

# ÖSTERREICHISCHE POST H1 2012: Umsatzanstieg (+3,1%) und Ergebnisverbesserung (EBIT +13,5%) in H1; Ausblick 2012 trotz unsicherem konjunkturellem Umfeld bestätigt

- Umsatz H1 verbessert
  - Umsatzanstieg im ersten Halbjahr von 3,1% trotz schwächerer Konjunktur
  - Positive Halbjahresentwicklung bei Briefen und Paketen
- Weitere Ergebnissteigerung im ersten Halbjahr
  - EBITDA erhöht sich um 6,5% auf 132,9 Mio EUR
  - EBIT-Anstieg um 13,5% auf 92,2 Mio EUR
- Starker Cashflow und solide Bilanz
  - Cashflow aus dem Ergebnis von 112,3 Mio EUR
  - Eigenkapitalquote auf 40,7% erhöht
- Ausblick 2012 bestätigt
  - Stabiler bis leicht steigender Umsatz
  - EBITDA-Marge in der Zielbandbreite von 10–12% und weitere EBIT-Verbesserung angestrebt

## DIE ÖSTERREICHISCHE POST IM ÜBERBLICK

Vor dem Hintergrund eines gedämpften konjunkturellen Umfeldes haben sich die Umsatz- und Ergebniskennzahlen des Österreichischen Post Konzerns im Rahmen der Erwartungen entwickelt. Der Umsatz konnte im ersten Halbjahr 2012 in Summe um 3,1% verbessert werden. Dabei erzielte die Division Paket & Logistik eine Steigerung von 4,9% und die Division Brief, Werbepost & Filialen legte um 2,1% zu. Auch das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) zeigte in den ersten sechs Monaten 2012 mit einem Plus von 13,5% auf 92,2 Mio EUR einen weiteren Anstieg. Beide Divisionen konnten positiv zu diesem Zuwachs beitragen.

Das wirtschaftliche Umfeld des Postmarktes ist weiterhin von einem strukturellen Wandel geprägt – so halten sowohl der Trend der elektronischen Substitution von Briefen als auch die Tendenz steigender Paketmengen durch den Internethandel weiter an. Gleichzeitig macht sich die herausfordernde Wirtschaftslage bemerkbar. „Für die gegenwärtige und zukünftige Geschäftsentwicklung der Österreichischen Post ist es daher wichtig, das Unternehmen entlang seiner strategischen Eckpfeiler konsequent weiterzuentwickeln“, so Generaldirektor Dr. Georg Pölzl.

In diesem Sinne wurde die Marktführerschaft der Österreichischen Post im Kerngeschäft durch die Stärkung der Position auf dem österreichischen Paketmarkt weiter ausgebaut, gleichzeitig aber auch mit einem neuen leistungsorientierten Entlohnungsmodell für Briefzusteller weitere Effizienzmaßnahmen eingeleitet. Durch die finale Abgabe der Tochtergesellschaften in Benelux und gezielte Akquisitionen wurde das Beteiligungsportfolio des Konzerns hinsichtlich des Ertragspotenzials



wesentlich verbessert: Während sich im Briefbereich der Wachstumskurs in Südost- und Osteuropa durch gezielte Zukäufe in Polen und Bulgarien fortsetzte, erweiterte eine Übernahme in Österreich das Leistungsspektrum im Paketbereich. Bei der Weiterentwicklung des Konzerns steht die konsequente Kundenorientierung ganz oben auf der Agenda – so wurden Online- und Selbstbedienungslösungen ausgebaut.

„Für das Gesamtjahr 2012 ist von einem zurückhaltenden konjunkturellen Umfeld auszugehen. Es sollte jedoch gelingen, eine stabile bis leicht positive Umsatzentwicklung auf vergleichbarer Basis zu erzielen. Eine EBITDA-Marge des Konzerns von 10–12% sowie eine Verbesserung im Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) wird weiterhin angestrebt“, so Georg Pölzl weiter.

## **UMSATZENTWICKLUNG IM DETAIL**

Der Umsatz der Österreichischen Post konnte im ersten Halbjahr 2012 um 3,1% auf 1.173,1 Mio EUR gesteigert werden. Vor dem Hintergrund einer konjunkturell unsicheren Wirtschaftslage hat sich der Konzernumsatz damit im Rahmen der Erwartungen entwickelt.

