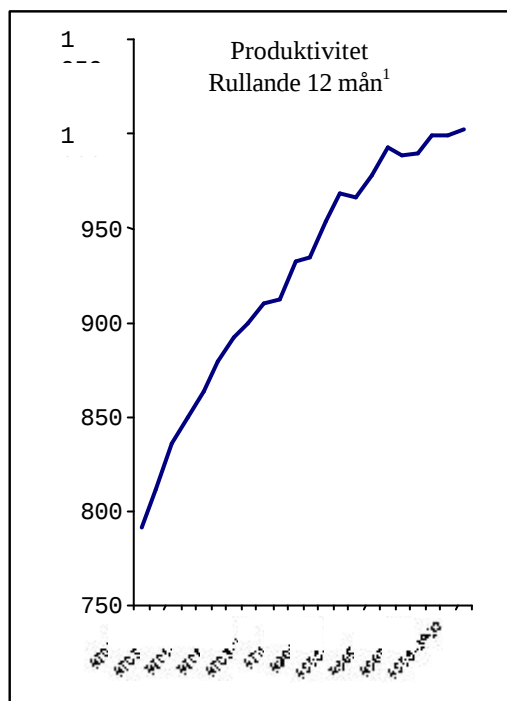
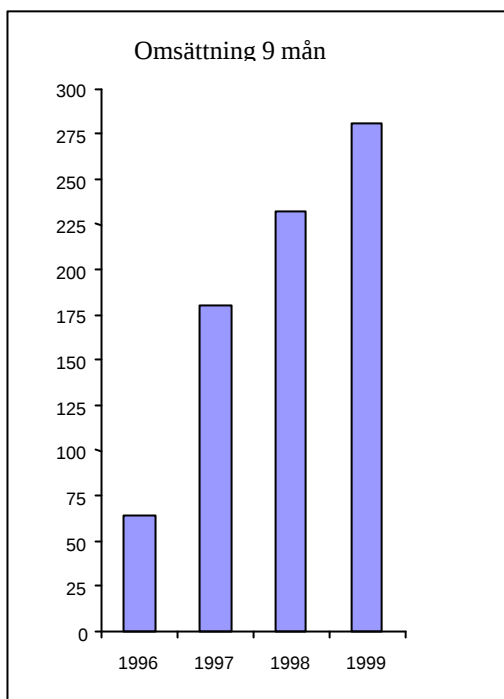




Delårsrapport 1/1 - 30/9 1999

- Ökning av nettoomsättningen med 21 procent till 280,6 (232,2) MSEK.
- Förbättring av resultatet till -23,8 (-44,6) MSEK.
- Kraftig orderingång för distribution av internationell post.
- Ny utdelningsstruktur från årsskiftet ger kostnadsreduktion på omkring 10%.



¹ Brev per CityMan och dag

Intäkter

För de första nio månaderna 1999 uppgick CityMails intäkter till 280,6 MSEK, en ökning med 21 % jämfört med motsvarande period 1998. Snittintäkten per försändelse ökade med 3,4% jämfört med motsvarande period 1998. CityMails intäkter under det tredje kvartalet uppgick till 88,5 MSEK (75,7).

Omsättningen på CityMails befintliga kunder ökade med cirka 15%. Inom segmentet storkunder stod befintliga kunder för 98 procent av ökningen medan ökningen bland små och medelstora kunder nästan uteslutande kom från nyförsäljning.

Distributionen av utrikespost har utvecklats mycket väl. Marknaden karakteriseras av låg konkurrensintensitet och höga priser, varför det finns stor rationaliseringspotential för kundföretagen. CityMail har fått en kraftig orderingång och förhandlar för närvarande med ett flertal stora kunder vilka sammantaget kan ge en omsättningsökning under år 2000 på mer än 100 MSEK.

CityMail har i samarbete med företaget next direct utvecklat och lanserat en unik ny produkt som vänder sig till kunder som för närvarande skickar ut mycket oadresserad reklam. Produkten, som kallas "Fastighetsadresserat", bygger på en detaljerad segmentering av olika utdelningsområden. Kunderna undviker onödigt "spill" och kan erhålla en högre effekt till bibehållen eller lägre totalkostnad. Försändelserna görs semi-adresserade dvs de är adresserade till en gatuadress och i förekommande fall till ett våningsplan, men inte till en enskild person. Marknaden för oadresserade försändelser utgör cirka 1,2 miljarder SEK i Sverige och CityMail förväntar sig att på sikt kunna ta en icke oväsentlig andel av denna marknad med den nya produkten.

Under andra kvartalet träffades ett förlikningsavtal med Posten. Förlikningsavtalet resulterade i en nettoersättning till CityMail varav viss del intäktsförts under det andra

kvartalet och en mindre del på det tredje kvartalet. En positiv nettoeffekt har därmed uppkommit i resultatet under det tredje kvartalet.

Kostnader

CityMails rörelsekostnader för de första nio månaderna 1999 uppgick till 303,1 (275,2) MSEK. Ökningen mellan åren förklaras av de satsningar som gjordes under 1998 på utbyggnad av säljorganisationen och en ökad dimensionering av utdelningsorganisationen.

