

DELÅRSRAPPORT FOR 2. KVARTAL OG 1. HALVÅR **2010/11**

1. oktober 2010 - 31. marts 2011

Selskabsmeddelelse nr. 06-2010/11
25. maj 2011

"InterMail satser løbende på at tilbyde kunderne løsninger, der matcher markedets drejning mod digitale løsninger. Postmængderne og kundernes naturligt forsigtige tilgang til kampagner betyder fortsat udfordrende markedsforhold. Vi fortsætter optimeringen og effektiviseringen af virksomheden, ligesom vi arbejder intensivt med de markedsrettede aktiviteter. Vi agerer proaktivt til de gældende markedsforhold, og det begrænser effekten af presset på omsætningen, siger CEO Flemming Breinholt. Vi forventer derfor en omsætning i niveauet 530 mio. kr. og et resultat før skat, men efter salg af ejendom i Søborg i niveauet 5-10 mio.kr."

HOVEDPUNKTER

- I 2. kvartal 2010/11 blev omsætningen på 144,1 mio. kr. mod 145,0 mio. kr. i 2. kvartal 2009/10 (positiv valutakurseffekt på 11,3 mio. kr.), og omsætningen i 1. halvår 2010/11 blev på 287,8 mio. kr. mod 285,4 mio. kr. i samme periode året før (positiv valutakurseffekt på 19,0 mio. kr.).
- Omsætningen inden for *Kommunikation* udgjorde i 2. kvartal 2010/11 55,5 mio. kr. mod 58,3 mio. kr. i 2. kvartal 2009/10 (positiv valutakurseffekt på 4,2 mio. kr.), og omsætningen i 1. halvår 2010/11 blev på 115,7 mio. kr. mod 121,2 mio. kr. i samme periode året før (positiv valutakurseffekt på 8,3 mio. kr.). En lavere omsætning kan primært forklare den danske del af forretningen og kundernes fortsatte overgang til anvendelse af digitale kanaler. Trods faldet i omsætningen er der sket en forbedring af EBIT og resultat før skat i 1. halvår.
- Omsætningen inden for *Konvolut* udgjorde i 2. kvartal 2010/11 88,3 mio. kr. mod 86,7 mio. kr. i 2. kvartal 2009/10 (positiv valutakurseffekt på 6,5 mio. kr.), og omsætningen i 1. halvår 2010/11 blev på 171,3 mio. kr. mod 164,1 mio. kr. i samme periode året før (positiv valutakurseffekt på 10,6 mio. kr.). Omsætningen er faldet svagt målt i lokal valuta grundet det fortsatte fald i postmængderne. EBIT er faldet grundet lavere omsætning, prispres og stigende papirpriser, mens resultat før skat er steget marginalt.
- Salget af SkanPack produkter rettet mod E-handel, er steget med 50% i 2010/11
- EBIT før særlige poster blev i 2. kvartal på 3,0 mio. kr. mod 7,6 mio. kr. i samme periode sidste år, mens EBIT efter særlige poster (primært avance på salg af ejendom) blev på 20,0 mio. kr. i 2. kvartal mod 4,8 mio. kr. i samme periode sidste år. I 1. halvår 2010/11 blev EBIT før særlige poster på 5,1 mio. kr. mod 10,5 mio. kr. året før, mens EBIT efter særlige poster blev på 22,1 mio. kr. mod 3,8 mio. kr. året før. Faldet i EBIT før særlige poster skyldes primært prispres og stigende papirpriser.
- Resultatet før skat blev i 2. kvartal på 18,1 mio. kr. mod 1,5 mio. kr. i samme periode sidste år, og resultat før skat blev i 1. halvår 2010/11 på 17,4 mio. kr. mod -3,3 mio. kr. året før.
- Den samlede valutakurseffekt på EBIT niveau er tæt på 0. Udviklingen i kursen mellem SEK og DKK har kun haft marginal indflydelse, som følge af intern handel mellem virksomhedens selskaber. EBT er påvirket af øgede renteudgifter som følge af stigende kurs på SEK, og effekt på EBT er -0,4 mio. kr. for halvåret.

