

# ÖSTERREICHISCHE POST 2012: Umsatz und Ergebnis (EBIT +8,9%) verbessert Division Paket & Logistik wieder klar positiv Dividende von 1,80 EUR pro Aktie vorgeschlagen

- Umsatz 2012 verbessert
  - Umsatzzanstieg um +0,7% (+1,9% exkl. Benelux) auf 2.366,1 Mio EUR
  - Umsatz in beiden Divisionen über Vorjahresniveau
- Weitere Ergebnissteigerung
  - EBITDA-Marge von 11,5%
  - EBIT um 8,9% auf 182,4 Mio EUR gesteigert
- Starker Cashflow und solide Bilanz
  - Operativer Cashflow sichert Zukunftsinvestitionen und Dividende
  - Free Cashflow vor Akquisitionen steigt um 5,7% auf 170,5 Mio EUR (2,52 EUR pro Aktie)
  - Vorzeitige Anwendung von IAS 19 (revised) führt zu keinen signifikanten Auswirkungen
- Attraktive Dividende
  - Weiterhin attraktive Dividendenpolitik
  - Dividendenvorschlag von 1,80 EUR pro Aktie an Hauptversammlung
- Ausblick 2013
  - Stabile bis leicht positive Umsatzentwicklung 2013 erwartet
  - EBITDA-Marge weiterhin in der Zielbandbreite von 10–12%

## DIE ÖSTERREICHISCHE POST IM ÜBERBLICK

Das nationale und internationale Geschäftsumfeld der Österreichischen Post und ihrer Kunden war im Geschäftsjahr 2012 von einer unsicheren Konjunktorentwicklung geprägt. Gemessen an diesem gesamtwirtschaftlichen Umfeld entwickelte sich der Österreichische Post Konzern in der Berichtsperiode sehr zufriedenstellend. „Diese Tatsache zeigt einmal mehr, dass die strategische Ausrichtung des Konzerns stimmt. So konnten wir im Geschäftsjahr 2012 unsere starke Marktposition im Heimatmarkt Österreich sowohl im Brief- als auch Paketgeschäft weiter festigen. Gleichzeitig wurden Wachstumschancen in den Zukunftsmärkten Südost- und Osteuropas genutzt“, so Generaldirektor Dr. Georg Pözl.

Der Umsatz des Konzerns verbesserte sich auf 2.366,1 Mio EUR, wobei in beiden Divisionen eine Steigerung erzielt werden konnte. Die solide Entwicklung spiegelt sich auch im operativen Konzernergebnis wider – das EBIT erhöhte sich um 8,9% auf 182,4 Mio EUR. Speziell die Division Paket & Logistik verzeichnete nach einem negativen EBIT 2011 wieder einen Anstieg in den positiven Bereich. Sowohl die solide Entwicklung am Heimatmarkt als auch die Performance-Verbesserung im internationalen Geschäft trugen dazu bei.



Die **Division Brief, Werbepost & Filialen** war im Geschäftsjahr 2012 weiterhin von der fortschreitenden Substitution des klassischen Briefs durch elektronische Kommunikationsformen betroffen. Zudem zeigte sich das Werbeaufkommen infolge des Konjunkturmehrfeldes eher volatil. Die strukturellen Verbesserungen durch den Umbau des Filialnetzes und den damit verbundenen Effizienzsteigerungen trugen positiv zur Entwicklung der Division bei. Die österreichweite Präsenz der Post wurde auf nunmehr 1.931 Standorte ausgebaut, wobei bereits 1.376 als Post Partner geführt werden. Wirft man einen Blick über die Grenzen Österreichs, so war das Jahr 2012 in der Division von fokussiertem Wachstum geprägt. Mit der Übernahme des Marktführers im Bereich unadressierter Sendungen in Polen und der Beteiligung an einem bulgarischen Unternehmen wurde der Eintritt in weitere Zukunftsmärkte Südost- und Osteuropas geschafft. Gleichzeitig erhöhte die Österreichische Post ihre Beteiligung in Rumänien auf 100%.

