

# PULS

Menschen. Kultur. Technologie.

Das Magazin der  
Österreichischen Post  
zum Geschäftsjahr  
2025

Immer da,  
wenn du uns  
brauchst.



---

# Der Puls unserer Zeit ist **Veränderung.**

Wir antworten darauf mit Verbindungen – zwischen Menschen, Ideen und Möglichkeiten. Der Puls der Österreichischen Post ist längst mehr als traditionelle Logistik: Er ist das Zusammenspiel von Mensch und Technologie. Mit einem immer breiteren Dienstleistungsportfolio von Brief und Paket bis Banking und Telekommunikation.

Wir glauben an Fortschritt, der nicht nur verändert, sondern Mehrwert schafft. Der nicht nur schneller taktet, sondern stabilisiert. Kein Selbstzweck, sondern Verantwortung als Grundversorgerin der **Zukunft.**

Entdecke im Magazin zum Geschäftsbericht, was 2025 unseren Takt der Veränderung bestimmt hat und welche neuen Verbindungen und Vernetzungen entstanden sind.

Wir wünschen viel Freude mit der zweiten Ausgabe unseres Magazins.



A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Walter Oblin'.

**Walter Oblin**  
Generaldirektor, Vorstandsvorsitzender (CEO)

Mehr in unserem  
Online-Report  
2025 unter  
[report.post.at](https://report.post.at)  
oder direkt  
per QR-Code Scan:



# Immer da, wenn du uns brauchst.

# 02

**Vorstandsinterview**

**06**

**Mehr als Post**

**10**

**Am Puls des Kapitalmarkts**

**24**

**Puls Umwelt**

**30**

**Puls Soziales**

**36**

**Puls Unternehmensführung**

**42**

**Unsere Konzern-Kennzahlen**

**48**



# Immer da, wenn du uns brauchst.

Es ist die Power der Post, Menschen miteinander zu verbinden – über jede Distanz, über jeden Kanal. Wir sind „Immer da, wenn du uns brauchst.“ Als moderne Grundversorgerin der Zukunft setzen wir auf Nähe, Vertrauen und technologischen Fortschritt. Wenn wir über neue Technologien sprechen, fragen wir uns dabei: Was bringt uns zusammen? Was vernetzt uns miteinander? Und wie schaffen wir Orientierung für die Zukunft?



**bank 99 yellow**

Postfiliale 1034

Fred-Zinnemann-Platz 2  
1034 Wien  
Telefon +43 800 010 100

Öffnungszeiten  
Mittwoch - Freitag 8.00 - 18.00  
SB-Zone 0.00 - 24.00

Mehr Service unter einem Dach:



**bank 99**

**yellow**



# 98%



aller Paketsendungen können bereits beim ersten Zustellversuch erfolgreich an die Empfänger\*innen übergeben werden.

Alles, was uns in Bewegung bringt, führt uns zu unseren Kund\*innen. Mit unserer aktuellen Markenkampagne mit dem Claim „Immer da, wenn du uns brauchst.“ verstärken wir unseren Auftrag kommunikativ und machen daraus ein klares Versprechen. Dahinter stehen konkrete Maßnahmen, die unsere Rolle als Grundversorgerin in den Bereichen Logistik, Banking und Telekommunikation betonen und auch zukünftig Vertrauen schaffen wollen.



## Wir definieren Nähe neu.

Denn heute sind wir längst mehr als nur Zustellerin. Wir verstehen uns als treue Begleiterin im Alltag, die Zugang zu Gütern, Geld und Kommunikation schafft. Vielleicht braucht man uns nicht jeden Tag. Aber in den entscheidenden Momenten sind wir da – verlässlich und bereit. Mit unserer Strategie LEAD 2030 gehen wir diesen Weg konsequent weiter. **bank99 und YELLOW setzen neue Standards im österreichischen Markt, internationale Services erweitern unseren Horizont.** Wir beschleunigen Lieferketten, vernetzen Märkte und denken Services über Grenzen hinaus. Weil Nähe heute nicht an Landesgrenzen endet.

## Das „Du“ im Claim meint genau dich.

**Wir stellen den Menschen immer in den Mittelpunkt unseres Handelns.**

Nah dran an den Menschen zu sein, ist auch eine Aufgabe nach innen. Unsere Unternehmenskultur begleitet die Internationalisierung der Post und übersetzt gemeinsame Werte in lokal lebbares Handeln. **Ein konzernweiter Kulturprozess schafft Orientierung – und Raum für Vielfalt.** Nah dran an den Mitarbeiter\*innen und ihren Bedürfnissen bleiben wir deshalb auch mit postsozial. Seit 20 Jahren begleitet das Vorteilsprogramm unsere Kolleg\*innen, heute auch mit der Post-App und der Plattform goodie.at – jederzeit und individuell nutzbar.



# Schon immer am Puls

Die zuverlässige Versorgung von Menschen und Unternehmen ist unsere Aufgabe. Gleichzeitig entwickeln wir unsere Zustellung seit rund 20 Jahren weiter – mit konkreten Maßnahmen, die den Energieverbrauch senken und den Einsatz von E-Mobilität Schritt für Schritt ausbauen.

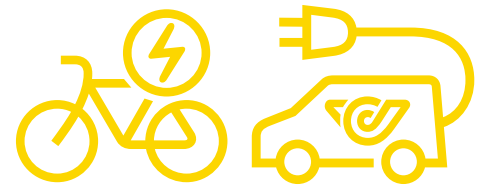
**2026 wird Wien die erste europäische Metropole, in der wir komplett emissionsfrei mit E-Fahrzeugen, zu**

**Fuß oder per Fahrrad unterwegs sind.** Mit rund 6.000 E-Fahrzeugen österreichweit, jährlich ca. 1.000 Neuananschaffungen und eigenen Photovoltaikanlagen an 34 Standorten gestalten wir die nachhaltige Zukunft der Logistik mit. Wir spüren in allen Unternehmensbereichen den Puls der Zeit und werden deshalb nicht aufhören zu fragen: Was bringt uns zusammen? Was vernetzt uns miteinander? Und wie schaffen wir Orientierung für die Zukunft?

Rund

# 6.000

**E-Fahrzeuge  
sind in Österreich  
im Einsatz.**



## Der Puls der Post

**schlägt für Nähe. Immer da zu sein, ist ein Versprechen. Nicht nur an unsere Kund\*innen, auch an die Post als Arbeitgeberin, als Bank und als Mobilfunkanbieterin. Um unser Versprechen zu halten, schaffen wir neue Wege, vernetzen und digitalisieren.**

# „Da zu sein – das ist und bleibt der Takt der Post“

**Wer konsequent am Puls der Zeit ist, findet auch für die Zukunft den richtigen Weg.**

**„Immer da, wenn du uns brauchst.“  
Sie geben Ihren Kund\*innen ein großes  
Versprechen ...**

**WALTER OBLIN:** Ja, genau dafür steht die Post: Wir sind am Puls der Zeit, nah bei unseren Kund\*innen – analog und digital, mit bewährten Leistungen und mit neuen Angeboten. Wir verstehen uns als aktives Bindeglied zwischen unseren Geschäftskund\*innen und mehr als 150 Millionen Menschen in 15 Ländern. Wir kennen unsere Kund\*innen und ihre Bedürfnisse, und können diese auch sehr gut abbilden. Gleichzeitig machen wir uns permanent Gedanken darüber, wie wir sie noch besser begleiten können. So entwickeln wir uns ständig weiter.

**Die Post bewegt sich und passt sich an den Markt an. Gleichzeitig steht sie für Beständigkeit. Wie vereinen Sie das?**

**WALTER OBLIN:** Für uns gehört das zusammen. Mit unserer Beweglichkeit – dazu zählt Innovation und das Erschließen neuer Geschäftsfelder – sichern wir unseren Erfolg in einem dynamischen Umfeld. Durch die Beständigkeit, mit der wir unsere Versprechen einlösen, gewinnen und erhalten wir das Vertrauen unserer Kund\*innen. Es ist das Zusammenspiel, das uns erfolgreich macht.

Die Post gibt es schon sehr lange, weil wir nicht jedem Trend blind hinterherlaufen, sondern uns zuvor fragen: Was benötigen unsere Kund\*innen genau? Und der Erfolg gibt uns recht: Vor sechs Jahren haben wir die bank99 ins Leben gerufen. Sie hat sich trotz Pandemie in kurzer Zeit am Markt durchgesetzt. Das zeigt: Für den Mehrwert unserer Kund\*innen gehen wir auch dorthin, wo andere nicht mehr sind. Auf dem Vertrauen unserer Kund\*innen bauen wir auf: Im April gehen wir mit YELLOW als Mobilfunkanbieterin an den Markt. Auch hier werden wir zeigen: Wir sind verlässlich für unsere Kund\*innen da.

**PETER UMUNDUM:** Im Paketgeschäft ist das Zusammenspiel von Beweglichkeit und Beständigkeit essenziell: E-Commerce vernetzt unseren Globus. Die Kund\*innen erwarten, dass sie nahezu jeden Artikel von überall erwerben und zwei Tage später nutzen können. Das funktioniert nicht von Zauberhand. Dafür braucht es eine intelligente Logistik, die von erfahrenen Menschen gesteuert wird.

Vor allem aber braucht es dafür unzählige Hände, die die Pakete an vielen Orten und rund um die Uhr begleiten. 2025 haben wir österreichweit 232 Millionen Pakete geliefert, 98% davon innerhalb von zwei Tagen. Das ist Liefertreue. Vor allem aber ist es ein Vertrauensbeweis.

**BARBARA POTISK-EIBENSTEINER:** Auf den Finanzmärkten erleben wir seit Jahren ein Auf und Ab. Zudem sehen wir gerade eine deutliche Verschiebung der wirtschaftspolitischen Tektonik. Sie verstärkt die Unsicherheit deutlich. In diesem Umfeld hebt sich die Post mit ihrer Beständigkeit positiv ab. Für die Banken und für unsere Anleger\*innen sind wir traditionell eine berechenbare Partnerin: mit einem stabilen und soliden Profil.

So wollen wir es auch in Zukunft halten. Der Erfolg der letzten 20 Jahre an der Börse zeigt: Wir sind auf dem richtigen Weg. Diesen Weg werden wir wirtschaftlich erfolgreich weitergehen – für unsere Anleger\*innen und alle anderen Stakeholder gleichermaßen.

# 232

**Millionen Pakete  
wurden 2025  
österreichweit  
geliefert.**



Von links nach rechts:  
**Barbara Potisk-Eibensteiner,  
Walter Oblin  
and Peter Umundum**

## Die Konjunktur stockt. Was bedeutet das für das letzte Geschäftsjahr?

**WALTER OBLIN:** In der Tat haben wir in Österreich gerade die längste Rezession der Nachkriegsgeschichte erlebt. Die Wettbewerbsintensität nimmt zu, der Kostendruck steigt und ein Großteil der Unternehmen hält sich mit Investitionen zurück. Bei uns in Österreich lag die Inflation 2025 über dem EU-Schnitt, weit entfernt von dem 2%-Ziel der EZB. Das alles beeinflusste im Jahr 2025 auch unser Geschäft. Gleichwohl können wir mit dem Jahr zufrieden sein: Operativ haben unsere 19.468 Mitarbeiter\*innen erneut exzellente Leistungen erbracht. Wirtschaftlich haben wir das Geschäftsjahr solide abgeschlossen.

Die Trends im internationalen Brief- und Paketgeschäft setzten sich fort. Das heißt: Die Digitalisierung bei privaten und öffentlichen Kund\*innengruppen führte 2025 zu rückläufigen Brief- und Werbemengen. Das Paketgeschäft legte grundsätzlich weiter zu, der Markt bleibt jedoch von intensivem Wettbewerb geprägt. Einen erfreulichen Meilenstein haben wir mit unserer bank99 erreicht: Nach fünfjähriger Start-up-Phase hat der Geschäftsbereich den Break-even-Punkt passiert. Er trägt inzwischen positiv zum Bilanzergebnis bei – dank 300.000 zufriedener Kund\*innen.

**PETER UMUNDUM:** Unser Paketgeschäft entwickelte sich 2025 im Rahmen unserer Erwartungen. Der Umsatz stieg um 3%. Durch unternehmerische Schritte wie zuletzt durch Erwerbe in Bulgarien und Ungarn haben wir im E-Commerce unseren starken internationalen Footprint erweitert. Neben den Kund\*innen in Österreich erreichen wir heute immer mehr Empfänger\*innen in Südosteuropa, der Türkei und darüber hinaus. Die Türkei hat für uns großes Potenzial. Von hier aus haben wir die Brücke nach Aserbaidschan und Georgien geschlagen. Die Logik dahinter ist, dass wir große, internationale Kund\*innen dorthin begleiten.

**BARBARA POTISK-EIBENSTEINER:** Die wirtschaftliche Entwicklung der Post liegt unter dem Vorjahr, in dem große Wahlen und günstige Währungseffekte positiv wirkten. Die Umsatzerlöse des Österreichischen Post-Konzerns 2025 lagen daher mit 3.043,3 Mio EUR um 2,6% unter dem Niveau von 2024, jedoch 11,0% über 2023.

**„Mit unserer Beweglichkeit – dazu zählt das Erschließen neuer Geschäftsfelder – sichern wir unseren Erfolg in einem dynamischen Umfeld.“**

Walter Oblin

**Walter Oblin, Generaldirektor, Vorstandsvorsitzender (CEO)**

Walter Oblin trat im Oktober 2009 als Leiter des Bereichs Strategie und Konzernentwicklung in die Österreichische Post AG ein. Im Juli 2012 wurde er zum Finanzvorstand und im Jänner 2019 zum Generaldirektor-Stellvertreter ernannt und übernahm zusätzlich die Verantwortung für die Division Brief & Werbepost. Mit 1. Oktober 2024 wurde Walter Oblin vom Aufsichtsrat der Österreichische Post AG zum Vorstandsvorsitzenden und Generaldirektor bestellt.

## Ein Eckpfeiler Ihrer Strategie ist die Nachhaltigkeit. Wie kommen Sie hier voran?

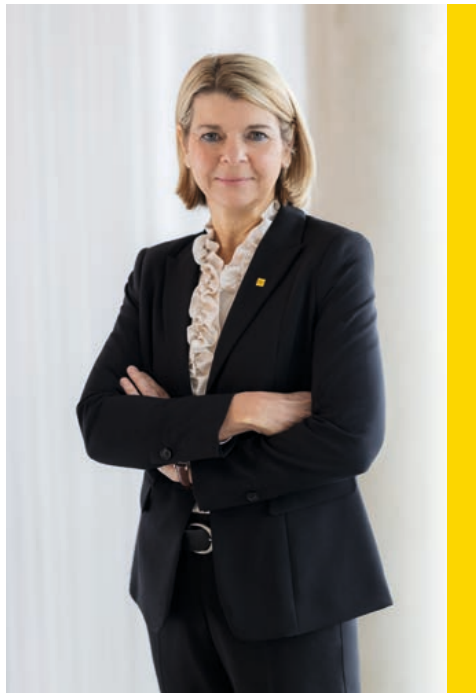
**WALTER OBLIN:** Nachhaltigkeit zählt zum Kern unseres Selbstverständnisses. Das zeigen wir auch in unserer neu formulierten Strategie LEAD 2030. In ihrem Zentrum stehen Nachhaltigkeit, die Bedürfnisse unserer Kund\*innen und eine starke Unternehmenskultur. Im Rahmen eines Masterplans Nachhaltigkeit 2030 haben wir zwölf Stoßrichtungen definiert, die wir mit konkreten Maßnahmen vorantreiben. Sehr wichtig ist mir die Entwicklung der Unternehmenskultur: Wir wollen international als Einheit auftreten, in der die Gruppe mehr ist als die Summe ihrer Teile.

