

PRESSEMITTEILUNG

FP mit starkem Wachstum im Softwaregeschäft im ersten Quartal 2019

- **FP zeigt Stärke im Kerngeschäft und wächst im Software-Geschäft um mehr als 22 %**
- **Konzernumsatz erreicht 52,1 Mio. EUR und geht währungsbereinigt leicht zurück auf 51,2 Mio. EUR, bedingt durch Rückgang im Mail Services-Geschäft**
- **Bereinigtes EBITDA beträgt 7,4 Mio. EUR**
- **Bereinigter Free Cashflow erreicht 7,4 Mio. EUR**
- **Prognose für Geschäftsjahr 2019 bestätigt**

Berlin, 16.05.2019 – Francotyp-Postalia (FP), Experte für sicheres Mail-Business und sichere digitale Kommunikationsprozesse, hat heute die Zahlen für das erste Quartal 2019 veröffentlicht. In den ersten drei Monaten 2019 erzielte das Unternehmen einen Umsatz von 52,1 Mio. EUR im Vergleich zu 53,0 Mio. EUR im Vorjahr. Das EBITDA erreichte bereinigt um positive Währungseffekte und Aufwendungen für das Transformationsprojekt JUMP 7,4 Mio. EUR gegenüber dem vergleichbaren Vorjahresniveau von 7,6 Mio. EUR.

Der Umsatz des Produktbereichs Frankieren und Kuvertieren lag bei 33,0 Mio. EUR gegenüber 32,1 Mio. EUR in den ersten drei Monaten 2018. Darin enthalten sind positive Währungseffekte in Höhe von 0,9 Mio. EUR. Während der Wettbewerb im Frankiergeschäft zuletzt weiterhin Rückgänge verzeichnet, zeigt FP Stärke. Insbesondere in den strategisch wichtigen Auslandsmärkten USA und Frankreich war die Entwicklung positiv.

Der Softwarebereich entwickelt sich mit einem zweistelligen Wachstum positiv. Der Umsatz stieg im Auftaktquartal 2019 um 22,7 % auf 4,7 Mio. EUR im Vergleich zu 3,8 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum. FP hat in diesem Geschäftsfeld im Zuge der Wachstumsstrategie ACT das Leistungsspektrum kontinuierlich ausgebaut und profitiert nun davon. Zu dieser positiven Entwicklung haben sowohl die Hybrid-Mail Services als auch die Lösungen für die sichere volldigitale Kommunikation und für das Internet of Things (IoT) beigetragen.

Der margenschwache Bereich Mail Services verzeichnete einen deutlichen Umsatzrückgang um 15,7 % auf 14,4 Mio. EUR bedingt durch die ergebnisorientierte Steuerung des Kundenportfolios und einem generellen Rückgang des Briefvolumens. Die vertriebliche Neuausrichtung, ein neues Management und die für das zweite Halbjahr 2019 erwartete Portoerhöhung werden im zweiten Halbjahr zu einer Trendumkehr führen.

Rüdiger Andreas Günther, Vorstandsvorsitzender des FP-Konzerns, erklärt: „Im ersten Quartal 2019 haben wir unseren Kurs der Transformation konsequent fortgesetzt, mussten dabei aber einige Herausforderungen meistern, zum Beispiel durch die gleichzeitige Umsetzung von JUMP. Der Softwarebereich nimmt Fahrt auf. Hierbei forcieren wir mit Hochdruck den Ausbau unserer digitalen Lösungen, um die geplanten Wachstumsziele für 2019 und 2020 zu erreichen. Im Bereich Mail Services haben wir gehandelt und wollen wieder in die Erfolgsspur zurückkehren.“

Bereinigtes EBITDA leicht unter Vorjahresniveau

Im Auftaktquartal 2019 erzielte FP ein EBITDA in Höhe von 6,9 Mio. EUR im Vergleich zu 7,4 Mio. EUR ein Jahr zuvor. Bereinigt um positive Währungseffekte in Höhe von 0,5 Mio. EUR und Aufwendungen für das Projekt JUMP in Höhe von 0,9 Mio. EUR (Q1 2018: 0,2 Mio. EUR) lag das EBITDA bei 7,4 Mio. EUR und damit leicht unter dem vergleichbaren Vorjahresniveau von 7,6 Mio. EUR. Das entspricht einer bereinigten EBITDA-Marge von 14,5 % (Q1 2018: 14,4 %).

Der positive Einfluss der Erstanwendung des neuen Standards IFRS 16 auf das EBITDA der ersten drei Monate 2019 in Höhe von 1,0 Mio. EUR wurde durch die Abschreibungen der Nutzungsrechte in Höhe von 0,9 Mio. EUR nahezu ausgeglichen. Der Effekt von IFRS 16 auf das Konzernergebnis war unwesentlich. Die Konzernbilanz zum 31. März 2019 verlängerte sich durch die Erstanwendung von IFRS 16 um 12,5 Mio. Euro, in erster Linie durch die Aktivierung der Nutzungsrechte in Verbindung mit einer Erhöhung der Finanzverbindlichkeiten. Die Nettoverschuldung des FP-Konzerns erhöhte sich zum 31. März 2019, primär aufgrund IFRS 16, auf 27,9 Mio. Euro im Vergleich zu 18,1 Mio. Euro zum Ende des Geschäftsjahres 2018.

