

”InterMail har en stark position inom **digital och postbaserad marknadskommunikation** – och vi jobbar för att stärka den ytterligare”





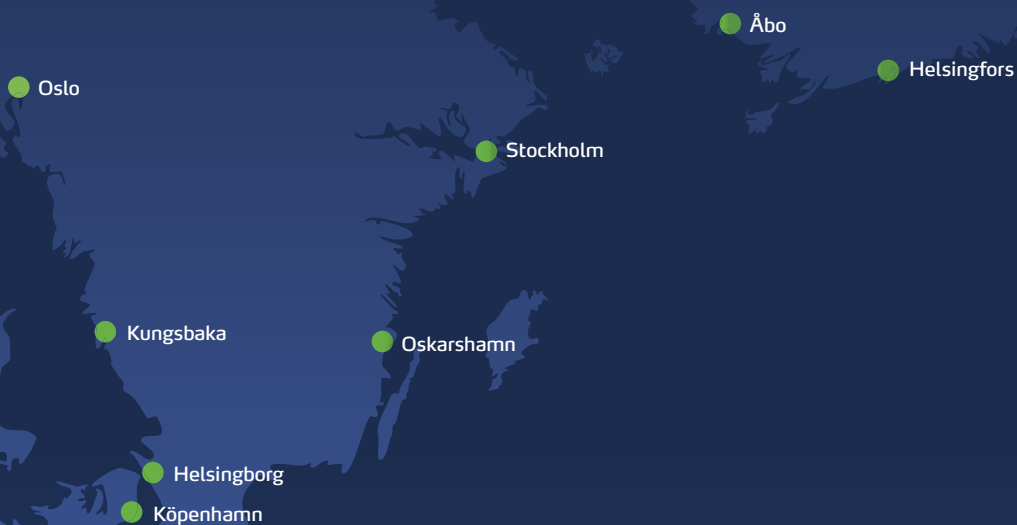
KOMMUNIKATION

InterMail är genom dotterbolaget StroedeRalton en av de största leverantörerna av fulfillment-services, e-posthantering och IT-baserade lojalitetssystem i Norden. Kommunikationsavdelningen hjälper kunder att optimera och automatisera deras direkta marknadskommunikation på tvärs över distributionskanaler. Lojalitetslösningen Relation Plus och faktura- och dokumenthanteringssystemet LET är avdelningens viktigaste tillväxtområden.



KUVERT

InterMail kuvertdivision är den näst största aktören på den nordiska marknaden inom kuvertproduktion och kuverttryckeri. Kuvertavdelningen producerar ca 1,25 miljarder kuvert om året. Produktionen sker i Oskarshamn (Sverige) och Åbo (Finland). Förpackningsprogrammet SkanPack, som erbjuder hundratals produkter och skräddarsydda lösningar för förpackning av alla typer av försändelser och e-handel, är avdelningens viktigaste tillväxtområde.



”InterMails vision är att vara ett nordiskt, kundfokuserat kommunikationsföretag som erbjuder lösningar som gör det möjligt för våra kunder att optimera sin kundorienterade kommunikation med hjälp av InterMails starka teknologiplattform och rätt råd från InterMails professionella och serviceinriktade personal.»

TILL AKTIEÄGARNA

I början av detta räkenskapsår visste vi att det skulle bli ett hektiskt år med många förändringar. Och när vi ser tillbaka på det gångna året framgår det att organisationen har anpassats inom en mängd olika områden så att InterMail nu är mer av ett försäljnings- och marknadsorienterat företag.

Vi har fått många positiva erfarenheter men också det motsatta. Framför allt var vårt beslut att säga upp anställningen av företagets VD en negativ upplevelse. Jag har tillfälligt tagit ansvar, som bolagets verkställande direktör, för att se till att sunt förnuft, hårt arbete och tillförlitlighet för alla investerare är grunden InterMail bygger sin framtid på.

Den avgörande insatsen under 2012/13 har varit sismarens refinansieringsavtal med företagets banker och tillskott av nytt konvertibelt kapital samt de anpassningar som behövs för att skapa grunden för en ny framtid för InterMail. En ny start.

Prestandamässigt lever vi inte upp till våra förväntningar. En omsättning på 483,0 miljoner DKK är i linje med förväntningarna men en rörelseförlust på 9,9 miljoner DKK är långt ifrån våra ursprungliga förväntningar på en liten vinst och de många särskilda posterna försämrar resultatet men är en del av grunden för bankavtalet och kapitaltillskottet.