FORVENTNINGER TIL 2010/11

- I den resterende del af 2010/11 forventes der fortsat uændrede markedsforhold inden for de områder, hvor InterMail opererer.
- De igangsatte initiativer med henblik på at styrke InterMails markedsposition, herunder effektivisering af produktionen, en intensiveret kunde- og markedsorientering af virksomheden samt optimering af de interne processer, har vist sin effekt og videreføres i den resterende del af regnskabsåret 2010/11.
- InterMails samlede omsætning forventes i 2010/11 som følge af de herskende markedsforhold at blive i niveauet 530 mio. kr. og mod tidligere forventet 550 mio. kr. (540 mio. kr. i 2009/10). Der forventes et EBITDA i niveauet 25 mio. kr. mod tidligere forventet 40 mio. kr. (31 mio. kr. i 2009/10) og et resultat før skat, men efter salg af ejendom i Søborg i niveauet 5-10 mio. kr.

HOVED- OG NØGLETAL

(1.000 DKK)	2. kvartal 2010/11	2. kvartal 2009/10	1. halvår 2010/11	1. halvår 2009/10	Helår 2009/10
RESULTATOPGØRELSE					
Nettoomsætning	144.088	145.018	287.769	285.384	539.741
Resultat af primær drift før særlige poster (EBIT)	3.003	7.575	5.111	10.469	5.578
Resultat af primær drift efter særlige poster	20.030	4.751	22.138	3.765	16.949
Finansielle poster	-2.201	-3.484	-5.289	-7.526	-16.201
Periodens resultat før skat (EBT)	18.139	1.482	17.359	-3.346	1.562
BALANCE, ULTIMO					
Aktiver i alt			443.974	524.404	498.029
Immaterielle aktiver			80.328	81.681	81.241
Materielle aktiver			214.019	272.671	223.098
Egenkapital koncern			138.283	111.536	123.523
PENGESTRØM					
Pengestrøm fra driftsaktivitet			7.714	7.289	6.187
NØGLETAL					
Resultat pr. aktie (EPS Basic)			11	-2	6
Cash flow pr. aktie a 20 DKK (CFPS)			7	6	5
Børskurs, ultimo			36	50	33
EBITDA-margin			5	5	6
EBIT-margin			2	4	1
Afkast af investeret kapital inkl. goodwill (ROIC)			1	1	1
Egenkapitalens forrentning (ROE)			13	-3	5
Egenkapitaldækning, koncern, %			31,1	21,3	24,8
Egenkapitaldækning, moderselskab, %			49,5	34,9	35,9
Gennemsnitligt antal medarbejdere			458	487	486
Antal medarbejdere, ultimo			455	514	455

Delårsrapporten er aflagt i overensstemmelse med IAS 34 og yderligere danske oplysningskrav til delårsrapportering for børsnoterede selskaber.

Den anvendte regnskabspraksis i delårsrapporten er uændret i forhold til Årsrapport 2009/10.

Vi henviser til Årsrapport 2009/10 for en nærmere beskrivelse af regnskabspraksis.

Nøgletallene er udarbejdet i henhold til Finansanalytikerforeningens "Anbefalinger og Nøgletal 2010".

Selskabets regnskabsår er fra 1. oktober til 30. september. Delårsrapporten er ikke revideret.

LEDELSESBERETNING

DEN GENERELLE UDVIKLING

Som led i InterMails strategi er der over de seneste år sket en væsentlig effektivisering og optimering af virksomheden – blandt andet i form af sammenlægning af produktion, reduktion af produktionskapacitet og nedbringelse af antallet af medarbejdere. Arbejdet med at forbedre lønsomheden er fortsat i 1. halvår 2010/11, hvor produktionen er blevet yderligere koordineret og produktionskapaciteten tilpasset inden for Konvolut. Endvidere er antallet af medarbejdere blevet nedbragt og udgjorde ved udgangen af 1. halvår 455 mod 514 på samme tidspunkt sidste år. Den løbende tilpasning sker for at styrke InterMails markedsposition og øge indtjeningen under udfordrende markedsvilkår.

Der er sket der en markedsdrejning af virksomheden, der medvirker til at styrke InterMails position på markedet..

InterMails løsninger optimerer kundernes markedskommunikation på tværs af distributionskanaler.

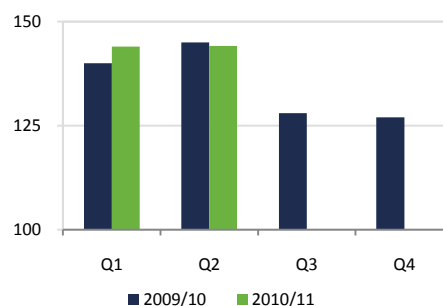
Den generelt svage markedsudvikling fortsatte som forventet i 2. kvartal 2010/11. Konvolut er påvirket af, at postmængderne i Danmark falder i niveauet 10% årligt (ifølge PostDanmark), mens markederne i Sverige, Finland og Norge også er vigende. Inden for Kommunikation udvikler det svenske marked sig positivt, mens det danske marked er præget af kundernes store fokus på omkostningsbesparelser og deres valg af stadig flere digitale kampagner frem for fysiske postale kampagner.

