

# Posten Norge AS

## Konsernets resultat per 1. kvartal 2015



# Hovedpunkter – Viktige begivenheter i 1. kvartal 2015

- Økningen i **netthandelen** fortsetter. Konsernets samlede e-handels volum økte med 5 % i første kvartal.
- Forslaget til **ny postlov** er nå fremlagt av regjeringen for Stortinget. Denne vil gi Posten økt mulighet for omstilling i takt med markedet.
- **Digipost** passerte i april 500 000 brukere.
- Konsernets **sykefravær** var på 6,2 % siste 12-måneders periode, en reduksjon på 0,3 %-poeng fra 2014.
- Leveringskvaliteten på A-post i 1. kvartal: **83,9 %** (1,1 %-poeng under konsesjonskravet).
- Salget av aksjene i EVRY ASA ble slutført i 1. kvartal. Vederlaget var 1,7 mrd. kroner og gevinsten 219 mill. kroner.

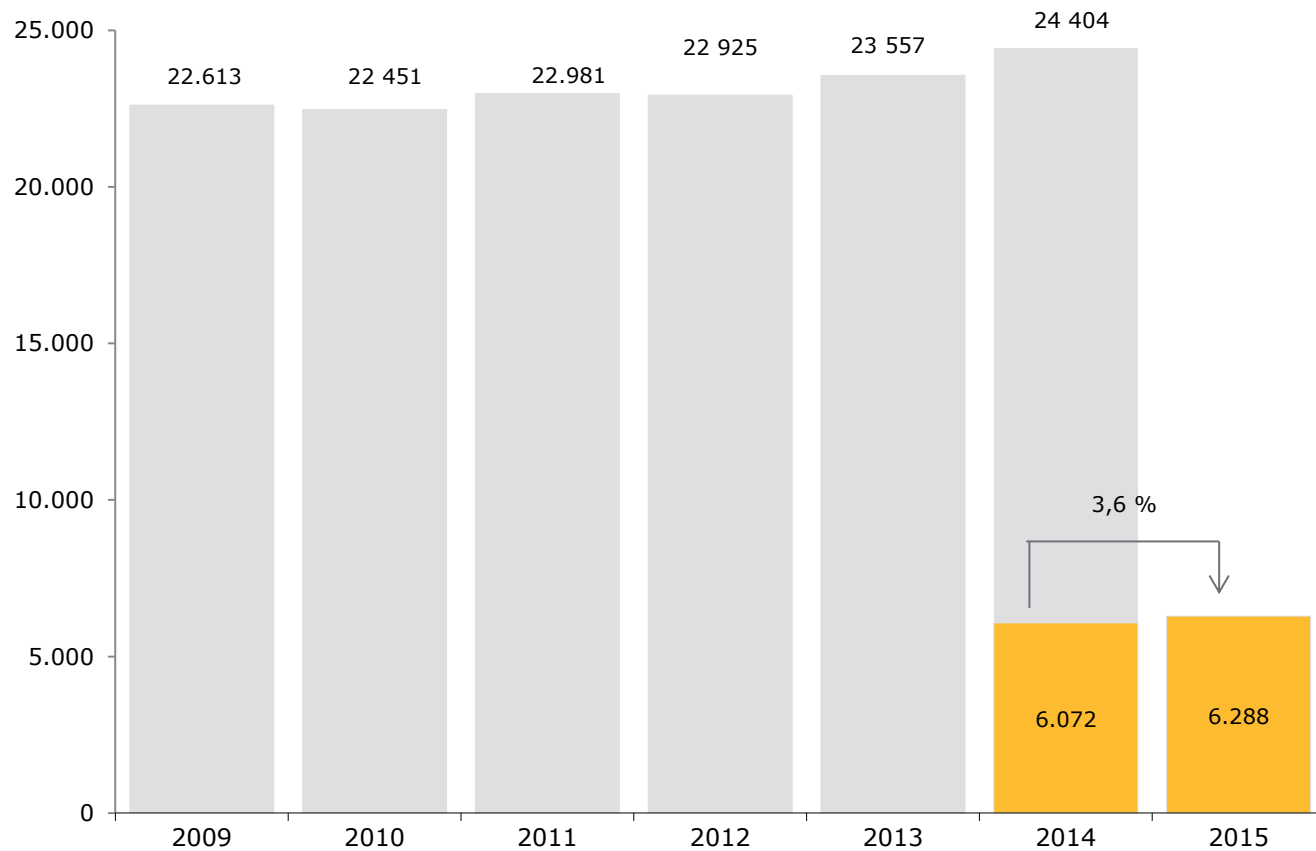


# Hovedpunkter – Økonomi 1. kvartal 2015

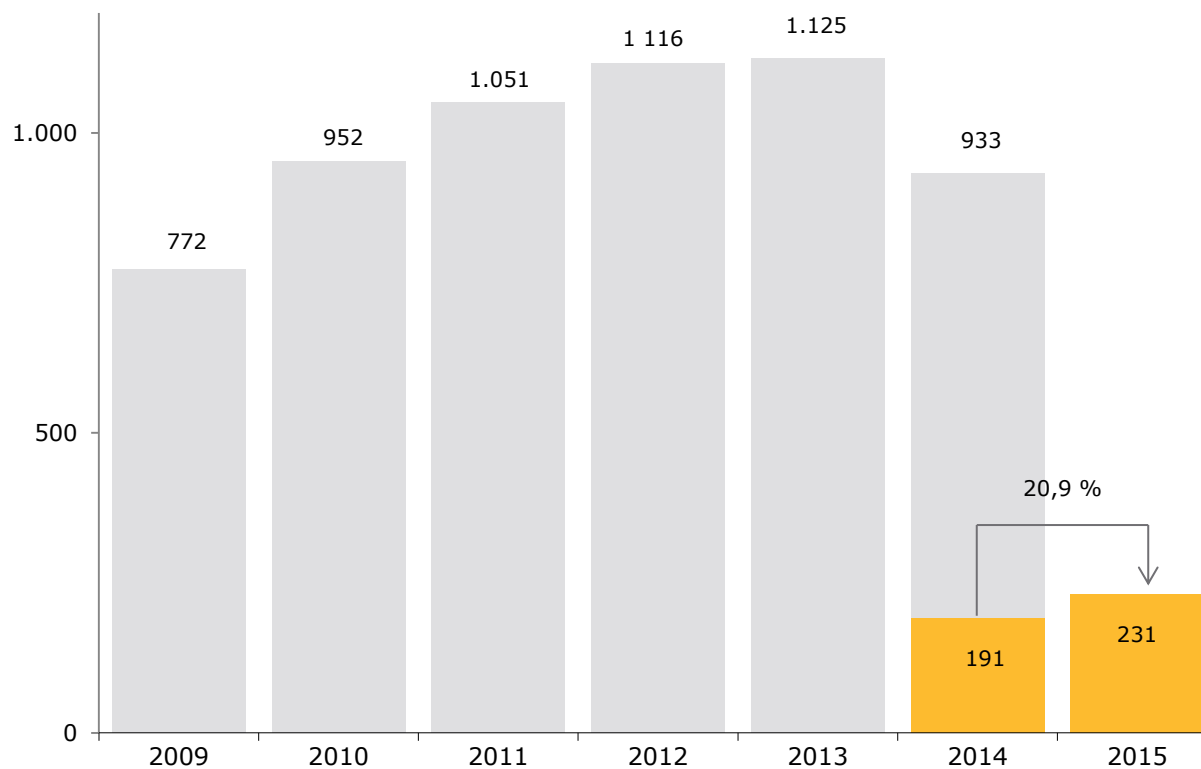
- Driftsinntekter:  
**MNOK 6 288**, opp 3,6 % fra 2014
- Driftsresultat \* :  
**MNOK 231**, opp 20,9 % fra 2014
- Avkastning på investert kapital (siste 12 mnd)\*:  
**14,4 %**, ned 3,1 % - poeng fra 2014
- Beregnet egenkapitalavkastning etter skatt (siste 12 mnd):  
**11,1 %**, opp 1,7 % - poeng fra 2014



