

Periodemeddelelse for 3. kvartal 2014/15
1. april - 30. juni 2015

Selskabsmeddelelse nr. 7-2014/15
27. august 2015

VÆSENTLIG FORBEDRING AF INDTJENINGEN

"I den forløbne del af 2014/15 - inklusiv et traditionelt svært 3. kvartal - har vi opnået en væsentlig forbedring af vores resultater som følge af den gennemførte tilpasning af InterMail. Vi følger de fremlagte planer og fortsætter vores satsning på de digitale løsninger, hvor vi har en tilfredsstillende tilgang af nye opgaver og kunder. Vi følger udviklingen på konvolutmarkedet meget tæt og foretager løbende tilpasninger af vores konvolutaktiviteter. På baggrund af udviklingen i de første ni måneder af regnskabsåret 2014/15 præciserer vi vores forventninger til årsresultatet inden for de tidligere angivne intervaller. Vi forventer således et positivt resultat i år", siger CEO Jens Knudsen.

InterMail har i den forløbne del af regnskabsåret haft fokus på fortsat at øge indtjeningen og styrke InterMails konkurrenceevne yderligere, herunder at skabe de rette vækstbetingelser for de digitale løsninger, samt at sikre de bedst mulige indtjeningsbetingelser for de traditionelle papirbaserede produkter via fortsat produktionsoptimering og udvikling.

HOVEDTAL FOR 3. KVARTAL OG 1.-3. KVARTAL 2014/15:

- Omsætningen blev i 3. kvartal 2014/15 på 89,1 mio. kr. mod 90,7 mio. kr. i 2013/14, mens omsætningen i 1.-3. kvartal blev på 287,0 mio. kr. mod 318,3 mio. kr. i 2013/14.
- EBITDA blev i 3. kvartal på 4,6 mio. kr. mod -0,2 mio. kr. i 2013/14, mens EBITDA i 1.-3. kvartal blev på 24,9 mio. kr. mod 12,7 mio. kr. i 2013/14.
- EBIT før særlige poster blev i 3. kvartal på 1,0 mio. kr. mod -4,8 mio. kr. i 2013/14, mens EBIT i 1.-3. kvartal blev på 13,8 mio. kr. mod 0,1 mio. kr. i 2013/14.
- Resultat før skat blev i 3. kvartal på -1,6 mio. kr. mod -6,1 mio. kr. i 2013/14, mens resultat før skat i 1.-3. kvartal blev på 7,3 mio. kr. mod -3,0 mio. kr. i 2013/14.

Omsætningen og indtjeningen i Kommunikationsdivisionen viste både i 3. kvartal og år til dato en mindre stigning. Den stigende omsætning i Kommunikationsdivisionen kan tilskrives en positiv udvikling i omsætningen af de digitale løsninger. Der er samtidigt indgået flere nye aftaler med større virksomheder indenfor den papirbaserede kommunikation.

Omsætningen i Konvolutdivisionen viste et forventet fald i 3. kvartal samt år til dato, men en forbedring af indtjeningen drevet af produktionsoptimering og prisstigninger. Der sker en løbende monitorering af markedet for konvolutter, og der arbejdes kontinuerligt på at øge indtjeningen på de nordiske markeder.

InterMail har igen i regnskabsåret reduceret omkostningsbasen med mere end 40 mio. kr., hvilket betyder, at det realiserede omsætningsfald ikke får nævneværdig effekt på EBITDA, EBIT og resultatet før skat.

PRÆCISEREDE FORVENTNINGER TIL 2014/15

På basis af ovenstående og udviklingen frem til udgangen af 3. kvartal 2014/15 præciseres de tidligere offentliggjorte forventninger inden for de angivne intervaller, og der forventes følgende for 2014/15:

- En koncernomsætning i niveauet 365-375 mio. kr. mod tidligere forventet 360-380 mio. kr. (2013/14: 416,0 mio. kr.)
- Et EBITDA-resultat i niveauet 28-30 mio. kr. mod tidligere forventet 28-36 mio. kr. (2013/14: 17,6 mio. kr.)
- Et EBIT-resultat før særlige poster i niveauet 13-15 mio. kr. mod tidligere forventet 12-19 mio. kr. (2013/14: 0,8 mio. kr.)
- Et resultat før skat i niveauet 6-8 mio. kr. mod tidligere forventet 6-10 mio. kr. (2013/14: -4,4 mio. kr.)

Venlig hilsen
InterMail A/S

Jens Knudsen
CEO

YDERLIGERE OPLYSNINGER:

Jens Knudsen, CEO
Telefon: 39 66 09 22
Mobil: 42 67 04 14
Email: Jens.Knudsen@intermail.dk

Anders Ertmann, CFO
Telefon: 39 66 09 22
Mobil: 51 16 13 72
Email: Anders.Ertmann@intermail.dk

InterMail er via datterselskabet StroedeRalton en af de største udbydere af fulfillment-services, mailhåndtering og it-baserede loyalitetssystemer i Norden. Ligeledes er InterMail den største aktør 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.