Den økonomiske udvikling

Målt i danske kroner er det lykkedes at stabilisere omsætningen i både 2. kvartal og 1. halvår, hvor omsætningen blev på hhv. 144,1 mio. (1. kvartal 2009/10: 145,0 mio. kr.) og 287,8 mio. kr. (1. halvår 2009/10: 285,4 mio. kr.), men valutakurseffekten mellem SEK/ DKK har bidraget positivt med 19,0 mio. kr. i 1. halvår, og der er således tale om et aktivitetsbetinget fald i omsætningen i denne periode på 16,6 mio. kr. Valutakursen har kun marginal indflydelse på

resultatet, som følge af intern handel mellem virksomhedens selskaber.

Koncern, udvikling i omsætning, mio. DKK



EBIT før særlige poster blev i 2. kvartal på 3,0 mio. kr. mod 7,6 mio. kr. i samme periode sidste år, mens EBIT efter særlige poster i 2. kvartal blev på 20,0 mio. kr. mod 4,8 mio. kr. i samme periode sidste år. I 1. halvår 2010/11 blev EBIT før særlige poster på 5,1 mio. kr. mod 10,5 mio. kr. året før, mens EBIT efter særlige poster blev på 22,1 mio. kr. mod 3,8 mio. kr. året før. Særlige poster i 1. halvår 2010/11 på 17,0 mio. kr. udgøres af den regnskabsmæssige gevinst i forbindelse med salget af ejendommen på Buddingevej, Søborg, samt avance ved salg af maskiner og udgifter forbundet med opsigelse af medarbejdere. I 1. halvår 2009/10 udgjorde særlige poster -6,7 mio. kr. Faldet i EBIT før særlige poster er primært en følge af et lavere aktivitetsniveau. Modsat har den løbende optimering og reduktion af omkostningerne medvirket til at reducere indtjeningseffekten som følge af den lavere omsætning.

Resultat før skat i 2. kvartal 2010/11 blev 18,1 mio. kr. mod 1,5 mio. kr. i samme periode året før. Resultat før skat i 1. halvår blev på 17,4 mio. kr. mod -3,3 mio. kr. i samme periode året før. Forbedringen kan primært tilskrives særlige poster, men resultat før skat er også positivt påvirket af lavere renteomkostninger, idet de finansielle omkostninger i 1. halvår 2010/11 udgjorde 5,3 mio. kr. mod 7,5 mio. kr. i samme periode året før.

Den samlede balance udgjorde ved udgangen af 2. kvartal 2010/11 444,0 mio. kr. mod 524,4 mio. kr. ved udgangen af 2. kvartal 2009/10. Reduktionen kan primært tilskrives en nedbrin-

gelse af de materielle aktiver (ejendom, grund og maskiner), tilgodehavender og varebeholdninger.

InterMail vil i den kommende periode fortsat arbejde på at reducere balancen, og med at nedbringe arbejdskapitalen.

Pengestrømme fra driftsaktivitet blev i 1. halvår 7,7 mio. kr. mod 7,3 mio. kr. i samme periode i 2009/10.

Pengestrømme fra investeringsaktivitet blev i 1. halvår 47,7 mio. kr. mod -1,7 mio. kr. i samme periode i 2009/10. Forøgelsen af pengestrømme fra investeringsaktivitet kan primært tilskrives salg af ejendommen i Søborg samt grundstykke i Hvidovre.

Pengestrømme fra finansieringsaktivitet blev i 1. halvår -59,1 mio. kr. mod -13,6 mio. kr. i samme periode i 2009/10. Udviklingen skyldes primært afdrag på gæld i forbindelse med salg af ejendom.

KOMMUNIKATION

Kommunikation er en af de største udbydere i Norden af fulfilment-services, mailhåndtering og it-baserede loyalitetssystemer. Divisionen omfatter Lettershop Mailservice med base i Danmark og StroedeRalton med base i Sverige.

Omsætningen inden for Kommunikation var i 2. kvartal 2010/11 fortsat under pres. Mens nordiske virksomheder stadig er noget tilbageholdende med lancering af nye markedsføringskampagner, er en stigende del af virksomheders markedskommunikation samtidig under omlægning til digital form. Disse to generelle markeds-tendenser presser markedet for udsendelse af trykt materiale.