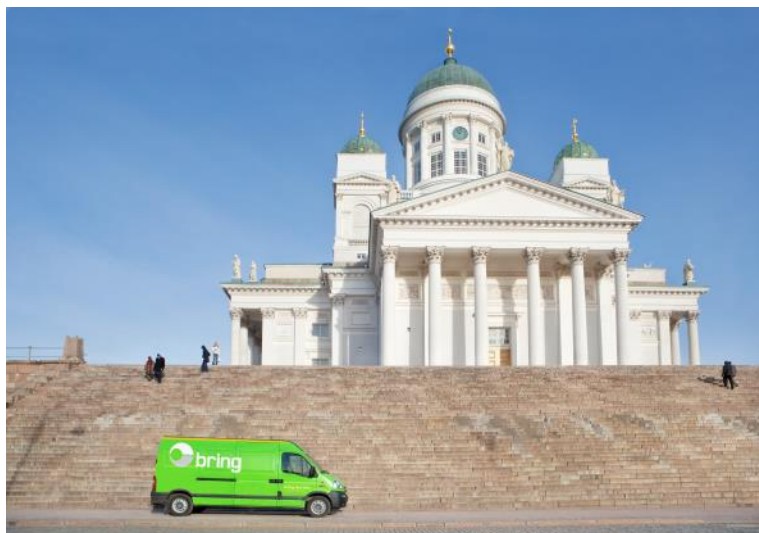
# Omsetning (i MNOK)



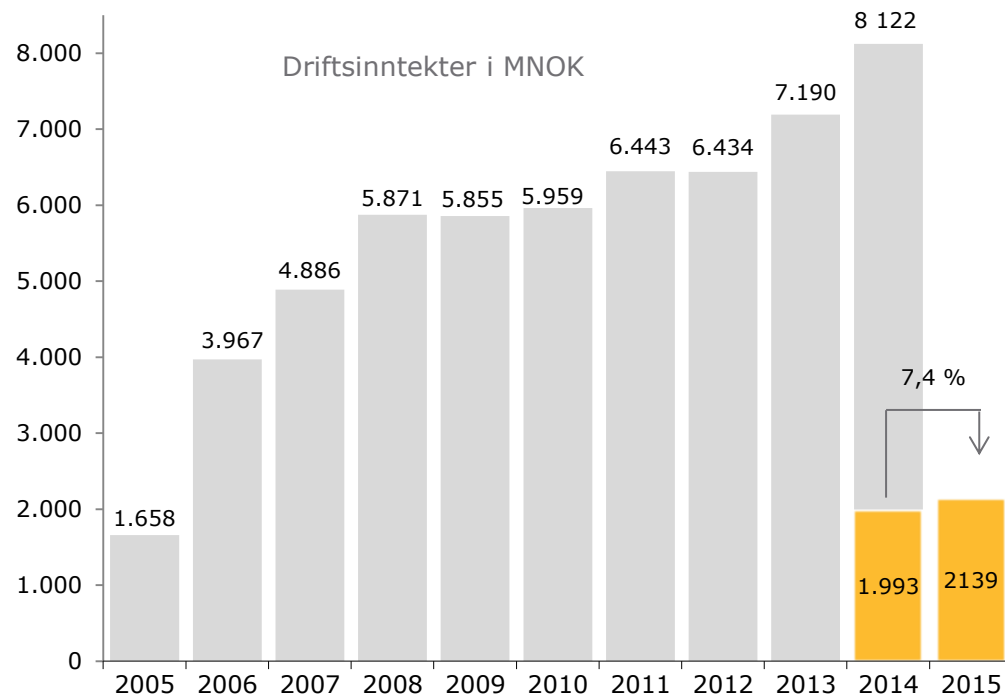
# Resultat (EBIT) før engangseffekter og nedskrivninger (i MNOK)



# Driftsinntekter fra utenlandske selskaper



Driftsinntekter fra utenlandske selskaper utgjorde 34,0 % av konsernets omsetning, opp 1,2 %-poeng fra i fjor.

