

# Kvartalsrapport

2. kvartal 2021

Posten Norge



# 2. kvartal og 1. halvår 2021



## Del 1:

- Hovedtrekk og finansiell utvikling  
v/konsernsjef Tone Wille

## Del 2:

- Posten styrker sin nordiske posisjon  
v/konserndirektør Per Ôhagen, E-handel og logistikk



# 2. kvartal og 1. halvår 2021

Del 1 - Hovedtrekk og finansiell utvikling





# Hovedtrekk

- Gode volumer, god drift og godt smittevern har gitt **gode resultater**
- **Høy leveringskvalitet** gjennom koronapandemien
- **Sykefraværestrenden er synkende** til et rekordlavt nivå
- Antall **personskader har økt** og tiltak iverksatt
- **45,3 prosent pakkevekst** fra netthandel siste 12 måneder
- **Sterk resultatfremgang** i logistikksegmentet
- Postvolumene fortsetter å **falle**
- **Kundenes tilfredshet** og lojalitet følger en positiv trend
- Investeringer i ventures innen **nye forretnings- og tjenesteområder**
- Satsningen på «**Shelfless**» fortsetter
- **Sterk fremgang** på Norsk Bærekraftbarometer 2021
- Posten 1 av 4 med **utslippskutt** i tråd med Parisavtalen i følge PwC

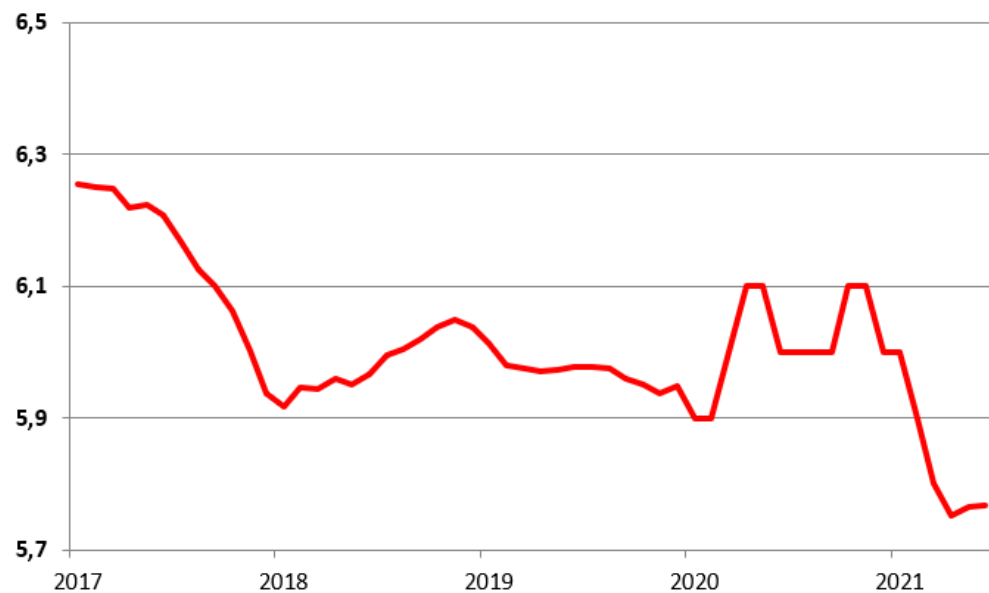




# HMS 1. halvår 2021: Lavt sykefravær, men økning i personskader

SYKEFRAVÆR I KONSRNET, prosent

5,8 % (siste 12 mnd)

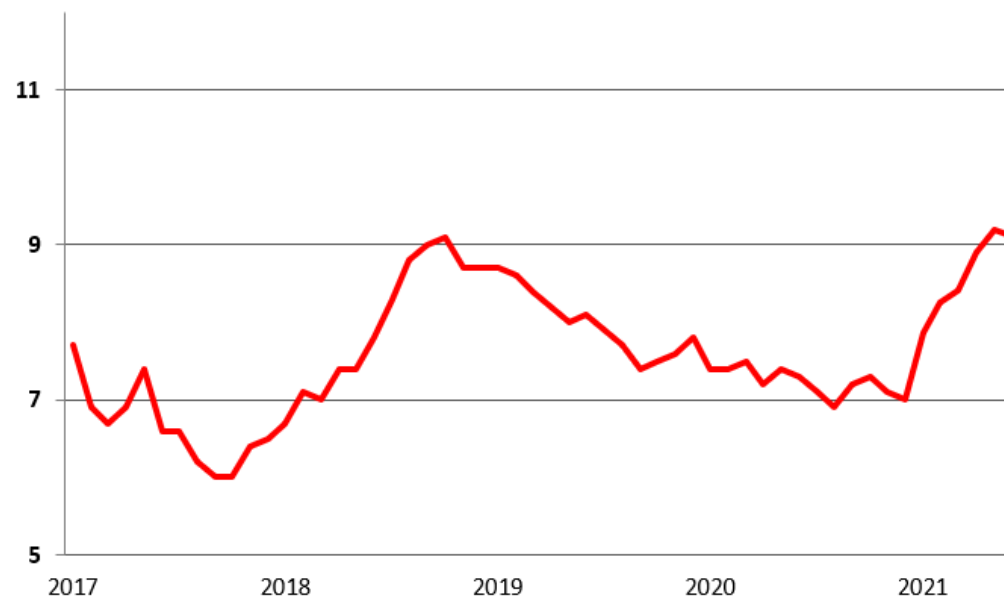


\*Historisk data er justert for etterregistreringer

- Sykefraværet i de siste 12 måneder var 5,8 %. Dette er 0,2 prosentpoeng bedre enn ved årsskiftet. Sykefraværet i 2020 var påvirket av den krevende situasjonen ved det første store utbruddet av covid-19 i 1. halvår 2020.

H2 I KONSRNET

9,1 (siste 12 mnd)



\*Historisk data er justert for etterregistreringer

- Totalt antall personskader per million arbeidede timer (H2) de siste 12 måneder var 9,1, en økning på 2,1 fra årsskiftet. Økningen oppstod hovedsakelig i divisjon Nettverk Norge, og var drevet av vær og føreforhold. Det er iverksatt tiltak for å snu denne trenden.