**PETER UMUNDUM:** Beim umweltbezogenen Teil der Nachhaltigkeit kommen wir gut voran. Konzernweit ist unser CO<sub>2</sub>-Ausstoß im Bereich der unmittelbar beeinflussbaren logistikbezogenen CO<sub>2</sub>-Emissionen 2025 um rund 10% gesunken und in Österreich sogar um 21%! In Österreich haben wir jetzt mehr als die Hälfte unserer Zustellflotte auf Elektromobilität umgestellt: 60% unserer Zustellung auf der letzten Meile erfolgt CO<sub>2</sub>-frei – das heißt zu Fuß, mit dem Rad oder mit einem E-Fahrzeug. Der benötigte Grünstrom für die E-Fahrzeuge wird aus österreichischen Energiequellen bezogen und großteils über die eigene Ladeinfrastruktur der Post geladen. 34 Standorte mit Photovoltaikanlagen und einer Leistung von rund 20 Megawatt Peak (MWp) sind dabei ein wichtiger Bestandteil. Dadurch erreichen wir einen bilanziellen Eigenversorgungsanteil von ca. 20%. Der Eigenversorgungsanteil der Post beläuft sich damit bilanziell auf 20%.



**Barbara Potisk-Eibensteiner, Finanzvorständin (CFO)**

Barbara Potisk-Eibensteiner ist seit 1. Jänner 2025 Finanzvorständin der Österreichische Post AG. Zu ihrem Vorstandsressort zählen die Verantwortlichkeiten für alle Finanzfunktionen sowie zusätzlich Konzern-Immobilien, Konzern-IT & -Einkauf und Konzern-Recht und somit wesentliche Steuerungs- und Dienstleistungsfunktionen. In der bank99 übernimmt Barbara Potisk-Eibensteiner eine aktive Aufsichtsratsrolle mit Fokus auf Finanz-Agenden und Marktfolge.



## „Der Erfolg der letzten 20 Jahre an der Börse zeigt: Wir sind auf dem richtigen Weg.“

Barbara Potisk-Eibensteiner

### Eine Frage, drei ausgewählte Antworten: Was dürfen wir von der Post 2026 erwarten?

**WALTER OBLIN:** Wir bestätigen das in uns gesetzte Vertrauen durch Beständigkeit. Unsere Strategie LEAD 2030 liefert uns dafür den Fahrplan. Diesen setzen wir auch in einem schwierigen Marktumfeld Schritt für Schritt um.

**PETER UMUNDUM:** Wir sichern unsere Stabilität durch Wachstum. Deshalb werden wir unseren internationalen Fußabdruck ausbauen und unsere Dienstleistungen im E-Commerce gezielt weiterentwickeln.

**BARBARA POTISK-EIBENSTEINER:** Ein Markenzeichen der Post ist ein verlässlicher Shareholder-Return. Vor 20 Jahren waren es 19 EUR pro Aktie, heute sind es über 30 EUR pro Aktie, einschließlich einer Dividendenauszahlung von 35 EUR in diesem Zeitraum. Auch 2026 werden wir mindestens 75% unseres Nettoergebnisses als Dividende ausschütten.

**BARBARA POTISK-EIBENSTEINER:** Wien wird demnächst die erste Millionenstadt Europas sein, die 100% CO<sub>2</sub>-frei auf der letzten Meile serviert wird. Aber auch im ländlichen Raum sind wir innovativ. Dank der Charge-at-Home-Lösung können Zusteller\*innen ihre Fahrzeuge von zuhause aus mit nachweislich erneuerbarem Strom aus Österreich versorgen. 2025 haben wir zwei spannende Innovationsschritte gesetzt:

Wir haben 2025 konsequent in Innovation und Zukunftstechnologien investiert. Dazu zählt der Einsatz neuer E-Allradfahrzeuge, mit denen wir selbst in alpinen Regionen die letzte Meile vollständig CO<sub>2</sub>-frei zustellen können – erste Fahrzeuge sind bereits erfolgreich unterwegs.

Zudem stellen wir auch in unseren internationalen Beteiligungen die Flotten schrittweise auf eine emissionsfreie Zustellung um und treiben damit den Wandel zu einer nachhaltigeren Logistik konsequent voran.

## „In Österreich haben wir jetzt mehr als die Hälfte unserer Zustellflotte auf Elektromobilität umgestellt: 60% unserer Zustellung erfolgt CO<sub>2</sub>-frei.“

Peter Umundum

**Peter Umundum, Generaldirektor-Stellvertreter, Vorstand Paket & Logistik (COO)**

Peter Umundum ist seit 1. April 2011 Vorstand für Paket & Logistik der Österreichische Post AG, mit 1. Oktober 2024 wurde er zum Generaldirektor-Stellvertreter ernannt. Seine Verantwortungsbereiche umfassen das Paketgeschäft in Österreich und in den Tochterunternehmen in Südost- und Osteuropa sowie der Türkei und Aserbaidschan. Darüber hinaus trägt er die Gesamtverantwortung für die nationale und internationale Logistik mit rund 21.500 Mitarbeiter\*innen.



# Mehr als Post

**Die Österreichische Post** ist ein international tätiger Post-, Logistik- und Dienstleistungskonzern mit herausragender Bedeutung für Österreich. Unser Unternehmen steht für höchste Qualität und bietet ein umfassendes Produkt- und Serviceportfolio, um aktuelle Kund\*innenbedürfnisse bestens abzudecken. Wir bündeln unsere Geschäftsaktivitäten in drei Divisionen: Brief & Werbepost, Paket & Logistik und Filiale & Bank.



## Brief & Werbepost

- Briefpost
- Werbesendungen
- Zeitungen und Magazine

— Umsatz 2025:

**1.155**  
Mio EUR



## Paket & Logistik

- Pakete und Post Express
- Logistische Zusatzleistungen
- Fulfillment und Werttransport
- E-Commerce-Services

— Umsatz 2025:

**1.720**  
Mio EUR



## Filiale & Bank

- Services zu Post und Telekommunikation
- Handelswaren
- Finanzdienstleistungen

— Umsatz 2025:

**184**  
Mio EUR

## Umsatzmix 2025

Konzernumsatz 2025:

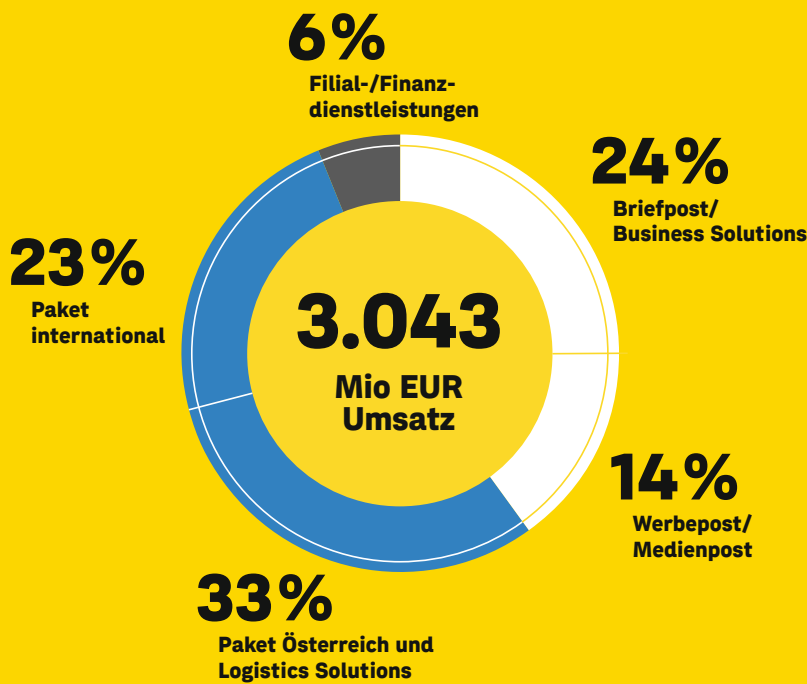
**3.043**  
Mio EUR

EBITDA 2025:

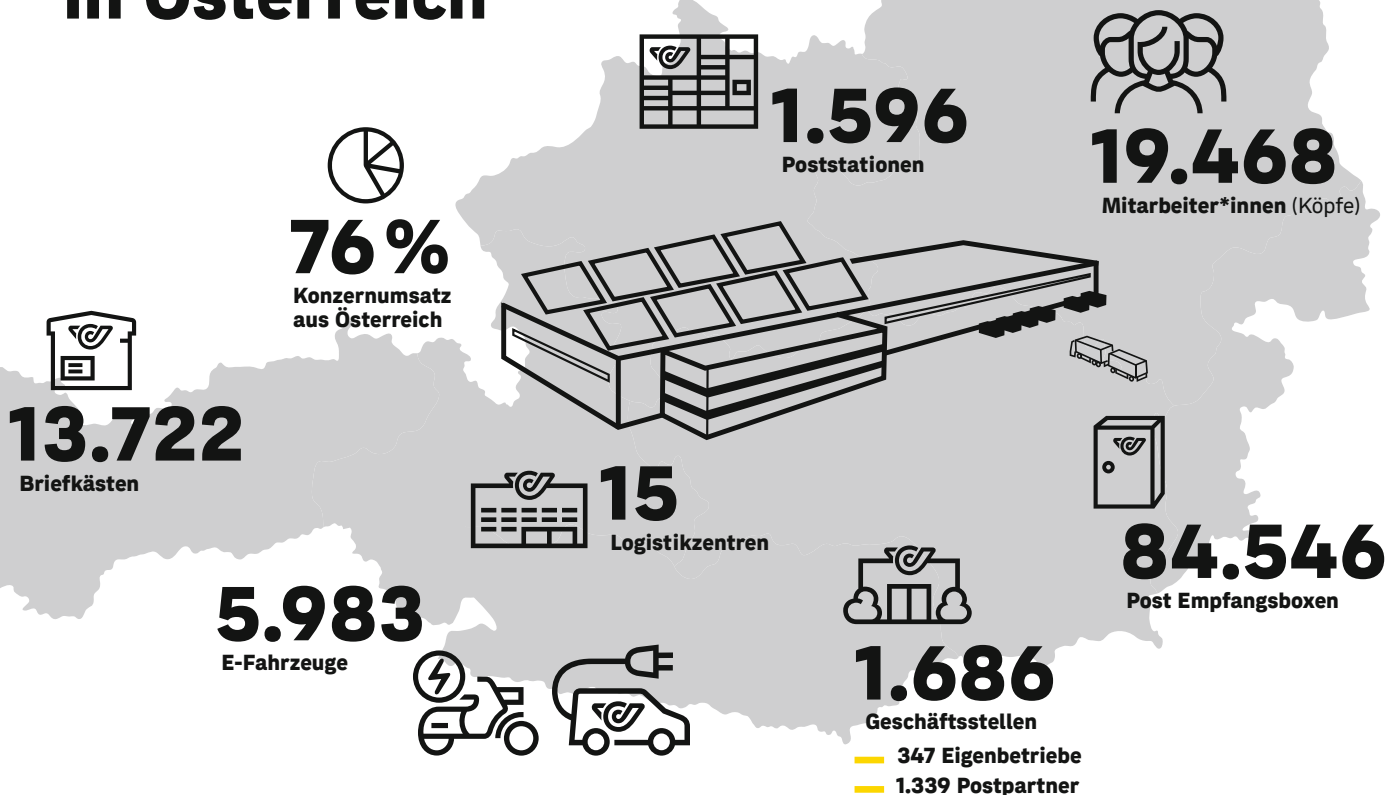
**413**  
Mio EUR

EBIT 2025:

**197**  
Mio EUR



## Die Post in Österreich



Wir sind in  
15 Ländern tätig,  
mit über

# 150

Mio Kund\*innen

**3.098 Mio**  
Werbe- und  
Medienpostsendungen  
in Österreich

**465 Mio**  
Briefe in  
Österreich

✉  
**Deutschland**

✉  
**Österreich**

📦  
**Slowakei**

📦  
**Ungarn**

📦  
**Slowenien**

📦  
**Kroatien**

**Rumänien**

📦  
**Bosnien  
und Herzegowina**

📦  
**Serbien**

📦  
**Montenegro**

📦  
**Bulgarien**

**Griechenland**

# 76

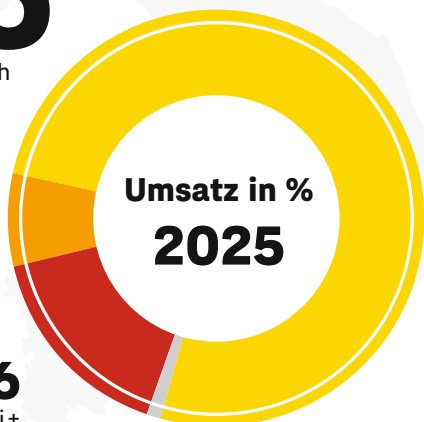
Österreich

**7**  
CEE/SEE

**16**  
Türkei+

**1**  
Deutschland

**12**



■ ■ ■ **Logistikstandorte**  
■ **Weitere Standorte**

# Regional verankert international präsent

**Der Post-Konzern ist neben Österreich selektiv präsent in den Märkten Deutschland, Südost- und Osteuropa sowie der Türkei und darüber hinaus.**

Mit 76% wird der Hauptteil des Konzernumsatzes in Österreich erwirtschaftet. Hier nimmt die Österreichische Post AG bei der Zustellung von Briefen, Werbesendungen und Printmedien sowie von Paketen eine führende Stellung im Markt ein. Die Zahl der Geschäftsstellen der Post beläuft sich in Österreich aktuell auf 1.686. Davon sind 347 in Eigenregie betriebene Postfilialen und 1.339 Postpartner. Damit stellen wir ein flächendeckendes Angebot der Leistungen in ganz Österreich sicher und zählen zu den größten Netzwerken für Privatkund\*innen des Landes.

