

Årsrapport 2015/16

1. oktober 2015 – 30. september 2016

Selskabsmeddelelse nr. 3-2016/17
20. december 2016

PLAN 2016/17: TILBAGE PÅ SPORET

Efter to år, hvor InterMail har fulgt de fastlagte planer, oplevede vi i 2015/16 et år med indtjeningssvigt på grund af manglende salg i Kommunikationsdivisionen samt et dårligere resultat i Finland end forventet i Konvolutdivisionen. På den baggrund er der foretaget en række ledelses- og virksomhedsmæssige tilpasninger i Kommunikationsdivisionen samt i Finland for at bringe InterMail tilbage på sporet i 2016/17.

HOVEDPUNKTER:

Omsætningen i 2015/16 blev på 330,7 mio. kr. mod 367,0 mio. kr. året før, svarende til et fald på 9,9%. Tilbagegangen i omsætningen skyldtes primært manglende salg i Kommunikationsdivisionen samt beslutningen om at afvikle papirgrossistforretningen i Finland. Korrigeret for svækkelsen af den svenske krone på 0,3 mio. kr. er der tale om et fald i aktivitetsniveauet på 9,8%.

Faldet i omsætningen vedrører primært print og kuvertering samt papirgrossistafviklingen, mens omsætningen af emballageløsningen SkanPack steg med ca. 5,4 % i forhold til sidste år. Faktura- og dokumenthåndteringssystemet LET og loyalitetssystemet RelationPlus blev omsætningsmæssigt på niveau med 2014/15. Omsætningen af de tre produkter udgjorde 47,8 mio. kr., hvilket svarer til 14,5% af den totale omsætning mod 13,0% i 2014/15.

Omsætningen af konvolutter blev i 2015/16 fastholdt på samme niveau som 2014/15 til trods for et fald i forbruget og markedet for konvolutter.

EBITDA blev 15,8 mio. kr. i 2015/16 mod 28,1 mio. kr. i 2014/15. Tilbagegangen i EBITDA i 2015/16 skyldes et væsentlig lavere salg end forventet, hvorfor der i sommeren 2016 blev gennemført ændringer i ledelsen og igangsat en yderligere tilpasning af virksomheden.

Resultat af primær drift før særlige poster (EBIT) blev på 3,3 mio. kr. mod på 14,0 mio. kr. i 2014/15.

De finansielle nettoudgifter udgjorde 8,7 mio. kr. i 2015/16 mod 8,1 mio. kr. i 2014/15. De finansielle omkostninger har i 2015/16 været påvirket af finansieringsaftalen med selskabets banker, som har medført svagt stigende markedskonforme renteomkostninger i regnskabsåret 2015/16. Derudover er der blevet indgået finansielle leasingkontrakter, som har øget de finansielle omkostninger.

Resultat før skat blev -5,4 mio. kr. i 2015/16 mod 6,2 mio. kr. i 2013/14. Det lavere resultat kan tilskrives, at resultatet af primær drift blev væsentligt lavere i 2015/16 i forhold til året før.

Skat af årets resultat udgjorde 0,5 mio. kr. i 2015/16 mod 0,2 mio. kr. i 2014/15 og skyldes en regulering i udskudt skat.

EBITDA-marginen var 5% i 2015/16 mod 8% i 2014/15, mens EBIT-marginen var 1% i 2015/16 mod 4% i 2014/15.

Soliditetsgraden inklusive ansvarlige lån udgjorde 28,1% ultimo 2015/16 mod 28,3% i 2014/15. Egenkapitalen var ultimo 2015/16 på 16,5 mio. kr. mod 20,9 mio. kr. i 2014/15.

DRIFTSMÆSSIGE RESULTATER I 2015/16

- Der er indgået flere længerevarende kundeaftaler i begge divisioner, og disse videreføres i 2016/17.
- Lancering af loyalitetssystemet IM Loyalty version 1.0 i september 2016
- Investering i ny firefarvet inkjet printteknologi, som medfører, at InterMail kan levere moderne, individualiseret og "smart", papirbaseret kommunikation
- InterMail har fastholdt sin markedsandel i Norden inden for konvolutter. Konvolutproduktionen samt trykkeriaktiviteterne tilpasses løbende
- Omkostningsbasen er i 2015/16 blevet nedbragt betydeligt, hvilket fremover vil medføre en forbedring af de økonomiske resultater

FORVENTNINGER

InterMail igangsatte i efteråret 2016 en ledelses- og virksomhedsmæssig tilpasning af selskabet med hovedfokus på at omstille InterMail til en endnu mere konkurrencedygtig virksomhed med fokus på løsninger til både det digitale og papirbaserede marked. De igangsatte initiativer er intensiveret i forlængelse af den svigtende indtjening i 2015/16, og gennemføres i et højt tempo.

Pr. 1. november 2016 har InterMail ansat en ny divisionsdirektør med særligt fokus på udvikling af Kommunikationsdivisionen. Dette kombineret med investeringer i salg skaber grundlaget for fremgang indenfor de digitale forretningsområder. Samtidigt fortsætter den stramme omkostningsstyring med det mål at opnå et positivt resultat i 2016/17.

Grundet den fortsatte digitalisering i Norden inden for kommunikationsområdet forventes markedet for virksomhedens produkter inden for konvolutter at fortsætte med at falde.

I 2016/17 forventes det igen, at omsætningen af digitale produkter vil vise fremgang, som delvist vil kompensere for det fortsatte volumenfald inden for konvolutter. Gennem investeringer i salg, fokus på digitale løsninger samt løbende driftsoptimering forventes et væsentligt forbedret driftsresultat for 2016/17.

I foråret 2017 vil InterMail offentliggøre en opdateret strategiplan med visionen for de kommende år.

ØKONOMISKE FORVENTNINGER

Baseret på ovenstående og en svensk kronekurs på 0,8 DKK/SEK forventes følgende for 2016/17:

- En koncernomsætning i niveauet 320-340 mio. kr. mod 330,7 mio. kr. i 2015/16
- Et EBITDA-resultat i niveauet 20-25 mio. kr. mod 15,8 mio. kr. i 2015/16
- Et EBIT-resultat før særlige poster i niveauet 9-14 mio. kr. mod 3,3 mio. kr. i 2015/16
- Et resultat før skat i niveauet 0-5 mio. kr. mod -5,4 mio. kr. i 2015/16

GENERALFORSAMLING 2015/16

Generalforsamling afholdes torsdag d. 12. januar 2017 kl. 17.00 hos InterMail A/S på virksomhedens adresse Stamholmen 70 i Hvidovre.

Venlig hilsen
InterMail A/S

YDERLIGERE OPLYSNINGER:

Johannes Madsen-Mygdal, CEO
Telefon: 39 66 09 22
Mobil: 20 40 40 33
E-mail: johannes.madsen-mygdal@intermail.com

Anders Ertmann, CFO
Telefon: 39 66 09 22
Mobil: 51 16 13 72
E-mail: anders.ertmann@intermail.com

InterMail er via datterselskabet StroedeRalton en af de største udbydere af fulfilment-services, mailhåndtering og it-baserede loyalitetssystemer i Norden. Ligeledes er InterMail den største producent på det nordiske marked for konvolutproduktion og tiltrykning. Selskabet producerer 1 mia. konvolutter om året og har i tillæg en lang række forsendelseskoncepter (SkanPack), som efterspørges af virksomheder indenfor den stadigt voksende internethandel.