Insgesamt erhöhten sich die Abschreibungen und Wertminderungen im ersten Quartal 2019 um 1,3 Mio. Euro auf 5,6 Mio. Euro, auch

aufgrund eines Anstiegs der Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte. Damit summierte sich das operative Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) auf 1,3 Mio. EUR nach 3,2 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum. Das Konzernergebnis des ersten Quartals 2019 blieb mit 1,2 Mio. EUR im Vergleich zu 2,2 Mio. EUR deutlich unter dem Niveau des Vorjahresquartals. Das Ergebnis je Aktie (EPS) erreichte 8 Cent gegenüber 14 Cent im ersten Quartal 2018.

In den ersten drei Monaten erzielte das Unternehmen einen Free Cashflow in Höhe von 2,9 Mio. EUR (Q1/2018: 2,6 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 Free Cashflow von 7,4 Mio. EUR gegenüber 3,4 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum. Dies belegt die starke Kraft des FP-Geschäftsmodells zur operativen Cash-Generierung.

Günther erklärt: „Mit dem ersten Quartal 2019 sind wir nur teilweise zufrieden. Wir sind mit unserer Wachstumsstrategie ACT auf dem richtigen Weg. Das zeigen die Erfolge im Kerngeschäft und im Softwarebereich. Insbesondere der Mail Services Bereich muss jedoch in den nächsten Quartalen noch zulegen. Zugleich setzen wir das Projekt JUMP weiter konsequent um, um unsere gesamte Organisation fit zu machen für den profitablen Wachstumskurs der nächsten Jahre. Eine solche Transformation erfordert Zeit, aber ich bin mir sicher, dass sich die Anstrengungen in den nächsten Quartalen auszahlen werden.“

Das Unternehmen bestätigt seine Prognose für das Geschäftsjahr 2019. Nach einem uneinheitlichen Start rechnet das Unternehmen insbesondere im zweiten Halbjahr mit einem starken Umsatz- und Ergebniswachstum. Für das Geschäftsjahr 2019 erwartet der FP-Konzern einen stark steigenden Umsatz. Das Unternehmen geht hierbei von einer positiven Entwicklung in allen drei Produktbereichen im zweiten Halbjahr aus. Bereinigt um Aufwendungen für das ACT-Projekt JUMP erwartet das Unternehmen auch beim EBITDA eine starke Steigerung gegenüber dem Vorjahr.

Für das wichtige ACT-Projekt JUMP sind für 2019 Aufwendungen im niedrigen einstelligen Millionenbereich geplant. Zugleich rechnet das Unternehmen für 2019 mit weiteren positiven Effekten aus JUMP. Im Hinblick auf nochmals auf Vorjahresniveau erwartete hohe Investitionen in ACT und neue Produkte rechnet der FP-Konzern für das Geschäftsjahr 2019 mit einem um Investitionen in Finance Lease Assets, M&A sowie um Auszahlungen für das ACT-Projekt JUMP

bereinigten positiven, deutlich unter Vorjahresniveau liegenden Free Cashflow.

Die erwartete Entwicklung der finanziellen Leistungsindikatoren für das Geschäftsjahr 2019 steht grundsätzlich unter der Prämisse gleichbleibender Wechselkurse. Für das Geschäftsjahr 2020 liegt die Zielmarke weiterhin bei einem Umsatz von 250 Mio. EUR und einer EBITDA-Marge von 17 %.

Kennzahlen im Überblick:

in Mio. €	Q1 2019	Q1 2018	Veränderung
Umsatz	52,1	53,0	-1,7 %
Materialaufwand	25,3	26,7	-5,3 %
Personalaufwand	15,7	14,9	5,6 %
Andere Aufwendungen	8,9	8,6	2,8 %
EBITDA	6,9	7,4	-6,7 %
Bereinigtes EBITDA	7,4	7,6	2,6 %
EBIT	1,4	3,2	-57,5 %
Konzernergebnis	1,2	2,2	-44,8 %
Ergebnis je Aktie (in € unverwässert)	0,08	0,14	-44,7 %
Ergebnis je Aktie (in € verwässert)	0,08	0,14	-44,7 %
Free Cashflow	2,9	2,6	12,7 %
Bereinigter Free Cashflow	7,4	3,4	116,1 %

Für Presseanfragen wenden Sie sich bitte an:

Maik Laske, Treasury/M&A, Investor Relations

Tel.: +49 (0)30 220 660 296

E-Mail: ir@francotyp.com

Karl R. Thiel, VP Corporate Communication

Tel.: +49 (0)30 220 660 123

E-Mail: kr.thiel@francotyp.com

Folgen Sie uns auf Social Media:

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

Über Francotyp-Postalia:

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. Euro. Francotyp-Postalia ist in zehn Ländern mit eigenen Tochtergesellschaften und über ein eigenes Händlernetz in 40 weiteren Ländern vertreten. Aus seiner mehr als 95jährigen Unternehmensgeschichte heraus verfügt FP über eine einzigartige DNA in den Bereichen Aktorik, Sensorik, Kryptografie und Konnektivität. Bei Frankiersystemen hat FP einen weltweiten Marktanteil von mehr als elf Prozent.

Weitere Informationen finden Sie unter www.fp-francotyp.com.