Die **Division Paket & Logistik** konnte in Österreich überproportional vom guten Umfeld profitieren und weitere Marktanteile dazu gewinnen. Mit einem Rekordvolumen von 65 Mio Paketen im Jahr 2012 wurde die Marktführerschaft im Privatkundengeschäft mit 75% einmal mehr bestätigt und gleichzeitig der Marktanteil bei Business-Kunden auf 22% ausgebaut. Im internationalen Paketgeschäft stand im abgelaufenen Geschäftsjahr vor allem die Profitabilität der erbrachten Leistungen im Fokus. So wurden unprofitable Beteiligungen in Benelux abgegeben und in Deutschland ein umfassendes Performance-Verbesserungsprogramm gestartet. Auch in den kommenden Jahren hat die weitere Steigerung der Profitabilität der Division Paket & Logistik oberste Priorität.

Der Cashflow aus der Geschäftstätigkeit des Konzerns von 246,7 Mio EUR im Jahr 2012 ermöglicht einerseits Investitionen zur Zukunftssicherung und nachhaltigen Effizienzsteigerung, aber andererseits auch die Fortführung der attraktiven Dividendenpolitik. Ziel war und ist es, die Dividende im Einklang mit dem Konzernergebnis weiterzuentwickeln. Aufgrund der guten Geschäftsentwicklung – gepaart mit einer soliden Bilanz und einem starken Cashflow – wird der Hauptversammlung am 18. April 2013 die Ausschüttung einer Dividende von 1,80 EUR pro Aktie für 2012 vorgeschlagen (+5,9% zum Vorjahr). Die Dividendenrendite bezogen auf den Aktienkurs per Anfang März 2013 beträgt 5,8%.

Auch in Zukunft gilt es rückläufige Volumina im Briefgeschäft durch Wachstum im Paket- und Logistikgeschäft zu kompensieren und gleichzeitig Chancen in Zukunftsmärkten zu nutzen „Mir ist es wichtig, auch in Zukunft Kundenbedürfnisse konsequent zu erfüllen und den Servicegrad zu erhöhen. Die Weiterentwicklung von Selbstbedienungslösungen und die Vereinfachung von Logistikprozessen bringt deutlich mehr Komfort für unsere Kunden und gleichzeitig operative Effizienzsteigerungen“, so Georg Pölzl weiter.

Das mittelfristige Umsatzwachstumsziel von 1–2% pro Jahr bleibt aufrecht. Für die nachhaltige Ergebnisentwicklung gilt weiterhin eine Zielbandbreite einer EBITDA-Marge von 10-12%.

## UMSATZENTWICKLUNG IM DETAIL

### UMSATZ NACH DIVISIONEN<sup>1</sup>

Mio EUR	2011	2012	Veränderung in %	Q4 2011	Q4 2012
<b>Umsatz gesamt</b>	<b>2.348,7</b>	<b>2.366,1</b>	<b>0,7%</b>	<b>638,7</b>	<b>643,2</b>
<b>Umsatz exkl.</b>					
<b>Tochtergesellschaften Benelux<sup>2</sup></b>	<b>2.304,4</b>	<b>2.348,9</b>	<b>1,9%</b>	<b>627,6</b>	<b>643,2</b>
Brief, Werbepost & Filialen <sup>3</sup>	1.500,7	1.508,2	0,5%	409,7	417,0
Paket & Logistik	846,5	858,1	1,4%	228,5	226,1
Paket & Logistik exkl.					
Tochtergesellschaften Benelux <sup>2</sup>	802,2	840,9	4,8%	217,3	226,1
Kalenderwerkstage in Österreich	250	250	–	61	62

<sup>1</sup> Außenumsatz der Divisionen

<sup>2</sup> Closing der Veräußerung der trans-o-flex Nederland per 15. März 2012, closing trans-o-flex Belgium per 31. Mai 2012

<sup>3</sup> Berichterstattung nach neuer Segmentstruktur ab 1. Jänner 2012, Werte 2011 Pro-forma-Konsolidierung

Der Umsatz der Österreichischen Post konnte 2012 insgesamt um 0,7% auf 2.366,1 Mio EUR gesteigert werden. Bereinigt um die mittlerweile abgegebenen und entkonsolidierten Tochtergesellschaften in Benelux betrug der Umsatzanstieg im Jahresvergleich 1,9%. Vor dem Hintergrund einer konjunkturell unsicheren Wirtschaftslage hat sich der Konzernumsatz damit sehr zufriedenstellend entwickelt.