Die Division Brief, Werbepost & Filialen erzielte einen Umsatzanstieg von 2,1% auf 741,6 Mio EUR. Der durch elektronische Substitution bedingte rückläufige Trend im Briefbereich sowie die konjunkturelle Unsicherheit und die damit verbundenen negativen Auswirkungen auf die Werbewirtschaft wirkten hier zwar dämpfend auf die Volumenentwicklung. Andererseits war eine Volumenverschiebung von Werbesendungen hin zu höherwertigen Briefprodukten festzustellen, ebenso werden Sendungen aus dem Bereich Online-Shopping nun vermehrt als Briefe anstatt Pakete zugestellt. Auch die mit 1. Mai 2011 erfolgte Änderung des Produktportfolios der Österreichischen Post führte in den ersten vier Monaten des Geschäftsjahres 2012 zu positiven Effekten im Vorjahresvergleich. Neue Dienstleistungen aus dem Bereich Mail-Solutions sorgten ebenfalls für Zuwächse.

Die ehemalige Division Filialnetz ist nunmehr in der Division Brief, Werbepost & Filialen inkludiert. In der neuen Steuerungsstruktur entwickelten sich Umsatz und Kosten planmäßig. In Summe verfügte die Österreichische Post per 30. Juni 2012 über 1.889 Post-Geschäftsstellen, von denen mittlerweile bereits 1.283 von externen Post Partnern betrieben werden.

In der Division Paket & Logistik konnte der Umsatz um 4,9% auf 430,8 Mio EUR gesteigert werden. Regional betrachtet verzeichnete hier der österreichische Paketmarkt das stärkste Wachstum, gefolgt von einer guten Umsatzentwicklung in Deutschland. Die Umsätze der veräußerten Gesellschaften in Benelux sind im ersten Halbjahr zum Teil noch inkludiert – die niederländische Gesellschaft wurde per 15. März 2012 entkonsolidiert, die belgische per 31. Mai 2012.



## GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Der Umsatzzuwachs von 35,2 Mio EUR auf 1.173,1 Mio EUR hatte auch Auswirkungen auf den Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen, der in Summe um 18,6 Mio EUR auf 379,5 Mio EUR anstieg. Kostensteigerungen ergaben sich insbesondere aus vermehrten Zukäufen von Transportdienstleistungen durch gestiegene Paketmengen sowie auch aus höheren Provisionen für Post Partner-Betriebe als Folge der strukturellen Umstellung im Filialnetz.

Der Personalaufwand der Österreichischen Post erhöhte sich im Halbjahresvergleich um 8,9 Mio EUR bzw. 1,7% auf 549,5 Mio EUR. Der darin inkludierte operative Personalaufwand ist im Vergleichszeitraum um 1,6% gestiegen. Der durchschnittliche Personalstand reduzierte sich im Jahresvergleich im Konzern um 269 auf 22.981 Mitarbeiter (Vollzeitäquivalente).

Die nicht operativen Personalaufwendungen lagen im ersten Halbjahr 2012 bei 30,1 Mio EUR. Darin enthalten sind Aufwendungen zur nachhaltigen Verbesserung der Kostenstruktur wie etwa Restrukturierungsmaßnahmen. So wurden im Betrachtungszeitraum diverse Rückstellungen im Rahmen von Personal-Unterauslastung oder Personalwechsel in den Bundesdienst dotiert. Insgesamt blieben die Rückstellungen für Unterauslastung in der Bilanz der Österreichischen Post seit Jahresanfang 2012 mit nunmehr 239,2 Mio EUR weitgehend konstant. Der zahlungswirksame Verbrauch betrug im ersten Halbjahr 13,9 Mio EUR. Bereits im ersten Quartal war es aufgrund des international niedrigen Zinsniveaus notwendig geworden, den Diskontierungszinssatz für bestehende verzinsliche Rückstellungen in der Österreichischen Post AG um 0,25 Prozentpunkte zu senken. Der geringere Abzinsungsfaktor führte zu einem erhöhten Rückstellungsbedarf von in Summe 8,5 Mio EUR.

Das EBITDA des Österreichischen Post Konzerns verbesserte sich im ersten Halbjahr 2012 auf 132,9 Mio EUR. Die EBITDA-Marge betrug damit 11,3%. Das EBIT konnte um 13,5% auf 92,2 Mio EUR gesteigert werden, womit eine EBIT-Marge von 7,9% erzielt werden konnte.

In der divisionalen Betrachtung zeigt sich eine positive Ergebnisentwicklung in den beiden operativen Segmenten. In der Division Brief, Werbepost & Filialen erfolgte – im Wesentlichen aufgrund des beschriebenen Umsatzanstiegs – im ersten Halbjahr ein EBIT-Anstieg um 10,1% auf 135,0 Mio EUR. Auch die Division Paket & Logistik zeigte eine Ergebnisverbesserung, ihr EBIT konnte auf 11,4 Mio EUR gesteigert werden. Mit diversen Abwicklungskosten im zweiten Quartal sind nun alle Auswirkungen der Abgabe der ehemaligen Tochtergesellschaften in Belgien und den Niederlanden im Ergebnis integriert. Im Bereich Corporate reduzierte sich das EBIT auf minus 54,2 Mio EUR. Dazu beigetragen hat unter anderem die Reduktion des Diskontierungszinssatzes für Rückstellungen um 0,25 Prozentpunkte in Form eines höheren Rückstellungsbedarfs.