Kommunikation håndterer såvel trykt som digital kommunikation, og positionerer sig stærkere som leverandør af effektive it-baserede løsninger til dialogmarkedsføring. Divisionens produktmiks har stor tyngde på trykte produkter, men der arbejdes fokuseret på at andelen af digitale løsninger øges. I forhold til samme periode året før er der et øget salg af digitale løsninger. Det er en central del af produkt- og salgsstrategien, at Kommunikation fokuserer på

at sælge og levere integrerede kommunikationsløsninger, der tager hånd om kundernes samlede behov for markedskommunikation. Løsningsalg vil i videre udstrækning end salg af enkeltstående produkter medvirke til at øge indtjeningen og binde kunderne tættere til InterMail.

Det svenske marked udvikler sig fortsat positivt, og det medfører flere opgaver for eksisterende kunder og samtidig en tilgang af nye kunder. Det gælder både for traditionelle direct marketing-opgaver og digitale løsninger, herunder loyalitetsskabende løsninger for kunder. Kommunikation i Sverige har løbende tilgang af nye store kunder, hvor der leveres integrerede kommunikationsløsninger, omfattende loyalitetssystemet Relation Plus, produktion af kundekort, kunderegistrering, tryksager til direct marketing samt faktureringsløsningen LET.

Det danske marked er fortsat præget af stor fokus på omkostningsbesparelser og dermed overgang til flere digitale kampagner frem for fysiske postale kampagner.

Kommunikation har dog i løbet af 1. halvår fået flere spændende opgaver som følge af det aktive salgssarbejde i både Danmark og Sverige.

InterMails loyalitetssystem Relation Plus er et centralt element i Kommunikation. Loyalitetssystemet har stor interesse hos kunderne, hvor InterMail efterfølgende har mulighed for at tilbyde en række af virksomhedens øvrige produkter, der er væsentlige for at få fuldt udbytte af Relation Plus. Systemet er solgt til en række kunder i Sverige, men er hidtil kun i meget begrænset omfang tilbudt danske virksomheder.

På basis af en analyse om kunderelationer gennemført af CBS i samarbejde med InterMail A/S og Huset Markedsføring i januar/februar 2011, deltog InterMail i marts i planlægningen af et seminar om dette emne. Blandt undersøgelsens væsentlige konklusioner er, at viden om kunderne bliver en forudsætning for at drive en profitabel forretning, og at der er behov for at formulere en klar kundeorienteret strategi, der skal understøtte indsamling af viden om kunden, (transaktioner og relationer) samt sikre, at denne viden bearbejdes i virksomheden. Samarbejdet om denne undersøgelse, dens klare konklusioner

sioner og afholdelsen af seminaret har givet mulighed for at forfølge flere interessante kunde-cases.

“Der synes at være en tendens til, at de kundeorienterede virksomheder og de, som måler på kunderelationerne, har en bedre indtjening. Ligeledes er der i de virksomheder, der arbejder med loyalitetskoncepter, en højere andel med overskud end i dem, der ikke arbejder med loyalitet.”

Per Østergaard Jacobsen, ekstern lektor, Institut for produktion og Afsætningsøkonomi CBS, i forbindelse med offentliggørelse af undersøgelse vedr. kunderelationer

LET, som er Kommunikations-divisionens løsning til effektiv fakturaproduktion og fremsendelse for kunder via både digitale kanaler og postale kanaler, viser fortsat betydelig fremdrift i Kommunikation. Der er stor tilgang af nye kunder på dette område, ligesom der er et stort forretningsomfang med eksisterende kunder.

Produktionskapaciteten i Kommunikation er allerede blevet tilpasset hvorefter der arbejdes med yderligere optimering af produktionen for at udnytte den totale kapacitet bedst muligt – blandt andet via fortsat integration af aktiviteterne på tværs af divisionen og yderligere arbejdsdeling for at effektivisere processer. I løbet af 2. kvartal er der således gennemført en samordning af InterMails to produktioner af direct marketing-produkter, og yderligere specialisering i henholdsvis Avedøre og Helsingborg er gennemført endeligt i april 2011. Ændringerne medfører en reduktion af det samlede omkostningsniveau. I forbindelse med samordningen og de løbende effektiviseringer er antallet af medarbejdere reduceret med 20, hvilket får resultatmæssigt fra 1. oktober 2011.