Die Division Brief, Werbepost & Filialen verzeichnete mit einem Plus von 0,5% auf 1.508,2 Mio EUR einen leichten Anstieg. Dabei zeigten sich unterschiedliche Volumenentwicklungen bei der Briefpost und der Werbepost. Klassische Briefsendungen unterliegen weiterhin dem Trend strukturell rückläufiger Volumina – verursacht durch die elektronische Substitution des klassischen Briefs. Bei Werbesendungen wiederum zeigte sich im Jahresverlauf eine hohe Volatilität. Auf den Divisionsumsatz wirkten aber auch positive Effekte: Einerseits waren Volumenverschiebungen von Werbesendungen hin zu höherwertigen Briefprodukten zu verzeichnen, andererseits wurden Sendungen aus dem Bereich Online-Shopping vermehrt als Briefe anstatt als Pakete verschickt. Die mit 1. Mai 2011 erfolgte Änderung des Produktportfolios der Österreichischen Post führte in den ersten vier Monaten des Geschäftsjahres 2012 noch zu positiven Effekten im Vergleich zum Vorjahr. Filialdienstleistungen, die nunmehr in der Division Brief, Werbepost & Filialen inkludiert sind, verzeichneten im Berichtszeitraum – bedingt durch den Strukturwandel – sowohl einen Umsatz- als auch einen Kostenrückgang. In Summe verfügte die Österreichische Post per 31. Dezember 2012 über 1.931 Post-Geschäftsstellen, von denen mittlerweile bereits 1.376 von externen Post Partnern betrieben werden.

In der Division Paket & Logistik konnte der Umsatz 2012 um 1,4% auf 858,1 Mio EUR gesteigert werden. Darin inkludiert sind noch die Umsätze der veräußerten Gesellschaften in Benelux bis zu deren Entkonsolidierung. Bereinigt um diese Gesellschaften ist der Umsatz der Division 2012 um 4,8% gestiegen. In der regionalen Betrachtung konnte das stärkste Wachstum mit etwa 11% in Österreich verzeichnet werden.



## GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Im Einklang mit der Umsatzentwicklung erhöhte sich auch der Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen, der in Summe um 0,9% auf 766,9 Mio EUR anstieg. Kostensteigerungen ergaben sich etwa aus dem vermehrten Zukauf von Transportdienstleistungen, aus der Einführung der automatischen Werbemittel-Vorsortierung im Sammelumschlag KUVERT sowie aus höheren Provisionen für Post Partner-Betriebe als Folge der strukturellen Umstellungen im Filialnetz.

Der Personalaufwand der Österreichischen Post erhöhte sich im Jahresvergleich um 3,9% auf 1.091,4 Mio EUR. Dieser Betrag umfasst alle operativen Kosten, aber auch nicht-operative Personalaufwendungen des Konzerns, die primär der langfristigen Verbesserung der Kostenstruktur dienen. Im Jahr 2012 entstanden in Summe nicht-operative Personalaufwendungen von etwa 55 Mio EUR für Restrukturierung, Vorsorgen sowie Abfertigungen (nach rund 33 Mio im Jahr zuvor). So sind im Zuge der kontinuierlichen Redimensionierung des Unternehmens in der Berichtsperiode Abfertigungszahlungen von 26,1 Mio EUR angefallen. Darüber hinaus wurden diverse Rückstellungen, etwa solche für Sozialpläne, für ungewisse Verbindlichkeiten aus Abgaben und Beiträgen, für Personal-Unterauslastung und für Personalwechsel in den Bundesdienst, dotiert. Im Rahmen der Anpassung von Parametern für die Rückstellungsbewertung wie etwa Diskontierungszinssatzänderungen ergab sich im Jahr 2012 eine Belastung von 11,0 Mio EUR.