Än en gång påminns vi om att det behövs en stark affärsmodell på en marknad med ihållande prispress. Och vi måste också inse att det tar tid att vända en negativ utveckling.

I början av räkenskapsåret 2012/2013 ställde vi upp två ambitiösa mål:

- Kapitalbasen skulle stärkas.
- Organisationen bör strömlinjeformas ur strategin "One InterMail": alla produkter för alla kunder på alla nordiska marknader.

Förstärkningen av kapitalbasen var en absolut förutsättning för företagets och vår strategi kring One InterMail och därför är det också en viktig milstolpe som vi nådde

i augusti 2013 med det aviserade kapitaltillskottet på 20,4 miljoner DKK i förlagslån. På så sätt visade också investerare sitt stöd för den strategiska inriktningen och samtidigt fick vi ett attraktivt kreditavtal med våra banker.

Vi håller på att utveckla potentialen i ökad försäljnings- och marknadsorientering. Vi måste öka tempot därför att vi, som det framgår av beskrivningarna under Kommunikation och Kuvert, fortfarande har att göra med marknader som kännetecknas av prispress och förändrat kundbeteende. Vi har lyft räntabiliteten väsentligt i vår kommunikationsavdelning medan resultatet i kuvertavdelningen inte är tillfredsställande.

I vår strävan efter att strömlinjeforma och integrera företaget under ett varumärke – One InterMail – ser vi att processen redan pågår. Vi har uppfyllt våra interna mål för det senaste halvåret men vi är inte i mål. Vi har i framför allt 3:e och 4:e kvartalet gjort många organisations- och kapacitetsanpassningar.

Under 2012/13 etablerade InterMail ett dotterbolag i Norge för att på lång sikt bearbeta den norska kommunikationsmarknaden. Norge är ett av de länder i världen som spenderar flest annonspengar pr. invånare och det bedöms finnas bra möjligheter för att ta marknadsandelar. Samarbetet med Jansson & Bjelke AS i kuvertavdelningen fortsätter oförändrad.

Vi har just genomfört en kundanalys inom alla våra företag och produkter. Analysen visar tydligt att kunderna i InterMail är lojala och nöjda med samarbetet och våra produkter. Det är en mycket viktig grund för det pågående räkenskapsåret 2013/14 där en av de viktigaste målen är att stärka räntabiliteten på en fortsatt utmanande marknad och säkerställa en stark daglig ledning som kan gå i spetsen för företaget under de kommande åren.

Johannes Madsen-Mygdal
VD

Inter  Mail

SÄKER HANTERING AV MILJONER EUROBONUS-MEDLEMMAR

SAS har valt att samarbeta med InterMails dotterbolag StroedeRalton på grund av engagemang, övertygande kompetenser och erfarenhet. StroedeRalton tackar för förtroendet och hjälper SAS att förbereda sig för miljontals nya medlemmar i Eurobonus.

SAS' EuroBonus-medlemmar är flygbolagets mest lojala kunder och EuroBonus bidrar väsentligt till att medlemmarna väljer SAS. Som en stark inkomst-driver är EuroBonus-programmet därför också en hög prioritet för företaget.

Charlotte Linder von Platen, chef för Member Communication, är ansvarig för programkommunikation till EuroBonus-medlemmarna. Och hon säger så här om den största utmaningen.

”Vi måste leverera en bra upplevelse. Medlemmarna måste känna att de får något för sina poäng.»

TILL ALLA MED RESLUST

SAS' EuroBonus-klubb grundades i 1992 och har i dag 3,2 miljoner medlemmar spridda över hela världen.

Med SAS EuroBonus samlar resenären poäng på ett enkelt sätt som de byter till resor. Under de senaste åren har lojalitetsprogrammet utvecklats och SAS har ingått samarbete med andra partners. Målgruppen har utvidgats till alla som är intresserade av att resa. Målet är fem miljoner medlemmar under 2015 – en ökning med mer än 40 %. Detta ställer höga krav på logistik, teknik och timing. Alla medlemmar måste ha sina kort, poäng och erbjudanden i god tid på sitt eget språk och inget får gå fel.

SERVICE AV HÖG KVALITET

InterMails dotterbolag StroedeRalton har sedan 2011 hanterat kommunikation till medlemmar genom leverans av medlemskort, fysiska kampanjer och skickning av säkerhetskoder via e-post.

”Vi skickar över 100 miljoner e-postmeddelanden och 500.000 kort varje år, Silver- och Guld-medlemmarna får kundtidningar, vi skickar textmeddelanden och ibland skickar vi ut material tillsammans med våra samarbetspartners. Allt material finns på sex olika språk och vi har 300 versioner av brev. Det är mina kollegors och mitt ansvar att innehållet är korrekt. Kunderna ger besked med en gång om något inte är rätt,» säger Charlotte Linder von Platen.