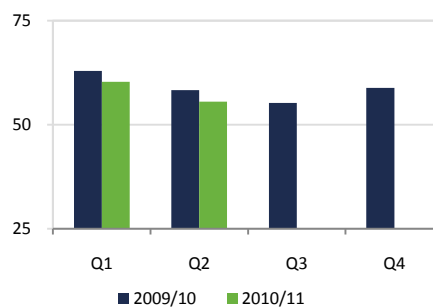
Omsætning og resultat

Omsætningen inden for Kommunikation blev i 2. kvartal 2010/11 på 55,5 mio. kr. mod 58,3 mio. kr. i samme periode året før. Der var samtidig en positiv valutakurseffekt på 4,2 mio. kr., hvorfor der var tale om et fald i aktivitetsniveauet på 7,0 mio. kr. I 1. halvår blev omsætningen på 115,7 mio. kr. mod 121,2 mio. kr. i samme pe-

riode sidste år. I 1. halvår var der en positiv valutakurseffekt på 8,3 mio. kr., og faldet i aktivitetsniveauet kan således opgøres til 13,8 mio. kr.

Baggrunden for den vigende omsætning er en faldende aktivitet primært i Danmark.

Kommunikation, udvikling i omsætning, mio. DKK



Kommunikation har trods faldet i omsætningen forbedret indtjeningen, hvilket er en følge af de effektiviseringer, der er gennemført i forbindelse med koncernens strategiplan. EBIT blev i 2. kvartal 2010/11 på -0,4 mio. kr. mod -0,8 mio. kr. i samme periode året før. I 1. halvår blev EBIT på 1,5 mio. kr. mod 0,5 mio. kr. i samme periode året før.

EBIT efter særlige poster blev i 1. halvår på 0,5 mio. kr. mod -0,1 mio. kr. i samme periode året før.

Der var ligeledes tale om en fremgang i resultatet før skat, som i 1. halvår blev på -0,8 mio. kr. mod -1,3 mio. kr. i samme periode året før.

KONVOLUT

Konvolut er den næststørste aktør på det nordiske marked for konvolutproduktion og tiltrykning, og har produktion i Oskarshamn (Sverige) og Åbo (Finland) samt tiltrykning på fem lokationer. Der produceres ca. 1,4 mia. konvolutter om året.

Kombinationen af omfattende digitalisering af de nordiske samfund, stigende papirpriser og en forhøjelse af posttaksterne i Danmark har naturligt resulteret i et vigende marked for postfor-sendelser. I Sverige og Finland falder postmængderne ligeledes, om end ikke så kraftigt

som i Danmark. I Norge forventes der i år lanceret nye webbaserede kommunikationsløsninger, som også her vil føre til fald i postmængderne. Tendensen er paneuropæisk, og den faldende efterspørgsel efter konvolutter medfører overkapacitet på markedet for både konvolutproduktion og tiltrykning, hvilket betyder, at der lukkes fabrikker og tiltrykningssteder i hele Europa.

InterMail har allerede gennemført en væsentlig tilpasning af produktionskapaciteten. Der er både reduceret kapacitet ved at sælge maskiner og ved at reducere antallet af medarbejdere med 21 i Finland, Danmark og Sverige. Disse ændringer får resultateffekt fra 1. oktober 2011.

Samtidig er markedspositionen styrket og markedsandele vundet, så Konvolut i videst muligt omfang kan opretholde sin omsætning på trods af det vigende marked. Indsatsen koncentrerer sig om intensiverede salgsaktiviteter, øget salg af emballagekoncepter til e-handel – som er et marked i vækst – samt fortsat effektivisering af organisationen.

Salgsindsatsen resulterer i en fortsat god tilgang af nye kunder, ligesom der indgås nye aftaler med eksisterende kunder. Det har betydet en øget ordrebeholdning, men effekten af de vundne ordrer/nye kunder er endnu ikke slået fuldt igennem, primært på grund af indkøring af de nye kundeforhold.

Ligeledes er salget af SkanPack-produkter – som blandt andet er målrettet til e-handel – øget markant med ca. 50% i forhold til 1. halvår 2009/10. Målet er, at SkanPack-produkterne skal udgøre minimum 10% af omsætningen i Konvolut og dermed medvirke til at stabilisere omsætningen. For at fremme salget af disse produkter er der ansat nye sælgere i både Danmark, Sverige og Finland.