# 504

Mio Paketsendungen

232 Mio  
Österreich

200 Mio  
Türkei+

78 Mio  
CEE/SEE

  
Türkei

  
Georgien

  
Aserbaidschan

# LEAD 2030

## Unsere Vision

Führende Logistik- & Dienstleistungsgruppe in Österreich, Zentral- und Osteuropa sowie der Türkei und darüber hinaus mit über 150 Mio Kund\*innen

1

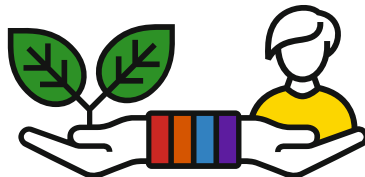


**MEHR ALS POST  
IN ÖSTERREICH**  
Wesentliche  
Dienstleistungen  
des Alltags –  
Post, Bank,  
Telko & mehr  
aus einer Hand



2

**INTERNATIONAL  
STARK IM  
PAKETGESCHÄFT**  
Führende  
E-Commerce-  
Partnerin in AT,  
CEE/SEE, Türkei und  
darüber hinaus  
mit über 150 Mio  
Kund\*innen

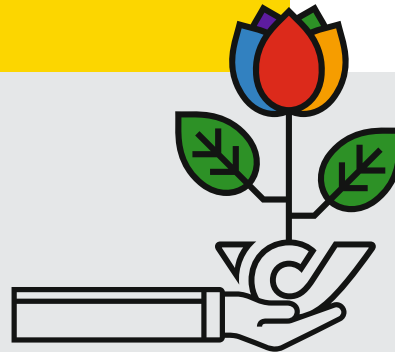
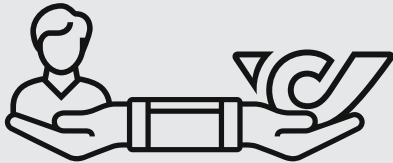


**NACHHALTIGKEIT,  
KUND\*INNENORIENTIERUNG  
UND UNTERNEHMENSKULTUR**  
im Zentrum  
unseres Handelns

3



**EINE UNTERNEHMENSGRUPPE – OPERATIV EXZELLENT**  
Integrierte Gruppe, mit Fokus auf Effizienz und Technologie



## Unsere Mission

### Näher ist niemand.

So schaffen wir täglich Verbindungen und laufend Verbesserungen. Ob digital oder persönlich, immer praktisch und nachhaltig.

## Unsere Werte

Wir sind gelb.

Wir sind grün.

Wir sind bunt.

## Unsere Kultur

## Wir

### Sinn

Sinn erleben wir durch unseren **wichtigen Beitrag für das Land, die Menschen und die Umwelt**. Uns verbindet der Fokus auf **Diversität und Nachhaltigkeit**. **Wir erkennen den Sinn der eigenen Tätigkeit**, weil die Führungskräfte das „Warum & Wie“ gut erklären. Wir alle sind **offen, stets dazulernen**.

### Freude

Freude drückt sich durch **Begeisterung an der Arbeit und Spaß mit den Kolleg\*innen aus**, auch wenn es einmal stressiger wird. Unser Arbeitsumfeld ist geprägt von **Vielfalt, Offenheit, Wertschätzung und Humor**. Die Führungskräfte unterstützen Freude durch proaktives **Feedback und Lob**.

### Leistung

Gemeinsam liefern wir **Topleistungen und nachhaltige Ergebnisse**. Das bedeutet für uns, mit Motivation an unsere Aufgaben zu gehen. Führungskräfte gestalten durch **Einsatz und Empathie das Arbeitsumfeld so, dass die Zielerreichung positiv gefördert wird**. Wir alle wollen unseren Beitrag zum **gemeinsamen Erfolg** leisten und uns **entwickeln**.

# Unsere Strategie

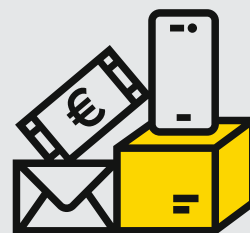
Die Österreichische Post agiert in einem Marktumfeld, das sich kontinuierlich und dynamisch verändert. Eine funktionierende Postversorgung und eine starke, moderne Post sind dabei keineswegs selbstverständlich. Die voranschreitende E-Substitution und der damit einhergehende Rückgang im Briefgeschäft, kombiniert mit einem wachsenden Paketmarkt und intensivem Wettbewerb, schaffen ein Umfeld, das schnelle Anpassungsfähigkeit erfordert.

Die Österreichische Post ist ein in Österreich und international erfolgreiches, modernes Unternehmen – und soll es auch künftig bleiben. Um ihre Marktposition und Markenstärke nachhaltig auszubauen, setzt die Österreichische Post auf kontinuierliche Weiterentwicklung, gezieltes Wachstum und die Erschließung neuer Märkte.

Mit der neuen Strategie **LEAD 2030** hat die Österreichische Post eine klare Ausrichtung festgelegt, die den Weg für die kommenden Jahre definiert. Ziel ist es, eine der führenden Logistik- und Dienstleistungsgruppen in Österreich, Südost- und Osteuropa sowie der Türkei und darüber hinaus zu sein – mit mehr als 150 Mio zufriedenen Kund\*innen.

Für LEAD 2030 wurden drei strategische Schwerpunkte definiert – mit Nachhaltigkeit, Kund\*innenorientierung und einer starken Unternehmenskultur im Zentrum aller Aktivitäten.

# 1



## MEHR ALS POST in Österreich:

Wir als Post bieten wesentliche Dienstleistungen des täglichen Lebens – von Post- und Bankservices bis hin zu Telekommunikation und weiteren Angeboten. Sowohl für Privat- als auch für Geschäftskund\*innen stehen analoge wie digitale Lösungen bequem aus einer Hand zur Verfügung. Damit stärken wir unsere führende Position am österreichischen Markt.

Als klare Marktführerin im Brief- und Paketgeschäft überzeugen wir mit einer herausragenden Zustellqualität. Gleichzeitig arbeiten wir kontinuierlich an der Weiterentwicklung unserer Produktlandschaft – stets mit Fokus auf Kund\*innennutzen und Effizienz.

Zusätzlich nutzen wir das Ökosystem der Post in Österreich für die profitable Skalierung der bank99, um Kund\*innen zusätzliche Angebote bereitzustellen. Gleichzeitig verfolgen wir das Ziel, neben dem Post- und Bankgeschäft weiter zu wachsen – etwa durch den Ausbau des Telekommunikationsbereichs mit attraktiven Mobilfunk- und Internetangeboten. Damit erweitern wir unser Portfolio um eine weitere wesentliche Dienstleistung für Konsument\*innen in Österreich.

# 2



## INTERNATIONAL STARK im Paketgeschäft:

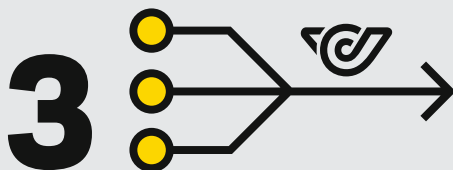
Die Österreichische Post ist auch international ein starker Player – und wir wollen unsere Position weiter ausbauen.

Wir werden weiterhin in bestehende Märkte investieren und neue erschließen. Mit Tochterunternehmen in

Südost- und Osteuropa sowie der Türkei und darüber hinaus erreichen wir bereits über 150 Mio Kund\*innen und bieten eine qualitativ hochwertige Paketzustellung. Weitere Investitionen in den Ausbau der modernen Logistikinfrastruktur sowie gezielte Akquisitionen sollen zum nachhaltigen Wachstum beitragen.

Als führende und verlässliche E-Commerce-Partnerin werden wir unser Leistungsangebot für internationale Kund\*innen künftig noch stärker bündeln. Damit ermöglichen wir weltweiten Versender\*innen den Zugang zu den Märkten dieser Region – mit performanten Logistik-Dienstleistungen, hoher Qualität, innovativen Produkten und modernen Technologien.

Zudem beschleunigen wir unsere SB-Offensive und planen den Ausbau auf über 10.000 automatisierte Paketautomaten in Österreich sowie in Südost- und Osteuropa und der Türkei.



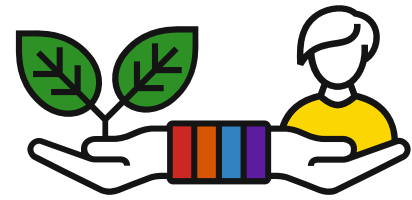
## EINE Unternehmensgruppe, die operativ exzellent ist:

Gemeinsam sind wir unschlagbar. Mit rund 30.000 Mitarbeiter\*innen im In- und Ausland wollen wir unsere Zusammenarbeit weiter stärken und Synergien heben – lokal unternehmerisch und international vernetzt.

Moderne, performante Netze und Operations bilden den Kern der Dienstleistungen. Kontinuierliche Effizienzsteigerung, insbesondere in den Operations, ist ein zentraler Erfolgsfaktor im herausfordernden Wettbewerbsumfeld und fest in der Post-DNA verankert.

Wir setzen konsequent auf Automatisierung und Digitalisierung und nutzen modernste Technologien auf Basis integrierter Daten sowie auch Zukunftstechnologien wie KI und Robotik. Dadurch wird der Arbeitsalltag erleichtert, und wir agieren schneller, flexibler und smarter.

Gestärkt werden wir auch durch unsere Vielfalt. Hand in Hand wird an gemeinsamen Projekten gearbeitet. Mit einem exzellenten Team und den richtigen, innovativen Lösungen sind wir noch näher an unseren Kund\*innen.



**NACHHALTIGKEIT,  
KUND\*INNENORIENTIERUNG  
UND UNTERNEHMENSKULTUR  
im Zentrum  
unseres Handelns**

Im Zentrum von LEAD 2030 stehen Nachhaltigkeit, die Bedürfnisse unserer Kund\*innen und unsere Unternehmenskultur, die von Sinn, Freude und Leistung geprägt ist. Diese zentralen Themen leiten unser tägliches Handeln im Post-Konzern. Sie stärken die Marke und machen die Österreichische Post wertvoll, unverwechselbar und sympathisch.

Als großes österreichisches Unternehmen haben wir eine klare Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft. Der Anspruch, weiterhin Vorreiterin in Sachen Nachhaltigkeit zu bleiben, begleitet uns seit vielen Jahren – und bildet auch einen wesentlichen Kern von LEAD 2030.

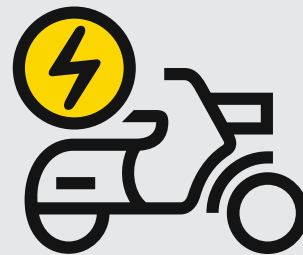
Darüber hinaus stehen die Bedürfnisse unserer Kund\*innen im Mittelpunkt. Ein zentraler strategischer Fokus liegt daher auf der kontinuierlichen Verbesserung des Kund\*innenerlebnisses und der weiteren Stärkung der Markenwahrnehmung. Im internationalen Umfeld sind wir eine verlässliche E-Commerce-Partnerin und werden unsere Leistungen für Kund\*innen in diesem Bereich künftig weiter ausbauen.

Auch als Arbeitgeberin setzen wir klare Akzente: Wir möchten ein Umfeld schaffen, in dem engagierte Mitarbeiter\*innen ihr Potenzial entfalten können und Vielfalt bewusst als Stärke gelebt wird. Ein entscheidender Schritt dafür ist die konsequente Weiterführung und Verankerung des Kulturprozesses in der gesamten Unternehmensgruppe.

# Masterplan Nachhaltigkeit 2030

Basierend auf unserer integrierten Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie fokussieren wir uns in drei strategischen Zielbildern auf zwölf strategische Stoßrichtungen, die wir im Masterplan Nachhaltigkeit 2030 festgehalten haben.

Mit unserem weitreichenden und diversen Logistik- und Dienstleistungsangebot verbinden wir Menschen, Regionen und Länder, schaffen Arbeitsplätze und generieren Wertschöpfung und damit die Basis unseres Geschäftserfolgs. Unser Wirken beeinflusst allerdings auch die Umwelt und das Klima – besonders durch den Ausstoß von klimawirksamen Treibhausgasen wie CO<sub>2</sub>. Als führende Logistik- und Dienstleistungsgruppe wollen wir zeigen, dass eine umfassend verstandene Verantwortung für Ökologie und Soziales nicht im Widerspruch zu wirtschaftlichem Erfolg steht, sondern diesen langfristig sichert. Durch unsere internationale Ausrichtung haben wir zudem die Chance, den Gedanken eines umweltbewussten Wirkens auch über die Landesgrenzen hinauszutragen.



## Umwelt

Wir betreiben bereits seit vielen Jahren Klima- und Umweltschutz im Rahmen unseres Kerngeschäfts und haben konzernweite Maßnahmen etabliert, um die Auswirkungen auf die Umwelt zu verringern. Diese sind auf die wesentlichen Stoßrichtungen abgestimmt und darauf ausgerichtet, die Umweltrisiken zu minimieren und die Chancen bestmöglich auszuschöpfen:

- › Dekarbonisierung der Logistik
- › Dekarbonisierung der Infrastruktur
- › Ressourceneffiziente Prozesse
- › Kreislaufwirtschaft



## Soziales

Als führende Arbeitgeberin bietet die Post ein wertschätzendes Arbeitsumfeld, attraktive Karriere­möglichkeiten, Arbeitssicherheit und eine etablierte betriebliche Gesundheitsförderung. Denn wir wissen: Als Logistik- und Dienstleistungsunternehmen sind unsere Mitarbeiter\*innen unser wertvollstes Kapital. Unsere Personalarbeit fördert daher die Unternehmens- und Führungskultur, unterstützt sie durch zahlreiche Programme und Angebote und leistet damit einen wesentlichen Beitrag zum Erfolg und zur Zukunftsfähigkeit der Post.

Eine geteilte, klare Vision sowie gemeinsame Wertvorstellungen für Mitarbeiter\*innen und Führungskräfte sind gerade in einer internationalen Unternehmensgruppe, die sich in einem aktuell stark verändernden Umfeld befindet, wichtig. Sie bilden das Wertegerüst, nach dem alle zielorientiert und nachhaltig agieren können.

Das Leitbild der Post ist die Grundlage des gemeinsamen Handelns und bildet die Basis unserer Kultur, die von Respekt, Offenheit, Vertrauen und Wertschätzung geprägt ist. Die Leistungen sind auf die folgenden wesentlichen Stoßrichtungen abgestimmt:

- › **Unternehmens- & Arbeitskultur**
- › **Integriertes Diversitätsmanagement**
- › **Arbeits- & Gesundheitsschutz**
- › **Faire Arbeitsbedingungen**



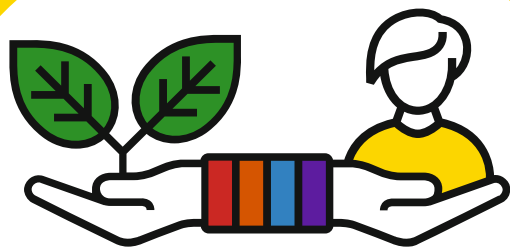
## Unternehmensführung

Stets ist es unser Ziel, die Bedürfnisse und Erwartungen unserer Kund\*innen frühzeitig zu erkennen und bestmöglich zu erfüllen – auch in Zeiten, in denen sich die Rahmenbedingungen so schnell verändern wie heute. Innovative Lösungen sind gerade jetzt wichtiger denn je. Durch eine starke Zusammenarbeit über die gesamte Unternehmensgruppe hinweg soll der Mehrwert für unsere Kund\*innen gesteigert werden. Das sichert unsere Wettbewerbsfähigkeit und erhöht die Zufriedenheit unserer Kund\*innen. Darüber hinaus soll unser Wirtschaften von Integrität gekennzeichnet sein.