*Vårt mål er et helsefremmende arbeidsmiljø der ingen blir skadet eller syke som følge av å arbeide i konsernet.  
Det jobbes kontinuerlig for å forbedre utviklingen gjennom målrettede tiltak.*

# Hovedpunkter - økonomi 2. kvartal og 1. halvår 2021

## DRIFTSINNTEKTER, mill. kr

Q2 2021	Q2 2020	Hittil 2021	Hittil 2020
6 027	5 830	12 026	11 793

## JUSTERT DRIFTSRESULTAT\*, mill. kr

Q2 2021	Q2 2020	Hittil 2021	Hittil 2020
382	234	809	386

## AVKASTNING PÅ INVESTERT KAPITAL/ROIC\*, prosent

Siste 12 mnd	Siste 12 mnd
19,4	8,9

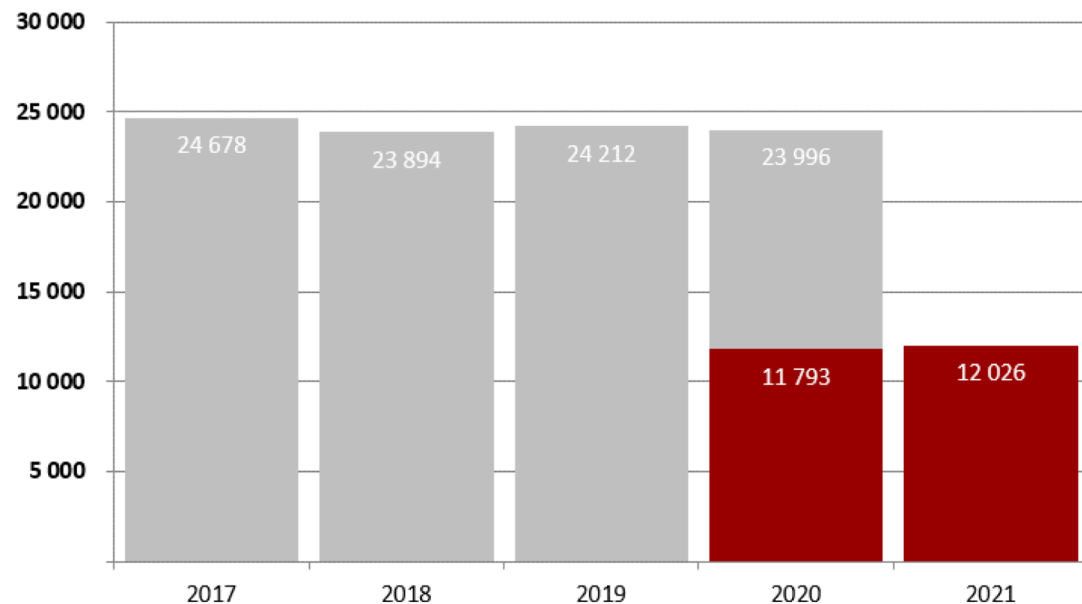
\*For beskrivelse av alternative resultatmål benyttet i kvartalsrapporten, se vedlegg til rapporten





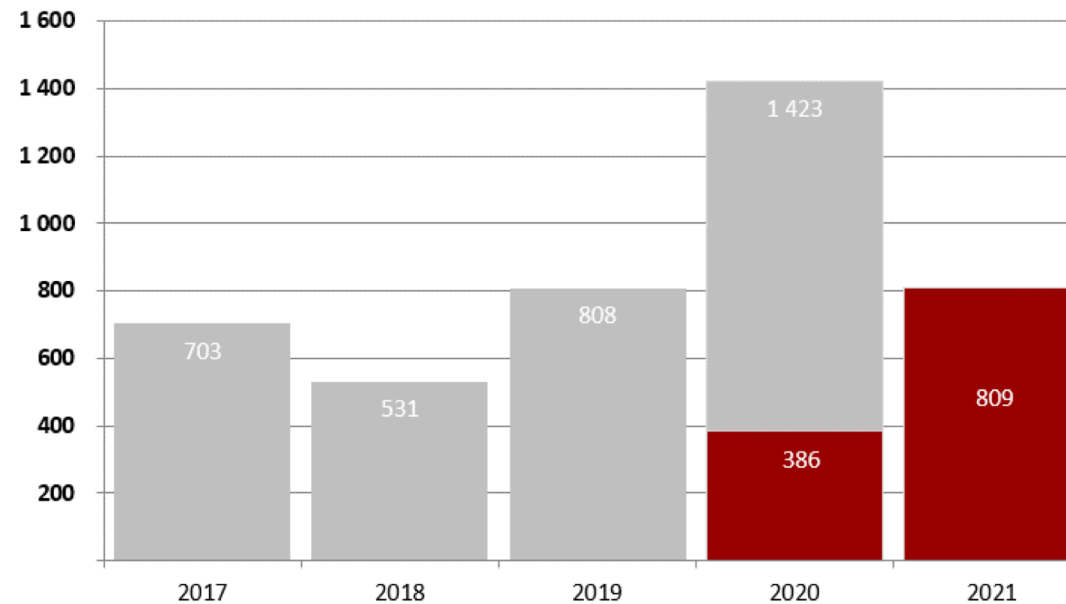
# Stabil omsetning og godt justert driftsresultat i 1. halvår 2021

Omsetning, mill. kr



- Organisk vekst ble 5,3 prosent i 1. halvår 2021
- Omsetningsvekst i segment Logistikk, med en organisk vekst på 10,7 prosent
- Redusert omsetning i segment Post grunnet fortsatt volumfall

Justert driftsresultat, mill. kr



- Justert driftsresultat i 1. halvår 2021 ble på 809 mill. kroner, en forbedring på 422 mill. kroner sammenlignet med samme periode i fjor
- Logistikksegmentet hadde i 1. halvår 2021 en betydelig forbedring av lønnsomheten

# Resultat 2. kvartal og 1. halvår 2021

Q2 2021	Q2 2020		Hittil 2021	Hittil 2020	Året 2020
6 027	5 830	Driftsinntekter	12 026	11 793	23 996
686	600	Driftsresultat før avskrivninger (EBITDA)	1 414	1 128	2 886
382	234	Justert driftsresultat	809	386	1 423
393	284	Driftsresultat (EBIT)	820	442	1 485
(32)	43	Netto finans	(25)	(95)	(141)
361	326	Resultat før skatt	795	347	1 344
<b>269</b>	<b>264</b>	<b>Resultat etter skatt</b>	<b>621</b>	<b>274</b>	<b>1 123</b>

