

# ÖSTERREICHISCHE POST

## Q1 2013

### INVESTORENPRÄSENTATION

Georg Pölzl/CEO, Walter Oblin/CFO  
Wien, 17. Mai 2013

**WENN'S WIRKLICH  
WICHTIG IST, DANN  
LIEBER MIT DER POST.**







# 1. Highlights und Überblick

## 2. Konzernergebnis im Detail

## 3. Ausblick 2013



# HIGHLIGHTS Q1 2013

<b>1 Marktumfeld</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Briefgeschäft in Österreich mit positiven Sondereffekten</li> <li>▪ Anhaltendes Wachstum am österreichischen Paketmarkt</li> <li>▪ Internationales Paket-Geschäft mit starkem Wettbewerb</li> </ul>
<b>2 Umsatz</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Umsatzzanstieg um +1,3% (exkl. Benelux)</li> <li>▪ Leichtes Wachstum im Brief- als auch Paketbereich</li> </ul>
<b>3 Ergebnis</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Weiterer EBIT-Anstieg um 2,4% auf 59,7 Mio EUR</li> <li>▪ Effizienzsteigerung und Verbesserung der Kostenstruktur</li> </ul>
<b>4 Ausblick</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ausblick für 2013 bestätigt</li> <li>▪ Stabile bis leicht positive Umsatzentwicklung</li> <li>▪ Weitere Ergebnisverbesserung angestrebt</li> </ul>



# KLARE STRATEGISCHE PRIORITÄTEN 2013

## 1. VERTEIDIGUNG DER MARKTFÜHRERSCHAFT IM KERNGESCHÄFT

➔ Marktchancen in Österreich nutzen

## 2. WACHSTUM IN DEFINIERTEN MÄRKTEN

➔ Umsatz und Profitabilität steigern

## 3. EFFIZIENZSTEIGERUNG UND FLEXIBILISIERUNG DER KOSTENSTRUKTUR

➔ Effizienz stetig verbessern

## 4. KUNDENORIENTIERUNG UND INNOVATION

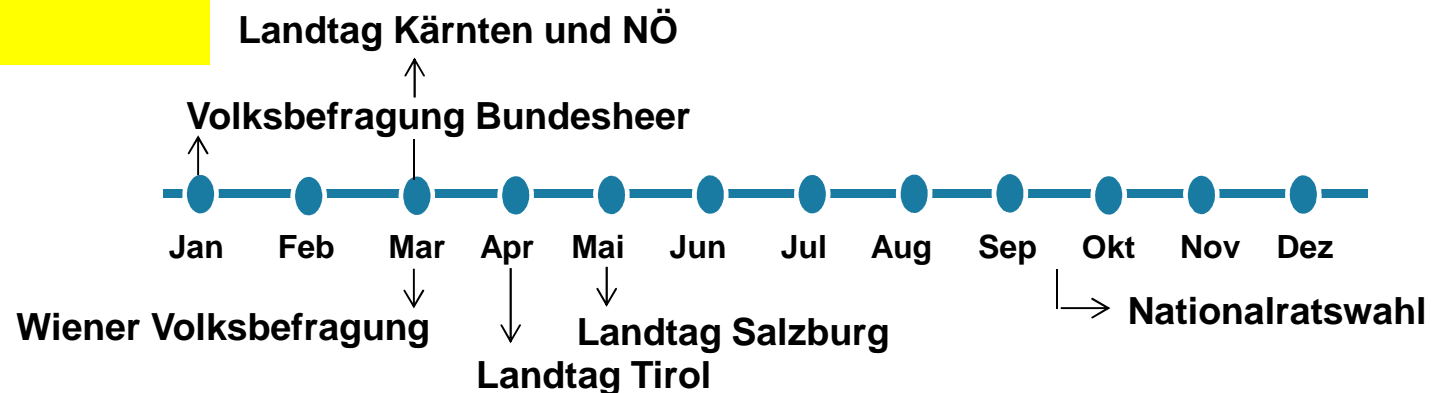
➔ Selbstbedienungslösungen forcieren



# 1. VERTEIDIGUNG DER MARKTFÜHRERSCHAFT: CHANCEN IN ÖSTERREICH NUTZEN

## Chancen im Wahljahr 2013 im Briefbereich

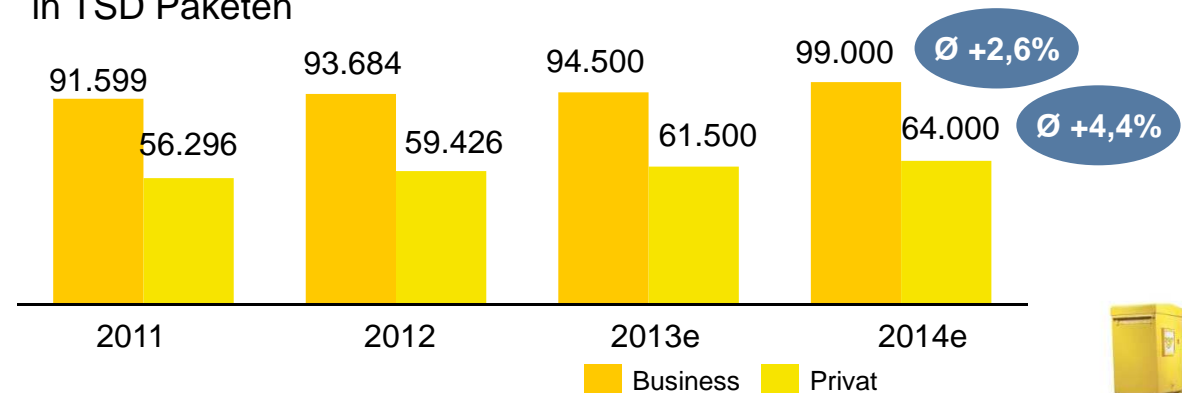
- 2 Volksbefragungen
- 4 Landtagswahlen
- Nationalratswahl



## Stetiges Wachstum am österreichischen Paketmarkt

- Markführerschaft X2C
- Marktanteilssteigerung der Österreichischen Post bei B2B-Kunden (2012: 22%)