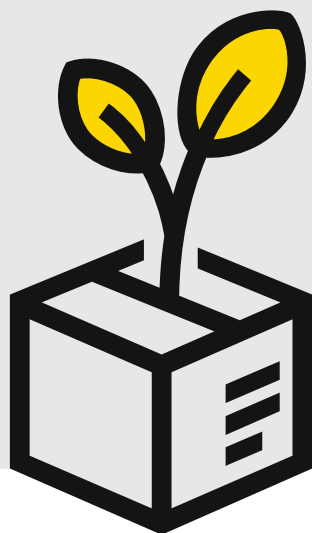
Als börsennotiertes Unternehmen hat die Österreichische Post zudem Verpflichtungen gegenüber ihren Eigentümer\*innen und Aktionär\*innen und zeigt sich als solides Investment mit einer attraktiven Dividendenpolitik. Für die Post ist das Thema Stakeholder Value von großer Bedeutung. Durch wirtschaftlichen Erfolg und Versorgungssicherheit wollen wir einen Mehrwert für die Gesellschaft und die regionale Wirtschaft schaffen. Dafür haben wir vier wesentliche Stoßrichtungen definiert:

- › **Nachhaltige Governance & Compliance**
- › **Nachhaltige Beschaffung**
- › **Digitale Verantwortung**
- › **Customer & Stakeholder Value**

# Masterplan 2030



**NACHHALTIGKEIT,  
KUND\*INNENORIENTIERUNG  
UND UNTERNEHMENSKULTUR**  
im Zentrum  
unseres Handelns



## Strategisches Zielbild

### UMWELT

Wir streben eine kontinuierliche und wirtschaftlich tragfähige Dekarbonisierung unserer Dienstleistung an, um ökologische Lösungen anzubieten und so unsere Zukunft als erfolgreiches Unternehmen zu sichern.

### SOZIALES

Wir wollen als führende Arbeitgeberin die besten Mitarbeiter\*innen gewinnen und halten und legen Wert auf Unternehmenskultur, Vielfalt und Chancengleichheit, Gesundheit und Sicherheit sowie faire Arbeitsbedingungen.

### UNTERNEHMENS- FÜHRUNG

Wir wollen für unsere Kund\*innen die bevorzugte Partnerin sein, um Menschen, Märkte und Unternehmen zu verbinden. Auf Grundlage unserer verantwortungsvollen Strukturen und Prozesse schaffen wir kurz-, mittel- und langfristigen Wert für unsere Kund\*innen und Stakeholder.

## Strategische Stoßrichtungen

- 1 Dekarbonisierung der Logistik**
- 2 Dekarbonisierung der Infrastruktur**
- 3 Ressourceneffiziente Prozesse**
- 4 Kreislaufwirtschaft**

- 5 Unternehmens- & Arbeitskultur**
- 6 Integriertes Diversitätsmanagement**
- 7 Arbeits- & Gesundheitsschutz**
- 8 Faire Arbeitsbedingungen**

- 9 Nachhaltige Governance & Compliance**
- 10 Nachhaltige Beschaffung**
- 11 Digitale Verantwortung**
- 12 Customer & Stakeholder Value**

## Ziele

### Konzernweite Reduktion der fossilen Energieträger

- › Energieeinsparung im Fuhrpark und bei Immobilien

### CO<sub>2</sub>-Reduktion bis 2030

- › Reduktion der Scope-1- und Scope-2-Emissionen um 45% bis 2030 (Basisjahr 2021)
- › Reduktion der zielrelevanten Scope-3-Emissionen um 25% bis 2030 (Basisjahr 2021)
- › 100% E-Mobilität auf der letzten Meile in Österreich bis 2030
- › Net Zero bis 2040 in Österreich

### Unternehmens- und Arbeitskultur

- › Verbesserung der Mitarbeiter\*innenzufriedenheit

### Diversität

- › Erhöhung des Anteils von Frauen in leitenden Positionen auf 40%

### Arbeits- und Gesundheitsschutz

- › Reduktion der Arbeitsunfälle um 15%

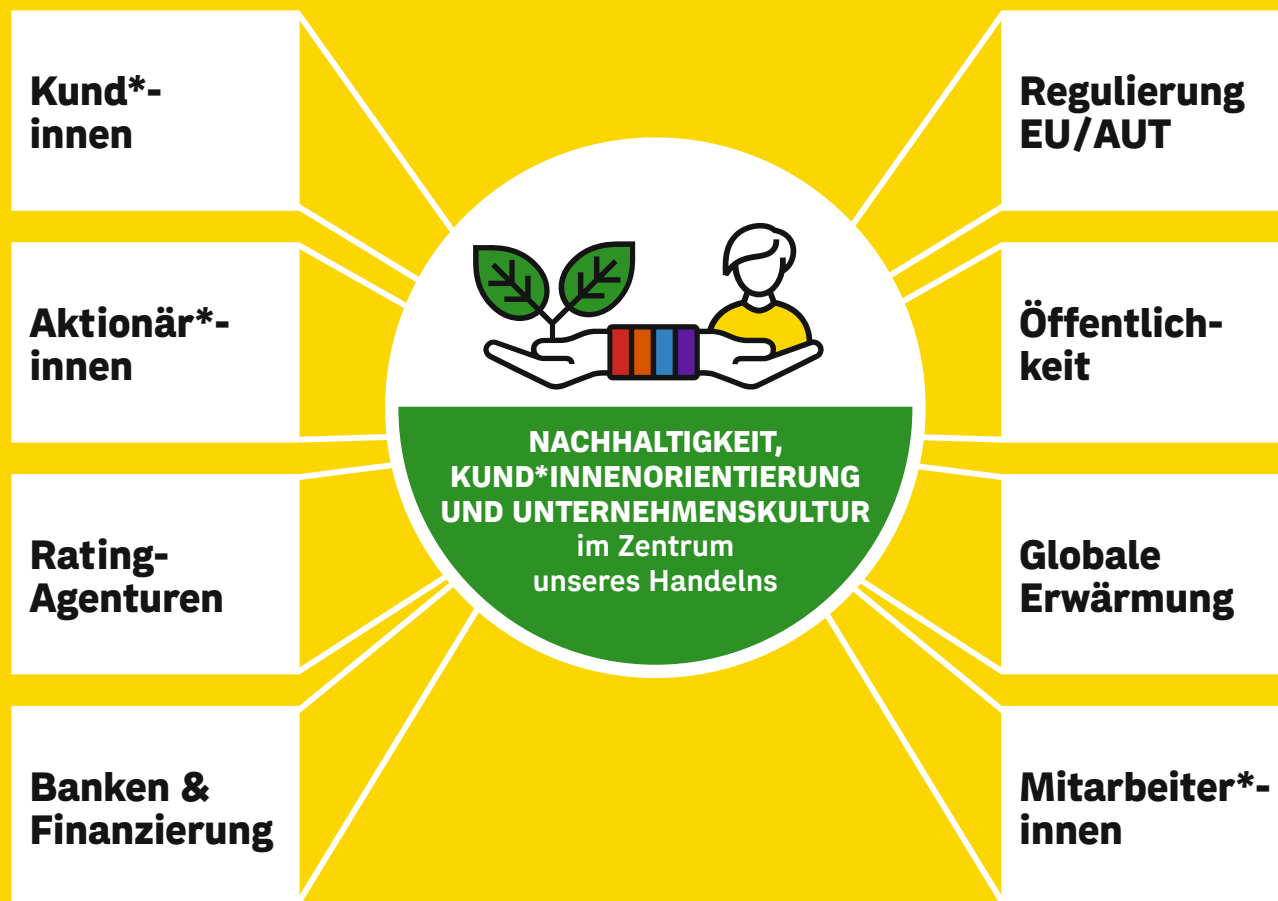
### Finanzielle Ziele

- › Stetig steigende Umsatzentwicklung
- › Nachhaltig hohe Profitabilität
- › Fortsetzung der attraktiven Dividendenpolitik (>75% des Nettoergebnisses)

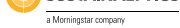




### Kund\*innenorientierung/Leistungsportfolio

- › Steigerung der Kund\*innenzufriedenheit
- › Ökoeffizienz und sozial gestaltete Produkte und Dienstleistungen

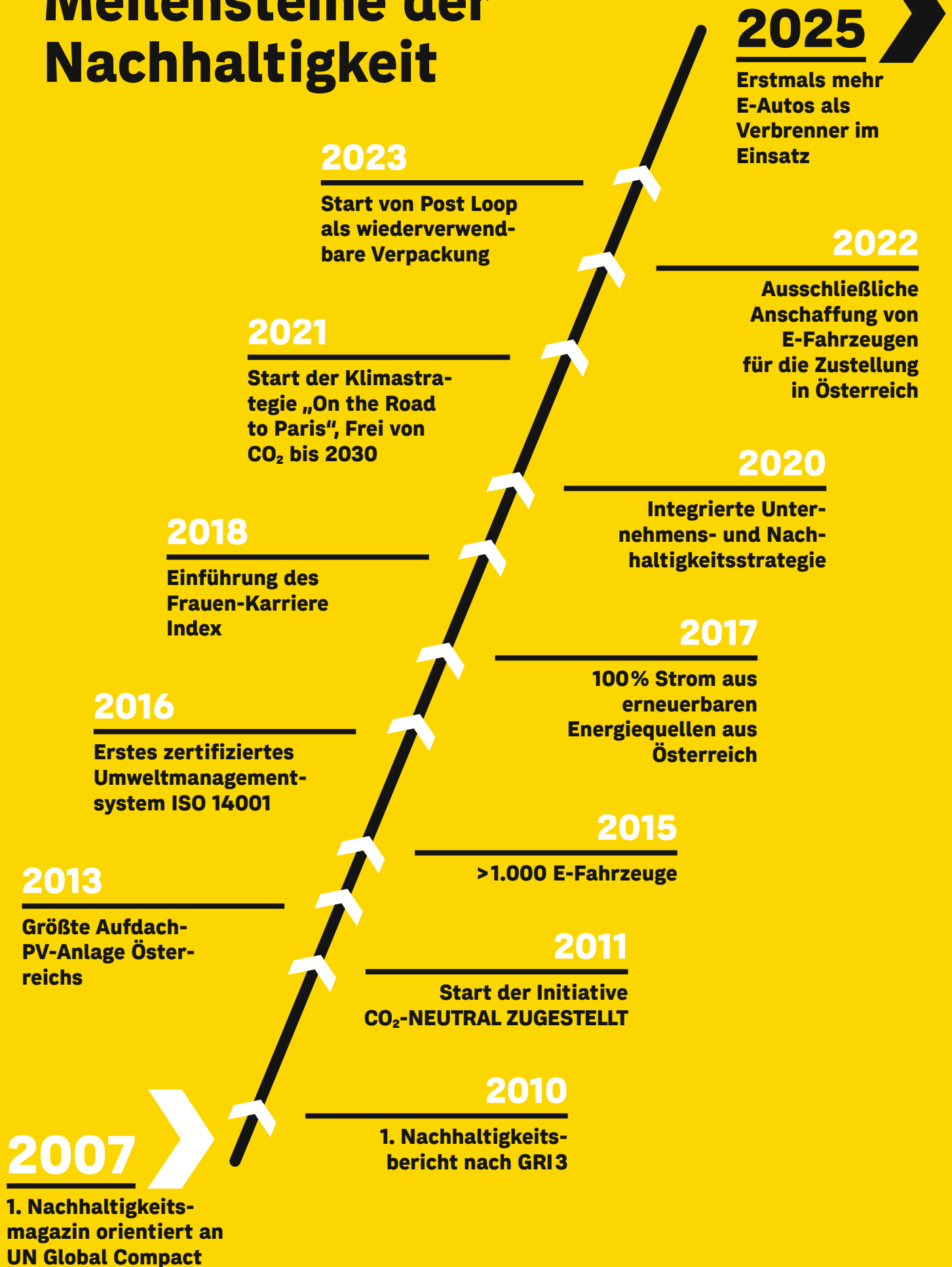
# Einflussfaktoren für die nachhaltige Entwicklung



## Ein starkes Signal: ESG Ratings konstant auf hohem Niveau

	<b>Low Risk (16,3)</b> (Range von 0 bis 50)
	<b>Prime Status Rating C+</b> (Range von A+ bis D-)
	<b>A-</b> (Range von A bis D)
	<b>53 von 100 Punkten</b>
	<b>Silver</b> (76 von 100 Punkten)

# Meilensteine der Nachhaltigkeit



# Am Puls des Kapital- markts

Die Investment-Story der  
Österreichischen Post:

## 1 Berechenbares Geschäftsmodell

- Solide Umsatzentwicklung bei führender Marktposition im Kerngeschäft in Österreich sowie im internationalen E-Commerce
- Nachhaltige Ertragsstärke durch effiziente Kostenstruktur

**3,0**  
Umsatz 2025

Mrd EUR

## 2 Versprochen – Gehalten

- Umsichtige und realistische Guidance mit klaren Zielen
- Klares Commitment, kommunizierte Ziele zu erreichen



## 3 Attraktive Dividendenpolitik

- Berechenbare Dividende durch Ertragsstärke und solide Finanzsituation
- Jährliche Ausschüttung von zumindest 75% des Nettoergebnisses seit dem IPO 2006

**5,9**  
Dividenden-  
rendite

%

## 4 Dekarbonisierung der Logistik

- Konzernweite Reduktion der fossilen Energieträger
- Verfolgung ambitionierter Ziele für 2030/2050

**-27,0**  
CO<sub>2</sub>e-Reduktion  
2024–2025

zu Sendungsvolumen, Post AG

%



Alle Informationen zur Post-Aktie sowie zu Investor Relations  
finden Sie auf der Website [post.at/investor](https://post.at/investor)

# Der Kapitalmarkt: Ein Gewinn für Unternehmen und Anleger\*innen

**Einen transparenten und sicheren Marktplatz für den österreichischen Kapitalmarkt zu organisieren, das ist die Aufgabe der Wiener Börse. Der Handelsplatz ist unverzichtbar für Unternehmen wie die Post, um sich langfristig Kapital zu beschaffen und zu sichern.**

**Zwei Frauen, die im Bereich Kapitalmarkt tätig sind: Edith Franc, Abteilungsleiterin für Public Affairs, Financial Literacy & Events der Wiener Börse, und Stefanie Schneider, Investor Relations-Managerin der Österreichischen Post.**

**Frau Franc, seit über 30 Jahren gestalten Sie aktiv den österreichischen Kapitalmarkt mit. Was treibt Sie an?**

**FRANC:** Der Kapitalmarkt ist essenziell für unsere heimische Wirtschaft, weil durch ihn Unternehmen Zugang zu dringend benötigtem Kapital erhalten und Anleger\*innen ermöglicht wird, ihr Geld renditeorientiert zu investieren. Neben klassischen Bankkrediten bietet er eine weitere Form der Finanzierungsmöglichkeit durch die Ausgabe von Aktien oder Anleihen. Unternehmen können mit diesen Mitteln investieren, Innovationen vorantreiben und neue Arbeitsplätze schaffen. Der Kapitalmarkt stimuliert damit die Gesamtwirtschaft, sorgt für Wachstum und stabile wirtschaftliche Verhältnisse. Mitzugestalten, dass dies funktioniert, ist meine Motivation.