«Det är hjärtat i hela programmet att detta fungerar. Allt bygger på att man får sitt kort, drar igenom det och får sina poäng.»

StroedeRalton hanterar allt som stödjer medlemmarna: NFC-hantering, leverans av kort, programdialog och upp- och nedgraderingar. Det finns stora mängder data, filhanteringar och överföringar mellan systemen. StroedeRalton får alla filer på natten där dom ser till att korten präglas och alla kuvert kommer ut som de ska. Charlotte Linder von Platen litar på StroedeRaltons kompetenser.

«Vi har en bra dialog och servicen är av god kvalitet. Det finns mycket som kan gå fel: fel i filöverföringar, filer som inte kommer fram i tid, etc. Vi har till exempel sett att isländska tecken från andra leverantörer inte fungerar i hanteringen. Då får vi gå in och korrigera. När jag ropar på hjälp, får jag den direkt.»

ALLT FUNGERAR FRÅN DAG ETT

Charlotte Linder von Platen berättar också om inköpsprocessen och den smärtfria implementeringen där SAS hade både en intern och extern projektledare:

”Vi behövde sänka kostnaderna och sökte därför ett lätthanterligt system där vi själva kunde ändra texterna», berättar hon.

«I november 2011 skulle StroedeRalton överföra allt till det nya systemet. Visst var vi oroliga att något skulle gå fel men allt fungerade från dag ett. Det var härligt,» berättar SAS-ledaren.

«Det är verkligen positivt när man tänker på utvidgningen vi står inför. Våra kunder uppvaktas av många sidor så det är viktigt att upprätthålla medlemmarnas intresse genom intressanta och tydliga erbjudanden som de anser är gynnsamma nog till att de förblir lojala. Jag är mycket nöjd med StroedeRalton och ser fram emot fortsatt samarbete. «



” Vi skickar över 100 miljoner e-postmeddelanden och 500.000 kort varje år, Silver- och Guld-medlemmarna får kundtidningar, vi skickar textmeddelanden och ibland skickar vi ut material tillsammans med våra samarbetspartners. Allt material finns på sex olika språk och vi har 300 versioner av brev.

Charlotte Linder von Platen, SAS

EN STARK DANSK-FINSK VÄRDEGEMENSKAP

Paperipalvelu och InterMails starka samarbete har sin grund i en gemensam förståelse för att ett företags verksamhet ska genomsyras av ärlighet, trovärdighet och ett övergripande fokus på service.

Det finska företaget Paperipalvelu grundades av Eli Harmelan i 1948. Harmelan började med att sälja papper och traditionella kontorsmaterial och företaget visade sig snart vara en bra affär och har vuxit stadigt sedan dess. Företaget sysselsätter för närvarande ca 100 personer.

Paperipalvelu har sedan länge tagit steget in i modern tid. I dag erbjuder Paperipalvelu office supply-lösningar, från traditionella kontorsprodukter till komplexa IT- och audio-visuella lösningar och tjänster för alla typer av företag och organisationer i hela Finland. Trots dessa förändringar är det fortfarande företagets kärnvärden – ärlighet, trovärdighet och stort fokus på service – som utgör företagets grund.

INNOVATION I NÄRA SAMARBETE MED KUNDEN

InterMail levererar kuvert till Paperipalvelu och Paperipalvelus VD Jere Koskimo säger att samarbetet har haft en mycket positiv start.

”InterMail var från dag ett duktiga på att utmana de befintliga arbetsrutinerna. De skapade en slimmad och effektiv supply chain där kostnaderna reducerats och rutinen effektiviserats”, berättar han.

Det finns behov för nytänkande. Det tekniska genombrötet i de sista årtionden har satt sina tydliga spår på marknaden för kontorsmaterial. Fler produkter och processer individualiseras och automatiseras och det finns ett växande behov av att förnya sig och ligga steget före konkurrenterna i ett försök att skapa de bästa office supply-lösningarna på marknaden.

«Vi måste vara proaktiva och ingå i en dialog med våra kunder om deras behov. I nära samarbete måste vi, tillsammans med kunden, hitta de bästa möjliga lösningarna.

Vi har aldrig hävdat att vi kan lösa alla våra kunders behov men vi gör stora ansträngningar för att identifiera behov för att bedöma om vi är de rätta för jobbet, « säger Jere Koskimo.