### Paketmengenwachstum Österreich in TSD Paketen

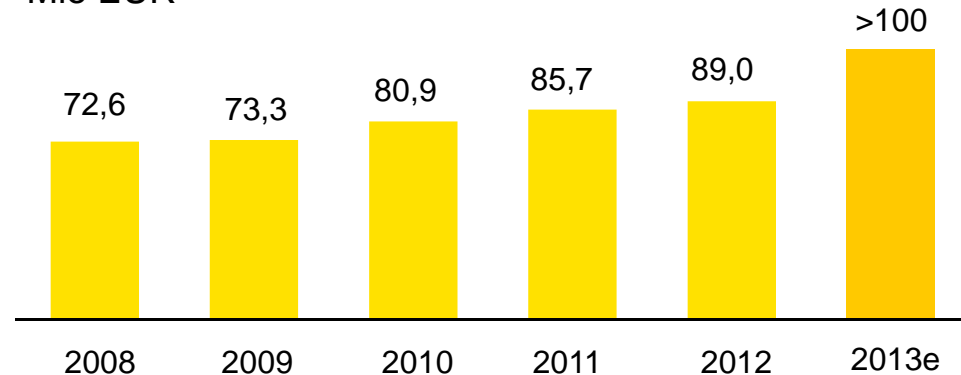


## 2. WACHSTUM IN DEFINIERTEN MÄRKTEN: UMSATZ UND PROFITABILITÄT VERBESSERN

### Fortsetzung des Wachstumskurses in CEE/SEE

- Akquisitionen in Rumänien, Polen und Bulgarien
- Verhandlungen über Minderheitsbeteiligung in Türkei

Umsatzentwicklung CEE/SEE  
Mio EUR



### Fokussierung und Struktur- wandel in Deutschland

- Wachstumsfokus auf Pharma-Segment
- Weiterführung Ergebnisverbesserungsprogramm



Eröffnung neues  
Pharmazentrum  
Alzenau im  
Februar 2013



## 2. PAKET & LOGISTIK: TRANS-O-FLEX FOKUSSIERUNG UND SYSTEMWANDEL

### Wachstumsfokus auf Pharma-Segment



- Pharmazentrum Alzenau eröffnet
- ThermoMed zeigt positiven Trend
- Geschäft der ThermoMed in Österreich ausgeweitet
- EU-Richtlinie “Good Distribution Practice” (GDP) stärkt Pharma-Spezialisten

### Logistikoptimierungen



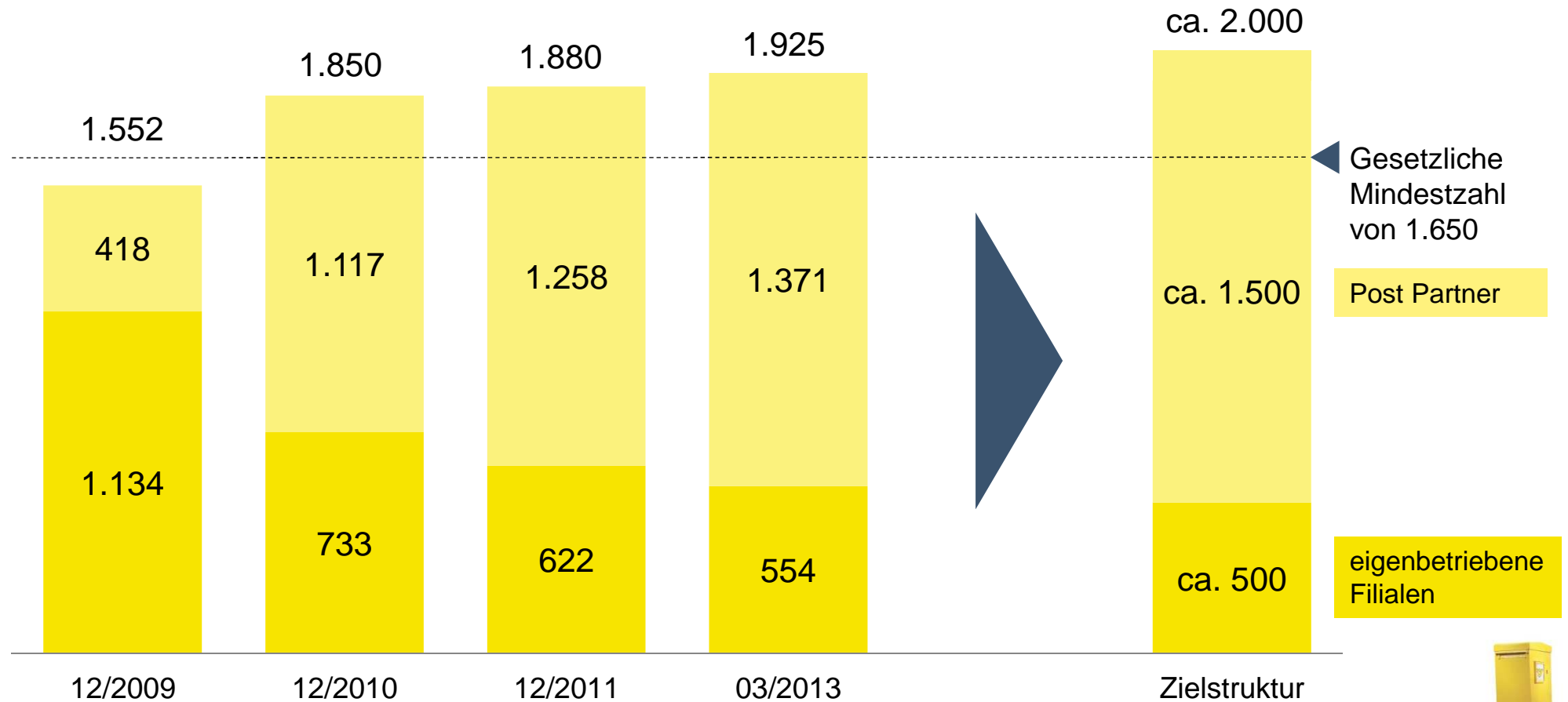
- Stetige Effizienzsteigerung in der Logistik
- Systemadaptierung: Eigenbetrieb statt Systempartner in Regionen mit schlechter Performance
- Verschlinkung der administrativen Prozesse