**Edith Franc,  
Abteilungsleiterin  
für Public Affairs,  
Financial Literacy  
& Events der  
Wiener Börse**



## Frau Schneider, wie wichtig ist der Kapitalmarkt für Ihr Unternehmen, die Österreichische Post?

**SCHNEIDER:** Wir sind eine börsennotierte Aktiengesellschaft. Die Österreichische Post AG wird mehrheitlich von der Republik Österreich gehalten, die über die Österreichische Beteiligungs AG (ÖBAG) 52,8% verwaltet wird. Die restlichen 47,2% befinden sich im Streubesitz und werden an der Börse gehandelt. Die Börsennotiz verschafft uns Sichtbarkeit und Zugang zum Kapitalmarkt. So können wir unser Geschäft konsequent weiterentwickeln: Wir reagieren auf Marktveränderungen, stärken unser Kerngeschäft und investieren in nachhaltiges Wachstum. Je besser wir unsere Aufgaben im Bereich Investor Relations wahrnehmen, desto stärker ist das Vertrauen, das uns der Kapitalmarkt entgegenbringt.

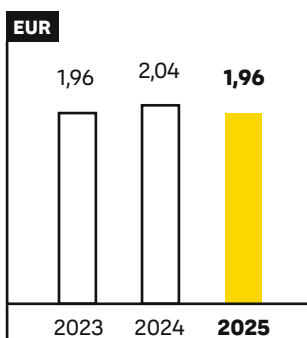
## Ist denn Vertrauensbildung der wesentliche Bestandteil guter Investor Relations-Arbeit?

**FRANC:** Ja, Vertrauensbildung ist ganz zentral. Aber sie muss auf einer klaren Strategie und einer überzeugenden Equity-Story aufbauen. Die Wiener Börse unterstützt Unternehmen bei ihrer Kapitalmarktkommunikation, z. B. im Rahmen von Konferenzen oder über das Organisieren von Roadshows. Wir geben Unternehmen eine Bühne, auf der sie sich vor internationalen Investor\*innen ebenso wie vor dem heimischen Retailpublikum präsentieren können.

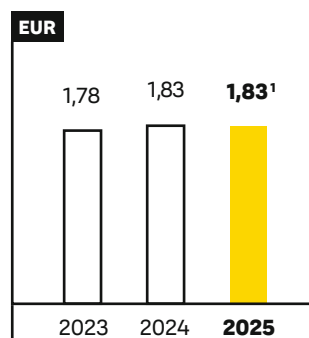
**SCHNEIDER:** Verlässlichkeit und Berechenbarkeit prägen nicht nur unser Tagesgeschäft, sondern bilden auch das Herzstück unserer Investment-Story. Transparenz, Offenheit und Klarheit in der Kommunikation sind von höchster Priorität und bilden die Grundlage für eine vertrauensvolle und langfristige Beziehung zu den Investor\*innen. Dabei ist der persönliche Kontakt zu Analyst\*innen und Investor\*innen – neben digitalen Kanälen – weiterhin von großer Bedeutung. Im Mai 2026 feiern wir unser 20-jähriges Jubiläum an der Wiener Börse. Seit dem ersten Tag arbeitet die Post erfolgreich mit der Wiener Börse zusammen, nutzt die vielfältigen Angebote und schätzt den engen sowie konstruktiven Austausch sehr.

## Erfolgreiche Positionierung der Österreichischen Post am Kapitalmarkt

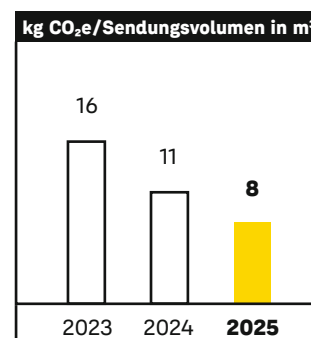
### Ergebnis je Aktie



### Dividende pro Aktie



### CO<sub>2</sub> je Sendungsvolumen<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Vorschlag an die Hauptversammlung am 15. April 2026

<sup>1</sup> Österreichische Post AG, Österreich

Neben institutionellen können auch private Investor\*innen ihr Geld am Kapitalmarkt anlegen und davon profitieren. Aktuell besitzen aber nur 30% der Österreicher\*innen Wertpapiere. Während der Kapitalmarkt in vielen anderen Ländern eine tragende Rolle für Vermögensaufbau und Vorsorge spielt, wird sein Potenzial in Österreich bislang nur eingeschränkt genutzt. Das wirkt sich vor allem auf die private Vorsorge aus – insbesondere in einem anhaltenden Niedrigzinsumfeld, in dem die Inflation häufig höher ausfällt als die Zinsen traditioneller, konservativer Sparprodukte.

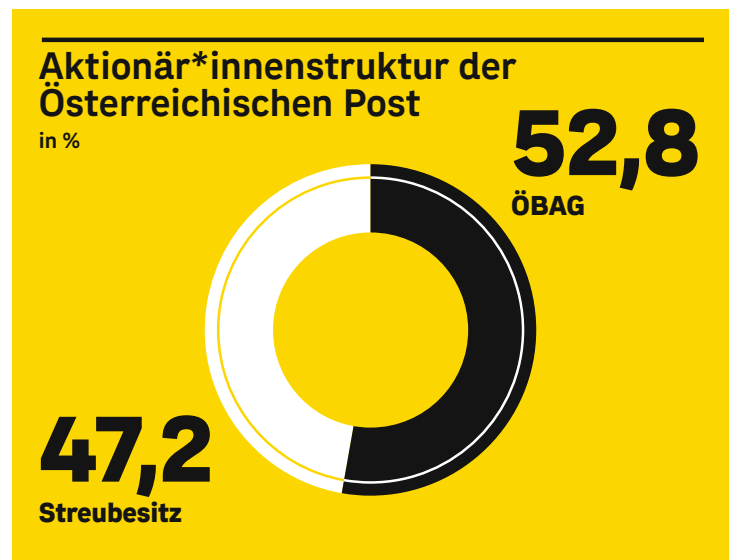
### Frau Franc, warum investieren Österreicher\*innen weniger als z.B. US-Amerikaner\*innen?

**FRANC:** Österreich hat hier eine ganz andere Tradition – das hat historische und kulturelle Ursachen. Es liegt aber auch daran, dass das Wissen über die Börse in der Bevölkerung noch viel Entwicklungspotenzial hat. Trotz hoher Sparquote zögern noch viele, in Wertpapiere zu investieren. Gleichzeitig bieten sie eine Möglichkeit, langfristig Vermögen aufzubauen.

### Welche Möglichkeiten gibt es, den Kapitalmarkt für mehr Menschen attraktiver zu machen?

**FRANC:** Neben verbesserten politischen Rahmenbedingungen muss vor allem das Wissen gefördert werden. Ein solides Grundverständnis ist entscheidend, um mit Finanzthemen sicher umgehen zu können. Die Wiener Börse hat seit Jahren einen selbst gewählten Bildungsauftrag. Wir wollen die Österreicher\*innen über die Grundbegriffe informieren – von der Rolle der Börse in der Volkswirtschaft über Aktien bis zu Themen wie Investmentfonds oder Unternehmensanleihen.

**SCHNEIDER:** Gerade für junge Menschen ist es wichtig, Finanzwissen zu erlernen und frühzeitig zu investieren. Wir können nicht mehr allein auf konservative Sparprodukte und eine staatliche Altersvorsorge setzen. Wer früh investiert, kann auch mit geringen Beträgen langfristig Vermögen aufbauen.



**„Es ist wichtig, Frauen am Kapitalmarkt stärker sichtbar zu machen – sei es in Banken, in den Investor Relations-Abteilungen von Unternehmen oder als Finance-Influencerinnen.“**

Stefanie Schneider

### Neben jungen Menschen sind auch Frauen am Kapitalmarkt immer noch unterrepräsentiert. Woran liegt das?

**FRANC:** Ja, das bestätigt auch das „Aktienbarometer“ – eine jährlich von Marktforscher Peter Hajek durchgeführte Umfrage, die diesen Trend klar aufzeigt. Dabei ist die Kapitalmarktpartizipation von Frauen besonders wichtig. In Österreich erhalten Frauen aktuell rund 40% weniger Pension als Männer. Vor allem Frauen müssen sich also möglichst früh Gedanken machen, wie sie im Alter finanziell abgesichert und unabhängig bleiben. Auch hier unterstützt die Wiener Börse, Finanzwissen und somit auch Selbstbewusstsein aufzubauen. Denn – wenn Frauen erst einmal investieren – sind sie dabei statistisch gesehen erfolgreicher als Männer.

**SCHNEIDER:** Es ist wichtig, Frauen am Kapitalmarkt stärker sichtbar zu machen – sei es in Banken, in den Investor Relations-Abteilungen von Unternehmen oder als Finance-Influencerinnen. Auf diese Weise entstehen Role Models, an denen sich Frauen orientieren können. Der Kapitalmarkt kann damit einen wichtigen Beitrag zur finanziellen Gleichstellung leisten.

# 20 Jahre Post an der Börse

Impressionen aus  
dem Jahr 2006



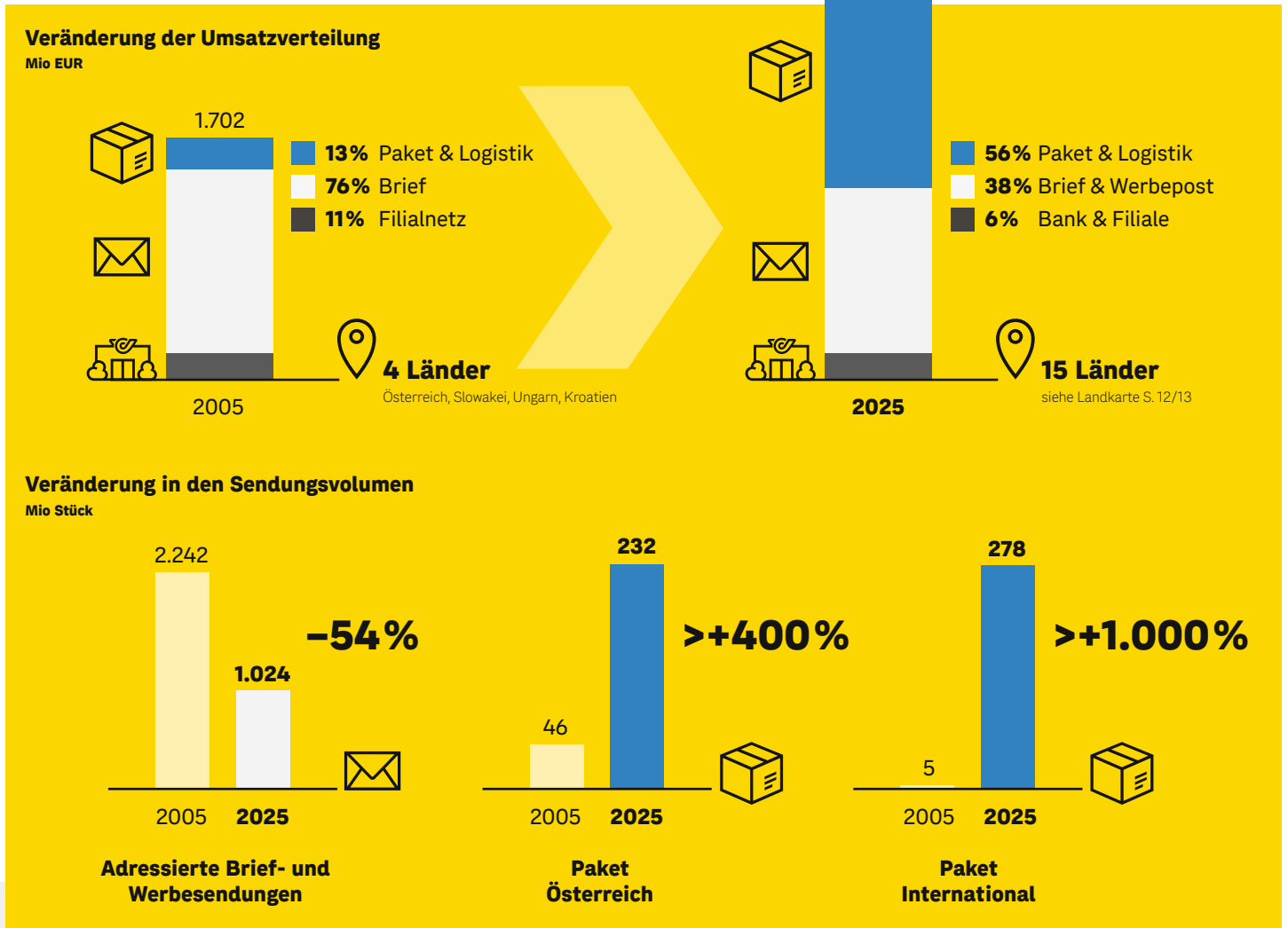
Vorstand der Österreichischen Post zum Zeitpunkt  
des Börsengangs (von links nach rechts):  
**Anton Wais**, Generaldirektor,  
**Walter Hitziger**, Vorstandsdirektor,  
**Rudolf Jettmar**, Generaldirektor-Stellvertreter,  
**Herbert Götz**, Vorstandsdirektor

Seit ihrem Börsengang  
am 31. Mai 2006 zeigt  
die Post, dass Innovation  
und Beständigkeit kein  
Widerspruch sind –  
mit klarer Strategie und  
anhaltendem Erfolg.

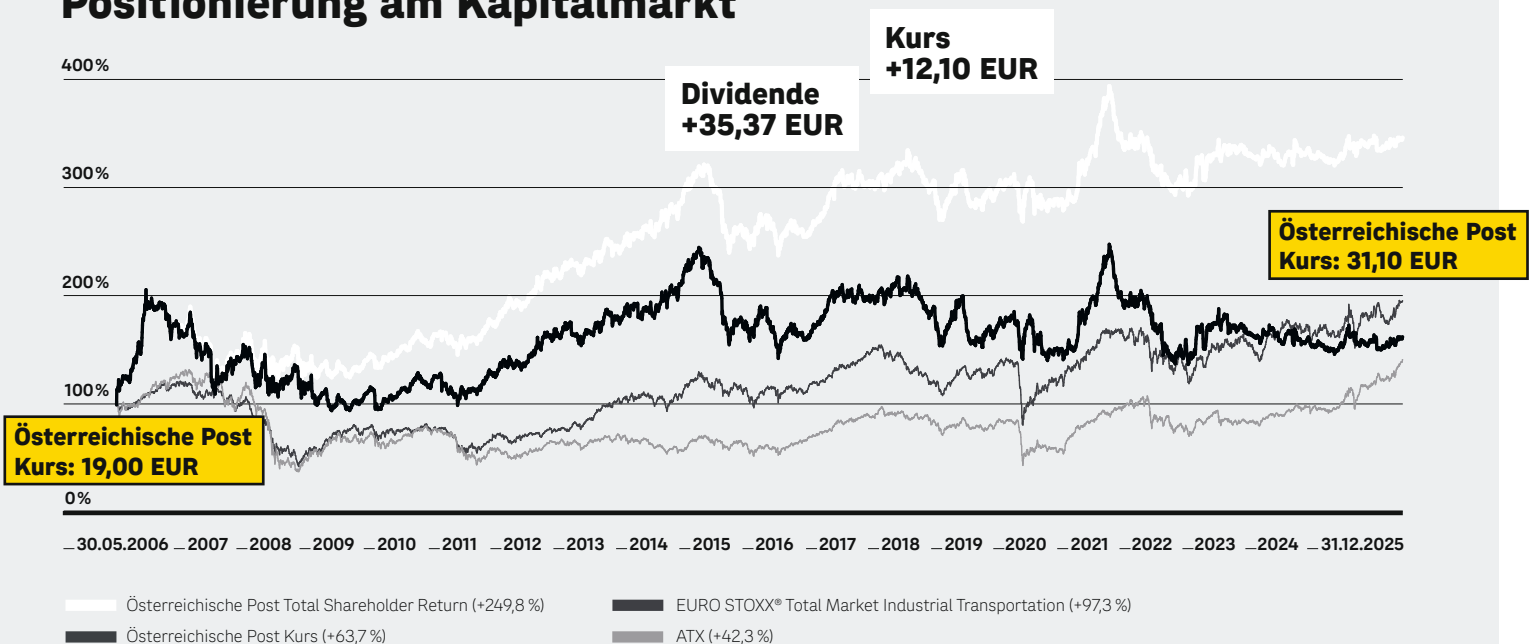


# Unsere Erfolgsgeschichte

## Entwicklung 2005 – 2025



## Positionierung am Kapitalmarkt



---

## E-Mobilität

gehört für die Post längst zum Alltag. Mit neuen E-Fahrzeugen und intelligenten Ladelösungen an unseren Standorten oder zuhause stellen wir sicher, dass 8.000 Zusteller\*innen auch in der Hochsaison zuverlässig und elektrisch unterwegs sind.