Under det tredje kvartalet 1999 uppgick rörelsekostnaderna till 97,9 MSEK, en minskning med 4 MSEK jämfört med andra kvartalet 1999.

Under den gångna perioden har beslut fattats om att förändra utdelningsstrukturen från och med början av år 2000. CityMails tjänst utvecklas till att omfatta varje arbetsdag i veckan i ett rullande tredagars schema. Utdelningsstakten för ett utskick kommer att vara tre dagar från inleveransdag, jämnt fördelat på dessa dagar.

Avsikten är att fördela volymerna jämnare varigenom betydande förbättring av kapacitetsutnyttjandet och därmed kostnadsbesparingar kan åstadkommas. En kostnadsreduktion på omkring 10% beräknas erhållas. Vederbörliga fackliga förhandlingar pågår.

Hemleverans av paket - ASG Direct

I slutet av 1998 bildade ASG och CityMail ett gemensamt ägt bolag för att ta hand om distribution av paket som genereras via elektronisk- och annan distanshandel. Fullskalig distribution i Storstockholm startade planenligt den 4 oktober i år.

Resultat

CityMails resultat de tre första kvartalen 1999 förbättrades till -23,8 (-44,6) MSEK.

Rörelseresultatet för de tre första kvartalen 1999 förbättrades till -22,5 MSEK, jämfört med -43,0 MSEK motsvarande period 1998.

Intäktsökningen om 21 % är den direkta orsaken till resultatförbättringen. Kostnader till följd av kapacitetsuppbyggnad, utökad säljorganisation och ökad personalrörlighet har hämmat resultatförbättringen.

Finansnettot uppgick till -1,3 MSEK jämfört med -1,6 MSEK föregående år.

Resultatet per aktie exklusive utestående teckningsoptioner uppgick till -3,5 (-5,7) SEK.

Styrelsen bedömer att bolaget erhåller en väsentlig resultatförbättring för 1999 jämfört med 1998.

Finansiell ställning

Bolagets likvida medel inklusive outnyttjade krediter uppgick den 30 september 1999 till 31,1 MSEK

(33,0). Kassaflödet under de nio första månaderna 1999 uppgick till -16,6 MSEK (30,1). Soliditeten per 30 september 1999 uppgick till 23,8 procent (46,3).

Investeringar

Investeringarna uppgick under perioden till 4,6 MSEK (8,6) efter upplösning av balanserade

utvecklingskostnader hänförliga till konkurrens- juridik.

Personal

Antal årsanställda uppgick till 973 (935).

Under perioden har ett ledarskapsprogram öppet för samtliga chefer i företaget påbörjats. Programmet är sammankopplat med införandet av Balanced Scorecards.

Anslutningen till programmet har varit mycket stort.

VD har ordet

"Tillväxt och lönsamhet riktmärken inför år 2000"

1999 kommer att beskrivas som det år då postmarknaden började bli en "riktig" marknad. En ny och tydligare svensk lagstiftning tydliggör infrastrukturen och sätter ramarna för hur de olika aktörerna kan och skall agera tillsammans. Under året bestämde sig CityMail och Posten för att vända blad och gjorde upp gamla tvister i ett förlikningsavtal.

En tämligen lång och turbulent tid på postmarknaden, när infrastrukt-

turen skulle sjösättas och testas, är nu till ända. För CityMails del innebär det att vi kan fokusera på nuet och framtiden och fortsätta hjälpa till att stöpa om marknaden efter våra kunders villkor.

Marknaden

CityMail delar in marknaden i tre delar: dator-adresserad post, kontorspost och brevlådepost. Vi skall vara ledare på marknaden för dator-adresserad post. Detta segment består till största delen av korrespondens "business-to-consumer", där företag utnyttjar fysiska försändelser som ett led i sin direktkontakt med kunder och

intressenter. Denna marknad har en god tillväxt och här skall CityMail vara ledare när det gäller kreativitet, kundnytta och pris-sättning.

Ett exempel på detta är CityMails nya produkt "Fastighets-adresserat".

Marknadsanpassning och kostnadseffektivitet

Under 1999 påbörjades ett projekt med inriktning att öka kundnyttan samt att genomföra ett åtgärdsprogram för att höja CityMails effektivitet med 15%. Från och med årsskiftet 2000 utvecklas CityMails tjänst till att omfatta varje arbetsdag i veckan i ett rullande tredagars schema. Den förändrade utdelningsstrukturen och en ökad kostnadsfokusering kommer att innebära en avsevärd kostnadsreduktion.

Internationella avregleringar

Även inom EU fortsätter arbetet med att avreglera de olika nationella postmarknaderna. Det är ett klokt vägval. Vi vet att avregleringarna under 80- och 90-talen gjorde det möjligt för IT- och telekommarknaderna att utvecklas och integreras på ett sätt som inte gick att förutse och vars följderna är den främsta orsaken till 90-talets ekonomiska boom.