Das EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibung) der Österreichischen Post reduzierte sich im Jahr 2012 um 3,8% auf 271,2 Mio EUR. Darin inkludiert ist ein Impairment in Höhe von 9,6 Mio EUR betreffend die Anteile am at equity konsolidierten Unternehmen MEILLERGHP. Die EBITDA-Marge betrug 11,5% und liegt somit – wie prognostiziert – am oberen Ende der langfristigen Zielbandbreite von 10–12%. Die Abschreibungen der Österreichischen Post beliefen sich im Berichtszeitraum auf 88,8 Mio EUR. Das EBIT der Österreichischen Post verbesserte sich 2012 um 8,9% auf 182,4 Mio EUR. Die EBIT-Marge betrug 7,7%.

### EBIT NACH DIVISIONEN

Mio EUR	2011	2012	Veränderung in %	Q4 2011	Q4 2012
<b>EBIT Gesamt</b>	<b>167,5</b>	<b>182,4</b>	<b>8,9%</b>	<b>58,0</b>	<b>56,8</b>
Brief, Werbepost & Filialen <sup>1</sup>	277,1	272,5	-1,7%	80,2	83,5
Paket & Logistik	-28,2	25,3	>100%	-22,6	8,9
Corporate	-81,4	-114,8	-41,1%	0,4	-35,6
<b>Ergebnis je Aktie</b>	<b>1,82</b>	<b>1,82</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,65</b>	<b>0,42</b>

<sup>1</sup> Berichterstattung nach neuer Segmentstruktur ab 1. Jänner 2012, Werte 2011 Pro-forma-Konsolidierung



In der divisionalen Betrachtung blieb die Division Brief, Werbepost & Filialen mit einem operativen Ergebnis von 272,5 Mio EUR im Jahr 2012 nach dem zuvor beschriebenen Impairment leicht unter dem Vorjahresniveau. Einen aus Konzernsicht erfreulichen Ergebnissprung schaffte die Division Paket & Logistik. Nachdem das Jahr 2011 noch von negativen bilanziellen Auswirkungen der Abgabe der Tochtergesellschaften in Belgien und den Niederlanden geprägt war, konnte 2012 ein EBIT von 25,3 Mio EUR erzielt werden. Dies soll die Basis für eine weitere positive Entwicklung der Division bilden. Im Bereich Corporate hat sich das EBIT nach minus 81,4 Mio EUR im Jahr 2011 auf minus 114,8 Mio EUR reduziert. Diese Veränderung ist vor allem auf die bereits beschriebenen nicht-operativen Personalaufwendungen zurückzuführen. Insbesondere fielen hier 2012 Abfertigungszahlungen, Diskontierungszinssatzänderungen und diverse Rückstellungen für Sozialpläne bzw. für ungewisse Verbindlichkeiten aus Abgaben und Beiträgen an.

Das sonstige Finanzergebnis der Österreichischen Post belief sich im Jahr 2012 auf minus 30,8 Mio EUR, bedingt durch eine Abwertung der indirekten Finanzbeteiligung an der BAWAG P.S.K. um 28,4 Mio EUR. Hintergrund dieses Impairments war einerseits eine reduzierte Bewertungseinschätzung der Beteiligung selbst und andererseits eine Verwässerung des Anteils der Österreichischen Post nach Restrukturierung der Holding- und Finanzierungsstruktur sowie der Einstieg eines neuen Großinvestors. So hat sich die Österreichische Post an der im Zuge einer Rekapitalisierung der BAWAG P.S.K. durchgeführten Kapitalerhöhung im Dezember 2012 nicht beteiligt. Ziel der Österreichischen Post war und ist primär die erfolgreiche operative Zusammenarbeit der gemeinsam betriebenen Standorte.