# Mit voller Kraft in die Zukunft: E-Mobilität bei der Post

**Seit mehr als 20 Jahren investieren wir kontinuierlich in eine Zustellung mit geringeren direkten Emissionen. Was mit ersten Pilotprojekten und E-Bikes begann, hat sich zu der größten E-Flotte Österreichs entwickelt. Heute sind Tausende elektrische Zustellfahrzeuge für uns unterwegs – leise, ohne direkten CO<sub>2</sub>-Ausstoß während der Fahrt und zuverlässig im täglichen Einsatz.**

Bereits früh haben wir auf elektrische Zustellfahrzeuge gesetzt: Seit den 2010er-Jahren gehören E-Bikes, E-Mopeds und elektrische Transporter zum Alltag der Zustellung. Mit dem Start der Initiative CO<sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT erzielte die Post ab 2011 erste Erfolge mit batterieelektrischen Fahrzeugen bei der täglichen Zustellung – ein entscheidender Schritt auf dem langfristigen Weg zur CO<sub>2</sub>-freien Logistik.

**Seit 2022 werden ausschließlich elektrische Fahrzeuge für die Zustellflotte bestellt, und jährlich kommen rund 1.000 E-Fahrzeuge hinzu. Damit betreiben wir die größte E-Flotte Österreichs.** 2025 gab es erstmals mehr E-Fahrzeuge als Verbrenner bei der Post, ab dem Jahr 2026 sind 6.000 elektrische Zustellfahrzeuge im Einsatz. So treiben wir die Elektrifizierung unserer bundesweiten Flotte konsequent voran und beliefern in vielen Städte wie Graz, Salzburg oder Innsbruck unsere Kund\*innen schon heute CO<sub>2</sub>-frei auf der letzten Meile. Mit den ersten E-Fahrzeugen mit Allradantrieb erreichen wir nun auch Bergregionen, in denen anspruchsvolle Straßenverhältnisse und Winterbedingungen zum Alltag gehören. 2026 stehen wir vor einem historischen Meilenstein: Mit der vollständigen Umstellung auf E-Mobilität wird Wien zur größten europäischen Metropole, in der Pakete, Briefe, Prospekte, Zeitungen und Zeitschriften auf der letzten Meile vollständig CO<sub>2</sub>-frei zugestellt werden. →



# 6.000

elektrische Fahrzeuge  
sind ab 2026 in  
Österreich im Einsatz.

## Meilensteine der E-Flotte

### 2010/11

Einsatz der ersten E-Bikes, E-Mopeds und E-Autos in der Zustellung

### 2012

Post bezieht nur noch Strom aus erneuerbaren Energiequellen

### 2016

1.000 E-Fahrzeuge

### 2021

Die Zustellung in Graz erfolgt auf der letzten Meile mit E-Fahrzeugen, Fahrrädern oder zu Fuß

### 2022

Post schafft für die Zustellung nur noch E-Fahrzeuge an

### 2023

3.000 E-Fahrzeuge

### 2024

Post schafft vorrangig nur noch Managementfahrzeuge mit E-Antrieb an

### 2024

Die Zustellung in Salzburg (Stadt) und Innsbruck erfolgt auf der letzten Meile mit E-Fahrzeugen, Fahrrädern oder zu Fuß

### 2025

Post setzt die ersten E-Fahrzeuge mit Allradantrieb ein

### Ende 2025

>6.000 E-Fahrzeuge konzernweit im Einsatz

### Ausblick 2026

Wien: Zustellung mit E-Fahrzeugen, Fahrrädern oder zu Fuß auf der letzten Meile

→ Der Weg dorthin war jedoch kein Selbstläufer. Begrenzte Fahrzeugreichweiten, fehlende Modelle für spezielle Einsatzgebiete, hohe Anfangsinvestitionen und anfängliche Skepsis bei unseren Zusteller\*innen stellten uns vor Herausforderungen. Durch enge Zusammenarbeit mit Hersteller\*innen, kontinuierliches Testen in Pilotprojekten und den konsequenten Ausbau unserer Flotte ist es uns gelungen, praxistaugliche Lösungen für Stadt und Land zu entwickeln. Heute schätzen viele Zusteller\*innen den höheren Fahrkomfort, die einfache Handhabung im Start-Stopp-Betrieb und den Beitrag zum Klimaschutz – wer einmal umgestiegen ist, möchte häufig nicht mehr zum Verbrennungsmotor zurück.

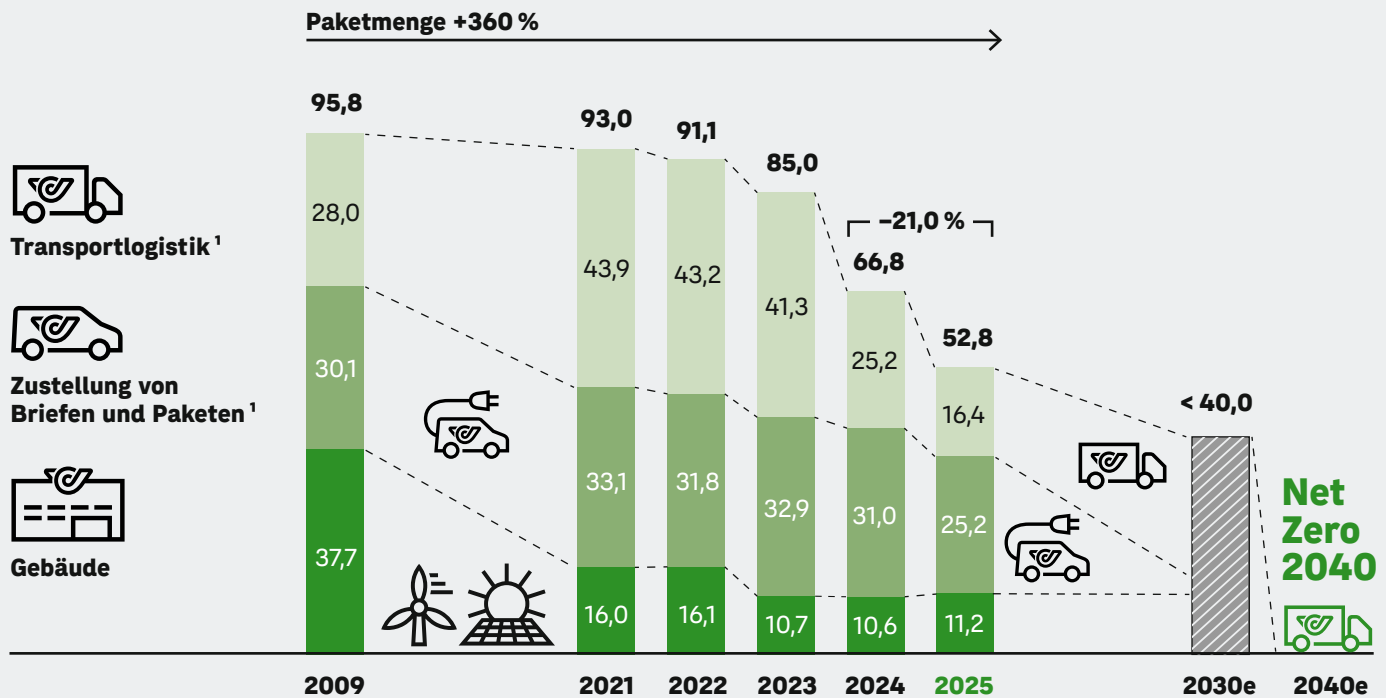


**„Der Ausbau der E-Mobilität zeigt, wie die Post den Übergang zu einem emissionsärmeren Geschäftsmodell meistert: mit klaren Zielen, konsequenter Umsetzung und der Bereitschaft, bestehende Prozesse neu zu denken.“**

**Daniel-Sebastian Mühlbach; Leitung Corporate Sustainability, Umwelt- und Fördermanagement bei der Österreichische Post AG**

# Dekarbonisierung – Roadmap Österreich

Logistikbezogene CO<sub>2</sub>e-Emissionen Österreichische Post AG  
in Tausend Tonnen



## „On the Road to Paris“: CO<sub>2</sub>-frei ab 2030

Bereits im Jahr 2011 starteten wir mit der Initiative CO<sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT einen systematischen Ansatz in Bezug auf die Reduktion unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen. Seitdem berechnen wir jährlich unsere Scope-1-, Scope-2- und Scope-3-Treibhausgasemissionen und unterziehen unsere Berichterstattung einer externen unabhängigen Prüfung. Im Jahr 2021 haben wir unsere Klimastrategie „On the Road to Paris“ zur Dekarbonisierung des Kerngeschäfts veröffentlicht. Die Strategie bezieht sich auf die Vorgaben des Pariser Klimaabkommens zur Begrenzung der Erderwärmung auf 1,5 °C, die enthaltenen Ziele wurden nach den Vorgaben der Science Based Targets initiative (SBTi) entwickelt. Mit unserer klaren Zielsetzung, die Zustellung auf der letzten Meile ab 2030 CO<sub>2</sub>-frei zu gestalten, haben wir einen ambitionierten Rahmen geschaffen. Das bedeutet, dass keine direkten Emissionen mehr aus der letzten Meile der Zustellung entstehen – ein bedeutender Schritt für Klimaschutz und eine nachhaltigere Logistik.

Neben Effizienzsteigerung, erneuerbarer Energie und moderner Infrastruktur spielt beim Erreichen unserer Ziele die E-Mobilität eine zentrale Rolle. Bis 2030 wird die gesamte Zustellflotte der Post österreichweit auf Elektroantrieb umgestellt sein – in Städten wie in ländlichen Regionen.

## Erfolgreiche Umweltzertifizierung – ein starkes Zeichen für Nachhaltigkeit:

Wir haben es geschafft: 18 Standorte, verteilt in ganz Österreich – von Logistikzentren über Postbasen, bis hin zur Unternehmenszentrale, sind erfolgreich nach der Umweltnorm ISO 14001 zertifiziert. Der jährliche Zertifizierungsprozess umfasst die Erhebung wichtiger Kennzahlen und die Definition jährlicher Maßnahmen zur Verbesserung in den Bereichen Strom, Heizung, Wasser und Abfall.

Bis

# 2030

wird die gesamte Zustellung der Post auf Elektroantrieb umgestellt sein.



## Erneuerbare Energiequellen für die Zukunft unserer Flotte

Eine leistungsfähige E-Flotte braucht eine ebenso leistungsfähige Ladeinfrastruktur. Deshalb haben wir in den letzten Jahren massiv in den Aufbau eigener Ladepunkte an Postbasen investiert und intelligente Ladesysteme eingeführt. Diese ermöglichen es uns, Fahrzeuge bedarfsgerecht zu laden und Lastspitzen zu vermeiden. Eine besondere Herausforderung war und ist die Integration von Home-Charging-Lösungen für unsere Mitarbeiter\*innen. Mit smarten Abrechnungssystemen und klaren Standards ist es uns gelungen, auch hier praktikable und faire Lösungen zu schaffen – ein wichtiger Schritt für den flächendeckenden Einsatz von E-Fahrzeugen.

E-Mobilität macht nur dann wirklich Sinn, wenn auch der Strom möglichst nachhaltig erzeugt wird. Deshalb setzen wir konsequent auf österreichischen Strom aus erneuerbaren Energiequellen und auf unsere eigenen Photovoltaikanlagen: An 34 Standorten betreiben wir



Photovoltaikanlagen mit einer Gesamtleistung von etwa 20 MWP und decken damit bilanziell bereits 20% unseres Strombedarfs aus erneuerbarer Energie selbst. Damit zählen wir in Österreich zu den größten heimischen Anlagenbetreiber\*innen – Energieversorger\*innen ausgenommen. Die Zukunftsvision: eine E-Flotte, die Energie speichern und wieder ins Netz einspeisen kann.

Die Herausforderung liegt dabei in der optimalen Nutzung des selbst erzeugten Stroms. Mit Speicherlösungen, intelligenter Steuerung und der Verknüpfung von Lade- und Energieinfrastruktur arbeiten wir daran, unsere Eigenversorgung weiter zu erhöhen. Unser Anspruch ist klar: Wir wollen nicht nur CO<sub>2</sub>-frei fahren, sondern unsere Energie möglichst selbst und nachhaltig erzeugen.



## Von Allrad bis E-Lkw: Nachhaltige Logistik auch unter anspruchsvollen Bedingungen



Neben der flächendeckenden Elektrifizierung unserer Zustellflotte in Städten und ländlichen Regionen arbeiten wir daran, E-Mobilität auch in anspruchsvolleren Einsatzbereichen zu verankern. Ein wichtiger Schritt dabei ist der Einsatz von Allrad-Elektrofahrzeugen, speziell für bergige und winterlich herausfordernde Regionen. Auch der Einsatz von E-Fahrzeugen im Schwerverkehr hat begonnen – zunächst dort, wo er technisch sinnvoll ist. Seit 2024 setzen wir zwei E-Lkw im Pendelverkehr zwischen unserem Logistikzentrum in Wien-Inzersdorf und dem Flughafen Wien-Schwechat vor allem für kurze, planbare Transporte ein. Weitere Strecken werden Schritt für Schritt umgestellt. Dazu kommen 2026 weitere 4 E-Lkw. Gleichzeitig setzen wir auf Hydrotreated Vegetable Oils (HVO) als Brückentechnologie: Wir betanken unsere gesamte Lkw-Flotte seit 2024 mit HVO und konnten die CO<sub>2</sub>-Emissionen so bereits deutlich senken. Der erneuerbare Kraftstoff wird aus Abfällen und pflanzlichen Reststoffen hergestellt und reduziert die CO<sub>2</sub>-Emissionen im Vergleich zu herkömmlichem Diesel laut Hersteller\*innenangaben um bis zu 90%.