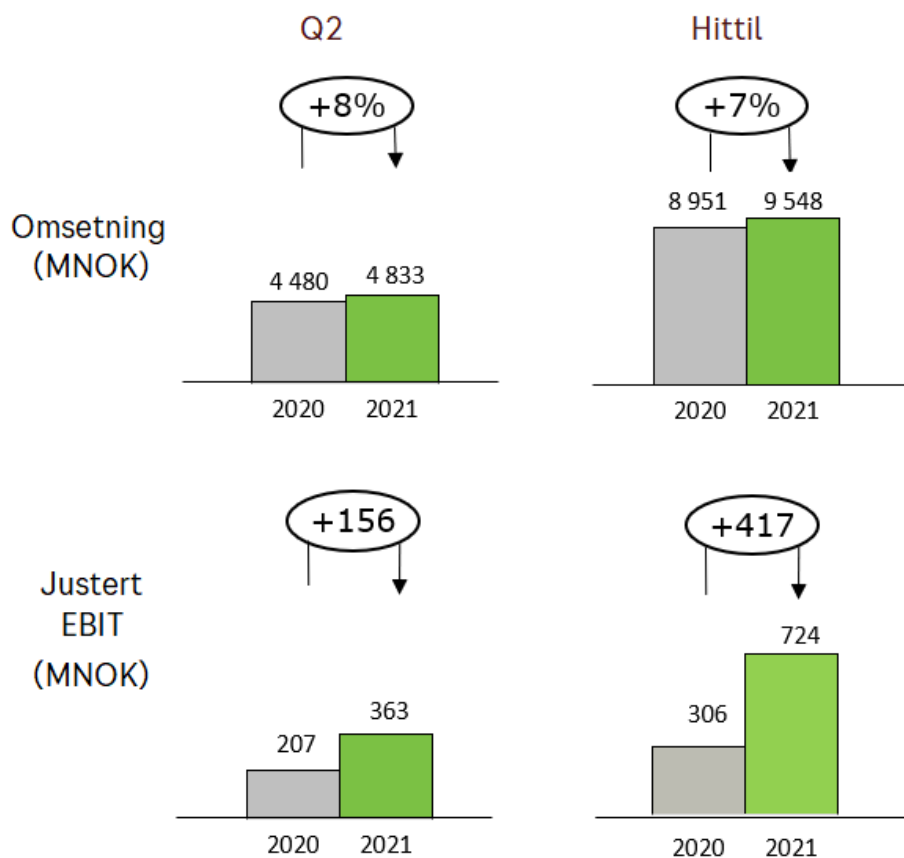
For beskrivelse av alternative resultatmål benyttet i kvartalsrapporten, se eget vedlegg

Se sammendratt resultatregnskap

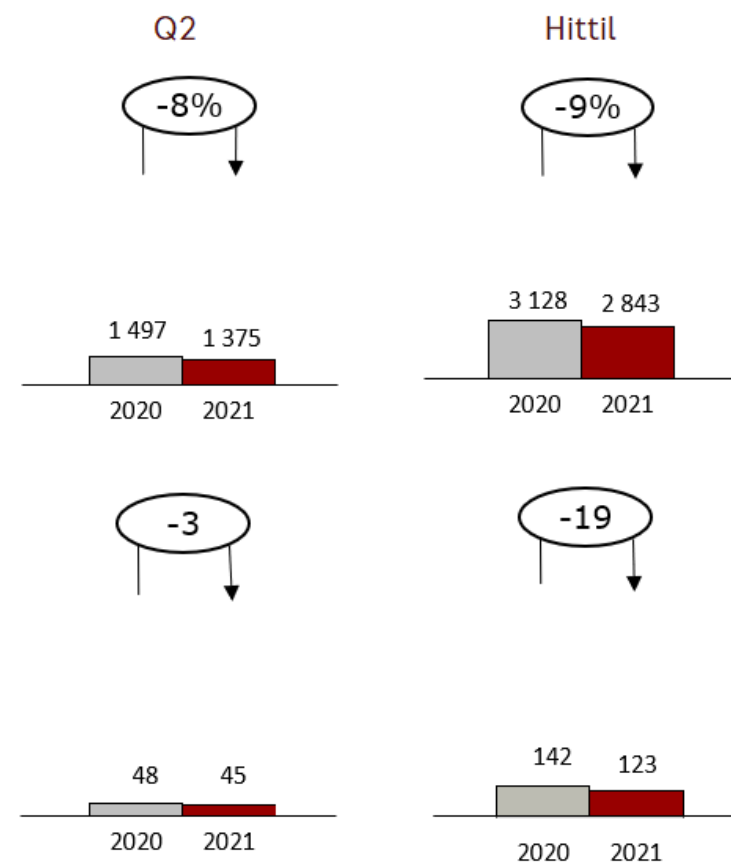


# Segmentrapportering

## LOGISTIKK



## POST



# Segment Logistikk:

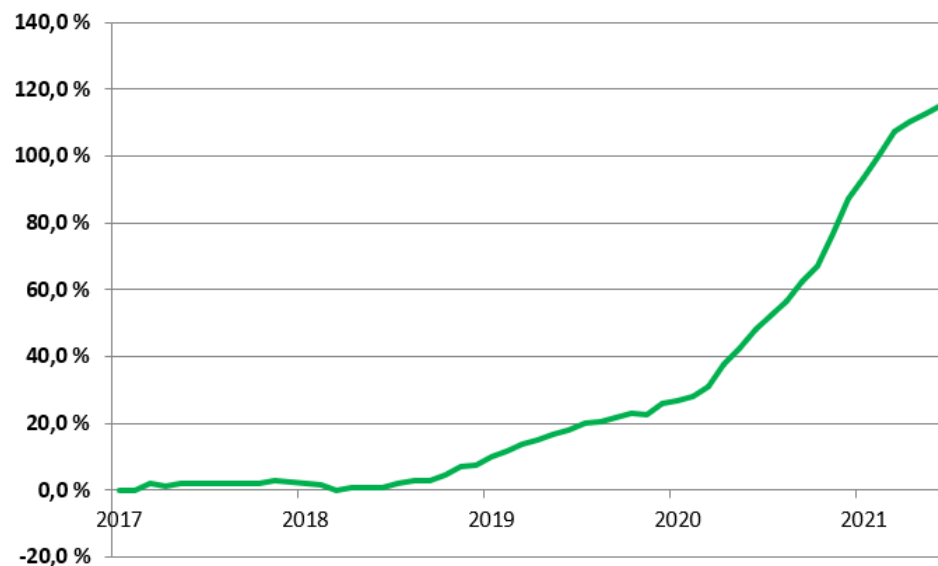
## Den høye veksten i e-handelsvolum fortsetter