Ur avregleringarna kom det teknologiskifte som lett till över nio års kontinuerlig tillväxt, med låg inflation och sjunkande räntor. Men integrationen stannar inte vid telefonjacket. Med bredbandsteknologin möjliggörs också nästa stora våg, den tredje integrationen.

Den kaliforniska venturetidningen Red Herring skrev i ett nyligen utkommet nummer om hur den extremt snabbväxande elektroniska handeln

kommer att kräva ett praktiskt logistikflöde. Tidningen konstaterar att "nya företag som kan erbjuda nästa generations utkörningstjänster kommer att ta en mäktig plats i den elektroniska handeln." Dessa företag kommer dels att tjäna pengar på transporter men också att äga en viktig relation till näthandlarna. Det gäller såväl konsumenthandeln som i handel mellan företag.

Här är CityMail väl positionerade för framtiden, inte minst genom delägarskapet i ASG Direct.

CityMails affärsområden

CityMail har organiserat sig i tre affärsområden för att vara väl anpassade till utvecklingen på sina marknader.

CityMail Sweden fokuserar på datoradresserad post, den del av den traditionella postmarknaden som växer snabbast och där vi har nästan tio års erfarenhet av att hantera och distribuera våra kunders försändelser effektivt och säkert.

CityMail International är ett "fulfillment center" för posttrafik över gränserna. Inom detta område finns mycket stor besparingspotential för kunderna, vilket gör att vi ser en starkt växande omsättning. Inom detta område sker ett nära samarbete med det brittiska postverket Royal Mail.

CityMail Interactive är vårt tredje område, där vi ser oss som en logisk och effektiv partner att ta hand om de logistikflöden som följer av tillväxten inom Internet-baserad handel samt som partner att vårda kundernas kundregister.

Genom att one to one marketing blir allt viktigare kommer kundföretagen att ha ett växande behov av att investera i vård av sina kundregister. Olika typer av tjänster som bidrar med register-

vård har därför en mycket stor potential, såväl i Sverige som internationellt.

CityMail fortsätter att öka sina intäkter genom att vara marknadsledare inom sina områden. Dessutom kommer vi lika målmedvetet att arbeta med att minska kostnadsmassan genom en utdelningsstruktur som är

mer anpassad efter marknadens behov. Tillväxt och lönsamhet kommer att vara riktmärken inför år 2000.

Bror Anders Månsson
VD

Delårsrapporten har ej varit föremål för granskning av bolagets revisorer.

- Delårsrapport 3 mån: 27 april 2000
- Halvårsrapport: 16 augusti 2000

För ytterligare information, kontakta:

Håkan Ohlsson, vVD
08-709 43 00, 070-752 42 01
hakan.ohlsson@citymail.se
www.citymail.se

Stockholm 8 november 1999

Bror Anders Månsson
VD

Kommande rapporttillfällen

- Bokslutskommuniké: 22 februari 2000
- Bolagsstämma: 27 april 2000

CityMail Sweden AB (publ)
Västberga Gårdsväg 36
Box 90108
120 21 Stockholm

- Delårsrapport 9 mån 7 november 2000

Finansiell information kvartalsvis

MSEK

Kvartal/år	Nettoomsättning	Rörelseresultat efter avskrivningar	Resultat efter finansiella poster
Q3-99	88,5	-9,4	-9,6
Q2-99	95,2	-6,7	-7,3
Q1-99	96,9	-6,4	-6,9
1998	318,6	-56,3	-58,7
Q4-98	86,4	-13,3	-14,1
Q3-98	75,7	-15	-15,2
Q2-98	72,6	-20,8	-21,6
Q1-98	83,9	-7,2	-7,8
1997	248,5	-88,8	-90,3
Q4-97	68,8	-25,9	-26,6
Q3-97	63,6	-20,5	-20,5

Resultaträkning i sammandrag	1999	1998
-------------------------------------	-------------	-------------

Nettoomsättning	280 643	232 089
Rörelseresultat	-22 475	-43 111
Resultat efter finansiella poster	-23 797	-44 738
Skatt på periodens resultat	0	0
Periodens resultat	-23 797	-44 738

Balansräkning i sammandrag 1999 09 30	1998 09 30
--	-------------------

TILLGÅNGAR

Anläggningstillgångar	56 095	54 747
Kundfordringar	41 800	34 351
Övriga omsättningstillgångar	12 676	19 786
Likvida medel	6 107	32 971
Summa tillgångar	116 678	141 855

EGET KAPITAL OCH SKULDER

Eget kapital	27 823	65 615
Leverantörsskulder	18 051	16 164
Övriga skulder	70 804	60 076
Summa Eget kapital och skulder	116 678	141 855

Kassaflödesanalys i sammandrag	1999 09 30	1998 09 30
---------------------------------------	-------------------	-------------------

Kassaflöde från den löpande verksamheten	-14 252	-52 868
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-4 573	-8 643
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	2 231	91 612
Periodens kassaflöde	-16 594	30 101