

Neopost gibt Ergebnisse des Geschäftsjahres 2007 bekannt

2007: Ein Übergangsjahr

- Umsatzsteigerung von 2,4 Prozent bei konstanten Wechselkursen in 2007
- Leichte Verbesserung der operativen Marge* auf 26,1 Prozent der Umsätze (2006: 26,0 Prozent)
- Dividendenerhöhung auf 3,65 Euro pro Aktie (2006: 3,30 Euro) vorgeschlagen

Intensive Vorbereitungen für die Zukunft

- Große Anzahl von Übernahmen, beschleunigte Optimierung der Unternehmensstruktur und bedeutende Produkteinführung

Paris / Olching – Neopost, der europaweit führende und weltweit zweitgrößte Anbieter von Postbearbeitungslösungen, gibt für 2007 eine leichte Verbesserung der operativen Marge auf 26,1 Prozent (2006: 26,0 Prozent) bekannt.

In absoluten Zahlen blieb das laufende operative Ergebnis mit 237,1 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahreszeitraum 2006 nahezu unverändert (minus 0,7 Prozent). Der Jahresüberschuss ging 2007 im Vergleich zum Vorjahr um 13,7 Prozent auf 135,7 Mio. Euro zurück. Bereinigt um Rückstellungen, die zur Optimierung der Unternehmensstruktur gebildet wurden, fiel der Jahresüberschuss mit 148,4 Mio. Euro um 5,7 Prozent geringer aus als in 2006.

* laufende operative Marge = laufender operativer Gewinn/Umsatz

Ausgewiesenes Ergebnis					
In Millionen Euro	2006	2007	Veränderungen 2007/2006	2007 ohne Rück- stellungen	Veränderungen 2007/2006
Umsatz	918,5	907,1	-1,3% ¹	907,1	-1,3% ¹
EBITDA Prozent v. Umsatz	296,8 32,3%	302,6 33,4%	+1,9%	302,6 33,4%	+1,9%
Laufendes operatives Ergebnis Prozent v. Umsatz	238,8 26,0%	237,1 26,1%	-0,7%	237,1 26,1%	-0,7%
<i>Rückstellungen für strukturelle Optimierungen</i>	-	(20,5)	-	-	-
Jahresüberschuss Prozent v. Umsatz	157,3 17,1%	135,7 15,0%	-13,7%	148,4 16,4%	-5,7%
Gewinn je Aktie einschließlich aller Umtauschrechte ²	4,91	4,28	-12,8%	4,68	-4,7%

⁽¹⁾ +2,4 Prozent bei konstanten Wechselkursen

⁽²⁾ In Euro

Denis Thiery, Managing Director von Neopost, zu dem Ergebnis: "Wir konnten die operative Marge leicht verbessern, obwohl das Umsatzwachstum im Jahr 2007 niedriger war als ursprünglich erwartet. Deutlich zeigt sich hier die Stärke und Leistungsfähigkeit des Geschäftsmodells von Neopost. Wir haben außerdem beschlossen, den Plan zur Optimierung der Unternehmensstruktur zu forcieren, um die Effizienz noch weiter zu verbessern. Ziel dieses Plans ist es, Produktivitätsgewinne schneller zu realisieren und gleichzeitig die Kundenzufriedenheit zu stärken."

2007: Ein Übergangsjahr

Während 2006 ein Rekordjahr für das Umsatzwachstum war, bildete 2007 ein Übergangsjahr. Der Umsatz stieg bei konstanten Wechselkursen um 2,4 Prozent auf 907,1 Mio. Euro.

In Nordamerika blieben die Umsätze währungsbereinigt unverändert – trotz verschärfter Marktbedingungen in den USA

in der zweiten Jahreshälfte und einer besonders hohen Vergleichsbasis nach Ablauf zweier Dezertifizierungsfristen in den USA und Kanada im Jahr 2006.

In Frankreich konnte mit einer Wachstumsrate von 1,2 Prozent eine solide Leistung erzielt werden.