- Fortsatt høy vekst i netthandel til private og hjemlevering drevet av endrede handelsvaner som følge av koronapandemien
- E-handelsvolumet økte med 45,3 prosent siste 12 måneder
- Koronapandemien resulterte i en nedgang i volumet i bedriftsmarkedet, men etterspørselen har tatt seg opp og bedriftsmarkedet viser igjen vekst

UTVIKLING E-HANDELSVOLUM FRA Q2 2017, prosent

45,3 % (siste 12 mnd)

115,1 % (siste 5 år)



E-handelsvolum inkluderer alle kolli under E-commerce & Consumer Deliveries i divisjon E-handel og Logistikk



# Segment Post:

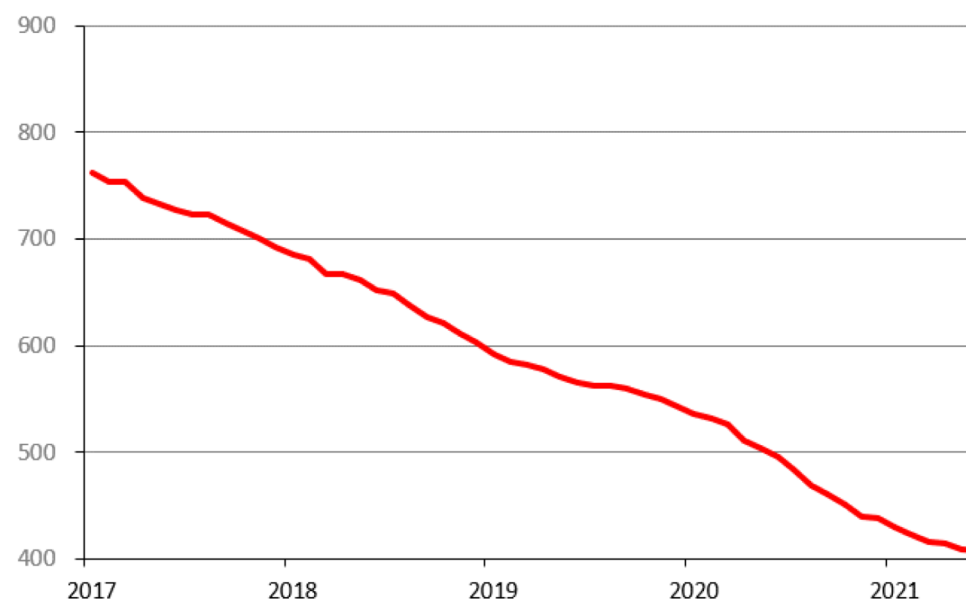
## Fortsatt nedgang i postvolum

- Volumet innenfor adressert post ble redusert med 13,1 prosent i 1. halvår
- Levert stabilt høy kvalitet. Leveringskvaliteten ble i 2. kvartal 93 prosent, godt over kravet på 85 prosent
- Volumet på uadressert post holdt seg relativt stabilt med en vekst på 1,2 prosent. Den svake volumveksten forklares med at det var et kraftig volumfall våren 2020 i forbindelse med nedstengningen av samfunnet
- Norgespakken hadde en positiv omsetningsvekst på 16,1 prosent i 1. halvår

VOLUM ADRESSERT POST FRA Q2 2017, i mill. stk

407 (siste 12 mnd)

-46,6 % (siste 5 år)



# Fremtidsutsikter

- Postens **hovedmål** er: kundens førstevalg, ledende på teknologi og innovasjon, og best på bærekraftig verdiskapning
- **Fortsatt vekst** i netthandel og hjemlevering, men veksttakten **normaliseres** etter gjenåpning av samfunnet
- Østlandsterminalen dobler kapasiteten på småpakker for å håndtere **høyere pakkevolum**
- **Nye terminaler** åpnes i Førde og Tromsø i andre halvår
- Utplassering av **pakkebokser i rute**, mot 1 000 lokasjoner i Norge i 2021
- Storsatsingen «**Shelfless**» fortsetter. På Berger/Oslo er første fullautomatiserte lager tatt i bruk, mens nytt lager er under etablering i Stockholm
- Det arbeides med å etablere ytterligere **ambisiøse miljømål**





