

ÖSTERREICHISCHE POST 2014: LEICHTES UMSATZPLUS; ERGEBNISENTWICKLUNG DURCH SONDEREFFEKTE BEEINFLUSST

- **Marktumfeld**
 - Basistrend der E-Substitution hält an
 - Stationärer Handel und damit Werbekunden weiterhin unter Druck
 - Wachsender Online-Handel steigert Paketmengen
 - Kaum konjunkturelle Impulse und starker Wettbewerb am B2B-Paketmarkt
- **Umsatz**
 - Leichter Umsatzanstieg von 0,2% auf 2.370,5 Mio EUR
 - Rückgang im Briefbereich (-1,5%) durch Paketwachstum (+3,1%) kompensiert
- **Ergebnis**
 - EBIT-Anstieg um 5,9% auf 196,9 Mio EUR
 - Ergebnis durch diverse Sondereffekte beeinflusst
- **Cashflow und Dividende**
 - Solider Cashflow ermöglicht Investitionen und Dividende
 - Vorschlag an die Hauptversammlung: Dividende von 1,95 EUR pro Aktie
- **Ausblick 2015**
 - Umsatzsteigerung von 1–2% angepeilt
 - EBITDA-Marge um die 12% und weitere Verbesserung im EBIT angestrebt

DIE ÖSTERREICHISCHE POST IM ÜBERBLICK

Der Konzernumsatz der Österreichischen Post lag im Jahr 2014 mit 2.370,5 Mio EUR um 0,2% über dem Niveau des Vorjahres. Dabei konnte das solide Wachstum im Paketbereich von 3,1% die Umsatzrückgänge im Briefgeschäft von 1,5% zur Gänze kompensieren. In der Division Brief, Werbepost & Filialen gelang es der Österreichischen Post einmal mehr, die Rückgänge in einem strukturell schrumpfenden Markt durch innovative Ideen und Vertriebsinitiativen moderat zu halten. In der Division Paket & Logistik, die in der Berichtsperiode insgesamt ein Umsatzwachstum von 3,1% verzeichnete, entwickelte sich das Paketgeschäft regional sehr unterschiedlich. Der anhaltende Trend zum E-Commerce beeinflusste dabei nicht nur das österreichische Paketgeschäft sehr positiv, auch die Paket-Beteiligungen der Österreichischen Post in Südost- und Osteuropa konnten im Berichtszeitraum überdurchschnittliche Steigerungsraten erzielen, während der Umsatz in Deutschland leicht rückläufig war.



Auf Basis der soliden Umsatzentwicklung und anhaltend hoher Kostendisziplin lag das operative Betriebsergebnis (EBIT) mit 196,9 Mio EUR um 5,9% über dem Niveau des Vorjahres. Allerdings waren in diesem Ergebnis neben der operativen Entwicklung auch einige Sondereffekte enthalten: Als positiver Sondereffekt ist der Verkauf der ehemaligen Unternehmenszentrale in Wien zu nennen, der zu einem betrieblichen Ertrag in Höhe von 62,4 Mio EUR führte. Negativ wirkten hingegen diverse Wertminderungen und Strukturmaßnahmen in Deutschland mit einem Ergebniseffekt von insgesamt minus 48,7 Mio EUR. Zusätzlich fiel auch eine Wertminderung für den Firmenwert einer Briefbeteiligung in Polen in Höhe von 9,7 Mio EUR an. Insgesamt lag das Periodenergebnis damit in der Berichtsperiode bei 146,8 Mio EUR, dies entspricht einem Ergebnis pro Aktie von 2,17 EUR.

Auch im Jahr 2014 setzte die Österreichische Post ihren laufenden Modernisierungsprozess unvermindert fort – das Unternehmen investierte 2014 insgesamt 82,6 Mio EUR (CAPEX) in neue Kundenlösungen sowie in die Verbesserung und den Ausbau ihrer Infrastruktur. „Damit wird die Österreichische Post ihrem Anspruch gerecht, ihre Prozesse stets noch effizienter zu gestalten und den Kundennutzen weiter zu erhöhen. Speziell im Bereich Kundenorientierung und Innovation haben wir in 2014 wichtige Impulse gesetzt: Durch den Ausbau der Selbstbedienungslösungen auf 260 hochmoderne SB-Zonen und 126 Abholstationen sowie neue Online-Lösungen wie die Post App entspricht die Post von heute den aktuellen Kundenbedürfnissen, was sich auch an den steigenden Zufriedenheitswerten unserer Kunden belegen lässt“, so Generaldirektor DI Dr. Georg Pölzl.

