

ÖSTERREICHISCHE POST Q1 2012: Sowohl Umsatzanstieg (+6,0%) als auch Ergebnisverbesserung (EBITDA +7,0%) in Q1; Ausblick 2012 bestätigt

- Umsatz verbessert
 - Umsatz um 6,0% über Vergleichswert des Vorjahres
 - Gute Entwicklung in den Bereichen Brief und Paket
- Weitere Ergebnissteigerung
 - EBITDA mit einem Plus von 7,0% auf 75,8 Mio EUR
 - EBIT-Anstieg auf 55,8 Mio EUR
- Starker Cashflow und solide Bilanz
 - Free Cashflow von 51,2 Mio EUR
 - Eigenkapitalquote auf 43,4% erhöht
- Ausblick 2012 bestätigt
 - Stabiler bis leicht steigender Umsatz
 - EBITDA-Marge in der Zielbandbreite von 10–12% und weitere EBIT-Verbesserung

DIE ÖSTERREICHISCHE POST IM ÜBERBLICK

Das erste Quartal des Jahres 2012 ist für die Österreichische Post sowohl im Paket- als auch im Briefgeschäft sehr zufriedenstellend verlaufen. Vor dem Hintergrund einer grundsätzlich gedämpften Wirtschaftserwartung in Österreich und den Nachbarländern zeigt sich, dass das Postgeschäft weiterhin primär von den branchenspezifischen Trends geprägt ist: Strukturelle Veränderungen ergeben sich aus der elektronischen Substitution von adressierten Briefen sowie aus positiven Impulsen auf Paketmengen durch den Internethandel.

Der Umsatz der Österreichischen Post konnte in den ersten drei Monaten 2012 um 6,0% auf 605,7 Mio EUR gesteigert werden. Die neu formierte Division Brief, Werbepost & Filialen verzeichnete einen Anstieg um 6,2%, die Division Paket & Logistik konnte umsatzseitig um 5,9% zulegen – lässt man die in Veräußerung befindlichen Tochtergesellschaften in Benelux außer Acht, ergibt sich sogar eine Steigerung von 6,6%. Neben einer generell soliden Volumenentwicklung haben einige Sondereffekte zu dieser guten Entwicklung beigetragen: Ein zusätzlicher Arbeitstag im Quartalsvergleich brachte Volumenzuwächse, ebenso wie neue Informationspflichten einiger Kunden im Finanz-, Telekommunikations- oder Energiesektor. Darüber hinaus führte die veränderte Produktlandschaft der Österreichischen Post zu einer Verschiebung von adressierten Werbesendungen zu höherwertigen Briefprodukten.



„Die Ergebnisse dieses Quartals zeigen einmal mehr, dass die konsequente Handlungsorientierung nach unseren vier strategischen Feldern erfolgreich war. Das EBITDA des Konzerns konnte um 7,0% auf 75,8 Mio EUR gesteigert werden“ so Generaldirektor Dr. Georg Pözl. Basierend auf diesen Quartalsergebnissen wird der Ausblick für das Jahr 2012 bestätigt. Der Umsatz sollte sich auf vergleichbarer Basis stabil bis leicht positiv entwickeln, eine Verbesserung des EBIT wird angestrebt.

„Wir hatten einen guten Start ins Jahr 2012 als Resultat einer konsequenten strategischen Ausrichtung. Daher werden wir auch weiterhin unseren eingeschlagenen Weg des Konzernumbaus fortsetzen“, so Georg Pözl weiter. „Den stetigen Trend des Rückgangs adressierter Briefmengen können wir durch wachsende Paketmengen alleine nicht kompensieren. Die Verbesserung der Effizienz und Kostenstruktur ist für den Unternehmenserfolg ebenso wichtig wie die Optimierung der Servicequalität für unsere Kunden.“

UMSATZENTWICKLUNG IM DETAIL

Der Umsatz der Österreichischen Post konnte im ersten Quartal 2012 um 6,0% auf 605,7 Mio EUR gesteigert werden. Eine generell solide Volumenentwicklung hat dazu ebenso beigetragen wie positive Sondereffekte im Briefbereich sowie ein zusätzlicher Arbeitstag im Vergleich zum ersten Quartal des Vorjahres.