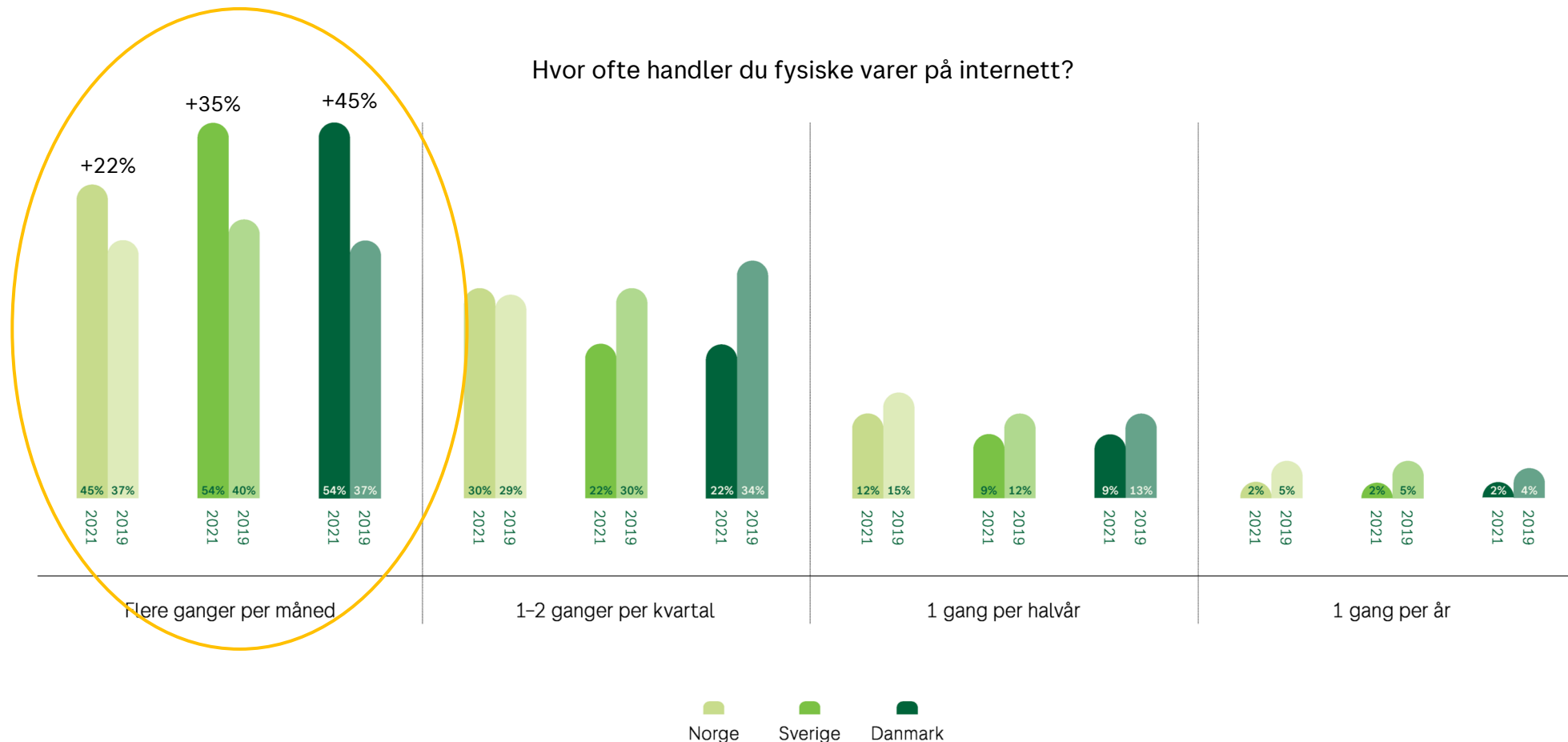


# 2. kvartal og 1. halvår 2021

Del 2 - Posten styrker sin nordiske posisjon. Bærekraft, innovasjon og digitalisering står sentralt i den videre nordiske veksten

v/konserndirektør Per Ôhagen, E-handel og logistikk

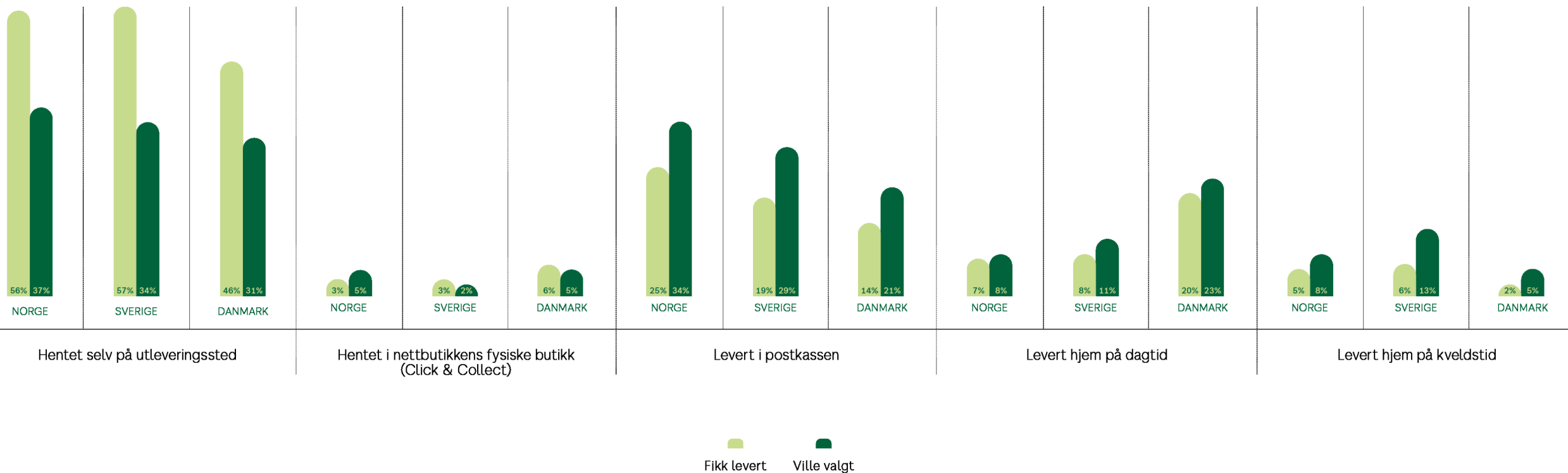
# Sterk vekst i andelen som handler fysiske varer på nett ofte, fra november 2019 til januar 2021