In Großbritannien sank der Umsatz währungsbereinigt leicht um 2,9 Prozent. Ein durchaus beachtliches Ergebnis, da der Umsatz im Jahr 2006 durch die Umstellung auf das neue Portotarifsystem ('pricing in proportion') auf einem außergewöhnlich hohen Niveau lag.

In Deutschland stieg der Umsatz im Jahresvergleich um 12,7 Prozent. Zu diesem starken Wachstum hat Neoposts Marktdynamik beigetragen, und – in geringerem Maße – auch die Übernahme eines Großhändlers.

Auf den übrigen Weltmärkten verbuchte die Unternehmensgruppe währungsbereinigt ein Wachstum von 18,8 Prozent. Ausschlaggebend hierfür waren zahlreiche Exporterfolge, gute Ergebnisse verschiedener europäischer Tochterunternehmen und die Konsolidierung der 2007 akquirierten Großhändler.

Insgesamt blieben die Umsätze im Geschäftsbereich Mailing Systems währungsbereinigt so gut wie unverändert (minus 0,3 Prozent), während der Geschäftsbereich Document and Logistics Systems um 10,6 Prozent gewachsen ist. Bezogen auf den Gesamtumsatz 2007 entfielen 73 Prozent auf den Bereich Mailing Systems und 27 Prozent auf den Bereich Document and Logistics Systems.

Nach der exzellenten Ertragslage in den USA und Großbritannien im Jahr 2006 sank der Geräteabsatz währungsbe-

reinigt um 6,6 Prozent. Die wiederkehrenden Erlöse (Finanzdienstleistungen, Verkauf von Zubehör und Wartungsdienstleistungen) dagegen stiegen um 8,4 Prozent. Sie machten 63 Prozent der Umsätze aus, während der Geräteverkauf 37 Prozent des Umsatzes betrug.

Anhaltende Verbesserung der Marktabdeckung

Eine beträchtliche Anzahl an Großhändlern wurde im Jahr 2007 gekauft.

In Europa übernahm Neopost zwei Großhändler aus der Schweiz mit Sitzen in Zürich und Genf.

Der Konzern erwarb außerdem einen Großhändler in Norddeutschland sowie zwei kleinere Großhändler in Italien.

Durch die Übernahme von Großhändlern in Kalifornien, Colorado, Florida, Maryland und Wisconsin konnte das Unternehmen seine Marktabdeckung in den Vereinigten Staaten von Amerika weiter verbessern, obwohl Standorte in Alabama, Minnesota, Nevada und Pennsylvania aufgegeben wurden. Im Endeffekt konnte der US-amerikanische Markt Ende Januar 2008 zu 56 Prozent über eine einheitliche Vertriebsorganisation bedient werden – ein Jahr zuvor waren es noch 40 Prozent. Ende 2004 gab es keine Abdeckung über eine einheitliche Organisation. 44 Prozent der installierten Basis des amerikanischen Marktes wurden zum 31. Januar 2008 durch den Direktvertrieb abgedeckt. Ende 2004 waren es noch 31 Prozent.

Verbesserte Produkte und Dienstleistungen

Durch gezielte Zukäufe hat der Konzern seine Produktpalette und seine Software-Lösungen weiter ausgebaut.

Wie kürzlich bekannt gegeben, hat Neopost im Februar 2007 das französische Unternehmen ValiPost übernommen, das sich auf Software-Lösungen für die Postbearbeitung spezialisiert hat. Im Jahr 2007 erzielte ValiPost einen Umsatz von mehr als 3 Mio. Euro.

Neopost hat außerdem im März 2008 die Übernahme der britischen PFE, einem weltweit führenden Hersteller von Kuvertiersystemen, abgeschlossen. Dies war die größte Übernahme von Neopost seit 2002. Die Produkte von PFE und Neopost ergänzen sich, da sich PFE im Vergleich zu Neopost auf Segmente mit höherer Verarbeitungskapazität konzentriert. Die von Neopost erworbenen Geschäftseinheiten der PFE erwirtschafteten im Jahr 2007 Umsätze von über 26 Mio. britischen Pfund. PFE wird in die Konzernrechnungslegung ab März einbezogen.