Die Division Brief, Werbepost & Filialen erzielte einen Umsatzanstieg um 6,2% auf 385,0 Mio EUR. Der Trend rückläufiger Sendungsvolumen bedingt durch elektronische Substitution konnte durch positive Sondereffekte mehr als wettgemacht werden. So führten neue Informationspflichten zu verstärkten Aussendungen der Kunden im Finanz-, Telekommunikations- oder Energiesektor. Zudem hat die veränderte Produktlandschaft der Österreichischen Post eine Volumenverschiebung von Werbesendungen zu höherwertigen Briefprodukten sowie im Bereich Internethandel von Paket- zu Briefsendungen mit sich gebracht. Auch neue Dienstleistungen aus dem Bereich Mail-Solutions wie etwa Poststellen-Management konnten Zuwächse verzeichnen.

Die ehemalige Division Filialnetz ist nunmehr als Geschäftsfeld „Filialdienstleistungen“ in der Division Brief, Werbepost & Filialen inkludiert. In der neuen Steuerungsstruktur entwickelten sich Umsatz und Kosten plangemäß. In Summe verfügte die Österreichische Post per 31. März 2012 über 1.878 Post-Geschäftsstellen, wovon mittlerweile bereits 1.266 von externen Post Partnern betrieben werden.

In der Division Paket & Logistik konnte der Umsatz um 5,9% auf 220,8 Mio EUR gesteigert werden. Regional betrachtet verzeichnete der österreichische Paketmarkt das stärkste Wachstum, gefolgt von einer guten Umsatzentwicklung in Deutschland. Die Umsätze der veräußerten Gesellschaften in Benelux sind im ersten Quartal noch weitgehend inkludiert – die niederländische Gesellschaft wurde per 15. März 2012 entkonsolidiert.

GEWINN UND VERLUSTRECHNUNG

Der Umsatzzuwachs von 6,0% auf 605,7 Mio EUR hatte auch Auswirkungen auf Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen, der um 4,4% auf 190,9 Mio EUR anstieg. Kostensteigerungen ergaben sich aus vermehrten Zukäufen von Transportdienstleistungen sowie unter anderem aus höheren Provisionen für Post Partner-Betriebe als Folge des Strukturwandels.

Der Personalaufwand der Österreichischen Post erhöhte sich im Quartalsvergleich um 17,7 Mio EUR bzw. 6,6% auf 284,4 Mio EUR, wobei der Anstieg vor allem auf höhere Aufwendungen im nicht operativen Bereich zurückzuführen ist. Der operative Personalaufwand ist im Vergleichszeitraum weitgehend konstant geblieben. Der durchschnittliche Personalstand reduziert sich im Jahresvergleich im Konzern um 268 auf 22.998 Mitarbeiter (Vollzeitäquivalente).

Die nicht operativen Personalaufwendungen lagen im ersten Quartal 2012 bei 20,1 Mio EUR. Darin enthalten sind Aufwendungen zur nachhaltigen Verbesserung der Kostenstruktur wie etwa Restrukturierungsmaßnahmen. Darüber hinaus war es aufgrund der international niedrigen Zinslandschaft notwendig, den Diskontierungszinssatz für bestehende, verzinsliche Rückstellungen in der Österreichischen Post AG um 0,25 Prozentpunkte zu senken. Der geringere Abzinsungsfaktor führt zu einem erhöhten Rückstellungsbedarf von in Summe 8,5 Mio EUR.

Darüber hinaus gab es im Betrachtungszeitraum im Bereich Personal-Unterauslastung oder Personalwechsel in den Bundesdienst keine signifikanten Rückstellungsveränderungen. Die Rückstellung für Unterauslastung hat sich seit Jahresanfang 2012 von 239,0 Mio EUR auf 236,3 Mio EUR reduziert. Der zahlungswirksame Verbrauch betrug im ersten Quartal 7,7 Mio EUR.

Das EBITDA des Österreichischen Post Konzerns verbesserte sich im ersten Quartal 2012 auf 75,8 Mio EUR. Die EBITDA-Marge betrug damit 12,5%. Das EBIT konnte um 14,4% auf 55,8 Mio EUR gesteigert werden, womit eine EBIT-Marge von 9,2% 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 ersten Quartal ein Anstieg auf 74,4 Mio EUR im Wesentlichen aufgrund des beschriebenen Umsatzanstiegs.