**„Wir denken die Wiederverwendbarkeit von Materialien schon von Anfang an im Design-Prozess unserer Dienstkleidung mit; das ist mir besonders wichtig.“**

**Jutta Kuzmanovski-Jandl,  
Leitung Corporate Identity & Design  
bei der Österreichische Post AG**

## Ein zweites Leben für unsere Dienstkleidung

230.000 Tonnen Textilmüll fallen jährlich allein in Österreich an, nur knapp ein Fünftel davon wird aktuell recycelt. Mit einem gemeinsamen Pilotprojekt wollen wir mit fünf weiteren österreichischen Unternehmen<sup>1</sup> jährlich bis zu 50 Tonnen Textilmüll einsparen – das entspricht in etwa 170.000 Hemden.

Das Projekt unter dem Motto „Zweites Leben für 1er-Panier“ wurde mit dem Award „Nachhaltige Gestalter\*innen 2025“ vom Wirtschaftsmagazin BUSINESSART ausgezeichnet.

<sup>1</sup> ÖBB, Wiener Linien, AUA, CAT, Salesianer



Bis zu

# 50

**Tonnen Textilmüll will die Post mit fünf weiteren Unternehmen jährlich einsparen.**

## E-Mobilität international

Auch über die Landesgrenzen von Österreich hinaus sind wir beispielsweise in der Slowakei und der Türkei mit unseren Tochterunternehmen dabei, E-Mobilität weiter auszurollen – auch wenn große Unterschiede in Regulatorik und Förderung von Ladeinfrastruktur und E-Fahrzeugen hier Herausforderungen bergen. Bei Slovak Parcel Service sind derzeit schon rund 30% der Flotte E-Fahrzeuge; weitere folgen. Auch der Ausbau von Photovoltaikanlagen wird kontinuierlich vorangetrieben. Bei Aras Kargo in der Türkei wurde die Zustellung in der Stadt Bodrum in einem erfolgreichen Pilotprojekt auf E-Fahrzeuge umgestellt. Auch hier wird bei Investitionen zunehmend auf Ladeinfrastruktur und Photovoltaikanlagen geachtet. So wird E-Mobilität Schritt für Schritt zum neuen Standard – in Österreich, aber auch darüber hinaus.

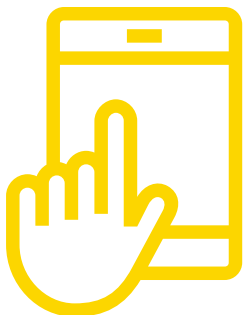
## Alle Vorteile

exklusiv für Mitarbeiter\*innen der Post, bank99 und shöpping. Auf [goodie.at](https://goodie.at) findet man Benefits von A bis Z in den Kategorien: Sport & Gesundheit, Kultur & Events, Konto & Unterstützung, Shoppen & Rabatte, Reisen & Mobilität.



# 20 Jahre postsozial: Wo Benefits zuhause sind

**Seit zwei Jahrzehnten steht postsozial für Unterstützung, die den Alltag der Postler\*innen spürbar verbessert. Was 2005 als Nachfolger des Sozialwerks begann, ist heute ein moderner Wohlfahrtsverein, der einspringt, wenn es eng wird – mit finanziellen Unterstützungen, Essenszuschüssen, Kinderbonus oder günstigen Ferienunterkünften für kleine Auszeiten zwischendurch.**



## postsozial

**begleitet unsere Kolleg\*innen seit 20 Jahren durchs Leben – mit der Post-App und goodie.at werden alle Benefits auf einer Plattform vereint und übersichtlich dargestellt.**

In den vergangenen Jahren ist aus einzelnen Leistungen eine vielfältige Bonuswelt gewachsen, die Freizeit, Familie und Gesundheit gleichermaßen in den Mittelpunkt stellt. Ob Unterstützung in besonderen Lebenslagen, vergünstigter Urlaub in Post-Ferienhäusern oder Extras für den Nachwuchs: postsozial begleitet die Kolleg\*innen durch viele Lebensphasen und macht Wertschätzung ganz konkret erlebbar. So ist rund um die Arbeit ein Sicherheitsnetz entstanden, das entlastet, überrascht und zeigt, wie ernst die Post ihre Verantwortung gegenüber ihren Mitarbeiter\*innen nimmt.

Heute wird diese Erfolgsgeschichte digital weitergeschrieben:

**Mit der Post-App und der neuen Plattform goodie.at sind erstmals alle Vorteile auf einen Blick zu sehen** – von Einkaufsvorteilen über Gesundheits- und Sportangebote bis hin zu Reise- und Kultur-Highlights. Exklusiv für Mitarbeiter\*innen der Post-Unternehmensgruppe lassen sich so pro Jahr bis zu 3.000 Euro sparen, und laufend kommen neue Goodies dazu.

So verbindet die Post gelebte Solidarität mit einer zeitgemäßen, digitalen Bonuswelt, in der oft ein Klick reicht, damit sich Einsatz doppelt bezahlt macht – am Smartphone in der Post-App oder online auf goodie.at.

postsozial

## Gemeinsam für ein lebendiges Miteinander: unsere Unternehmenskultur

Die Österreichische Post hat 2021 einen österreichweiten Kulturprozess gestartet und seither zahlreiche Initiativen und Maßnahmen umgesetzt, um die drei Kulturwerte Freude, Sinn, Leistung und WIR nachhaltig zu verankern. Sie geben Orientierung und machen unsere Unternehmenskultur im Arbeitsalltag erlebbar.

In einem partizipativen Prozess wurden für jeden Kulturwert gemeinsame Verhaltensprinzipien entwickelt und in Workshops mit unterschiedlichen Zielgruppen reflektiert. Auf dieser Basis haben wir konkrete Maßnahmen abgeleitet, die die Umsetzung der Kulturwerte in den einzelnen Unternehmensbereichen unterstützen. Dazu zählen u. a. neue Angebote in der Führungsakademie, weiterentwickelte Führungskompetenzen sowie das regelmäßige 360-Grad-Feedback. Ergänzend fördern neue Kommunikationsformate und -kanäle wie die Team-Post App, interaktive Online-Formate und unternehmensweite Events den Austausch und die gelebte Kultur.



Unsere Unternehmenskultur ist ein zentraler Bestandteil unserer strategischen Weiterentwicklung. **Im Rahmen der Strategie LEAD 2030 wurden die Kulturaktivitäten daher auch über Österreich hinaus verbreitet.** Unsere Kulturwerte sollen künftig konzernweit eine gemeinsame Orientierung bieten und die Zusammenarbeit aller Mitarbeiter\*innen stärken. Für jede Beteiligung wird dabei ein individueller Kulturprozess gestaltet, der lokale Besonderheiten berücksichtigt und zugleich den gemeinsamen Rahmen wahrt. Aktuell bestehen Kooperationen im Bereich Unternehmenskultur mit folgenden Unternehmen: Aras Kargo (Türkei), Slovak Parcel Service (Slowakei), Express One Hungary (Ungarn), Express One Slovenia (Slowenien), Overseas Express Croatia (Kroatien) und Express One Bosnia (Bosnien).



# 3

**Kulturwerte:  
Freude, Sinn,  
Leistung**



## Mitarbeiter\*innenbefragung

Im Juni 2025 haben wir eine konzernweite Mitarbeiter\*innenbefragung durchgeführt. Alle Mitarbeiter\*innen hatten hier die Möglichkeit, Feedback zu Arbeitsumfeld und Kulturwerten zu geben. Die Ergebnisse helfen uns, gezielt Maßnahmen für die Weiterentwicklung als Arbeitgeberin abzuleiten.



## Wo der Puls der Post schlägt: Vielfalt und Wertschätzung

Diversität ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor unseres Unternehmens – und eine klare Haltung: Wir sind gelb, wir sind grün und wir sind bunt. Unterschiedliche Lebensrealitäten und Perspektiven bereichern unser tägliches Miteinander und schaffen ein Umfeld, in dem sich Menschen mit all ihren Identitäten einbringen können.

Im Zentrum stehen die Kerndimensionen von Vielfalt: Geschlecht, Alter, ethnische und soziale Herkunft, sexuelle Orientierung, Religion und Weltanschauung sowie körperliche und mentale Fähigkeiten. Diese Dimensionen prägen nicht nur unser Verständnis von Chancengerechtigkeit, sondern leiten unsere Initiativen und Maßnahmen für ein inklusives Arbeitsumfeld.

Wir setzen uns konsequent für Gleichstellung und faire Chancen ein – etwa durch Ziele zur Gender Balance in Führungspositionen, Trainings zu Unconscious Bias sowie Initiativen zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben. 2026 wollen wir mit unserem Engagement weiter stärken, u. a. durch die aktivere Einbindung der Mitarbeiter\*innen in der Fläche in das Diversitätsnetzwerk, bei Initiativen wie den Sprachcafés und Sensibilisierungsworkshops Ethik und Weltanschauung oder zur Teilhabe von Menschen mit Behinderungen im Berufsleben. Diese verdeutlichen: Diversität ist kein Trend, sondern ein wesentlicher Bestandteil unserer Unternehmenskultur und unseres Werteverständnisses.

**„Wir setzen uns aus Überzeugung für Gleichstellung ein – für sichtbare Vorbilder, faire Chancen und ein Miteinander auf allen Ebenen. Denn nur in einer Kultur, in der jeder Mensch gehört, respektiert und wirklich geschätzt wird, können wir gemeinsam wachsen.“**

**Sabine Weber-Treiber,**  
Leitung Diversitätsmanagement  
bei der Österreichische Post AG



## Wie wir Female Empowerment im Alltag leben

Die Österreichische Post nimmt eine Vorreiterrolle im Bereich Female Empowerment ein. Wir haben es uns zum Ziel gesetzt, klare Möglichkeiten für persönliches Wachstum zu schaffen – unabhängig von Geschlecht, Alter und Herkunft. Bereits 2019 wurde mit dem Projekt Elly eine unternehmensweite Initiative gestartet, die Frauen gezielt stärkt und unsere Unternehmenskultur nachhaltig geprägt hat. Elly war der Ausgangspunkt für zahlreiche Maßnahmen, die heute fest im Arbeitsalltag verankert sind. Unser gesetztes Ziel unterstreicht das Engagement: Bis 2030 sollen 40% aller Führungspositionen mit Frauen besetzt sein, bereits heute liegt der konzernweite Anteil bei über 36%. Ein besonderer Meilenstein: Seit einem Jahr ist erstmals eine Frau im Vorstand der Österreichischen Post vertreten und seit Juni 2025 ist Barbara Hagen CEO bei Aras Kargo. Durch ihre Vorbildwirkung schafft die Post neue Rollenbilder, stärkt Frauen in ihrer beruflichen Entwicklung und inspiriert zu mehr Vielfalt in Führung.

**„Female Empowerment bedeutet für uns, klare Möglichkeiten für Wachstum und Verantwortung zu schaffen – und zur Vernetzung wie im Rahmen unserer Netzwerkgruppen.“**

**Sonja Aboulez, Executive Vice President, E-Commerce Solutions bei der Österreichische Post AG & Leitung Netzwerkgruppe „Frauen\* in Führung“**

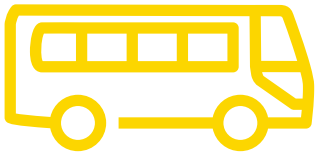
## Nachwuchs mit Zukunft: Die Lehrlings-Akademie der Post



Insgesamt 250 Lehrlinge in acht Lehrberufen bildet die Österreichische Post derzeit aus. Ein zentraler Bestandteil unserer Ausbildung in ganz Österreich ist die Lehrlings-Akademie. Dort werden in praxisnahen, individuellen Seminaren die persönlichen Stärken der Lehrlinge gezielt gefördert. Für jedes Lehrjahr und jeden Lehrberuf gibt es Trainings, die zwischen September und Ende Juni stattfinden. Ein weiteres Ziel ist die Vernetzung der Lehrlinge untereinander. Zudem werden Perspektiven für die Zeit nach Ausbildungsabschluss aufgezeigt. Mit der Lehrlings-Akademie sichern wir nicht nur die Qualität der Ausbildung bei der Österreichischen Post, sondern wir positionieren uns auch als attraktive Arbeitgeberin.

**250** 

**Lehrlinge in acht Lehrberufen bildet die Österreichische Post derzeit aus.**



## Der Gesundheitsbus bringt Vorsorge dorthin, wo sie gebraucht wird

Die Österreichische Post hat verschiedene Projekte initiiert, um arbeitsbedingte Erkrankungen frühzeitig zu erkennen, präventive Maßnahmen zu fördern und die psychische Gesundheit ihrer Mitarbeiter\*innen gezielt zu stärken. Ein besonderes Erfolgsprojekt ist der Gesundheitsbus.

Der Bus wurde 2021 im Rahmen der betrieblichen Impfungen als Impfbus gestartet und ist seit 2022 als Gesundheitsbus im Einsatz. Er bringt Gesundheitsangebote direkt in die Logistikzentren und Postbasen, damit auch Teams abseits der großen Zentren vom Präventionsprogramm profitieren. Die Angebote reichen von arbeitsmedizinischen Basis-Checks über Impfberatungen bis hin zu Ernährungsberatung, Shiatsu-Massagen und psychologischer Unterstützung.

Neben dem Gesundheitsbus gibt es weitere Projekte, wie etwa ein postsozial unterstütztes Laufcamp. Zehn Logistikzentren sind zudem bereits nach ISO 45001 zertifiziert – einem international anerkannten Nachweis dafür, dass ein Unternehmen ein wirksames Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit (SGA) eingeführt hat.



**Prävention, Beratung  
und medizinische Checks  
sind flexibel an über  
100 Standorten in ganz  
Österreich möglich.**



**Mit der Gesundheitsbus-Tour und weiteren Projekten im Rahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung unterstreichen wir unsere Rolle als verantwortungsvolle Arbeitgeberin.**

## SB-Filialen

bringen die Post dort-  
hin, wo der Alltag  
stattfindet – und das  
24/7, ohne Wartezeit  
und mit kurzen  
Wegen im Grätzl.  
Ganz nach dem Motto:  
„Immer da, wenn du  
uns brauchst.“



---

# 20 Jahre Kund\*innen- orientierung: Versorgung, auf die man sich verlassen kann

**Seit Jahrzehnten stellt die Österreichische Post sicher, dass Menschen und Unternehmen in ganz Österreich zuverlässig versorgt werden – und hat ihr Netz dafür konsequent an neue Bedürfnisse angepasst. Was früher vor allem der Gang in die Filiale war, ist heute ein fein abgestimmtes Zusammenspiel aus klassischen Postfilialen, starken Postpartnern, modernen SB-Zonen und flexiblen digitalen Services.**



Fast

**500**

Poststationen,  
Empfangsboxen und  
SB-Standorte in Wien.