# Vi har endret leveringspreferanser under korona

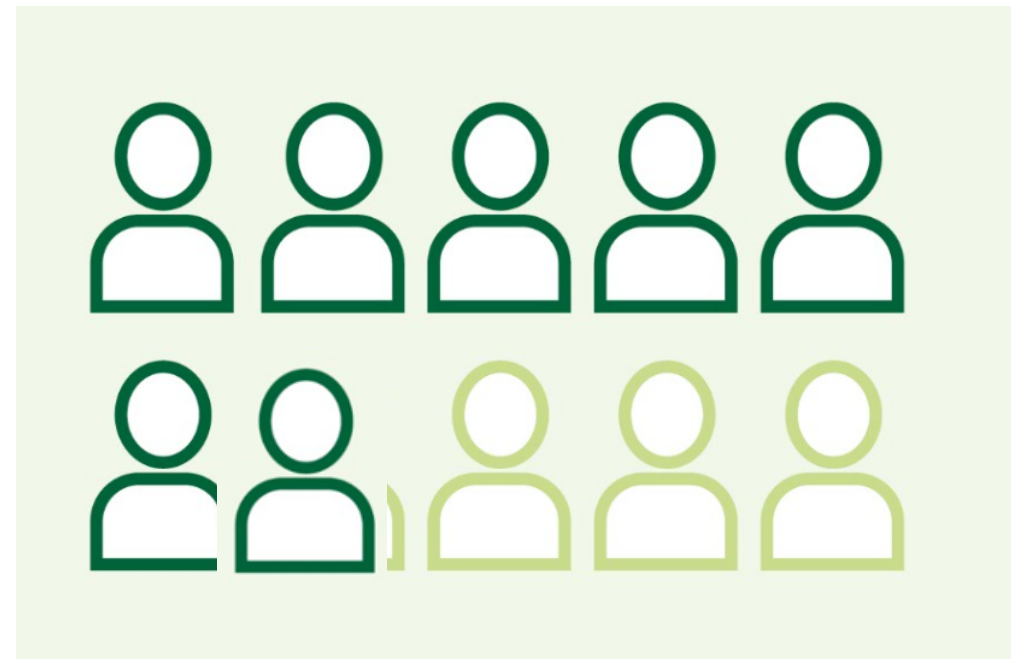
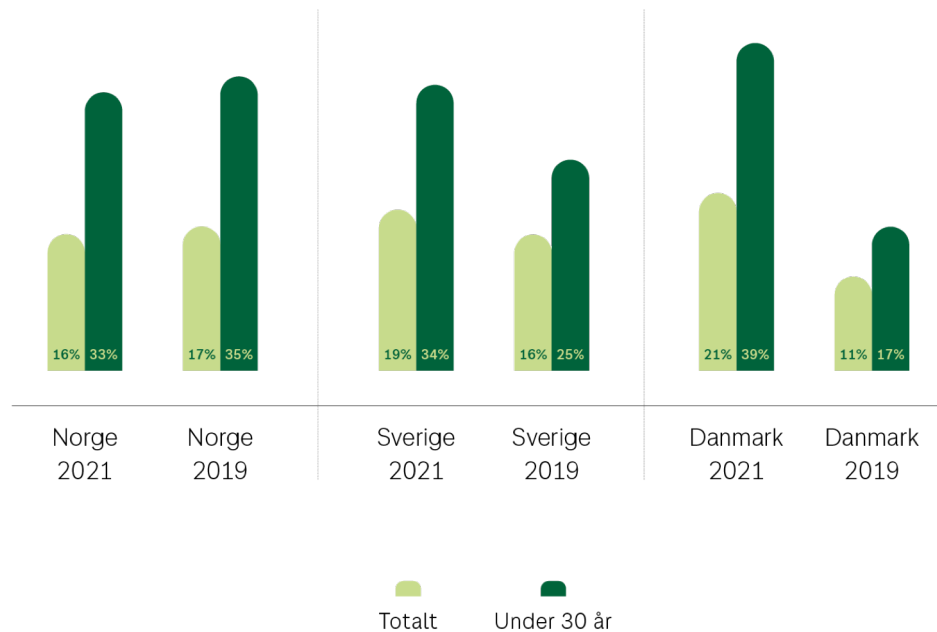
Når du ser tilbake på ditt siste kjøp i nettbutikk, hvordan fikk du denne varen levert til deg?  
Hvis du kunne velge leveringsmåte for siste varekjøp om igjen, hva ville du helst ha valgt?



# Flere velger bevisst å handle i nettbutikker som har en tydelig bærekraft- og miljøprofil

Har du i løpet av de siste 3 måneder bevisst valgt å handle varer fordi butikken hadde en tydelig miljø- og bærekraftprofil?

Hvis nettbutikkene tilbyr en miljøvennlig levering til samme pris som andre leveringsalternativ ville du da velge dette?



# Netthandelen løfter det nordiske pakkevolumet til nye rekorder

Konsernets vekst i pakkevolumer første halvår 2021, mot første halvår 2020:

 37 prosent økning

 62 prosent økning

 20 prosent økning







**Pandemien har vært en  
turbomotor for vårt innovasjons-  
og digitaliseringsarbeid**



# Shelfless styrker vår nordiske e-handels posisjon og gir raskere og grønnere leveranser

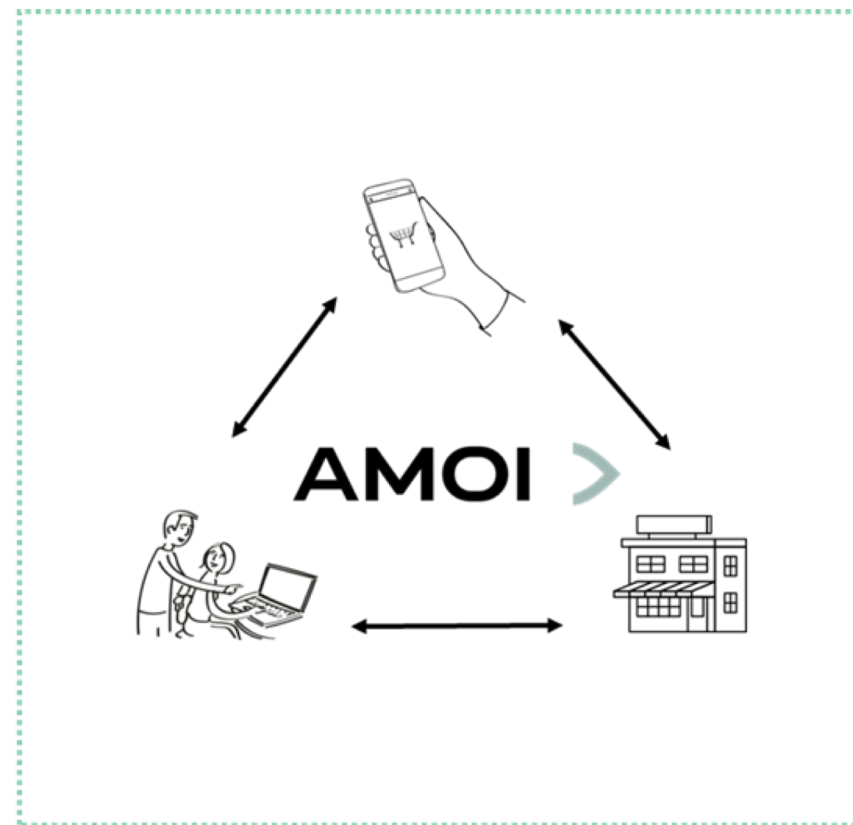
- Shelfless er en helintegrert nordisk fulfilment-tjeneste som forenkler og tar seg av hele prosessen fra «klikk til leveranse» for våre kunder
- Avanserte digitale løsninger, automatiserte lagre og et ledende distribusjonsnettverk skal bidra til at vi kan møte markedets behov om stadig raskere og grønnere kvalitetsleveranser
- Satsingen vil ytterligere styrke konsernets posisjon og konkurransekraft i det nordiske e-handelsmarkedet og er en plattform for å videreutvikle eksisterende tjenester langs hele verdikjeden
- Shelfless er allerede lansert i Norge med et automatisert lager rett utenfor Oslo og etableres i Stockholm første halvdel av 2022
- Neste steg er etablering i Danmark hvor vi utforsker lokasjoner i nærheten av København