Auch die Division Paket & Logistik zeigte eine Verbesserung. Das EBIT konnte von 5,2 Mio EUR auf 7,6 Mio EUR gesteigert werden. Die gute Volumenentwicklung kombiniert mit Strukturmaßnahmen in den Tochtergesellschaften mit unterdurchschnittlicher Performance bewirkt eine verbesserte Margensituation für das Jahr 2012.

Im Bereich Corporate reduzierte sich das EBIT von minus 17,3 Mio EUR auf minus 26,2 Mio EUR im ersten Quartal 2012. Dazu beigetragen hat unter anderem die Reduktion des Diskontierungszinssatzes für Rückstellungen um 0,25 Prozentpunkte. Dadurch erhöht sich der Rückstellungsbedarf für die verzinsliche Rückstellung in der Bilanz.

Das Ergebnis vor Steuern erhöhte sich um 16,6% auf 55,7 Mio EUR. Nach Abzug von Steuern im Ausmaß von 14,3 Mio EUR ergibt sich ein Periodenergebnis (Ergebnis nach Steuern) von 41,4 Mio EUR. Dies entspricht 0,61 EUR je Aktie für das erste Quartal 2012 (Vergleichswert des Vorjahres: 0,55 EUR).

CASHFLOW

Der Cashflow aus dem Ergebnis in den ersten drei Monaten 2012 lag mit 71,3 Mio EUR um 23,6 Mio EUR über dem Vergleichswert des Vorjahres. Im Berichtszeitraum kam es zu einer cash-wirksamen Veränderung im Nettoumlaufvermögen in Höhe von minus 6,0 Mio EUR. Diese Entwicklung ist vor allem auf eine Erhöhung der Forderungen zurückzuführen.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit von minus 14,1 Mio EUR beinhaltet Auszahlungen für den Erwerb von Sachanlagen (CAPEX) in Höhe von minus 10,1 Mio EUR sowie Einzahlungen aus Anlageverkäufen von 4,9 Mio EUR. Der Free Cashflow lag somit bei 51,2 Mio EUR nach 23,2 Mio EUR in den ersten drei Monaten des Vorjahres.

MITARBEITER

Die durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter des Österreichischen Post Konzerns lag in im ersten Quartal 2012 bei 22.998 Vollzeitkräften – dies entspricht einer Verringerung des Personalstandes gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 268 Mitarbeiter. Der Großteil der Konzernmitarbeiter ist in der Österreichischen Post AG beschäftigt (insgesamt 19.372 Vollzeitkräfte).

AUSBLICK 2012

Für das Jahr 2012 bestätigt die Österreichische Post die Einschätzung einer Umsatzentwicklung, die auf vergleichbarer Basis eine stabile bis leicht positive Entwicklung zeigen sollte.

Die Geschäftsentwicklung wird weiterhin von den strukturellen Veränderungen der Branche geprägt. Durch die elektronische Substitution ist von einem Rückgang bei adressierten Briefmengen auszugehen, während der zunehmende Internethandel für Wachstum an Paketmengen sorgt. Das gedämpfte konjunkturelle Umfeld könnte sich nachteilig auf die Werbewirtschaft und das Konsumverhalten auswirken.

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

Der erwirtschaftete operative Cashflow wird umsichtig und zielgerichtet für nachhaltige Effizienzsteigerungen, Strukturmaßnahmen und Zukunftsinvestitionen eingesetzt werden. Für das Jahr 2012 sind Anlageinvestitionen (CAPEX) in der Größenordnung von 80–90 Mio EUR vorgesehen.



Diese dienen einerseits als Ersatzinvestitionen für bestehende Anlagen und andererseits zur stetigen Modernisierung und Effizienzsteigerung – etwa durch neue Sortiertechnik für Werbesendungen. Zur Abrundung und Absicherung des Kerngeschäftes sind nationale und internationale Akquisitionen möglich. Die bestehende attraktive Dividendenpolitik wird weiter fortgesetzt.