Im Mittelpunkt steht immer die Versorgungssicherheit: Ein dichtes Filialnetz sorgt für persönliche Beratung, Postpartner bringen verlässliche Services in ländliche Regionen. SB-Filialen und 24/7 Poststationen eröffnen zusätzliche Möglichkeiten für alle, die ihre Pakete lieber unabhängig von Öffnungszeiten abholen oder aufgeben. In Wien etwa wurden in den vergangenen Jahren fast 500 Poststationen, Empfangsboxen und neue SB-Standorte aufgebaut – viele davon direkt im Wohnumfeld.

Gleichzeitig erweitert die Post ihr Angebot um innovative Lösungen, die den Alltag spürbar erleichtern. Mit Services wie der Sonntagszustellung können Versandkund\*innen ihre Produkte noch schneller beim Zielpublikum ankommen lassen – ein Mehrwert, der immer wichtiger wird. →

→ Ergänzt durch flexible Empfangsoptionen, digitale Benachrichtigungen und neue Services wie AllesPost entsteht eine Infrastruktur, in der Pakete dorthin kommen, wo Menschen sie wirklich brauchen.

**Als Teil unserer Strategie LEAD 2030 wollen wir unsere Präsenz in bestehenden Märkten weiter ausbauen und zusätzliche Regionen erschließen** – mit besonderem Fokus auf das Paketgeschäft, E-Commerce-Logistik und innovative Services. Für unsere Kund\*innen bedeutet das bessere internationale Versandlösungen, schnellere Lieferketten und nahtlose Services über Ländergrenzen hinweg. Durch den engeren Zusammenhalt im Konzern werden innovative Services, Nachhaltigkeitsinitiativen und Qualitätsstandards gebündelt – so profitieren unsere Kund\*innen von einer stärkeren, verlässlichen Post, die sowohl lokal als auch international zuverlässig agiert.

Wie im Heimatmarkt bauen wir auch in Südost- und Osteuropa ein eigenes Paketautomatennetzwerk auf, welches wir im Jahr 2025 auf über 3.100 Standorte erhöhen konnten. Unsere autonomen, durch Sonnenenergie betriebenen Automaten leisten einen weiteren



# 24/7

**Versenden,  
Retouren aufgeben,  
Sendungen abholen  
oder Geld abheben.**



**Energieautark und rund um die Uhr verfügbar: Die neue 24/7 Poststation mit Photovoltaikmodul und Akku.**

Betrag für nachhaltige Logistik und bieten Flexibilität in der Standortauswahl. Zusammen mit unseren Partnershops und Partner-Paketautomaten verfügen wir in der CEE-Region bereits über 8.000 Standorte. Auch in der Türkei haben wir das „Aras Burasi“-Partnerprogramm eingeführt und unser Netzwerk gezielt durch Partnershops erweitert. Im Bereich Selbstbedienung sind wir zudem einen wesentlichen Schritt weitergegangen: Die Aras-Kiosk-Maschine ermöglicht es unseren Kund\*innen, Pakete rund um die Uhr – 24/7 – selbstständig aufzugeben. Heute verfügen wir über mehr als 6.200 Out-of-Home-Punkte in unserem Netzwerk vor Ort und arbeiten weiter an der konsequenten Erweiterung.



# Über Pflichten hinaus: Nachhaltigkeit im Einklang mit Kund\*innen- bedürfnissen

**Elzbieta Lemanska,**

Leitung Compliance & Versicherungsmanagement  
bei der Österreichische Post AG

## Compliance wird oft mit der Einhaltung gesetzlicher Vorgaben gleichgesetzt. Was bedeutet Compliance bei der Österreichischen Post darüber hinaus?

**ELZBIETA LEMANSKA:** Für uns ist Compliance ein zentraler Bestandteil einer verlässlichen und partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit unseren Geschäftskund\*innen. Es geht um eine Kultur der Integrität – also darum, wie wir handeln, entscheiden und Verantwortung übernehmen. Gerade für B2B-Kund\*innen ist es entscheidend, sich auf einen Partner verlassen zu können, der Risiken frühzeitig erkennt, verantwortungsvoll reagiert und Standards lebt, die über gesetzliche Mindestanforderungen hinausgehen.

## Welche Erwartungen haben insbesondere Geschäftskund\*innen an die Post?

**ELZBIETA LEMANSKA:** Unsere B2B-Kund\*innen stehen selbst unter zunehmendem Regulierungs- und Berichtsdruck – etwa durch ESG-Vorgaben, Lieferkettengesetze oder eigene Compliance-Richtlinien. Sie erwarten von uns nicht nur operative Zuverlässigkeit, sondern auch nachvollziehbare Nachhaltigkeits- und Compliance-Leistungen, z. B. bei Emissionen, Datenschutz, Menschenrechten oder fairen Arbeitsbedingungen, auch entlang der Zustellkette. Wichtig ist dabei die Transparenz: Viele Kund\*innen benötigen belastbare Daten, nachvollziehbare Nachweise und verlässliche Prozesse, um ihre eigenen Verpflichtungen erfüllen zu können. Wir sehen das nicht als Pflichtübung, sondern als gemeinsame Chance, Risiken frühzeitig zu erkennen und Verbesserungen



anzustoßen. Das erfüllt nicht nur Compliance-Kriterien, sondern stärkt auch das Vertrauen in unser Unternehmen und die Zusammenarbeit.

## Wie begegnet die Post diesen zusätzlichen Erwartungen?

**ELZBIETA LEMANSKA:** Wir begegnen diesen Anforderungen mit etablierten Standards und strukturierten Prozessen, die wir konzernweit umsetzen. Nachhaltigkeits- und Compliance-Aspekte sind fest in unsere Abläufe integriert – von der Auswahl unserer Partner\*innen über Sensibilisierung der Mitarbeiter\*innen bis hin zu risikoorientierten Prüfungshandlungen. Gleichzeitig berücksichtigen wir kund\*innenspezifische Standards, wo dies erforderlich ist. Unser Anspruch ist es, für unsere B2B-Kund\*innen nicht nur eine Dienstleisterin, sondern eine verlässliche Compliance- und Nachhaltigkeitspartnerin zu sein, die Risiken reduziert, Vertrauen schafft und langfristige Zusammenarbeit ermöglicht.

## Mehr als Post in Österreich: Nachhaltige Verbindungen – digital und persönlich

Die Österreichische Post erweitert ihre Rolle als zuverlässige Partnerin für Menschen in ganz Österreich. Neben klassischen Postdienstleistungen wird das Angebot konsequent weiterentwickelt. **Mit der bank99 und künftig auch mit YELLOW eröffnen wir unseren Kund\*innen eine moderne digitale Welt, die weit über den Versand hinausgeht.** Ob Finanzservices, Mobilfunk oder Internet – unser erweitertes Portfolio orientiert sich an den tatsächlichen Bedürfnissen der Menschen und macht den Zugang zu wichtigen Alltagsservices so einfach wie möglich. So entsteht ein multifunktionaler Service-Hub, der Alltag, Freizeit und Beruf auf nachhaltige Weise unterstützt.



In unseren rund

# 1.700

**Postfilialen bzw. Postpartner-Stellen bieten wir ab April 2026 unsere eigenen Mobilfunk- und Internet-services an.**

YELLOW



Ab April 2026 bieten wir unser eigenes Mobilfunk- und Internetangebot in unseren rund 1.700 Postfilialen bzw. Postpartner-Stellen an. YELLOW ist bewusst einfach, flexibel und leicht verständlich konzipiert und richtet sich an Menschen, die Wert auf unkomplizierte Tarife ohne lange Vertragsbindung legen.

Eine Besonderheit des neuen Angebots ist die persönliche Beratung vor Ort in den Postfilialen und bei Postpartnern – ein Alleinstellungsmerkmal im Mobilfunkmarkt, das traditionelle Nähe mit digitaler Vernetzung verbindet.

Diese neuen Filial- und Serviceformate zeigen unsere Weiterentwicklung – von der klassischen Postdienstleisterin hin zu einer Anbieterin für zentrale Alltagsservices.

Mit dieser Erweiterung unseres Angebots zeigen wir, wie strategische Unternehmensführung bei der Österreichischen Post heute gedacht wird: mit Blick auf gesellschaftliche Bedürfnisse, digitale Teilhabe und serviceorientierte Nähe – und mit dem Ziel, die Post als vertrauenswürdige Partnerin in beiden Welten zu positionieren.



**„Shop now, pay later“:  
Die Bezahlung erfolgt  
bequem nach der  
Bestellung oder direkt  
bei den Zusteller\*innen.**



## PostPay: Die neue Bezahlungsfreiheit im Online-Handel

Nach einem erfolgreichen Test auf shopping.at, dem Online-Marktplatz der Österreichischen Post, können sich seit September 2025 alle Online-Shops für unsere neue Zahlungsoption PostPay registrieren. Mit PostPay bieten wir ein Verfahren an, das den Bezahlvorgang vollständig aus dem Bestellprozess herauslöst, ihn vereinfacht und sogar Barzahlung bei der Zustellung an der Haustür ermöglicht.

Kund\*innen benötigen beim Online-Shoppen keine Zahlungsdaten oder zusätzlichen Authentifizierungen mehr. Die Zahlung erfolgt nachgelagert – entweder über einen gängigen Online-Zahlungsdienst oder bei Zustellung bzw. Abholung des Pakets.

Da wir sowohl die Bezahlung als auch die Zustellung abwickeln, ist ein sicherer Zahlungseingang vor oder bei der Zustellung garantiert. Händler\*innen profitieren dank PostPay von einer höheren Conversion Rate, Käufer\*innen von maximaler Flexibilität und Sicherheit.

# Unsere Konzern-Kennzahlen



## Kennzahlen Unternehmensführung

	Einheit	2024	2025	Δ
<b>Ertragskennzahlen</b>				
Umsatzerlöse	Mio EUR	3.123,1	<b>3.043,3</b>	-2,6%
EBITDA	Mio EUR	422,7	<b>413,3</b>	-2,2%
EBIT	Mio EUR	207,3	<b>196,9</b>	-5,0%
<b>Cashflow und Investitionen</b>				
Operativer Free Cashflow <sup>1</sup>	Mio EUR	253,9	<b>280,1</b>	+10,3%
<b>Post-Aktie</b>				
Ergebnis je Aktie	EUR	2,04	<b>1,96</b>	-4,1%
Dividende je Aktie (für Geschäftsjahr)	EUR	1,83	<b>1,83</b>	-
<b>Unternehmensführung &amp; Compliance</b>				
Schulungsquote High-Risk-Personen in Bezug auf Korruption	Personen in %	86	<b>87</b>	+1,2%
Korruptionsfälle	Anzahl	0	<b>0</b>	-
Kund*innenzufriedenheit	CSI <sup>2</sup>	72	<b>71</b>	-1,4%
Fächer in Poststationen	Anzahl	149.492	<b>188.349</b>	+26,1%
<b>Sendungen</b>				
Transportierte Pakete national und international	Mio	503	<b>504</b>	+0,3%
Briefe und Werbe- und Werbesendungen Österreich	Mio	3.883	<b>3.563</b>	-8,2%



**3.043 Mio** EUR Umsatzerlöse

<sup>1</sup> Free Cashflow vor Akquisitionen/Wertpapieren/Geldmarktveranlagungen, Growth CAPEX und Core Banking Assets

<sup>2</sup> Customer Satisfaction Index: Skala von 0-100, =50: kritisch, 51-60: mäßig, 61-70: gut, 71-80: sehr gut, 81-100: ausgezeichnet



## Kennzahlen Umwelt

	Einheit	2024	2025	Δ
<b>Umweltkennzahlen<sup>1</sup></b>				
Logistikbezogene THG-Emissionen (Scope 1-3) <sup>2</sup>	t CO <sub>2</sub> e	221.321,8	<b>199.704,3</b>	-9,8%
THG-Emissionen gesamt, exkl. bank99 (Scope 1-3) <sup>3</sup>	t CO <sub>2</sub> e	433.194,6	<b>417.585,3</b>	-3,6%
THG-Emissionen gesamt, inkl. bank99 (Scope 1-3) <sup>3</sup>	t CO <sub>2</sub> e	619.654,6	<b>666.997,3</b>	+7,6%
Eigenfuhrpark E-Fahrzeuge	Anzahl	5.195	<b>6.360</b>	+22,4%
Anteil E-Fahrzeuge Eigenfuhrpark	%	40,7	<b>50,4</b>	+9,7 pp



**6.360** E-Fahrzeuge

<sup>1</sup> Berechnung auf Basis des Greenhouse Gas Protocol A Corporate Accounting and Reporting Standard  
<sup>2</sup> Logistikbezogene CO<sub>2</sub>e-Emissionen: Scope 1, Scope 2 und Scope-3-vorgelagerter Transport und Vertrieb  
<sup>3</sup> Scope 1, Scope 2 und alle relevanten Scope 3 Kategorien



## Kennzahlen Soziales

	Einheit	2024	2025	Δ
<b>Mitarbeiter*innenkennzahlen</b>				
Fluktuation <sup>1</sup>	in %	16,6	<b>17,7</b>	+1,1 pp
Mitarbeiter*innen	Headcount	29.572	<b>30.306</b>	+1,6%
Arbeitsunfälle eigene Arbeitnehmer*innen	Anzahl	1.013	<b>1.108</b>	+9,4%
Frauenanteil Belegschaft	Headcount in %	29,8	<b>29,5</b>	-0,3 pp
Frauenanteil in leitenden Positionen	in %, Elly-Definition	35,4	<b>36,2</b>	+0,8 pp
Gender-Pay-Gap	in %	4,2	<b>3,2</b>	-1,0 pp



**36,2** % Frauenanteil in leitenden Positionen

<sup>1</sup> Prozentueller Anteil jener Mitarbeiter\*innen im Stammpersonal mit einem Dienstverhältnis länger als 180 Tagen, der in den letzten zwölf Monaten das Unternehmen verlassen hat.

---

# Kontakt & Impressum

## **Herausgeberin und Medieninhaberin**

Österreichische Post AG  
Rochusplatz 1, 1030 Wien  
T: +43 577 67 0  
E: info@post.at  
FN: 180219d, Handelsgericht Wien

## **Kontakt**

Investor Relations  
E: investor@post.at  
I: post.at/investor

Corporate Sustainability,  
Umwelt- und Fördermanagement  
E: csr@post.at  
I: post.at/csr

## **Konzept und Design**

Berichtsmanufaktur GmbH,  
Hamburg, Wien

## **Projektleitung, Redaktion, Organisation/Koordination**

Österreichische Post AG;  
Berichtsmanufaktur GmbH,  
Hamburg, Wien

## **Fotografie**

Ehm Ian  
Gansterer Lukas  
Houdek Christian  
Husar Christian  
Mestrovic Marko  
Miraus Rainer  
Stemper Christian  
Stocksy  
Streitfelder Werner  
Tompa Lajos  
Vyhnaek Klaus  
Zac Wolfgang

## **Druck**

Print Alliance HAV Produktions GmbH,  
Bad Vöslau

**Detailliertere Informationen  
finden Sie unter:  
[post.at/investor](https://post.at/investor) sowie  
[post.at/csr](https://post.at/csr)**



**Immer da,  
wenn du  
uns brauchst.**





**Mehr in unserem  
Online-Report 2025  
unter [report.post.at](https://report.post.at)  
oder direkt  
per QR-Code Scan.**



---

[post.at/investor](https://post.at/investor)