### 3. EFFIZIENZSTEIGERUNG UND KOSTENSTRUKTUR: STETIGER STRUKTURWANDEL IM FILIALNETZ



Nachhaltiger Strukturwandel im Filialnetz zur Verbesserung von Service und Kostenstruktur





### 3. EFFIZIENZSTEIGERUNG UND KOSTENSTRUKTUR: INVESTITIONEN IN SORTIERTECHNOLOGIEN



**Innovative Sortiertechnologien erhöhen Produktivität**

Neue „Flatsorter“ an 6 Standorten in ganz Österreich:  
Vollautomatische Sortierung von **38.000 Sendungen pro Stunde**

**Neues Logistikzentrum in Oberösterreich**

**Kapazitätserweiterung und höherer Automatisierungsgrad**



# 4. KUNDENORIENTIERUNG UND INNOVATION: FORCIERUNG VON SELF-SERVICE-LÖSUNGEN

Track & Trace



SMS/E-Mail Aviso

Post Abgabebox

2012: 100  
Ziel 2013: 200



Post Empfangsbox

2012: 2.000  
Ziel 2013: 5.000



Frankierautomat

2012: 50  
Ziel 2013: 200



Benachrichtigung  
neu mit Barcode



Post24-Stationen und  
Abholwände

2012: 24  
Ziel 2013: 100

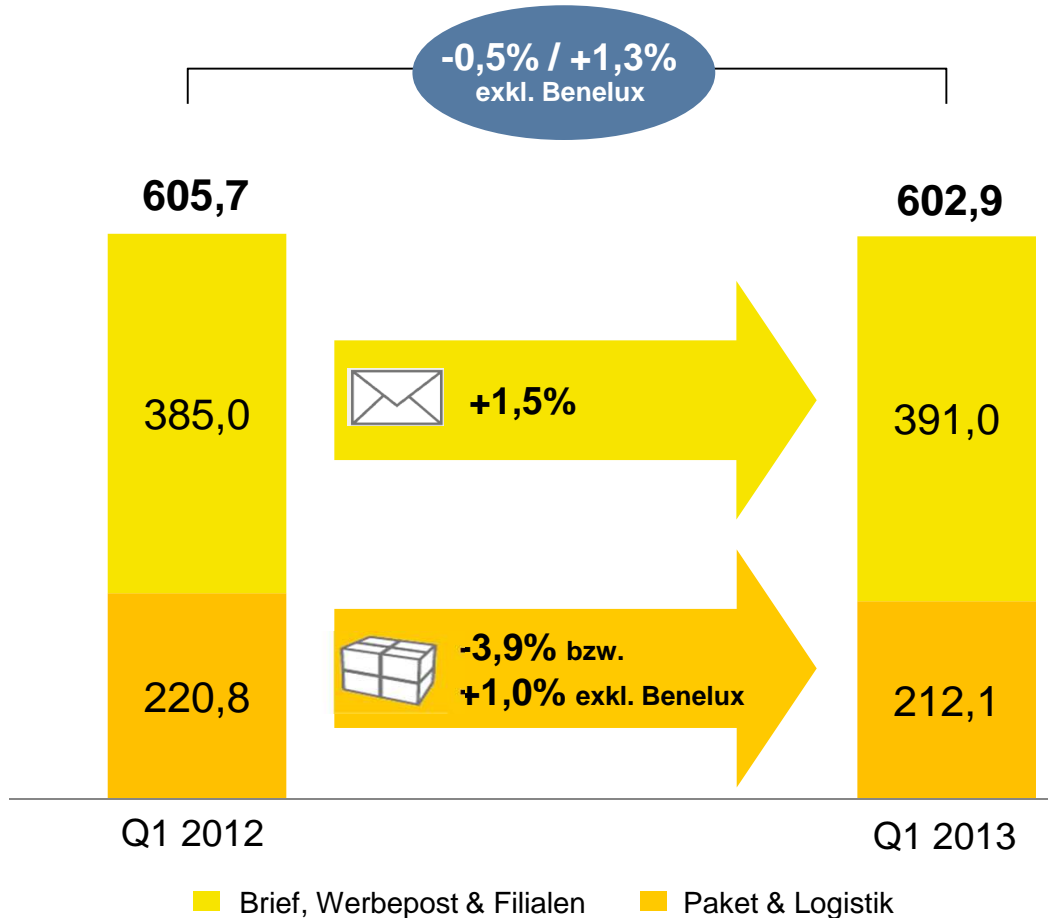


Paketmarke

# KONZERN-UMSATZ Q1 2013 UM 1,3 % VERBESSERT

## Umsatzentwicklung

Mio EUR



## Konzern-Umsatz:

Steigerung um 1,3% auf 602,9 Mio EUR  
(exkl. Tochtergesellschaften Benelux in Q1 2012)



### Brief, Werbepost & Filialen:

Umsatzanstieg durch Akquisitionen und positive Sondereffekte durch Wahlen in Q1 2013 (in Summe ca. 16 Mio EUR)