Im Konzern erhöhte sich das Ergebnis vor Steuern um 15,1% auf 91,3 Mio EUR. Nach Abzug von Steuern im Ausmaß von 20,6 Mio EUR ergibt sich ein Periodenergebnis (Ergebnis nach Steuern) von

70,8 Mio EUR. Dies entspricht 0,44 EUR je Aktie für das zweite Quartal 2012 bzw. 1,05 EUR je Aktie für das erste Halbjahr 2012 (+14,2%).

## **CASHFLOW**

Der Cashflow aus dem Ergebnis der ersten sechs Monate 2012 lag mit 112,3 Mio EUR um 19,0 Mio EUR über dem Vergleichswert des Vorjahres. Der Cashflow aus Investitionstätigkeit von minus 53,6 Mio EUR beinhaltet Auszahlungen für den Erwerb von Sachanlagen (CAPEX) von minus 25,5 Mio EUR sowie Einzahlungen aus Anlageverkäufen von 6,2 Mio EUR. Der Free Cashflow vor Akquisitionen/Devestitionen lag mit 87,4 Mio EUR um 22,3 Mio EUR über dem Halbjahreswert des Vorjahres. Im Betrachtungszeitraum wurden insgesamt 37,7 Mio EUR für den Ausstieg aus den Tochtergesellschaften in Benelux sowie Akquisitionen in Polen, Bulgarien und Österreich aufgewendet.

## **MITARBEITER**

Die durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter des Österreichischen Post Konzerns lag im ersten Halbjahr 2012 bei 22.981 Vollzeitkräften – dies entspricht einer Verringerung des Personalstandes gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 269 Mitarbeiter. Der Großteil der Konzernmitarbeiter ist in der Österreichischen Post AG beschäftigt (insgesamt 19.407 Vollzeitkräfte).

## **AUSBLICK 2012**

Für das Jahr 2012 erwartet die Österreichische Post auf vergleichbarer Basis weiterhin eine stabile bis leicht positive Umsatzentwicklung. Die Entwicklung im Brief- und Paketgeschäft wird sowohl vom gedämpften konjunkturellen Umfeld als auch von den strukturellen Veränderungen der Post- und Logistikbranche geprägt. Durch die elektronische Substitution ist bei adressierten Briefen von einem Mengenrückgang auszugehen, während der zunehmende Internethandel für Wachstum bei den Paketmengen sorgt. Die anhaltenden konjunkturellen Unsicherheiten können sich weiterhin negativ auf die Werbewirtschaft und das private Konsumverhalten auswirken.

Ein Fokus des Österreichischen Post Konzerns liegt weiterhin auf der Profitabilität der erbrachten Leistungen. Unverändert gilt dabei für die nachhaltige Ergebnisentwicklung der Österreichischen Post die Zielbandbreite einer EBITDA-Marge von 10–12%. Eine Verbesserung des Ergebnisses vor Zinsen und Steuern (EBIT) gegenüber 2011 wird angestrebt.

Der erwirtschaftete operative Cashflow wird umsichtig und zielgerichtet für nachhaltige Effizienzsteigerungen, Strukturmaßnahmen sowie Zukunftsinvestitionen eingesetzt und bildet darüber hinaus die Basis für eine attraktive Dividendenpolitik. Für das Jahr 2012 sind Anlageninvestitionen (CAPEX) in der Größenordnung von 90 Mio EUR vorgesehen. Sie umfassen einerseits Ersatzinvestitionen für bestehende Anlagen und andererseits Investitionen zur weiteren Verbesserung der Brief- und Paketlogistik.



## **GESCHÄFTSVERLAUF DER DIVISIONEN**

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

Seit Jahresanfang 2012 werden die Divisionen Brief und Filialnetz in der nunmehr neuen Division Brief, Werbepost & Filialen zusammengefasst. Die neue Gliederung spiegelt die aktuelle Organisations-, Steuerungs- und Berichtsstruktur wider. Der Umsatz der Division hat sich im ersten Halbjahr 2012 mit einem Anstieg auf 741,6 Mio EUR sehr positiv entwickelt. Diese solide Entwicklung konnte trotz konjunktureller Unsicherheiten und des grundsätzlichen Trends rückläufiger adressierter Sendungsvolumina erzielt werden, da auch positive Sondereffekte das Halbjahresergebnis beeinflussten.