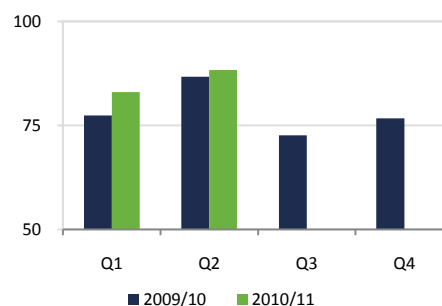
Den stadig stigende e-handel øger behovet for pakkekoncepter, som InterMail markedsfører under navnet SkanPack. Salget af disse koncepter er steget med 50% i 1. halvår 2010/11, hvilket delvist kompenserer for faldet i omsætningen af konvolutter.

Konvolut lancerede i 1. kvartal en ny webbaseret kundeportal, der dels medvirker til at øge kundernes oplevelse af tilgængelighed døgnet rundt, dels letter administrationen for såvel kunderne som InterMail. Der er god fremdrift i bestillingerne via portalen, og det forventes, at portalen vil medvirke til at øge kundeloyaliteten.

Omsætning og resultat

Omsætningen inden for Konvolut blev i 2. kvartal 2010/11 på 88,3 mio. kr. mod 86,7 mio. kr. i 2. kvartal 2009/10. I 1. halvår 2010/11 blev omsætningen på 171,3 mio. kr. mod 164,1 mio. kr. i samme periode året før. Udviklingen i valutakurserne har haft en positiv effekt på omsætningen på 10,6 mio. kr., hvorfor der har været en aktivitetsnedgang på 3,4 mio. kr. i 1. halvår. Faldet i omsætningen skyldes et fald i omsætningen af konvolutter, mens salget af SkanPack-produkterne er øget.

Konvolut, udvikling i omsætning, mio. DKK



EBIT blev på 5,6 mio. kr. i 2. kvartal 2010/11 mod 10,1 mio. kr. i 2. kvartal året før. I 1. halvår blev EBIT på 7,3 mio. kr. (6,9 mio. kr. efter særlige poster) mod 13,0 mio. kr. (7,8 mio. kr. efter særlige poster) året før. Faldet i EBIT kan primært tilskrives prispres som følge af den øgede konkurrence, ligesom en række underleverandører af materialer til fremstilling af konvolutter enten har gennemført eller varslet prisstigninger.

Resultatet før skat blev i 2. kvartal på 6,6 mio. kr. mod 8,3 mio. kr. i samme periode året før. I 1. halvår var der tale om en forbedring af resultat før skat, som blev på 8,8 mio. kr. mod 8,4 mio. kr. året før.

FORVENTNINGER

I den resterende del af 2010/11 forventes der uændrede markedsforhold inden for de områder, hvor InterMail opererer – blandt andet som følge af et fortsat generelt fald i postmængden og udsigt til forholdsvis lav økonomisk vækst. Den økonomiske vækst forventes at blive lavest i Danmark, mens væksten i Sverige forventes at ligge højere.

De igangsatte initiativer med henblik på at styrke InterMails markedsposition, herunder effektivisering af produktionen, en intensiveret kunde- og markedsorientering af virksomheden samt optimering af de interne processer, vil blive videreført i den resterende del af regnskabsåret 2010/11.

Inden for **Kommunikation** er der fokus på at videreudvikle den fælles nordiske salgskultur og den nordiske organisation, og der arbejdes målrettet på at skabe en mere klar positionering af divisionen, et større kendskab til divisionens ydelser i markedet samt på at videreudvikle de digitale løsninger – ikke mindst loyalitetssystemet Relation Plus®.

I Kommunikation forventes omsætningen i 2010/11 at blive i niveauet 220 mio. kr. mod 235 mio. kr. i 2009/10.

I **Konvolut** er der fokus på at videreføre den målrettede markedsdrejning og det intensivere salgsarbejde samt videreudvikle nye forsendelseskoncepter. Denne indsats skal medvirke til at vinde markedsandele inden for konvolutter samt fremme salget af nye forsendelseskoncepter.

Ligeledes arbejdes der løbende med at optimere produktionen og nedbringe arbejdskapitalen.

Omsætningen i Konvolut i 2010/11 forventes at blive i niveauet 310 mio. kr. mod 305 mio. kr. i 2009/10.

På denne baggrund forventes **InterMails** samlede omsætning i 2010/11 at blive i niveauet 530 mio. kr. mod 540 mio. kr. i 2009/10. Der forventes et EBITDA i niveauet 25 mio. kr. mod tidligere forventet 40 mio. kr. (31 mio. kr. i 2009/10) og et resultat før skat, men efter salg af ejendom i Søborg i niveauet 5-10 mio. kr.