### Paket & Logistik:

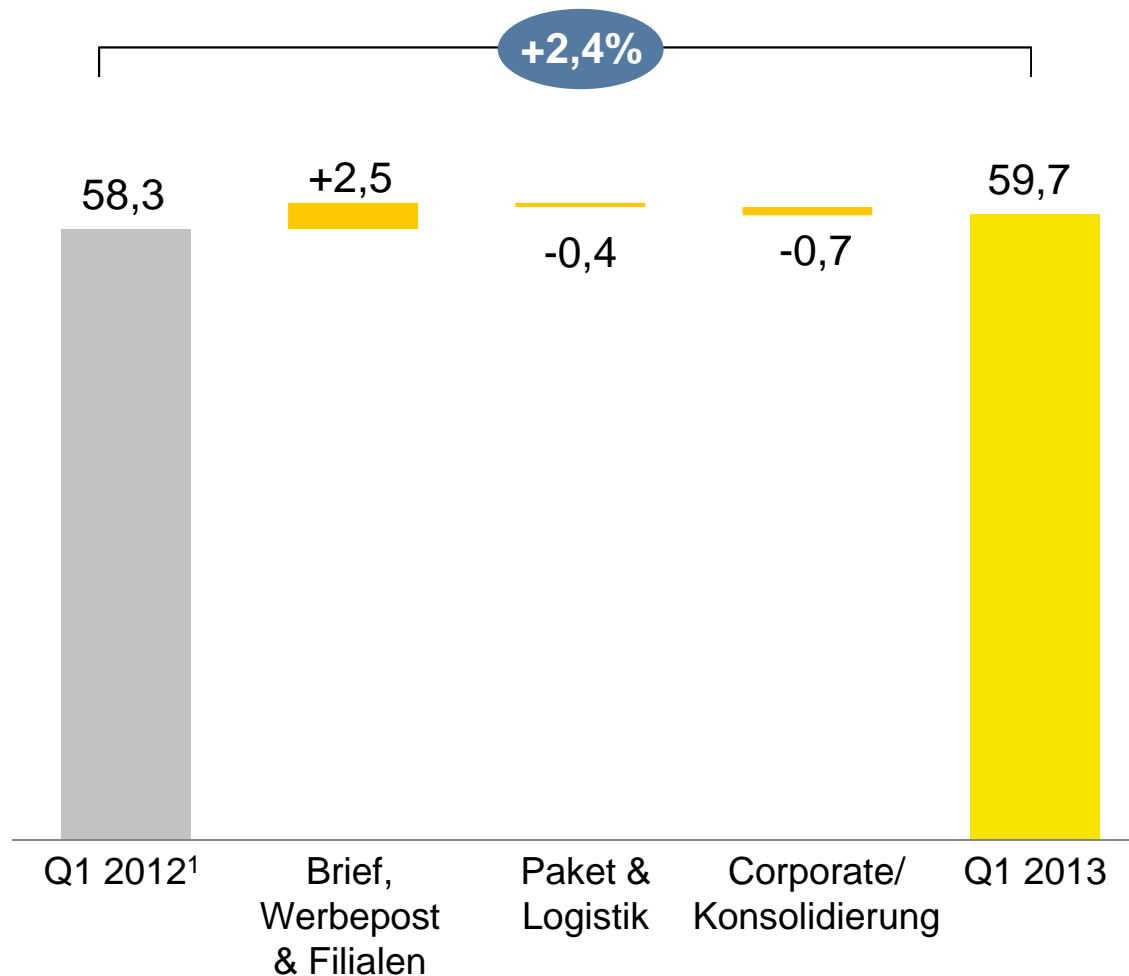
Leichte Umsatzsteigerung als Mix aus Wachstum in Österreich und CEE bei Rückgang in Deutschland



# KONZERN-EBIT Q1 2013 UM 2,4% GESTEIGERT

## Ergebnisentwicklung

Mio EUR



## Konzern-EBIT :

Anstieg um 2,4% auf 59,7 Mio EUR



### Brief, Werbepost & Filialen:

Ergebnisverbesserung durch Kostendisziplin und positive Umsatzeffekte in 2013



### Paket & Logistik:

Ergebnis leicht unter starkem Vergleichsquartal des Vorjahres, weitere Verbesserung im Jahresverlauf erwartet

1) Aufgrund vorzeitiger Anwendung IAS 19 (revised) Werte 2012 angepasst



---

1. Highlights und Überblick

**2. Konzernergebnis im Detail**

3. Ausblick 2013



# FINANZKENNZAHLEN Q1 2013 IM ÜBERBLICK

	Q1 2012	Q1 2013	
<b>1 Umsatz</b>	605,7	602,9	Umsatz leicht unter Vorjahr, Umsatzplus von 1,3% exkl. Benelux
<b>2 EBITDA-Marge</b>	12,9%	13,3%	Positive Umsatzeffekte und Kostendisziplin
<b>3 EBIT-Marge</b>	9,6%	9,9%	Weitere Steigerung der Profitabilität
<b>4 Ergebnis/Aktie</b>	0,64	0,69	Ergebnis pro Aktie um 7,8% erhöht
<b>5 Cashflow aus dem Ergebnis</b>	86,8	88,6	Cashflow auf stabil hohem Niveau
<b>6 Eigenkapitalquote</b>	43,3%	44,1%	Solide Bilanzstruktur mit hohem Eigenkapital und geringen Finanzverbindlichkeiten





# KENNZAHLEN DER GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Mio EUR	Q1 2012 <sup>1</sup>	Q1 2013	%	Veränderung absolut	
Umsatzerlöse	605,7	602,9	-0,5%	-2,8	
<b>Umsatz exkl. Benelux</b>	<b>594,9</b>	<b>602,9</b>	<b>+1,3%</b>	<b>+8,0</b>	Umsatzplus von 1,3%
Materialaufwand/bez. Leistungen	-190,9	-187,2	-1,9%	-3,7	
Personalaufwand	-281,8	-280,2	-0,6%	-1,6	Stabiler Personalaufwand
Sonstige Aufwendungen	-69,4	-71,1	+2,4%	+1,7	
Ergebnis at equity Konsolidierung	-2,6	-1,7	+34,9%	+0,9	
<b>EBITDA</b>	<b>78,3</b>	<b>80,0</b>	<b>+2,1%</b>	<b>+1,6</b>	
<i>EBITDA-Marge</i>	12,9%	13,3%	-	-	
Abschreibung	-20,0	-20,2	+1,0%	+0,2	
<b>EBIT</b>	<b>58,3</b>	<b>59,7</b>	<b>+2,4%</b>	<b>+1,4</b>	Weitere EBIT-Steigerung nach gutem Q1 Ergebnis 2012
<i>EBIT-Marge</i>	9,6%	9,9%	-	-	
<b>EBT (Ergebnis vor Steuern)</b>	<b>58,2</b>	<b>58,8</b>	<b>+1,1%</b>	<b>+0,6</b>	
Ertragsteuern	-14,9	-12,2	+18,2%	+2,7	
<b>Periodenergebnis</b>	<b>43,3</b>	<b>46,6</b>	<b>+7,8%</b>	<b>+3,4</b>	