Die Steuerbelastung belief sich im Jahr 2012 auf 28,4 Mio EUR. Der hier eingetretene Rückgang zum Vorjahr ist auf die niedrigere Bemessungsgrundlage und auf die Bildung von aktiven latenten Steuern auf Verlustvorträge zurückzuführen. Nach Abzug der Steuern ergibt sich ein Periodenergebnis (Ergebnis nach Steuern), das mit 123,2 Mio EUR exakt auf dem Niveau des Vorjahres liegt. Dies entspricht auch einem konstanten Ergebnis pro Aktie von 1,82 EUR für das Geschäftsjahr 2012.

## **CASHFLOW**

Der Cashflow aus dem Ergebnis lag im Jahr 2012 mit 254,6 Mio EUR um 6,0 Mio über dem Vergleichswert des Vorjahres. Unter Berücksichtigung der Veränderung des Nettoumlaufvermögens von minus 7,9 Mio EUR ergibt sich ein Cashflow aus der Geschäftstätigkeit von 246,7 Mio EUR. Dies entspricht einer Steigerung von 18,5 Mio EUR gegenüber dem Vorjahr.

Diese finanziellen Mittel wurden 2012 zu einem erheblichen Teil für Zukunftsinvestitionen verwendet: So flossen 86,2 Mio EUR in Investitionen in Anlagen und immaterielle Vermögenswerte sowie weitere 39,3 Mio EUR in den Erwerb bzw. die Abgabe von Unternehmensbeteiligungen. Nach Abzug des gesamten Cashflows aus Investitionstätigkeit ergibt sich ein Free Cashflow von 131,3 Mio EUR. Der im Berichtszeitraum erwirtschaftete Free Cashflow übersteigt damit erneut die im Jahr 2012 getätigte Dividendenauszahlung von 114,8 Mio EUR für das Geschäftsjahr 2011.





## **BILANZ**

Die vorzeitige Anwendung von IAS 19 (revised) führte zu keinen signifikanten Auswirkungen. Abgesehen von geringfügigen Ergebniseffekten – die Ergebnisse 2011 wurden entsprechend den neuen Bestimmungen angepasst – gab es keine bilanziellen Auswirkungen. Veränderungen bei Pensions- und Abfertigungsrückstellungen wurden bereits in der Vergangenheit zur Gänze ergebniswirksam erfasst.

Die Bilanz weist somit eine solide Eigenkapitalquote von 42% auf, zudem verfügt die Österreichische Post über hohe Liquidität, da die Finanzverbindlichkeiten von den vorhandenen Zahlungsmitteln bei weitem übertroffen werden.

## **MITARBEITER**

Die durchschnittliche Zahl der Mitarbeiter (umgerechnet in Vollzeitkräfte) des Österreichischen Post Konzerns verringerte sich im Berichtszeitraum gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 188 Mitarbeiter auf nunmehr 23.181. Der weitaus größte Teil der Konzernmitarbeiter (in Vollzeitkräften) ist in Österreich beschäftigt (2012: 20.598; 2011: 20.674).

## **AUSBLICK 2013**

Die Österreichische Post geht davon aus, dass ihre Umsatzentwicklung auch 2013 von drei Trends dominiert werden wird: der elektronischen Substitution von Briefen, der Entwicklung der Werbewirtschaft sowie der nationalen und internationalen Mengenentwicklung bei Paketen. Das mittelfristige Wachstumsziel für den Umsatz der Österreichischen Post von 1–2% pro Jahr bleibt dabei aufrecht. Nachdem der Umsatzanstieg 2012 mit 1,9% (exkl. Tochtergesellschaften Benelux) am oberen Ende der prognostizierten Bandbreite lag, geht das Unternehmen für 2013 von einer stabilen bis leicht positiven Umsatzentwicklung aus.

Basis dieser Einschätzung ist ein stetiger Mengenrückgang bei Briefsendungen, der – getrieben durch die elektronische Substitution – gemäß internationalen Trends in der Größenordnung von 3–5% pro Jahr liegen sollte. Demgegenüber könnte es bei Werbesendungen nach dem Volumentrückgang des abgelaufenen Geschäftsjahres im Jahr 2013 wieder zu einer Stabilisierung kommen. Die Werbewirtschaft unterliegt grundsätzlich einer größeren Abhängigkeit von der konjunkturellen Entwicklung. Die Österreichische Post rechnet allerdings damit, dass die Werbepost – als effizientes Werbemittel – ihren Platz im Marketing-Mix der Unternehmen auch zukünftig behaupten kann. Im Paketbereich wird weiterhin mit robustem Wachstum bei Privatkunden gerechnet, bei Business-Kunden sollte die hohe Wettbewerbsdynamik anhalten.