LEDELSESPÅTEGNING

Bestyrelse og direktion har dags dato behandlet og godkendt delårsrapporten for perioden 1. oktober 2010 - 31. marts 2011 for InterMail A/S.

Delårsrapporten, der er urevideret, er aflagt i overensstemmelse med International Financial Reporting Standards (IAS 34), som er godkendt af EU, og yderligere danske oplysningskrav til delårsrapportering for børsnoterede selskaber.

Vi anser den valgte regnskabspraksis for hensigtsmæssig, og delårsrapporten giver efter vores opfattelse et retvisende billede af koncernens aktiver, passiver og den finansielle stilling pr. 31. marts 2011 samt af resultatet af koncernens aktiviteter og pengestrømme i perioden 1. oktober 2010 - 31. marts 2011.

Det er endvidere vores opfattelse, at ledelsesberetningen indeholder en retvisende redegørelse for udviklingen i koncernens aktiviteter og økonomiske forhold, periodens resultat og for koncernens finansielle stilling som helhed og en beskrivelse af de væsentligste risici og usikkerhedsfaktorer, som koncernen står overfor.

Hvidovre, den 25. maj 2011

Direktion

Flemming Breinholt
Adm. direktør

Bestyrelse

N. E. Nielsen, formand Johannes Madsen-Mygdal, næstformand

Nelly Andersen Monica Caneman

Jan Holm Møller Jan Olsen

RESULTATOPGØRELSE

(1.000 DKK)	2. kvartal 2010/11	2. kvartal 2009/10	1. halvår 2010/11	1. halvår 2009/10	Helår 2009/10
Nettoomsætning	144.088	145.018	287.769	285.384	539.741
Produktionsomkostninger	-101.229	-98.309	-203.586	-193.216	-380.280
Bruttoresultat	42.859	46.709	84.183	92.168	159.461
Salgs- og distributionsomkostninger	-25.811	-24.991	-52.830	-52.146	-102.039
Administrationsomkostninger	-14.045	-14.143	-26.242	-29.553	-51.844
Resultat af primær drift før særlige poster (EBIT)	3.003	7.575	5.111	10.469	5.578
Særlige poster	17.027	-2.824	17.027	-6.704	11.371
Resultat af primær drift efter særlige poster	20.030	4.751	22.138	3.765	16.949
Andel af resultat efter skat i associerede virksomheder	310	215	510	415	814
Finansielle omkostninger netto	-2.201	-3.484	-5.289	-7.526	-16.201
Periodens resultat før skat	18.139	1.482	17.359	-3.346	1.562
Skat af periodens resultat	-4.457	-371	-4.212	837	4.790
Periodens resultat efter skat	13.682	1.111	13.147	-2.509	6.352

TOTALINDKOMSTOPGØRELSE

(1.000 DKK)	1. halvår 2010/11	1. halvår 2009/10	Helår 2009/10
Periodens resultat efter skat	13.147	-2.509	6.352
Kursreguleringer vedrørende udenlandske enheder	-481	-1.900	5.396
Værdiregulering af sikringsinstrumenter	2.792	-445	-2.186
Skat af bevægelsen i anden totalindkomst	-698	111	-2.318
Totalindkomst	14.760	-4.743	7.244

BALANCE

(1.000 DKK)	1. halvår 2010/11	1. halvår 2009/10	Helår 2009/10
AKTIVER			
Langfristede aktiver			
Immaterielle anlægsaktiver	80.328	81.681	81.241
Materielle anlægsaktiver	214.019	272.671	223.098
Finansielle anlægsaktiver	2.015	1.768	2.174
Langfristede aktiver i alt	296.362	356.120	306.513
Kortfristede aktiver			
Varebeholdninger	42.650	45.808	47.907
Tilgodehavender	92.904	108.643	98.880
Værdipapirer	120	-	659
Likvide beholdninger	11.938	633	15.070
Aktiver bestemt for salg	-	13.200	29.000
Kortfristede aktiver i alt	147.612	168.284	191.516
Aktiver i alt	443.974	524.404	498.029
(1.000 DKK)	1. halvår 2010/11	1. halvår 2009/10	Helår 2009/10
PASSIVER			
Egenkapital			
Aktiekapital	23.045	23.045	23.045
Overført resultat mv.	115.238	88.491	100.478
Egenkapital i alt	138.283	111.536	123.523
Forpligtelser			
Langfristede forpligtelser	197.323	293.140	187.080
Kortfristede forpligtelser	108.368	119.728	141.955
Forpligtelser vedrørende aktiver bestemt for salg	-	-	45.471
Forpligtelser i alt	305.691	412.868	374.506
Passiver i alt	443.974	524.404	498.029