Neopost hat darüber hinaus die strategische Entscheidung getroffen, in die RFID-Technologie zu investieren. Zuletzt erwarb Neopost die übrigen 76 Prozent der Anteile an NBG ID, die sich noch nicht in ihrem Besitz befanden. NBG ID hat sich auf die Integration der RFID-Technologie im Logistikbereich spezialisiert und verfügt über ein viel versprechendes Geschäft im Bereich der Paletten und Sendungsverfolgung. Dazu gehören insbesondere ein Großauftrag von Metro/DHL und Pilotanwendungen bei Mory und Kuehne & Nagel. Neopost glaubt, dass sich die RFID-Technologie auf das Paketgeschäft und langfristig auf den gesamten Postsektor ausweiten wird.

Bedeutende Produkteinführung

April 2008 brachte Neopost eine neue Produktreihe von Frankiermaschinen auf den Markt. Diese zielt auf das mittlere Marktsegment ab, das 50 Prozent der weltweit installierten Basis von Frankiermaschinen ausmacht. Dies ist für Neopost die wichtigste Produkteinführung seit 2004.

Die neue Produktreihe bietet signifikante Vorteile in Bezug auf die Konnektivität und Software. Sie bietet umfassendes Zubehör einschließlich dynamischer Waagen, die zuvor in diesem Segment nicht erhältlich waren. Darüber hinaus wurde bei der neuen Produktreihe ein besonderer Wert auf Ergonomie und eine einfache Benutzerführung gelegt. Die neue Produktreihe bietet Neopost einen echten Wettbewerbsvorteil und sollte dazu beitragen, den Umsatz pro Kunden zu steigern.

Leichte Verbesserungen der laufenden operativen Marge

Neopost hat die laufende operative Marge auf 26,1 Prozent des Umsatzes gesteigert. Das sind 0,1 Punkt mehr als im Jahr 2006 (26,0 Prozent). In absoluten Zahlen beliefen sich die laufenden operativen Einnahmen auf 237,1 Mio. Euro und haben sich damit im Vergleich zum Vorjahresergebnis von 238,8 Mio. Euro kaum verändert.

Der Anstieg im laufenden operativen Ergebnis reflektiert vor allem:

- Einen steigenden Anteil wiederkehrender Erlöse
- Verbesserte Produktivität
- Und die Kontrolle von Währungseinflüssen Euro/US-Dollar und Euro/Britische Pfund

Beschleunigte Optimierung der Unternehmensstruktur

Neopost hat beschlossen, mehrere Programme zu forcieren, die auf Verbesserungen der Organisation von Forschung und Entwicklung, der Lieferkette sowie des Vertriebs abzielen.

Technologische Entwicklungen und neueste Akquisitionen im Bereich Software haben Neopost veranlasst, eine Anzahl seiner F&E-Zentren zusammen zu führen, um deren Effizienz zu steigern.

Mit Blick auf die Lieferkette wird Neopost seine Prozesse durch zwei Logistik-Plattformen – eine in Europa, eine zweite in den Vereinigten Staaten von Amerika –, dem systematischen Direktversand und der Rationalisierung der Geräteinstandsetzung verbessern.

In den Vereinigten Staaten von Amerika hat Neopost in den letzten Jahren große Anstrengungen unternommen, den Vertrieb zu optimieren – insbesondere, indem der Anteil des Direktvertriebs erhöht und der Wettbewerb zwischen den Vertriebsorganisationen von Hasler und Neopost abgebaut werden konnte. Darüber hinaus strebt das Unternehmen nun an, so schnell wie möglich auf gemeinsame IT-Plattformen zu migrieren, um die Produktivität und die Zufriedenheit der Kunden zu steigern. Das betrifft insbesondere das ERP-System (Oracle) und die Systemrücksetzung der Frankiermaschinen.

