postalia (FP), Experte für sicheres Mail-Business und sichere digitale Kommunikationsprozesse (ISIN DE000FPH9000), erzielte im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2019 auf Basis vorläufiger Zahlen einen Umsatz in Höhe von 99,0 Mio. EUR im Vergleich zu 104,8 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum. Währungsbereinigt lag der Umsatz im ersten Halbjahr 2019 bei 97,4 Mio. EUR. Die rückläufige Umsatzentwicklung wurde insbesondere vom Bereich Mail Services bestimmt, während der Bereich Software/Digital um 20,6 % auf 8,9 Mio. EUR (H1 2018: 7,4 Mio. EUR) zulegen konnte.

Der Umsatz des Produktbereichs Frankieren lag bei 64,0 Mio. EUR gegenüber 65,4 Mio. EUR in den ersten sechs Monaten 2018. Hintergrund ist neben einer Eintrübung der weltweiten Konjunkturaussichten auch eine teilweise Umsatzverschiebung in das zweite Halbjahr infolge des Vertriebsstarts des neuen und innovativen Frankiersystems PostBase Vision. Im Branchenvergleich konnte sich FP in einem schwierigen Marktumfeld dennoch weiter behaupten und seinen weltweiten Marktanteil erneut leicht auf 11,8 % ausbauen.

Der Bereich Software/ Digital entwickelte sich im ersten Halbjahr 2019 mit einem dynamischen Wachstum weiter positiv. Der Umsatz stieg um 20,6 % auf 8,9 Mio. EUR im Vergleich zu 7,4 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum. FP hat in diesem Geschäftsfeld im Zuge der ACT-Strategie das Leistungsspektrum kontinuierlich ausgebaut. Zu der positiven Entwicklung haben insbesondere die Hybrid-Mail Lösungen

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

sowie der IoT-Bereich beigetragen. Damit treibt FP die Transformation vom Frankiermaschinenhersteller hin zu einem Anbieter für sichere digitale Kommunikation weiter voran.

Der margenschwache Bereich Mail Services stand – wie bereits im ersten Quartal 2019 – weiterhin unter dem Einfluss einer ergebnisorientierten Steuerung des Kundenportfolios und einem generellen Rückgang des Briefvolumens. Der Umsatz erreichte im ersten Halbjahr 2019 26,2 Mio. EUR gegenüber 32,0 Mio. EUR im Vorjahresvergleich. Für das zweite Halbjahr 2019 erwartet FP in diesem Bereich durch die vertriebliche Neuausrichtung sowie die Effekte aus der Portoerhöhung der DPAG eine Trendumkehr.

### **Bereinigtes vorläufiges EBITDA erreicht 13,1 Mio. EUR**

Im Berichtszeitraum erwirtschaftete FP auf Basis vorläufiger Berechnungen ein EBITDA in Höhe von 11,6 Mio. EUR im Vergleich zu 12,8 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum. Das Ergebnis wurde in den ersten sechs Monaten 2019 dabei durch das ACT-Projekt JUMP belastet. Die in diesem Zusammenhang stehenden Sonderaufwendungen beliefen sich im Berichtszeitraum auf insgesamt 2,2 Mio. EUR (im Vorjahreszeitraum 0,9 Mio. EUR). Im Zuge der weiteren Umsetzung des Projekts JUMP wurden im ersten Halbjahr 2019 wiederkehrende Einsparungen in Höhe von 0,5 Mio. EUR erzielt. Positiv wirkten im Berichtszeitraum Effekte aus der Anwendung des neuen Standards IFRS 16 „Leasingverhältnisse“ in Höhe von 1,8 Mio. EUR sowie Währungseffekte, insbesondere aus der Entwicklung des EUR zum US-Dollar, in Höhe von insgesamt 0,8 Mio. EUR. Bereinigt um Wechselkurseffekte und die Aufwendungen für das ACT-Projekt JUMP lag das EBITDA im ersten Halbjahr 2019 mit 13,1 Mio. EUR um 4,6 % unter dem um JUMP-Aufwendungen bereinigten EBITDA des Vorjahreszeitraums von 13,7 Mio. EUR (entsprechend 13,4 % EBITDA-Marge nach 13,1 % im Vorjahreszeitraum).

Die Abschreibungen erhöhten sich gegenüber dem ersten Halbjahr des Vorjahres um 2,3 Mio. EUR auf 10,9 Mio. EUR. Ursächlich hierfür waren insbesondere die Erstanwendung von IFRS 16 sowie höhere Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte. Das operative Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) erreichte 0,7 Mio. EUR nach 4,2 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum. Für das erste Halbjahr 2019 ergibt sich damit für FP ein Konzernergebnis in Höhe von 0,6 Mio.