1) Aufgrund vorzeitiger Anwendung IAS 19 (revised) Werte 2012 angepasst



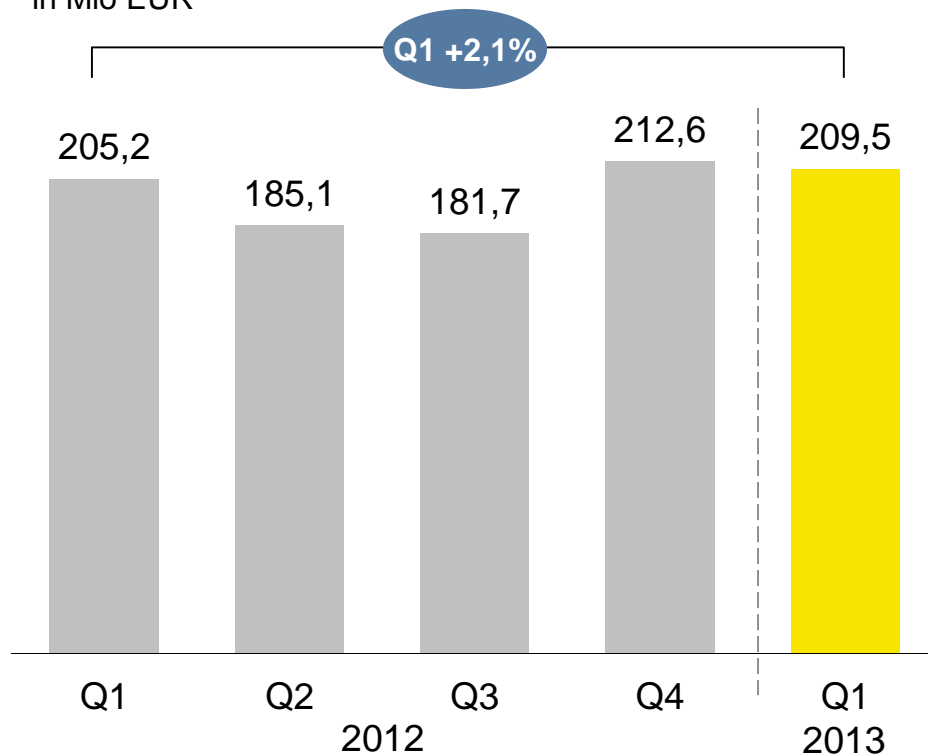
# DIVISION BRIEF, WERBEPOST & FILIALEN: UMSATZTRENDS Q1 2013

## Briefpost & Mail-Solutions

Positive Umsatzeffekte von **ca. 10 Mio EUR**:

- Konsolidierung neuer Gesellschaften CEE
- Landtagswahlen und Volksbefragungen
- Weitere Zuwächse im Bereich Mail-Solutions

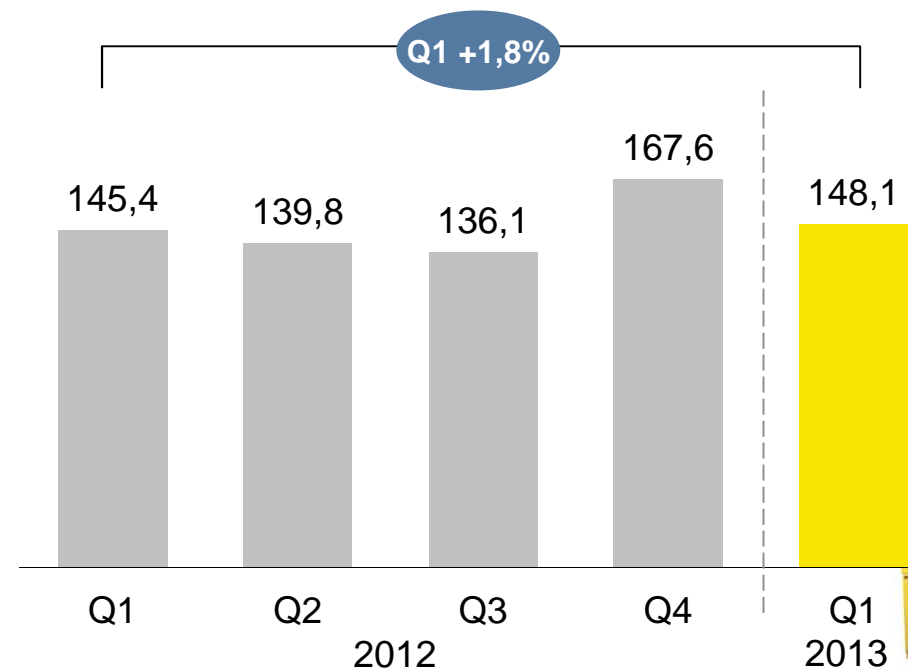
in Mio EUR



## Werbe- und Medienpost

- Positive Umsatzeffekte von **ca. 6 Mio EUR** durch Konsolidierung neuer Gesellschaften und Wahlen
- Stabile Entwicklung des Werbemarktes in Österreich (Kompensation Rückgänge Neckermann)

in Mio EUR





# DIVISION BRIEF, WERBEPOST & FILIALEN: KENNZAHLEN DER GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

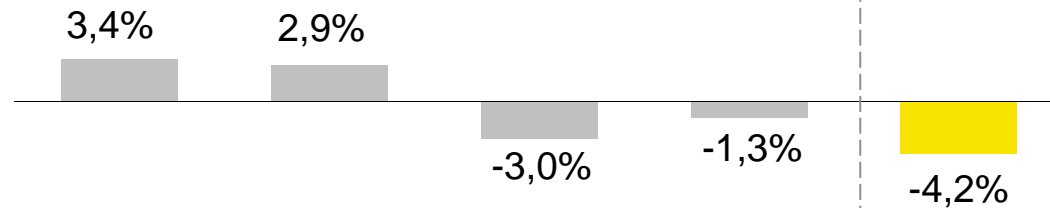
Mio EUR	Q1 2012 <sup>1</sup>	Q1 2013	Veränderung %	Veränderung absolut	
<b>Umsatz (Außenumsatz)</b>	<b>385,0</b>	<b>391,0</b>	<b>+1,5%</b>	<b>+6,0</b>	Umsatzanstieg von 1,5% durch Akquisitionen und positive Sondereffekte
▪ Briefpost & Mail-Solutions	205,2	209,5	+2,1%	+4,3	
▪ Werbepost	109,7	112,8	+2,8%	+3,1	
▪ Medienpost	35,7	35,3	-1,3%	-0,4	
▪ Filialdienstleistungen	34,4	33,4	-3,1%	-1,1	
Gesamtumsatz <sup>2</sup>	401,8	409,5	+1,9%	+7,7	
<b>EBITDA</b>	<b>83,9</b>	<b>86,3</b>	<b>+2,8%</b>	<b>+2,3</b>	
<i>EBITDA-Marge<sup>3</sup></i>	20,9%	21,1%	-	-	
Abschreibung	-7,5	-7,3	+2,7%	+0,2	
<b>EBIT</b>	<b>76,5</b>	<b>79,0</b>	<b>+3,3%</b>	<b>+2,5</b>	Weitere Ergebnisverbesserung
<i>EBIT-Marge<sup>3</sup></i>	19,0%	19,3%	-	-	