Für diese Optimierungsprogramme wurden in der Bilanz zum 31. Januar 2008 20,5 Mio. Euro zurückgestellt. Nach Steuern reduziert sich der Einfluss auf den Jahresüberschuss auf 12,7 Mio. Euro. Diese Rückstellungen werden hauptsächlich den Kassenbestand belasten. Sind diese Pro-

gramme umgesetzt, können sie bis 2010 eine jährliche Kosteneinsparung von über 6 bis 7 Mio. Euro bewirken.

Rückgang des Jahresüberschusses

Wie erwartet stiegen die Finanzausgaben von 18,8 Mio. Euro in 2006 auf 28,8 Mio. Euro im Jahr 2007. Höhere Zinsen und Nettoverbindlichkeiten sowie Wechselkursverluste in Höhe von 2,2 Mio. Euro waren hierfür ausschlaggebend. Im Jahr 2006 konnte noch ein Wechselkursgewinn von 1,4 Mio. Euro erzielt werden.

Der Durchschnittssteuersatz sank leicht von 29,3 Prozent im Jahr 2006 auf 28,6 Prozent im Jahr 2007.

Der Jahresüberschuss betrug im Jahr 2007 135,7 Mio. Euro, was im Vergleich zum Vorjahr einem Rückgang um 13,7 Prozent entspricht. Ohne die im Zuge der Optimierung der Unternehmensstruktur veranlassten Rückstellungen sank der Jahresüberschuss um 5,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr auf 148,4 Mio. Euro. Der Gewinn je Aktie einschließlich aller Umtauschrechte sank ohne Berücksichtigung der Rückstellungen dagegen nur um 4,7 Prozent aufgrund von Anteilsrückkäufen in dem betrachteten Zeitraum.

Cash-Flow und Finanzlage

Im Jahr 2007 konnte ein guter Cash-Flow erwirtschaftet werden. Dadurch konnte Neopost in die Ausweitung seines Leasinggeschäftes investieren, den Zukauf von Großhändlern finanzieren sowie die Dividendenausschüttung für das Jahr 2006 in Höhe von 102,6 Mio. Euro und Aktienrückkäufe in einem Wert von 67 Mio. Euro realisieren.

Das Unternehmen schloss das Jahr 2007 mit Nettoverbindlichkeiten in Höhe von 445,8 Mio. Euro und einem Verschuldungsgrad von 90 Prozent. Dieser Verschuldungsgrad fällt mit Blick auf den Umfang des Leasing- und Finanzierungsgeschäfts noch äußerst gering aus. Die Zinsdeckung (Zinsen/EBITDA*) beträgt 10,5 und die Verschuldungsgrenze (Nettoverbindlichkeiten/EBITDA) 1,5.

Deutliche Dividendenerhöhung

Der Vorstand hat beschlossen, der nächsten Jahreshauptversammlung den Vorschlag zu unterbreiten, eine ordentliche Dividende in Höhe von 3,65 Euro pro Aktie für das Jahr 2007 auszuschütten. Dies entspricht einer Erhöhung von 10,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr 2006 (3,30 Euro pro Aktie).

Diese Dividendenzahlung von 3,65 Euro pro Aktie entspricht einer Gesamtausschüttung von 113 Mio. Euro und einer Kapitalrendite von mehr als 5 Prozent auf den Ausgabepreis vom 31. Januar 2008. Ohne Berücksichtigung des Liquidationsabkommens hat das Unternehmen zwischen dem 1. Februar 2007 und dem 31. Januar 2008 724.364 eigene Anteile beziehungsweise 2,3 Prozent des ausgegeben Kapitals für insgesamt 67 Mio. Euro zurückgekauft. Auf der Aufsichtsratssitzung vom 1. April 2008 wurden diese Anteile eingezogen.

Gemäß Konzernpolitik wird Neopost auch im Jahr 2008 weitere Aktien im Umfang von mindestens 2 Prozent seines Aktienkapitals zurückkaufen.

* EBITDA (302,5 Mio. Euro) ist die Summe aus den operativen Einnahmen (237,1 Mio. Euro), den Abschreibungen auf Sachanlagen (47,2 Mio. Euro) und den immateriellen Vermögensgegenständen (18,2 Mio. Euro).