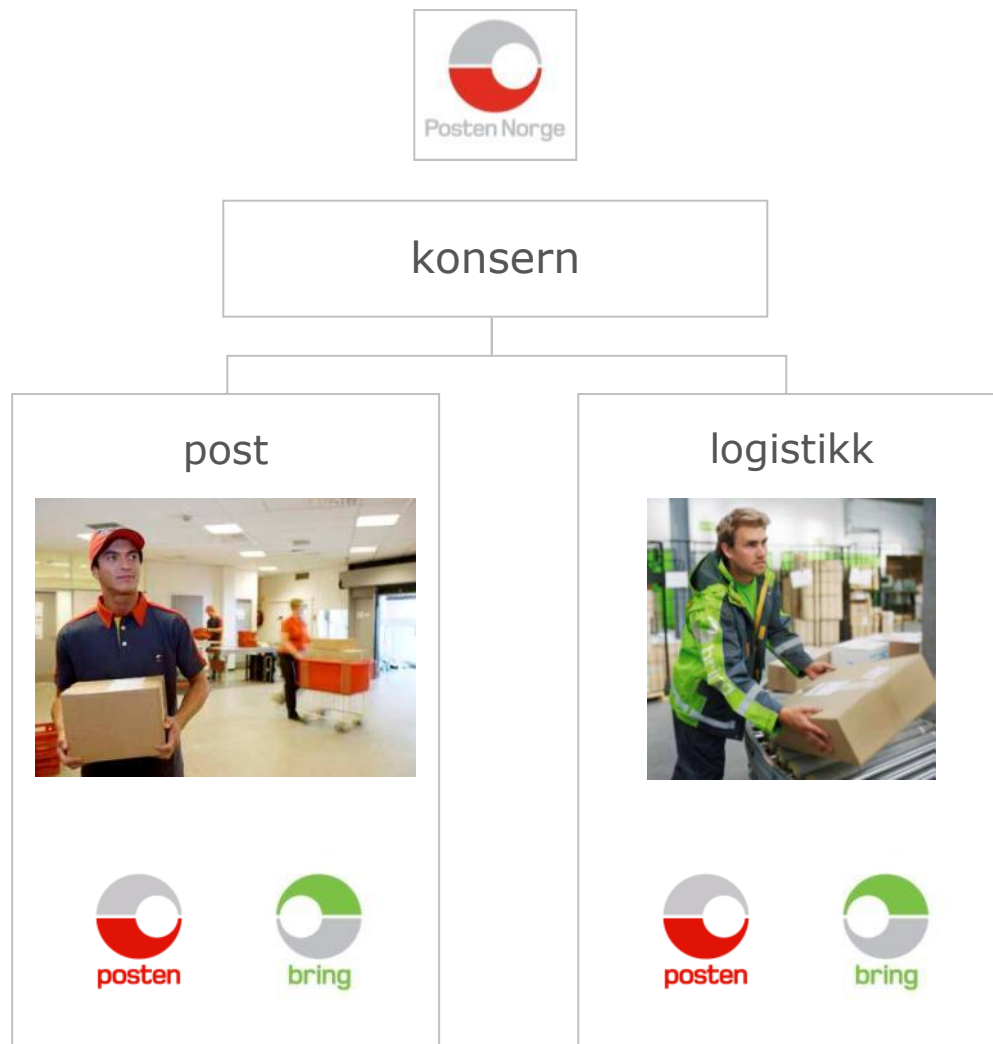


# Konsernets resultat

MNOK	Q1 2015	Q1 2014	Endring	Året 2014
<b>Driftsinntekter</b>	<b>6 288</b>	<b>6 072</b>	<b>216</b>	<b>24 404</b>
EBITDA	437	385	53	1 723
<b>EBIT før engangseffekter og nedskrivninger</b>	<b>231</b>	<b>191</b>	<b>41</b>	<b>933</b>
Nedskrivninger	0	0	0	282
Engangskostnader/(inntekter)	-2	-3	0	-66
<b>EBIT før resultatandel fra investeringer etter egenkapitalmetoden</b>	<b>234</b>	<b>194</b>	<b>40</b>	<b>718</b>
Resultatandel fra investeringer etter egenkapitalmetoden*	249	27	222	126
<b>EBIT</b>	<b>482</b>	<b>220</b>	<b>262</b>	<b>844</b>
Netto finans	-26	-28	2	-124
<b>Resultat før skatt</b>	<b>456</b>	<b>192</b>	<b>264</b>	<b>720</b>
Skattekostnad	57	51	7	271
<b>Ordinært resultat etter skatt</b>	<b>399</b>	<b>142</b>	<b>257</b>	<b>449</b>