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

EUR im Vergleich zu 3,1 Mio. EUR im Vorjahr. Das Ergebnis je Aktie (EPS) erreichte 0,04 EUR gegenüber 0,20 EUR im ersten Halbjahr 2018.

In den ersten sechs Monaten erzielte das Unternehmen einen Free Cashflow in Höhe von -1,3 Mio. EUR (H1/2018: 0,0 Mio. EUR). Bereinigt um Investitionen in Finance Lease Assets und M&A sowie um Auszahlungen für das ACT-Projekt JUMP erzielte der FP-Konzern einen bereinigten Free Cashflow von 4,0 Mio. EUR gegenüber 3,5 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum.

### **FP passt Umsatzerwartung für das Gesamtjahr 2019 an und bestätigt EBITDA und Free Cashflow Prognose**

Vor dem Hintergrund der konjunkturellen Abschwächung, dem deutlichen Umsatzrückgang im margenschwachen Segment Mail Services, einer teilweisen Umsatzverschiebung im Kerngeschäft Frankieren sowie einer positiven, aber dennoch hinter der Planung liegenden Umsatzentwicklung im Software/Digital-Segment, hat FP seine Umsatzerwartungen für das Gesamtjahr 2019 angepasst.

Demnach erwartet das Unternehmen für das Geschäftsjahr 2019 einen leicht über Vorjahresniveau liegenden Umsatz. Ursprünglich war für 2019 ein stark steigender Umsatz prognostiziert worden. Gleichzeitig bestätigt der FP-Konzern seine Prognose für das EBITDA und erwartet, bereinigt um Aufwendungen für das ACT-Projekt JUMP im Gesamtjahr 2019, weiterhin eine starke Steigerung gegenüber dem Vorjahr.

Zudem bestätigt das Unternehmen die Prognose für den Free Cashflow. Vor dem Hintergrund weiterer Investitionen in ACT sowie in neue Produkte und Dienstleistungen geht FP unverändert für das Gesamtjahr 2019 von einem positiven, deutlich unter Vorjahresniveau liegenden bereinigten Free Cashflow aus.

Rüdiger Andreas Günther, Vorstandsvorsitzender des FP-Konzerns:  
„Mit dem ersten Halbjahr 2019 sind wir nicht zufrieden. Wir fokussieren uns stärker und werden im zweiten Halbjahr 2019 unsere ACT-Strategie weiter konsequent und mit vollem Engagement umsetzen. In den kommenden Monaten erwarten wir uns von neuen innovativen Produkten und Dienstleistungen weitere Impulse. Wir

## PRESSEMITTEILUNG

werden unseren profitablen Wachstumskurs fortsetzen und uns als der relevante Experte für sichere digitale Kommunikation etablieren.“

Die erwartete Entwicklung der finanziellen Leistungsindikatoren für das Geschäftsjahr 2019 steht grundsätzlich unter der Prämisse gleichbleibender Wechselkurse.

### Kennzahlen im Überblick:

in Mio. €	H1 2019	H1 2018	Veränderung (in %)
Umsatz	99,0	104,8	-5,5 %
Materialaufwand	48,9	52,3	-6,6 %
Personalaufwand	30,6	31,0	-1,1 %
Andere Aufwendungen	18,7	17,7	5,7 %
EBITDA	11,6	12,8	-9,3 %
Bereinigtes EBITDA	13,1	13,7	-4,6 %
EBIT	0,7	4,2	-84,1 %
Konzernergebnis	0,6	3,1	-81,9 %
Ergebnis je Aktie (in EUR unverwässert/verwässert)	0,04	0,20	-81,9 %
Free Cashflow	-1,3	0,0	n/a
Bereinigter Free Cashflow	4,0	3,5	13,8 %

### Für Presseanfragen wenden Sie sich bitte an:

Till Gießmann, Leiter Investor Relations  
Tel.: +49 (0)30 220 660 410  
E-Mail: [t.giessmann@francotyp.com](mailto:t.giessmann@francotyp.com)

Karl R. Thiel, VP Corporate Communication  
Tel.: +49 (0)30 220 660 123  
E-Mail: [kr.thiel@francotyp.com](mailto: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 „Software“, „Mail Services“ und „Frankieren/Kuvertieren“, sowohl digitale Lösungen als auch Produkte und Dienstleistungen zur Konsolidierung von Geschäftspost und effizienten Postverarbeitung für Unternehmen und Behörden. Der Konzern erzielte 2018 einen Umsatz von über 200 Mio. EUR. Francotyp-Postalia ist in zehn Ländern mit eigenen Tochtergesellschaften und über ein eigenes Händlernetz in 40 weiteren Ländern vertreten. Aus seiner mehr als 96-jährigen

## PRESSEMITTEILUNG

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](http://www.fp-francotyp.com).