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 Quartal 2012 mit einem Anstieg auf 385,0 Mio EUR sehr positiv entwickelt. Diese solide Entwicklung konnte trotz konjunktureller Unsicherheiten und dem anhaltenden Trend rückläufiger adressierter Sendungsvolumen, bedingt durch elektronische Substitution, erzielt werden, da Sondereffekte wie neue physische Informationspflichten der Kunden im Finanz-, Telekommunikations- und Energiesektor die Umsatzentwicklung positiv beeinflussten. Das erste Quartal hatte zudem einen Arbeitstag mehr als das Vergleichsquartal des Vorjahres.

Im Geschäftsfeld Briefpost konnte der Umsatz im Periodenvergleich um 13,3% auf 205,2 Mio EUR verbessert werden. Der anhaltenden Substitution von Briefen durch elektronische Medien wirkten positive Effekte entgegen. An Einmaleffekten sind ein zusätzlicher Arbeitstag und neue gesetzliche Verpflichtung diverser Kundengruppen zu nennen. Zudem hat die veränderte Produktlandschaft der Österreichischen Post etwa eine Volumenverschiebung von Werbesendungen hin zu höherwertigen Briefprodukten sowie im Bereich Internethandel von Paket- zu Briefsendungen mit sich gebracht. Auch neue Dienstleistungen im Bereich Mail-Solutions wie Poststellenmanagement konnten Zuwächse erzielen.

Das Geschäftsfeld Werbepost verzeichnete im ersten Quartal 2012 einen leichten Umsatzrückgang auf 109,7 Mio EUR. Dies ist vor allem auf die oben angeführten Volumenverschiebungen zur Briefpost zurückzuführen, aber auch auf strukturelle Rückgänge im Versandhandel und saisonale Verschiebungen von Werbekampagnen vom ersten in das zweite Quartal. Der Umsatz im Geschäftsfeld Medienpost verbesserte sich in den ersten drei Monaten 2012 auf 35,7 Mio EUR.

Der Umsatz der ehemaligen Division Filialnetz wird nunmehr im Geschäftsfeld Filialdienstleistungen ausgewiesen und reduzierte sich auf 34,4 Mio EUR. Dieser Rückgang ist je zur Hälfte auf die Umgliederung des Bereichs „Wertlogistik“ in die Division Paket & Logistik und sowie auf rückläufige Umsätze bei Handelswaren und Finanzdienstleistungen zurückzuführen.

In Summe verbessert sich das EBITDA der Division Brief, Werbepost & Filialen in der Berichtsperiode auf 81,8 Mio EUR, das EBIT stieg auf 74,4 Mio EUR. Die ehemalige Division Filialnetz ist darin mit einem leicht negativen Beitrag enthalten.

DIVISION PAKET & LOGISTIK

Der Außenumsatz der Division Paket & Logistik erhöhte sich im ersten Quartal 2012 um 5,9% auf 220,8 Mio EUR. Per 15. März 2012 wurde eine Vereinbarung mit PostNL getroffen, die Gesellschaften in den Niederlanden und Belgien zu verkaufen. Die Entkonsolidierung der niederländischen Gesellschaft erfolgte per 15. März 2012, die Abgabe der belgischen Tochtergesellschaft wird mit Ende Juni erwartet.

Mit dem Produktsegment „Paket Premium“ (Paketzustellung innerhalb von 24 Stunden), das hauptsächlich im Business-to-Business-Bereich Anwendung findet, wurde im ersten Quartal 2012 eine Umsatzsteigerung um 4,1% auf 169,4 Mio EUR erzielt. Die deutsche Tochtergesellschaft trans-o-flex erwirtschaftete davon rund drei Viertel bei zufriedenstellenden Wachstumsraten.

Überdurchschnittliche Steigerungen sind bei Geschäftskundenpaketen in Österreich zu verzeichnen, während in Südost-/Osteuropa ein verstärkter Preisdruck erkennbar ist.

Zuwachsraten verzeichnete auch das Produktsegment „Paket Standard“, das vorrangig für Sendungen an Privatkunden zur Anwendung kommt. Der Umsatz stieg um 7,2% auf 43,6 Mio EUR.

Das Ergebnis der Division Paket & Logistik konnte operativ verbessert werden, das EBIT im ersten Quartal betrug 7,6 Mio EUR.

RÜCKFRAGEHINWEIS

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

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

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

Wien, am 16. Mai 2012