Auf Grundlage der guten Ergebnisentwicklung, des soliden Cashflows und der starken Bilanz wird der Vorstand der Hauptversammlung am 15. April 2015 die Ausschüttung einer Dividende von 1,95 EUR für das Geschäftsjahr 2014 vorschlagen. Damit setzt die Österreichische Post ihre attraktive Dividendenpolitik weiter fort. Mit Blick auf das Geschäftsjahr 2015 geht die Österreichische Post von einem Anstieg des Konzernumsatzes in der Größenordnung von 1–2% aus. Gleichzeitig wird eine EBITDA-Marge um die 12% und eine kontinuierliche Verbesserung im EBIT angestrebt. „Im Fokus unserer strategischen Aktivitäten steht weiterhin die konsequente Ausrichtung auf die Bedürfnisse unserer Kunden. Damit wollen wir die Marktführerschaft im Kerngeschäft weiter festigen und gleichzeitig Chancen in Wachstumsmärkten nutzen“, so Pölzl abschließend.

UMSATZENTWICKLUNG IM DETAIL

Der Konzernumsatz der Österreichischen Post konnte im Jahr 2014 das Niveau des Vorjahres leicht übertreffen. Insgesamt erhöhte sich der Umsatz um 0,2% auf 2.370,5 Mio EUR. Dabei zeigte das Paketgeschäft in der Berichtsperiode weiterhin ein solides Wachstum von 3,1% und konnte damit die Umsatzrückgänge der Brief-Division von 1,5% kompensieren.

Insgesamt reduzierte sich der **Umsatz der Division Brief, Werbepost & Filialen** im Berichtszeitraum um 1,5% auf 1.487,7 Mio EUR. Im Bereich Briefpost & Mail Solutions lag der Umsatz im Jahr 2014 bei 790,5 Mio EUR und damit mit minus 0,3% nur leicht unter dem Niveau des Vorjahres. Der Basistrend



einer rückläufigen Volumenentwicklung infolge der Substitution von Briefen durch elektronische Kommunikationsformen hält nach wie vor an. Diese Rückgänge konnten jedoch durch weitere Umsatzzuwächse im Bereich Mail Solutions zum Teil kompensiert werden. Der Bereich Werbepost verzeichnete in der Berichtsperiode einen Umsatzrückgang um 2,5% auf 431,0 Mio EUR.

Grundsätzlich ist dieses Geschäftsfeld vom Ausmaß der Werbeaktivitäten der Kunden und damit unter anderem auch vom konjunkturellen Umfeld beeinflusst. Der Druck des Online-Handels auf den traditionellen Versandhandel und den stationären Handel führte hier bei einigen Kunden zu einer Reduktion ihrer Werbeaktivitäten. Darüber hinaus kam es in einigen Handelsssegmenten auch zu Marktkonsolidierungen. Im Jahr 2013 hatten Wahlen und Volksbefragungen – vor allem in den ersten drei Quartalen – insgesamt etwas höhere Umsatzbeiträge geliefert.

Der Umsatz der **Division Paket & Logistik** erhöhte sich im Geschäftsjahr 2014 um 3,1% auf 882,0 Mio EUR. Regional betrachtet werden 55,4% der Umsätze in Deutschland generiert, 35,6% der Umsätze entfallen auf Österreich und 9,0% auf die Tochtergesellschaften in Südost- und Osteuropa. Während sich das Geschäft in Österreich und den CEE-Märkten sehr positiv entwickelte, musste die deutsche Tochtergesellschaft trans-o-flex aufgrund der herausfordernden Wettbewerbssituation einen geringfügigen Umsatzrückgang von 0,1% hinnehmen. Demgegenüber konnte in Österreich – getrieben durch den Trend zum Online-Shopping sowie Marktanteilssteigerungen bei Business-Paketen – ein Wachstum von 6,5% erzielt werden. Die Tochtergesellschaften in Südost- und Osteuropa verzeichneten insgesamt ein deutliches Umsatzwachstum von 10,7%.

AUFWANDS- UND ERGEBNISENTWICKLUNG

Der Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen reduzierte sich in der Berichtsperiode um 1,2% bzw. 8,8 Mio EUR auf 744,5 Mio EUR. Diese Entwicklung ist vor allem auf den Rückgang der bezogenen Leistungen für Transporte in Deutschland zurückzuführen: Das Geschäftsmodell der trans-o-flex Gruppe war in der Vergangenheit durch eine hohe externe Wertschöpfung geprägt. Diese externen Leistungen werden derzeit durch die Übernahme von Distributionsgesellschaften verringert und durch interne Leistungserbringung in der Zustellung ersetzt.