Auswirkungen der PFE-Konsolidierung

Wäre die PFE-Konsolidierung 2007 in 11 Monaten abgeschlossen worden anstatt in 2008, hätte die laufende operative Marge 25,2 Prozent des Umsatzes betragen.

Erfolgversprechende Aussichten

Neopost wird auch in 2008 weiterhin von günstigen Faktoren profitieren wie etwa der Dezertifizierung aller nicht-digitalen Frankiersysteme in den USA sowie Veränderungen der Portotarife in den Hauptmärkten des Unternehmens. Trotz schwächerer Wirtschaftsbedingungen in den USA sollte der Konzern damit in der Lage sein, den Umsatz im Jahr 2008 um mindestens 3 Prozent zu steigern – bereinigt um Wechselkurseinflüsse und die Übernahme von PFE.

PFE sollte Neopost eine zusätzliche Wachstumssteigerung von 3 Prozentpunkten auf Basis konstanter Wechselkurse bringen.

Verglichen mit den 25,2 Prozent, die der Konzern bei Konsolidierung von PFE über 11 Monate im Jahr 2007 erreicht hätte, hat sich Neopost zum Ziel gesetzt, bei der laufenden operativen Marge 50 Basispunkte zu erreichen.

Über das Jahr 2008 hinaus rechnet Neopost mit günstigen Marktbedingungen, insbesondere dank der anhaltenden technologischen Entwicklungen und der Deregulierung im europäischen Postsektor. Das Geschäftsmodell von Neopost wird auch weiterhin Früchte tragen, sowohl bezüglich des Umsatzwachstums als auch bezüglich der Produktivitätsverbesserung.

Angesichts dieser Faktoren, die Synergien aus der PFE-Integration und die Beschleunigung der Optimierungspläne, sollte das Unternehmen in der Lage sein, seine laufende operative Marge über 26 Prozent hinaus zu verbessern.

Abschließend fasste Denis Thiery zusammen: "Wir haben eine große Zuversicht in die Wachstumsaussichten von Neopost für 2008 und die darauf folgenden Jahre. Um diese Zuversicht zu unterstreichen, haben wir beschlossen, die Dividende für 2007 beträchtlich zu erhöhen. Sie wird im Juli 2008 ausgezahlt."

Zeitplan

Die Umsatzzahlen für das erste Quartal 2008 werden am 3. Juni 2008 nach Börsenschluss veröffentlicht.

- / -

Zur weiteren Kenntnis der Redaktion

Neopost – Company Background (Kurzfassung)

Neopost ist Europas führender und weltweit zweitgrößter Anbieter von Postbearbeitungssystemen. Der Konzern hat Niederlassungen in 14 Ländern und beschäftigt mehr als 5.000 Mitarbeiter. 2007 erzielte Neopost einen Umsatz von 907,1 Mio. Euro. Produkte und Dienstleistungen verkauft Neopost in über 90 Ländern. Die Gruppe ist mittlerweile ein Schlüsselakteur auf den Märkten für Poststellenausstattung und logistische Lösungskonzepte.

Neopost bietet die fortschrittlichsten Lösungskonzepte für Frankiermaschinen, performante Kuvertiersysteme, Posteingangssysteme, Logistik-Management, Adressierung und Sendungsverfolgung. Zum Portfolio gehört außerdem eine breite Palette von Dienstleistungen wie etwa Beratung, Wartung und Finanzierungslösungen.

Neopost ist auf der Eurolist von Euronext Paris im A Segment gelistet. Die Marktkapitalisierung beträgt 2 Milliarden Euro.

In Deutschland agiert Neopost über die 100-prozentige Tochtergesellschaft Neopost GmbH & Co. KG mit Sitz in Olching bei München.