(1.000 DKK)	1. halvår 2010/11	1. halvår 2009/10	Helår 2009/10
UDVIKLING I EGENKAPITAL			
Primo egenkapital	123.523	117.841	117.841
Totalindkomst jf. opgørelse	14.760	-4.743	7.244
Salg af minoritetsandele	-	-1.562	-1.562
Ultimo egenkapital	138.283	111.536	123.523

(1.000 DKK)	1. halvår 2010/11	1. halvår 2009/10	Helår 2009/10
PENGESTRØMSOPGØRELSE			
Pengestrømme fra driftsaktiver	7.714	7.289	6.187
Pengestrømme fra investeringsaktivitet	47.770	-1.777	34.156
Pengestrømme fra finansieringsaktivitet	-59.126	-13.569	-47.591
Valutakurs regulering af likvide midler, primo	510	846	1.908
Periodens ændring i likviditeten	-3.132	-7.210	-5.340

SEGMENTOPLYSNINGER 2010/11

1. halvår

(1.000 DKK)	Konvolut	Kommunikation	Ikke allo- kerede poster	Koncern i alt
FORRETNINGSOMRÅDER				
Segment nettoomsætning	176.273	116.126	6.421	298.820
Intern omsætning	-4.938	-397	-5.717	-11.052
Omsætning eksterne kunder	171.335	115.729	704	287.768
EBIT	7.295	1.491	-3.675	5.111
Resultat af primær drift efter særlige poster	6.895	491	14.752	22.138
Resultat før skat	8.816	-824	9.367	17.359
Aktiver i alt	220.377	108.708	114.889	443.974

SEGMENTOPLYSNINGER 2009/10

1. halvår

(1.000 DKK)	Konvolut	Kommunikation	Ikke allo- kerede poster	Koncern i alt
FORRETNINGSOMRÅDER				
Segment nettoomsætning	169.014	121.651	6.344	297.009
Intern omsætning	-4.878	-451	-6.296	-11.625
Omsætning eksterne kunder	164.136	121.200	48	285.384
EBIT	12.960	504	-2.995	10.469
Resultat af primær drift efter særlige poster	7.750	-116	-3.869	3.765
Resultat før skat	8.379	-1.347	-10.378	-3.346
Aktiver i alt	215.723	130.944	177.737	524.404

SEGMENTOPLYSNINGER 2010/11

2. kvartal

(1.000 DKK)

	Konvolut	Kommunikation	Ikke allo- kerede poster	Koncern i alt
FORRETNINGSOMRÅDER				
Segment nettoomsætning	90.740	55.646	3.196	149.582
Intern omsætning	-2.483	-191	-2.821	-5.495
Omsætning eksterne kunder	88.257	55.455	375	144.087
EBIT	5.557	-387	-2.167	3.003
Resultat af primær drift efter særlige poster	5.157	-1.387	16.260	20.030
Resultat før skat	6.627	-2.001	13.513	18.139
Aktiver i alt	220.377	108.708	114.889	443.974

SEGMENTOPLYSNINGER 2009/10

2. kvartal

(1.000 DKK)

	Konvolut	Kommunikation	Ikke allo- kerede poster	Koncern i alt
FORRETNINGSOMRÅDER				
Segment nettoomsætning	88.979	58.516	3.160	150.655
Intern omsætning	-2.251	-238	-3.148	-5.637
Omsætning eksterne kunder	86.728	58.278	12	145.018
EBIT	10.072	-810	-1.687	7.575
Resultat af primær drift efter særlige poster	7.467	-1.120	-1.596	4.751
Resultat før skat	8.263	-1.705	-5.076	1.482
Aktiver i alt	215.723	130.944	177.737	524.404

YDERLIGERE INFORMATION

KONTAKT

CEO

Flemming Breinholt

Telefon: +45 39 66 09 22

Mobil: +45 40 32 23 32

Email: flemming.breinholt@intermail.dk

FINANSKALENDER

26. august 2011 Delårsrapport for 3. kvartal 2010/11



INTERMAIL A/S

Stamholmen 70

DK-2650 Hvidovre

Tlf: 39 66 09 22

info@intermail.dk

www.intermail.dk

CVR nr. 42 57 81 18