Einen zentralen Fokus des Konzerns bildet weiterhin die Profitabilität der erbrachten Leistungen. So werden insbesondere die Effizienzsteigerungen im Bereich Paket & Logistik nach den bereits erzielten Erfolgen weiter vorangetrieben. Für die nachhaltige Ergebnisentwicklung gilt weiterhin die

Zielbandbreite einer EBITDA-Marge von 10–12%. Auch eine weitere Verbesserung des Ergebnisses vor Zinsen und Steuern (EBIT) wird angestrebt.

Der erwirtschaftete operative Cashflow wird auch in Zukunft umsichtig und zielgerichtet für nachhaltige Effizienzsteigerungen, Strukturmaßnahmen und Zukunftsinvestitionen eingesetzt. Für das Jahr 2013 sind Anlageninvestitionen in der Größenordnung von etwa 90 Mio EUR vorgesehen. Diese dienen einerseits dem Ersatz bestehender Anlagen und andererseits der stetigen Modernisierung und Effizienzsteigerung. Zur Abrundung und Absicherung des Kerngeschäfts sind nationale und internationale Akquisitionen möglich.

Für das Geschäftsjahr 2012 wird der Vorstand der Österreichischen Post der nächsten Hauptversammlung am 18. April 2013 die Ausschüttung einer Dividende von 1,80 EUR je Aktie vorschlagen. Damit setzt das Unternehmen auf der Grundlage seiner soliden Bilanzstruktur und der erwirtschafteten Cashflows seine attraktive Dividendenpolitik einmal mehr fort: Die Österreichische Post möchte zumindest 75% des Nettoergebnisses an die Aktionäre ausschütten. Unter der Voraussetzung einer weiterhin guten Geschäftsentwicklung soll sich die Dividende mit dem Konzernergebnis weiterentwickeln.

## **GESCHÄFTSVERLAUF DER DIVISIONEN**

### **DIVISION BRIEF, WERBEPOST & FILIALEN**

Der Außenumsatz der Division ist im Jahr 2012 mit 1.508,2 Mio EUR um 0,5% gestiegen. Neben den generellen strukturellen Trends war das aktuelle Geschäftsjahr dabei auch von konjunktureller Unsicherheit geprägt.

In der Briefpost konnte der Umsatz im Periodenvergleich um 2,7% auf 784,6 Mio EUR verbessert werden. Der Trend des Rückgangs der Briefvolumina infolge der elektronischen Substitution hielt weiter an. Dieser strukturellen Entwicklung wirkten Volumenverschiebungen von Werbesendungen hin zu höherwertigen Briefprodukten ebenso entgegen wie ein Anstieg von Internetbestellungen, die auf Kundenwunsch nicht mehr als Pakete, sondern als Briefsendungen zugestellt werden. Zudem führte das per 1. Mai 2011 veränderte Produktportfolio im Bereich Briefpost in den ersten vier Monaten des Geschäftsjahres 2012 noch zu positiven Umsatzeffekten.

Die Werbepost verzeichnete 2012 einen leichten Umsatzrückgang auf 445,2 Mio EUR. Im Jahresverlauf war dabei eine erhöhte Volatilität festzustellen, die primär auf die konjunkturelle Unsicherheit zurückzuführen ist. Insbesondere zur Jahresmitte 2012 war das Geschäft von einer negativen Volumenentwicklung geprägt, die sich gegen Jahresende jedoch wieder besserte. Zudem haben insbesondere Kunden des Versandhandels mit Strukturproblemen zu kämpfen und reduzierten

daher ihr Sendungsvolumen. Der Umsatz mit der Medienpost konnte hingegen 2012 um 4,4% auf 143,7 Mio EUR gesteigert werden.