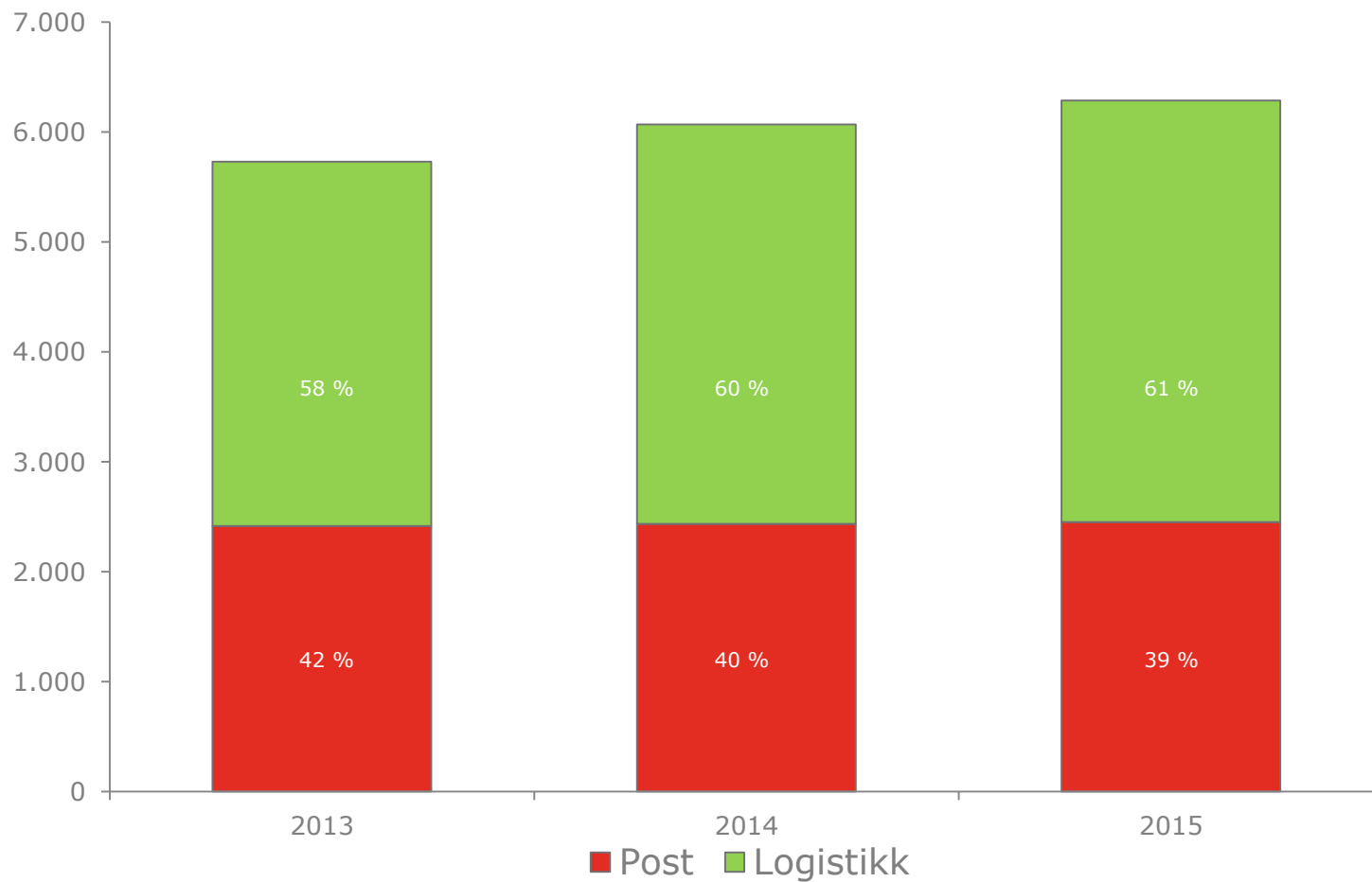
\* Inkludert gevinst ved salg av EVRY ASA