- / -

Geschäftsjahr 2007 – Konzern Gewinn- und Verlustrechnung

In Mio. Euro	Ausgewiesen					
	2007 (zum 31.01.2008)		Ohne Berücksichtigung der Rückstellungen für die Struktur- optimierung (zum 31. Januar 2008)		2006 (zum 31.01.2007)	
Umsatzerlöse	907,1	100,0%	907,1	100,0%	918,5	100,0%
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	(199,3)	(22,0)%	(199,3)	(22,0)%	(212,5)	(23,1)%
Bruttoergebnis	707,8	78,0%	707,8	78,0%	706,0	76,9%
F&E-Kosten	(48,3)	(5,3)%	(48,3)	(5,3)%	(42,1)	(4,6)%
Vertriebs- und Marketingkosten	(216,8)	(23,9)%	(216,8)	(23,9)%	(229,8)	(25,0)%
Verwaltungskosten	(122,3)	(13,5)%	(122,3)	(13,5)%	(120,7)	(13,1)%
Service- und weitere operative Kosten	(72,7)	(8,0)%	(72,7)	(8,0)%	(67,5)	(7,4)%
Mitarbeiter-Gewinnbeteiligungen	(10,6)	(1,2)%	(10,6)	(1,2)%	(7,1)	(0,8)%
Laufendes operatives Ergebnis	237,1	26,1%	237,1	26,1%	238,8	26,0%
Veräußerungserlöse und Sonstiges	1,4	0,2%	1,4	0,2%	1,5	0,1%
Rückstellungen für Optimierungen	(20,5)	(2,3)%	-	-	-	-
Operatives Ergebnis vor Finanzergebnis	218,0	24,0%	238,5	26,3%	240,3	26,1%
Finanzergebnis	(28,8)	(3,2)%	(28,8)	(3,2)%	(18,8)	(2,0)%
Jahresüberschuss vor Steuern	189,2	20,8%	209,7	23,1%	221,5	24,1%
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	(54,0)	(5,8)%	(61,8)	(6,8)%	(64,8)	(7,1)%
Ergebnisse assoziierter Unternehmen	0,5	0,1%	0,5	0,1%	0,6	0,1%
Minderheitsbeteiligungen	-	-	-	-	-	-
Konzernüberschuss	135,7	15,0%	148,4	16,4%	157,3	17,1%

Geschäftsjahr 2007 – Zusammengefasste Konzernbilanz

Aktiva (in Mio. Euro)	Zum 31. Januar 2008	Zum 31. Januar 2007
Goodwill	575,0	529,5
Immaterielle Vermögenswerte	47,3	52,8
Sachanlagen	134,6	144,0
Finanzanlagen	13,8	15,2
Sonstige Vermögenswerte des Anlagevermögens	5,4	3,8
Forderungen aus Leasinggeschäften	425,3	398,7
Aktiv latente Steuern	44,5	44,3
Vorräte	43,3	50,1
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	156,9	142,8
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	149,6	157,8
Sonstige Vermögenswerte	72,0	48,7
Summe Aktiva	1.667,7	1.587,7

Passiva (in Mio. Euro)	Zum 31. Januar 2008	Zum 31. Januar 2007
Eigenkapital	492,7	537,1
Rückstellungen	42,1	40,3
Langfristige Verbindlichkeiten	284,8	312,1
Kurzfristige Verbindlichkeiten	310,6	184,1
Passiv latente Steuern	25,9	22,7
passive Rechnungsabgrenzungsposten	167,0	156,6
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	344,6	334,8
Summe Passiva	1.667,7	1.587,7

Ihre Gesprächspartnerin:

- Frauke Artz, Leiterin Marketing Kommunikation
Neopost GmbH & Co. KG
Roggensteiner Str. 15-19, 82140 Olching b. München
Telefon: 08142/179-310, Telefax: 08142/179-309
E-Mail: frauke.artz@neopost.de
Internet: www.neopost.de

Ihr Partner Public Relations:

- Ralf Wallbruch
Geschäftsführender Gesellschafter
giw Gesellschaft für Informationen
aus der und für die Wirtschaft mbH
Holunderweg 84, 45133 Essen-Bredeney
Telefon: 0201/877 867-0, Telefax: 0201/877 867-57
E-Mail: rw@giw.de, Internet: www.giw.de