# AMOI – handelsplass for lokale faghandlere

## Suksess i Oslo, nylig åpnet i Stockholm og testes på Lillehammer

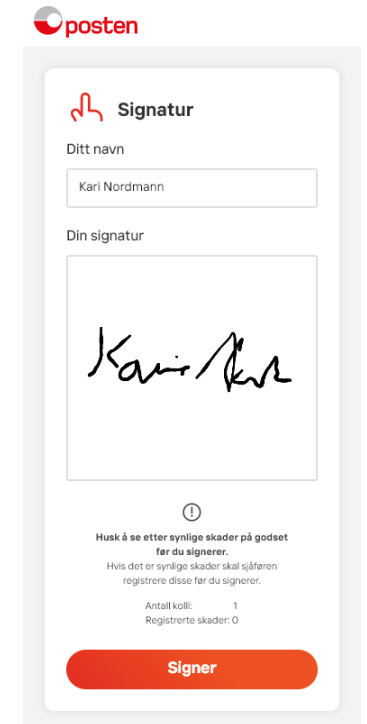
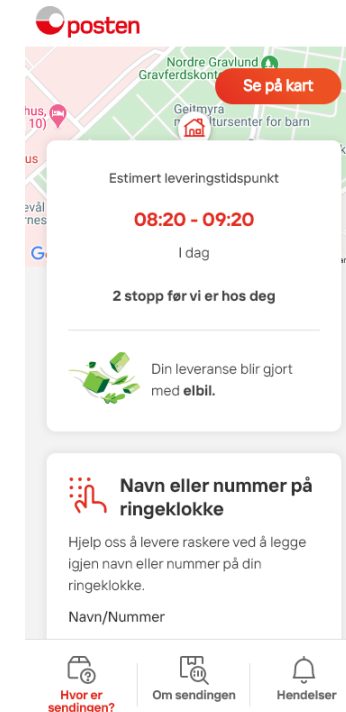
- AMOI ble først lansert i Oslo. Nå testes markedsplassen for lokale faghandlere i Stockholm og på Lillehammer
- AMOI økte antall kjøp med 318 prosent fra første halvår i år, mot andre halvår 2020
- Over 70 aktive butikker er tilknyttet AMOI i Oslo
- AMOI i Stockholm er nylig åpnet. 18 butikker innenfor mat og drikke er tilknyttet markedsplassen. Planlegger for vekst