Bei den Filialdienstleistungen, ehemals geführt in der Division Filialnetz, reduzierten sich sowohl der Umsatz als auch die Kosten. Der eingetretene Umsatzrückgang ist je zur Hälfte auf die Umgliederung des Bereichs Wertlogistik in die Division Paket & Logistik bzw. auf rückläufige Umsätze bei Handelswaren und Finanzdienstleistungen zurückzuführen.

In Summe reduzierte sich das EBIT der Division Brief, Werbepost & Filialen um 1,7% auf 272,5 Mio EUR, in welchem auch ein Impairment von 9,6 Mio EUR der Anteile an der at equity konsolidierten Beteiligungsgesellschaft MEILLERGHP enthalten ist.

## **DIVISION PAKET & LOGISTIK**

Der Außenumsatz der Division Paket & Logistik erhöhte sich 2012 um 1,4% auf 858,1 Mio EUR. Per 15. März 2012 wurde eine Vereinbarung mit PostNL über die Veräußerung der Tochtergesellschaften der Österreichischen Post in den Niederlanden und in Belgien getroffen. Bereinigt um die ehemaligen Tochtergesellschaften in Benelux erzielte die Division Paket & Logistik im Jahresvergleich einen Anstieg von 4,8%.

Neu im Portfolio der Division Paket & Logistik befindet sich seit Jahresanfang das auf Werttransporte spezialisierte Unternehmen Post.Wertlogistik GmbH, das zuvor in der früheren Division Filialnetz dargestellt wurde. Darüber hinaus erweitert das per 31. Mai 2012 erworbene österreichische Unternehmen Systemlogistik Distribution GmbH das Leistungsspektrum der Division im Bereich Lagerung, Kommissionierung und Konfektionierung von Waren.

Mit dem Premium-Paket (Paketzustellung innerhalb von 24 Stunden), das hauptsächlich im Business-to-Business-Bereich Anwendung findet, hat die Österreichische Post 2012 einen Umsatz von 650,8 Mio EUR erzielt (635,4 Mio EUR exklusive Benelux), rund drei Viertel davon erwirtschaftete die deutsche trans-o-flex Gruppe. Der Fokus der trans-o-flex liegt derzeit klar auf der Umsetzung eines Ergebnisverbesserungsprogramms in der Distributionslogistik, wodurch der Umsatz 2012 konstant blieb. Überdurchschnittliche Wachstumsraten waren hingegen bei Geschäftskundenpaketen in Österreich zu verzeichnen. Hier hat die Österreichische Post ihren Marktanteil wie geplant auf 22% gesteigert. In Südost- und Osteuropa war 2012 ein starker Volumenanstieg bei gleichzeitig verstärktem Preisdruck erkennbar.

Zuwachsraten zeigte auch das Standard-Paket, das primär für Sendungen an Privatkunden genutzt wird. Der Umsatz stieg hier um 6,6% auf 177,8 Mio EUR – vorrangig in Österreich.



Das EBITDA der Division Paket & Logistik verbesserte sich insgesamt auf 46,6 Mio EUR. Auch das EBIT lag mit 25,3 Mio EUR 2012 deutlich über dem Wert des Vorjahres, der allerdings wesentlich von den bilanziellen Auswirkungen der Vorbereitung der Abgabe der Gesellschaften in Benelux beeinträchtigt war. Dieser Ergebnisbeitrag – mit einer EBIT-Marge von 2,9% – ist eine gute Ausgangsbasis für die weitere Entwicklung der Division.

**RÜCKFRAGEHINWEIS**

Österreichische Post AG  
Mag. Ingeborg Gratzer  
Leitung Presse & Interne  
Kommunikation  
Tel.: +43 (0) 57767-24730  
ingeborg.gratzer@post.at

Österreichische Post AG  
DI Harald Hagenauer  
Leitung Investor Relations &  
Corporate Governance  
Tel.: +43 (0) 57767-30400  
harald.hagenauer@post.at

Wien, am 14. März 2013