- 1) Aufgrund vorzeitiger Anwendung IAS 19 (revised) Werte 2012 angepasst
- 2) Außenumsatz plus Innenumsatz
- 3) EBIT und EBITDA bezogen auf Gesamtumsatz



# DIVISION PAKET & LOGISTIK: UMSATZTRENDS Q1 2013

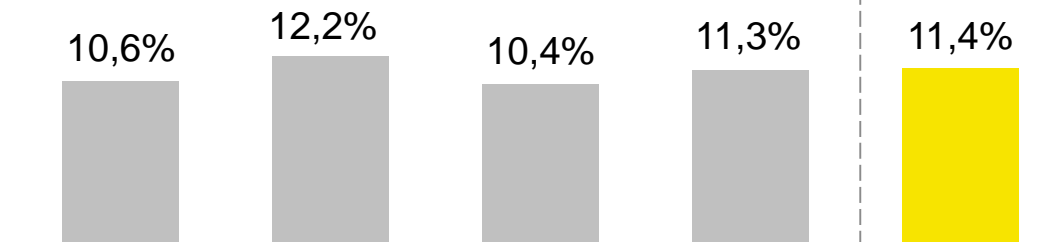
## Deutschland<sup>1</sup>



### Deutschland:

Umsatzrückgang durch  
Wettbewerbsumfeld und Fokus auf  
Profitabilität

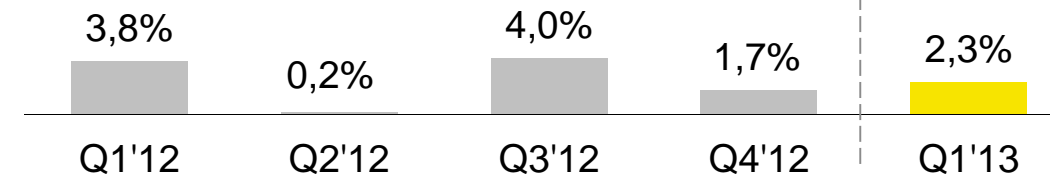
## Österreich



### Österreich:

Wachstumsimpulse durch Online-  
Shopping und  
Marktanteilssteigerung bei  
Business-Kunden

## Südost-/Osteuropa



### Südost-/Osteuropa:

Starkes Volumenwachstum  
gepaart mit Preisdruck führt zu  
leichtem Umsatzplus

1) Umsatzentwicklung exkl. Tochtergesellschaften Benelux



# DIVISION PAKET & LOGISTIK: KENNZAHLEN DER GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Mio EUR	Q1 2012 <sup>1</sup>	Q1 2013	%	Veränderung absolut	
Umsatz (Außenumsatz)	220,8	212,1	-3,9%	-8,6	Umsatzplus von 1,0%
<b>Umsatz exkl. Benelux</b>	<b>210,0</b>	<b>212,1</b>	<b>+1,0%</b>	<b>+2,2</b>	
▪ Paket Premium/B2B	169,4	158,9	-6,2%	-10,4	
▪ Paket Standard/X2C	43,6	45,9	+5,2%	+2,3	
▪ Logistik Services	7,8	7,3	-6,0%	-0,5	
Gesamtumsatz <sup>2</sup>	223,1	214,2	-4,0%	-8,9	
<b>EBITDA</b>	<b>13,0</b>	<b>12,4</b>	<b>-4,7%</b>	<b>-0,6</b>	
<i>EBITDA-Marge<sup>3</sup></i>	5,8%	5,8%	-	-	
Abschreibung	-5,2	-5,0	+3,6%	+0,2	EBIT-Marge von über 3% auch für Gesamtjahr 2013 erwartet
<b>EBIT</b>	<b>7,8</b>	<b>7,4</b>	<b>-5,4%</b>	<b>-0,4</b>	
<i>EBIT-Marge<sup>3</sup></i>	3,5%	3,4%	-	-	

- 1) Aufgrund vorzeitiger Anwendung IAS 19 (revised) Werte 2012 angepasst
- 2) Außenumsatz plus Innenumsatz
- 3) EBIT und EBITDA bezogen auf Gesamtumsatz