FOKUS PÅ VÄXANDE HOMEOFFICE-SEGMENT

Direktören beskriver Paperipalvelus största utmaning på följande sätt:

«Vår ambition är att vara den mest eftertraktade leverantören i Finland. Det är inget nytt. Det nya är att vi vill ha och behöver ha ett större fokus på det växande Home Office-segmentet – de små privata kunderna.»

Med hjälp av en ny online-lösning har Paperipalvelu gjort det möjligt för mindre företag att enkelt beställa kundpassade produkter, flexibelt och snabbt. InterMail spelar en viktig roll som underleverantör på kuverten. De online-baserade ordena, som blir fler och fler, ställer stora krav på anpassningsförmåga och flexibilitet hos Paperipalvelus underleverantörer.

Det är denna värdegemenskap, Jere Koskimo ser som den grundläggande orsaken till det goda samarbetet mellan Paperipalvelu och InterMail.

«Om jag var tvungen att bara ge en anledning till att samarbetet med InterMail har varit så positivt är den att båda företagen är serviceinriktade och inte lovar mer än de kan leverera.»

NYCKELTAL

1.000 DKK	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13
RESULTATRÄKNING					
Nettoomsättning	590.503	539.741	540.931	513.628	483.010
Rörelseresultat före avskriv., fin. poster skatt och engångsposter (EBITDA)	18.275	30.908	15.680	14.719	6.225
Avskrivningar	28.513	25.330	18.785	18.332	16.166
Rörelseresultatet före engångsposter (EBIT)	-10.238	5.578	-3.105	-3.613	-9.941
Rörelseresultatet efter engångsposter	-11.818	16.949	-5.447	-21.256	-49.952
Resultat före skatt och engångsposter	-28.142	-9.809	-13.968	-18.458	-21.518
Resultat av finansiella poster	-17.904	-15.387	-10.863	-14.845	-11.577
Resultat före skatt (EBT)	-29.722	1.562	-16.310	-36.101	-61.529
Årets resultat (NOPLAT)	-21.799	6.352	-9.591	-42.429	-57.505
InterMail A/S' andel av koncernens resultat	-22.185	6.352	-9.591	-42.429	-57.505
UTGÅENDE BALANS					
Tillgångar	525.376	498.029	411.910	383.701	352.486
Eget kapital koncern	117.841	123.523	113.251	73.073	19.156
Moderbolagets andel av eget kapital	116.279	123.523	113.251	73.073	19.156
Eget kapital inkl. förlagslån grupp	117.841	123.523	113.251	73.073	79.506
Eget kapital moderbolag	136.794	130.084	110.339	72.597	29.174
Eget kapital inkl. förlagslån moderbolag	136.794	130.084	110.339	72.597	89.524
Långfristiga skulder	266.831	187.080	151.557	138.279	189.552
Kortfristiga skulder	140.704	187.426	147.102	172.349	143.778
KASSAFLÖDE					
Årets kassaflöden från den löpande verksamheten (CFFO)	7.952	6.187	12.603	-215	-15.896
INVESTERINGAR					
Årets invs. i imm. och materiella anläggningstillgångar, netto	-12.060	-34.156	-44.352	-7.988	-1.301
NYCKELTAL					
Cash Flow pr. aktie á 20 DKK (CFPS)	7	5	11	0	0
Marknadspris, utgående	40	33	24	18	15
EBITDA-marginal	3	6	3	3	1
EBIT-marginal	-2	1	-1	-1	-2
Avkastning på investerat kapital inkl. goodwill (ROIC)	-2	1	-1	-1	-4
Avkastning på eget kapital (ROE)	-19	5	-8	-46	-302
Soliditetsgrad, koncern	22,4	24,8	27,5	19,0	5,4
Soliditetsgrad inkl. förlagslån, koncern	22,4	24,8	27,5	19,0	21,6
Soliditetsgrad, moderbolag	36,5	35,9	37,0	27,0	14,1
Soliditetsgrad inkl. företagslån, moderbolag	36,5	35,9	37,0	27,0	43,4
Genomsnittligt antal heltidsanställda	604	486	450	415	352
Antal heltidsanställda, utgående	545	455	431	393	335
Utdelning per aktie, DKK (DPS)	-	-	-	-	-

Nyckeltalen är beräknade i enlighet med Den Danske Finansanalytikerforenings «Anbefalinger og nøgletal 2010».



INTERMAIL A/S

Stamholmen 70 / DK - 2650 Hvidovre
Telefon +45 3966 0922
info@intermail.dk / www.intermail.dk
CVR nr. 42 57 81 18