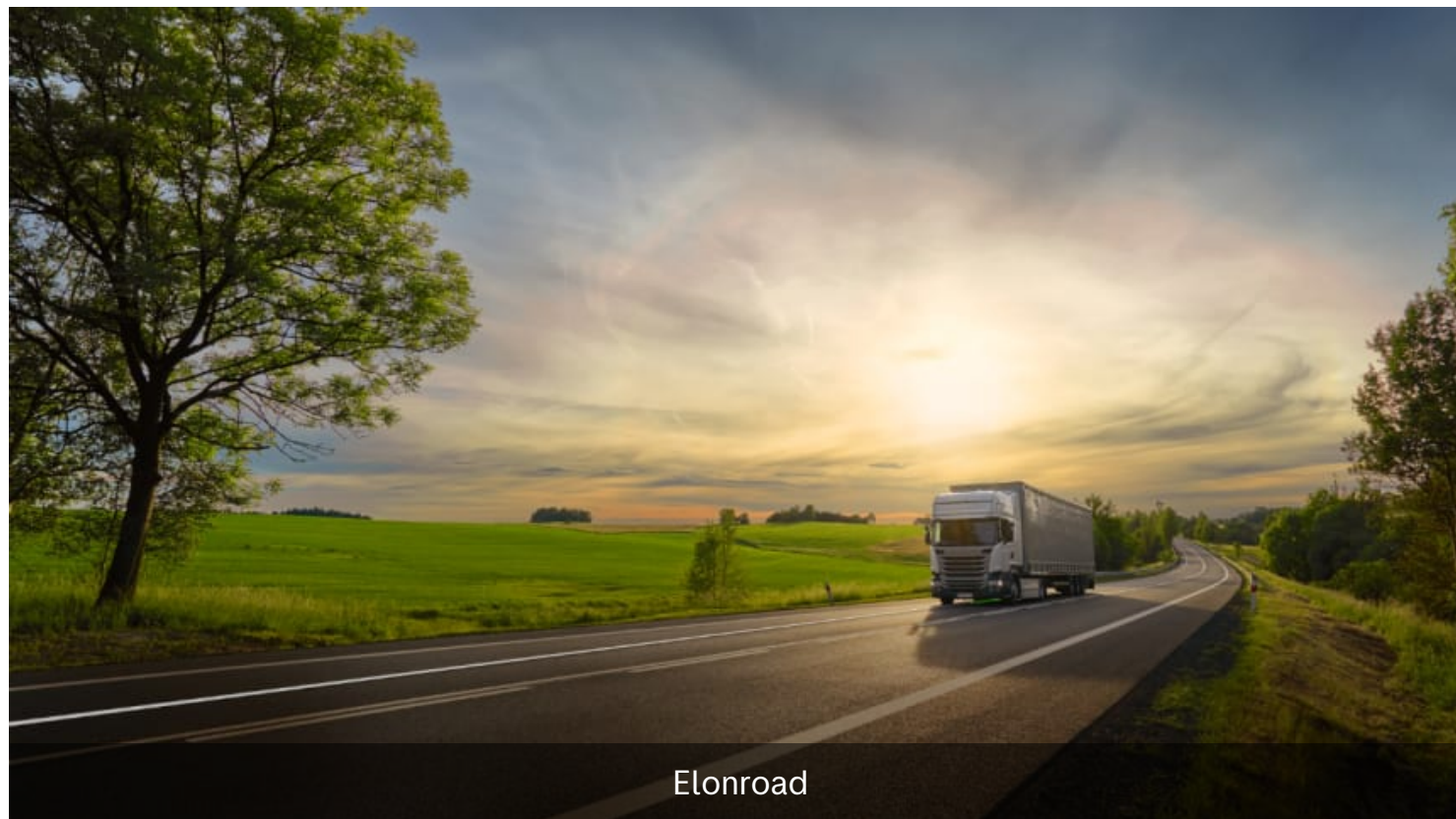
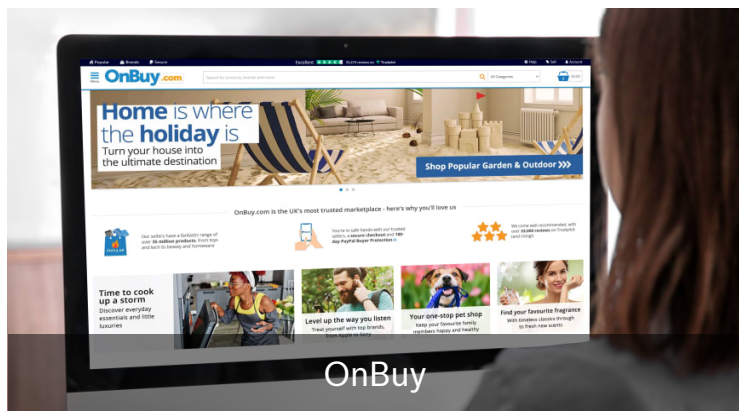
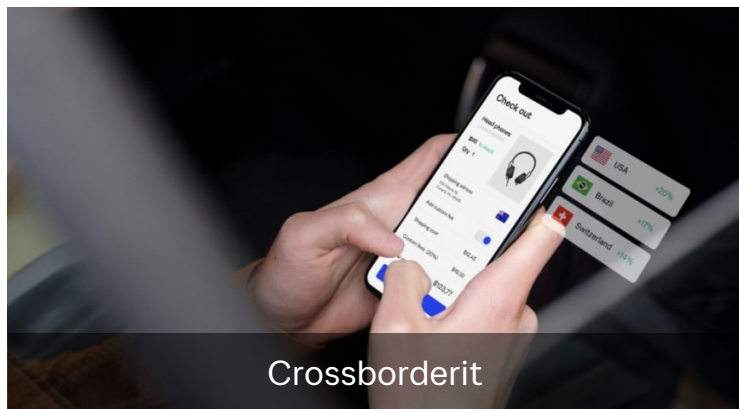
# Glow - egenutviklet leveringsapp i hele Norden

Postens egenutviklede digitale plattform, Glow, muliggjør effektiv produksjon gjennom ruteoptimalisering og gir en bedre kundeopplevelse.

- Kundene følge leveransen direkte i appen og ser nøyaktig når pakken blir levert
- Smittefri levering. Tidlig i pandemien tilrettela Glow for smittefri levering ved at mottaker signerer på egen telefon
- Kunden involveres. Våre leveringer med nullutslippskjøretøy vises i appen
- Glow produserte 5 mill. sendinger det siste året og volumveksten vil fortsette
- Tredobling i fra bruken i 2019



# Ventures – investeringer som styrker verdikjeden





# Den grønneste logistikkleverandøren

- Ny miljøambisjon i tråd med det vitenskapen sier næringslivet må redusere for å være i tråd med Parisavtalen
- Blir ikke bestilt fossile varebiler til bruk i byer fra 2022. Utenfor byene er målet fra 2023
- Kjøretøyparken hadde en fornybarandel på 32,1% i Q2, opp fra 27,2% i Q1
- Vi har startet på omstillingen av de tyngre kjøretøyene
- Lansert miljørapporter i MyBring slik at kundene selv kan hente ut klimagassutslipp på sendingsnivå pr mnd



# Posten – én av fire som kutter i tråd med Parisavtalen.. av Norge 100 største bedrifter !

E24 AKSJELIVE BØRS E24+ TIPS OSS Søk

nonse

DET GRØNNE SKIFTET

## PwC: Nesten ingen store bedrifter kutter i tråd med Parisavtalen

Kun 4 av Norges 100 største selskap har klimakutt i tråd med Parisavtalen, viser en gjennomgang gjort av revisjonsselskapet PwC.

### Nesten ingen bedrifter kutter i tråd med Parisavtalen

Bare fire av Norges hundre største bedrifter har utslippskutt som monner, viser PwCs klimaindeks. – Hadde vi tatt med indirekte utslipp så ville Norge vært klimaversting. Bedriftene bør ta med indirekte utslipp for å vise realitetene, sier Hanne Løvstad, bærekraftsleder i PwC.



Det er Posten, Storebrand, Schibsted og Vinmonopolet som kan vise til utslippskutt på nivået som kreves for å komme i mål med Parisavtalen, ifølge PwC.

## Posten leder an i ny klimaindeks

Published 8/18/2021

En fersk undersøkelse fra PwC viser Posten er ett av fire selskaper som går foran i den grønne omstillingen i Norge.



Klimaindeksen ble offentliggjort av PwC på Arendalsuka denne uken. Her er Colin Campbell (t.h.), direktør HMS og bærekraft i Posten, til stede på arrangementet sammen med Leif Arne Jensen (CEO i PwC) og Odd Arild Grefstad (CEO i Storebrand).



# **Pandemien har vært en akselerator, både for pakkevolum og for nye grønne og digitale tjenester**