# Segmentstruktur for Posten





# Segmentfordeling eksterne driftsinntekter



# Segment Post

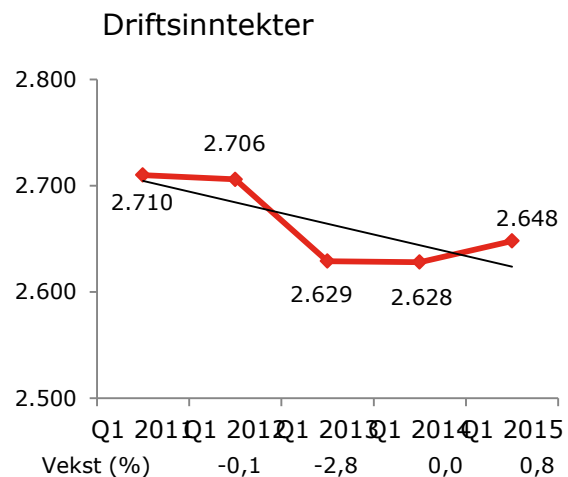
post

logistikk

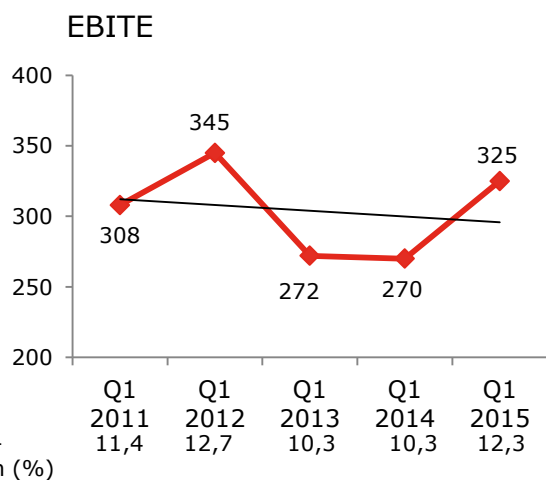


**Brevprodukter  
Banktjenester  
Dialogtjenester**





- Driftsinntekter i 1. kvartal på nivå med fjorår.
  - Volumnedgang adressert post 4,1 %
  - Volumnedgang uadressert post 4,9 %
  - Volumnedgang i Bring Citymail Sverige 2,0 %



- Resultat før engangseffekter og nedskrivninger i 1. kvartal viste god utvikling fra i fjor.
- Økningen skyldtes i hovedsak overgang til post i butikk og lavere IT-kostnader i kombinasjon med god topplinjeutvikling.
  - Tiltakene i år er konsentrert rundt videre omlegging på distribusjonssiden.

# Segment Logistikk

post

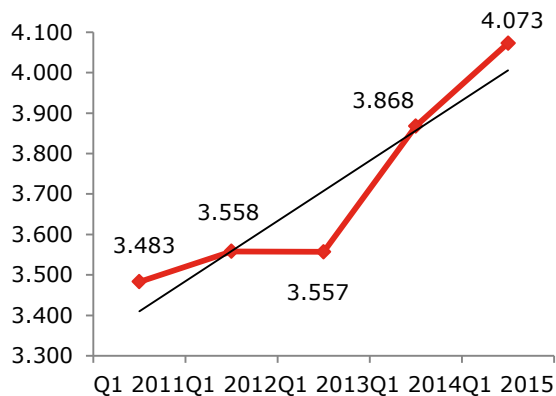
logistikk



**Pakker**  
**Express**  
**Gods**  
**Frigo**  
**Warehousing**  
**Supply Services**

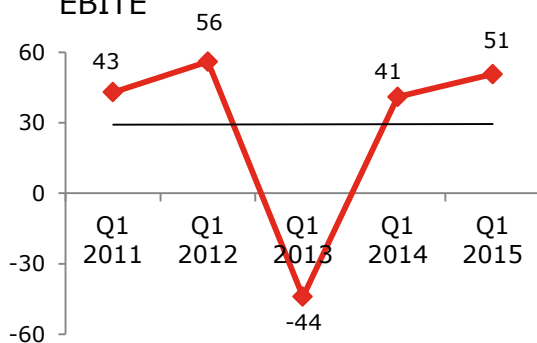


## Driftsinntekter



Vekst (%)      2,2      0,0      8,7      5,3

## EBITE



EBITE-margin %      1,2      1,6      -1,2      1,1      1,2

- Driftsinntekter i 1. kvartal 2015 var 5,3 % høyere enn i 2014.

- Konsernets e-handelsvolumer økte med 5 %
- Vekst i pakke- og godsvolumer

- Resultat før engangseffekter og nedskrivninger i 1. kvartal 2015 viste god utvikling fra i fjor.

- Økningen skyldtes volumvekst i kombinasjon med kostnadstilpasninger.
- Logistikkvirksomheten utenfor Norge er under restrukturering for å tilpasses markedsutviklingen på en best mulig måte.

# Fremtidsutsikter

- Ny postlov forventes vedtatt av Stortinget i juni.
- Konsernet fortsetter målrettet satsning innen logistikk. Etableringen av ny terminalstruktur i Norge går som planlagt.
- Redusert aktivitet i oljeindustrien preger utviklingen i logistikkmarkedet i Norge.
- Posten Norge er med sin digitale postkasse, Digipost, godt posisjonert for å vinne i konkurransen om digitale postbrukere i fremtiden. Et stadig økende antall private og offentlige virksomheter kobler seg på løsningen. Regjeringens mål er at det offentlige som hovedregel skal kommunisere digitalt med innbyggerne innen første kvartal 2016.