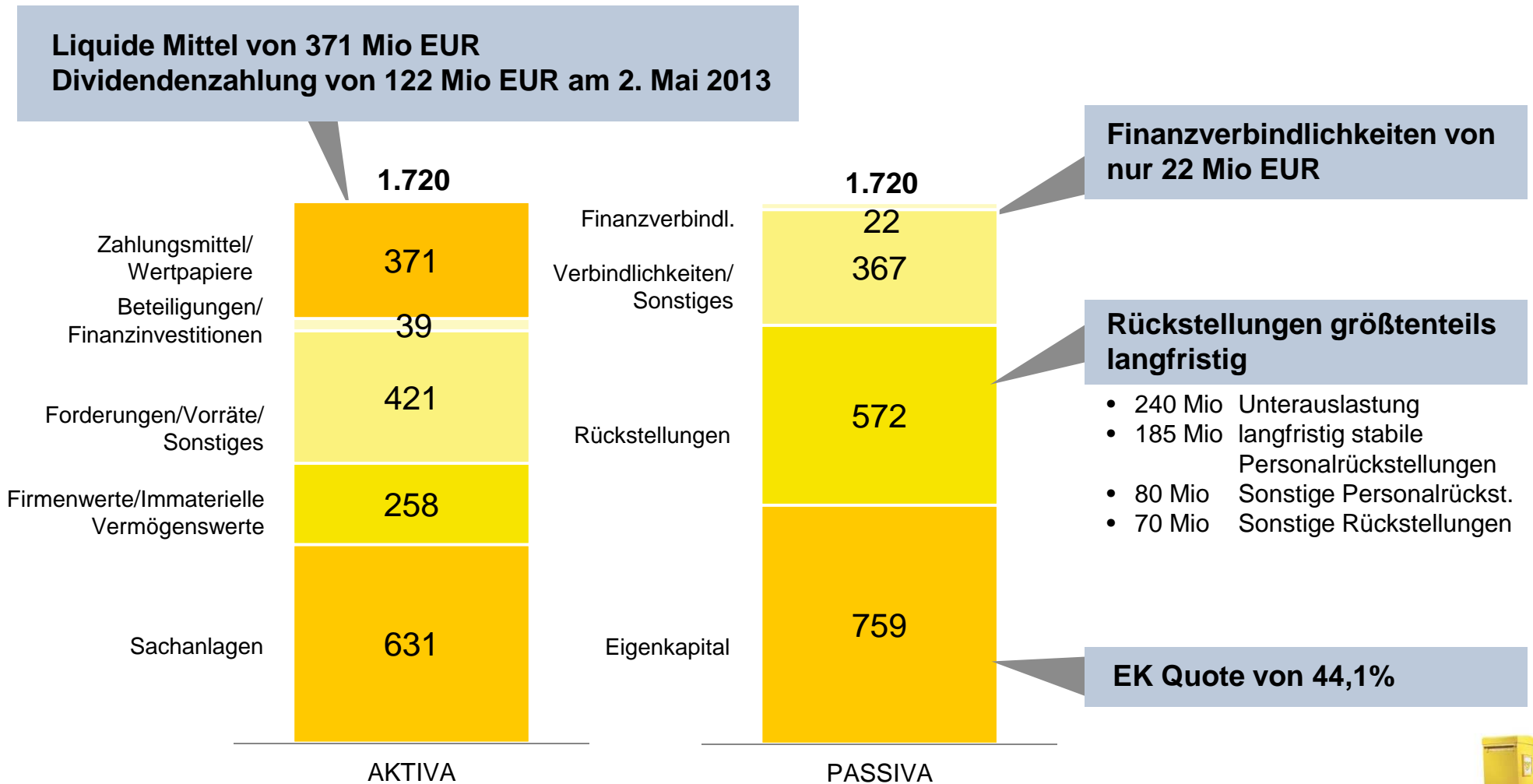
## VORZEITIGE ANWENDUNG IAS 19 (REVISED)

- **IAS 19 (revised):** Umgliederung der versicherungsmathematischen Gewinne/Verluste von der Gewinn- und Verlustrechnung (ergebniswirksam) in das Eigenkapital (ergebnisneutral)
- Änderungen in den Positionen Personalaufwand, Ergebnis aus at equity, Ertragsteuern (siehe Tabelle)
- **Keine bilanziellen Auswirkungen** auf Rückstellungen, da diese auch bisher mit aktuellem Wert voll erfasst wurden (keine Korridormethode).

Mio EUR	Q1 2012 reported	Q1 2012 revised	H1 2012 reported	H1 2012 revised	Q1-3 2012 reported	Q1-3 2012 revised	FY 2012 reported =revised
Personalaufwand	-284,4	-281,8	-549,5	-547,0	-800,3	-794,8	-1.091,4
Ergebnis aus at equity	-2,6	-2,6	-2,0	-2,0	-12,1	-12,1	-13,9
<b>EBIT</b>	<b>55,8</b>	<b>58,3</b>	<b>92,2</b>	<b>94,7</b>	<b>125,6</b>	<b>131,0</b>	<b>182,4</b>
EBIT Brief, Werbepost & Filialen	74,4	76,5	135,0	137,0	189,0	193,4	272,5
EBIT Paket & Logistik	7,6	7,8	11,4	11,6	16,4	17,0	25,3
Ertragsteuern	-14,3	-14,9	-20,6	-21,2	-28,6	-29,9	-28,4
<b>Periodenergebnis</b>	<b>41,4</b>	<b>43,3</b>	<b>70,8</b>	<b>72,6</b>	<b>94,9</b>	<b>99,0</b>	<b>123,2</b>