Im Geschäftsfeld Briefpost konnte der Umsatz im Periodenvergleich um 7,0% auf 390,3 Mio EUR verbessert werden. Der durch die elektronische Substitution bedingte Trend leicht rückläufiger Briefvolumina bleibt hier zwar bestehen. Dem wirkten jedoch Volumenverschiebungen von Werbesendungen hin zu höherwertigen Briefprodukten ebenso entgegen wie diverse Internetbestellungen, die nicht mehr als Pakete, sondern als Briefsendungen versendet werden. Zudem führte das per 1. Mai 2011 veränderte Produktportfolio im Bereich Briefpost in den ersten vier Monaten des Geschäftsjahres 2012 noch zu positiven Effekten.

Das Geschäftsfeld Werbepost verzeichnete im ersten Halbjahr 2012 einen Umsatzrückgang auf 213,6 Mio EUR. Dies ist auf die oben erwähnten Volumenverschiebungen hin zur Briefpost, aber auch auf die gegenwärtige konjunkturelle Unsicherheit zurückzuführen, die zu einer Dämpfung des Konsumverhaltens und einer Reduktion bei Werbesendungen von Unternehmen führt. Insbesondere im Versandhandel sind strukturell bedingte Rückgänge zu verzeichnen. Der Umsatz im Geschäftsfeld Medienpost verbesserte sich hingegen in den ersten sechs Monaten 2012 auf 71,6 Mio EUR.

Der Umsatz der ehemaligen Division Filialnetz, der nunmehr in der Division Brief, Werbepost & Filialen ausgewiesen wird, reduzierte sich auf 66,1 Mio EUR. Dieser Rückgang ist je zur Hälfte auf die Umgliederung des Bereichs „Wertlogistik“ in die Division Paket & Logistik und auf rückläufige Umsätze bei Handelswaren und Finanzdienstleistungen zurückzuführen.

In Summe verbessert sich das EBITDA der Division Brief, Werbepost & Filialen in der Berichtsperiode um 8,4% auf 150,2 Mio EUR, das EBIT stieg um 12,4 Mio EUR auf 135,0 Mio EUR. Die ehemalige Division Filialnetz ist darin mit einem verbesserten aber noch negativen Beitrag enthalten.

### **DIVISION PAKET & LOGISTIK**

Der Außenumsatz der Division Paket & Logistik erhöhte sich im ersten Halbjahr 2012 um 4,9% auf 430,8 Mio EUR. Per 15. März 2012 wurde eine Vereinbarung mit Post NL getroffen, dass diese die Tochtergesellschaften der Österreichischen Post in den Niederlanden und Belgien erwirbt. Die Entkonsolidierung der niederländischen Gesellschaft erfolgte per 15. März 2012, die Abgabe der belgischen Tochtergesellschaft mit 31. Mai 2012. Neu im Portfolio der Division Paket & Logistik



befindet sich seit Jahresanfang das auf Werttransport spezialisierte Unternehmen „Wertlogistik“, welches zuvor im Filialnetz dargestellt wurde. Darüber hinaus erweitert das per 31. Mai 2012 erworbene österreichische Unternehmen „Systemlogistik“ das Leistungsspektrum der Division im Bereich Lagerung, Kommissionierung und Konfektionierung von Waren.

Mit dem Produktsegment „Paket Premium“ (Paketzustellung innerhalb von 24 Stunden), das hauptsächlich im Business-to-Business-Bereich Anwendung findet, wurde im ersten Halbjahr 2012 eine Umsatzsteigerung um 2,6% auf 329,5 Mio EUR erzielt. Die deutsche Tochtergesellschaft trans-o-flex erwirtschaftete davon rund 60% bei zufriedenstellenden Wachstumsraten.

Überdurchschnittliche Steigerungen sind bei Geschäftskundenpaketen in Österreich zu verzeichnen, während in Südost- und Osteuropa verstärkter Preisdruck erkennbar ist. Zuwachsraten verzeichnete auch das Produktsegment „Paket Standard“, das vorrangig für Sendungen an Privatkunden zur Anwendung kommt. Der Umsatz stieg hier um 8,8% auf 86,5 Mio EUR.

Das EBITDA der Division Paket & Logistik verbesserte sich insgesamt auf 22,0 Mio. Auch das EBIT lag mit 11,4 Mio EUR im ersten Halbjahr 2012 um 10,5% über dem Vorjahreswert. Darin inkludiert sind auch diverse Abwicklungskosten für die Abgabe der Gesellschaft in den Niederlanden und Belgien.

Der Halbjahresfinanzbericht 2012 ist im Internet unter [www.post.at/ir](http://www.post.at/ir) --> Publikationen --> Finanzberichte verfügbar.

**RÜCKFRAGEHINWEIS**

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

Österreichische Post AG  
Michael Homola  
Pressesprecher  
Tel.: +43 (0) 57767-32010  
[michael.homola@post.at](mailto:michael.homola@post.at)

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

Wien, am 10. August 2012