# BILANZSTRUKTUR MIT HOHEM CASH-BESTAND

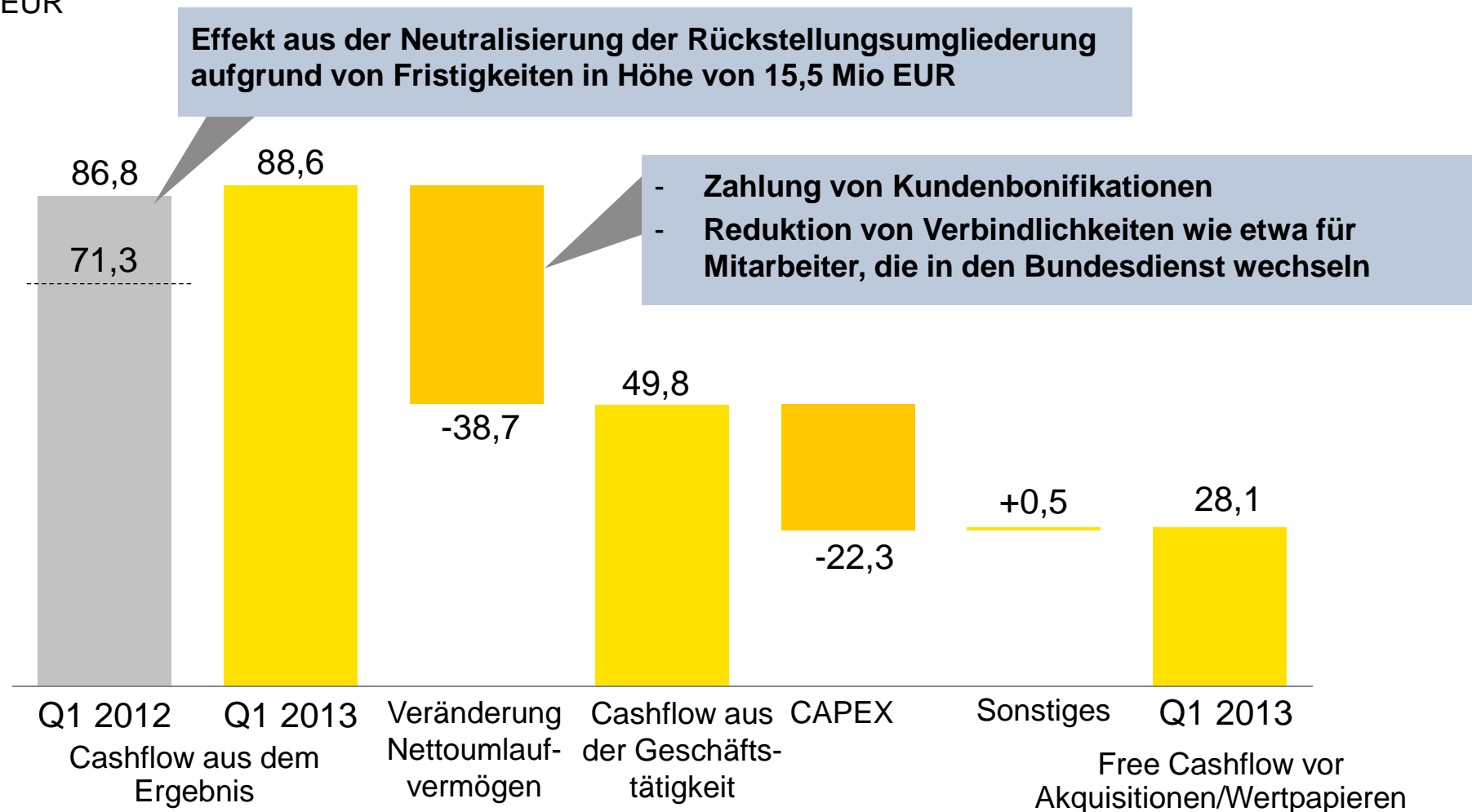


Bilanz per 31.03.2013, in Mio EUR



# SOLIDER CASHFLOW

Mio EUR



Adaptierte Darstellung 2012: Neutralisierung der Reklassifikation von langfristigen Rückstellungen in kurzfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten. (-- bisherige Darstellung, reported Q1 2012)  
Somit erfolgt nunmehr der Ausweis von Bildung/Auflösung langfristiger Rückstellungen im Cashflow aus dem Ergebnis, deren Verbrauch im Nettoumlaufvermögen.



---

1. Highlights und Überblick

2. Konzernergebnis im Detail

**3. Ausblick 2013**



# AUSBLICK 2013 WIRD BESTÄTIGT

<b>Marktumfeld</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Weiterhin elektronische Substitution bei adressierten Briefen, stabile Entwicklung bei Werbepost erwartet, Impulse durch Wahlen 2013</li><li>▪ Wachstum bei Privat-Paketkunden, anhaltende Wettbewerbsintensität bei Business-Paketkunden</li></ul>
<b>Umsatz</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Mittelfristiges Wachstumsziel von 1–2% bleibt aufrecht</li><li>▪ Auch 2013 stabiler bis leicht positiver Umsatz erwartet</li></ul>
<b>Kosten &amp; Investitionen</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Automatisierung, Effizienzsteigerung und Strukturverbesserung; CAPEX 2013 von etwa 90 Mio EUR</li><li>▪ Selektive Akquisitionspolitik: Fokus auf Wachstumsmärkte sowie auf Festigung und Vertiefung des Kerngeschäfts in Österreich</li></ul>
<b>Ergebnis</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Auch weiterhin EBITDA-Marge in 10–12% Bandbreite</li><li>▪ EBIT-Verbesserung 2013 wird angestrebt</li></ul>





# KONTAKT

---

## Österreichische Post AG

Investor Relations

Haidingergasse 1, 1030 Wien

Website: [www.post.at/ir](http://www.post.at/ir)

E-Mail: [investor@post.at](mailto:investor@post.at)

Telefon: +43 57767-30401

Fax: +43 57767-30409

## Finanzkalender 2013

17.05.2013 Zwischenbericht 1. Quartal

07.08.2013 Halbjahresfinanzbericht 2013

14.11.2013 Zwischenbericht 1.-3. Quartal

### Disclaimer

Diese Präsentation enthält zukunftsgerichtete Aussagen, die auf den derzeitigen Überzeugungen und Annahmen des Managements der Österreichischen Post beruhen, die dieses im guten Glauben zum Ausdruck gebracht hat und die nach seiner Meinung angemessen sind. Diese Aussagen sind durch Ausdrücke wie "Erwartung", "Ziel" und ähnliche Ausdrücke sowie durch ihren Kontext erkennbar. Zukunftsgerichtete Aussagen umfassen bekannte und unbekannte Risiken, Unsicherheiten und andere Faktoren, die dazu führen können, dass die tatsächlichen Ergebnisse, die finanzielle Situation, die Leistung oder die Erfolge der Österreichischen Post oder die Ergebnisse der Postbranche im Allgemeinen wesentlich von den Ergebnissen, der finanziellen Situation, der Leistung oder dem Erfolg abweichen, die von solchen zukunftsgerichteten Aussagen ausdrücklich oder implizit prognostiziert wurden. Angesichts dieser Risiken, Unsicherheiten und anderen Faktoren werden die Empfänger dieses Dokuments davor gewarnt, sich im Übermaß auf solche zukunftsgerichteten Aussagen zu verlassen. Die Österreichische Post lehnt jede Verpflichtung ab, diese zukunftsgerichteten Aussagen in Reaktion auf zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen zu aktualisieren.

Österreichische Post AG | Rechtsform: Aktiengesellschaft | Sitz in politischer Gemeinde Wien |  
FN 180219d des Handelsgerichtes Wien

Diese Präsentation kann rechtlich geschützte und vertrauliche Informationen enthalten und ist urheber-rechtlich geschützt. Die Verwendung, Weitergabe oder Vervielfältigung dieser Präsentation zur Gänze bzw. auszugsweise ist ausschließlich mit der Genehmigung der/des Verfasserin/Verfassers gestattet.







**WENN'S WIRKLICH  
WICHTIG IST, DANN  
LIEBER MIT DER POST.**

[www.post.at](http://www.post.at)

 **Post**