Der Personalaufwand der Österreichischen Post belief sich im Jahr 2014 auf 1.109,5 Mio EUR, dies entspricht einer Steigerung von 3,4% bzw. 36,0 Mio EUR. Dieser Anstieg resultierte im Wesentlichen aus zwei Effekten: Einerseits verursachte die beschriebene Integration von Distributionsgesellschaften in Deutschland zusätzliche Personalkosten in Höhe von 14,4 Mio EUR, denen allerdings ein Rückgang der bezogenen Leistungen gegenübersteht. Zudem wurden im Geschäftsjahr 2014 Parameteranpassungen für verzinsliche Personalrückstellungen (Diskontierungszinssatz, Gehaltssteigerungen und Fluktuationsabschläge) vorgenommen. Aufgrund der hohen Personalrückstellungen in der Bilanz der Österreichischen Post kam es dadurch im Jahresverlauf zu einem negativen Effekt von insgesamt 22,5 Mio EUR.



Die operativen Personalaufwendungen für Löhne und Gehälter lagen bereinigt um den Effekt aus der Integration von Distributionsgesellschaften auf Vorjahresniveau. Dies zeigt, dass die konsequente Fortführung der Maßnahmen zur Effizienzsteigerung und zur Verbesserung der Personalstruktur die inflationsbedingten Kostensteigerungen kompensieren konnte. Zusätzlich zu den laufenden operativen Personalkosten inkludiert der Personalaufwand der Österreichischen Post auch nicht-operative Personalaufwendungen wie Abfertigungen oder Rückstellungsveränderungen, die primär auf die spezifische Beschäftigungssituation beamteter Mitarbeiter bei der Österreichischen Post zurückzuführen sind. Diese Aufwendungen sind im Jahr 2014 – vor allem aufgrund der erwähnten Parameteranpassungen für verzinsliche Rückstellungen – in Summe höher ausgefallen als 2013.

Die sonstigen betrieblichen Erträge stiegen im Berichtszeitraum auf 134,4 Mio EUR nach 69,7 Mio EUR im Vorjahr. Dieser deutliche Anstieg ist auf die Verwertung der ehemaligen Unternehmenszentrale in der Wiener Innenstadt zurückzuführen. Der Verkaufsprozess in Form eines internationalen Bieterverfahrens wurde Ende Juni 2014 gestartet und mit Abschluss des Kaufvertrags am 22. Dezember 2014 beendet. Daraus ergab sich ein Entkonsolidierungsgewinn in Höhe von 62,4 Mio EUR.

Das EBITDA des Österreichischen Post Konzerns erhöhte sich um 9,6% bzw. um 29,3 Mio EUR auf 333,8 Mio EUR. Dieser im Verhältnis zur Umsatzentwicklung überproportionale Anstieg war vor allem auf Sondereffekte wie den Verkauf der ehemaligen Unternehmenszentrale zurückzuführen. Diesem positiven Effekt wirkten negative Effekte wie erhöhte Personalaufwendungen und diverse Wertminderungen sowie Strukturmaßnahmen im Zusammenhang mit der trans-o-flex Gruppe entgegen.

In Summe fielen in der Berichtsperiode 136,9 Mio EUR an Abschreibungen an – und damit um 18,4 Mio EUR mehr als im Vorjahr. Dieser Anstieg war vor allem auf Wertminderungen von Firmenwerten in Höhe von 48,6 Mio EUR zurückzuführen, die im Vorjahr bei 32,4 Mio EUR gelegen waren. So wurde aufgrund der wettbewerbsintensiven Marktsituation und der reduzierten Ertragslage insbesondere eine Wertminderung des Firmenwerts der trans-o-flex Gruppe in Höhe von 38,9 Mio EUR vorgenommen. Eine weitere wesentliche Wertminderungen im Ausmaß von 9,7 Mio EUR erfolgte für den Firmenwert der polnischen Tochtergesellschaft PostMaster Sp.z o.o.

Nach Abzug der Abschreibungen lag das EBIT in Summe bei 196,9 Mio EUR und damit um 5,9% über dem Vergleichswert des Vorjahres. Die EBIT-Marge betrug damit 8,3%. Nach Abzug der Steuern ergibt sich damit ein Periodenergebnis (Ergebnis nach Steuern), das mit 146,8 Mio EUR über dem Niveau des Vorjahres (124,0 Mio EUR) lag. Dies entspricht einem unverwässerten Ergebnis pro Aktie von 2,17 EUR für das Geschäftsjahr 2014. Dieser im Vergleich zur operativen Ergebnisentwicklung deutlichere Anstieg ist vor allem auf einen negativen Sondereffekt im Finanzergebnis des Vorjahres zurückzuführen, da im Jahr 2013 eine vollständige Wertminderung von Darlehen gegenüber dem



Gemeinschaftsunternehmen MEILLERGHP vorgenommen wurde. Per 20. Februar 2015 wurden die Anteile an diesem Unternehmen nunmehr verkauft.

Nach Divisionen betrachtet, verzeichnete die **Division Brief, Werbepost & Filialen** im Geschäftsjahr 2014 ein EBITDA von 311,0 Mio EUR. Dies entspricht einem Rückgang von 9,7 Mio EUR bzw. 3,0%, was vor allem auf den Umsatzrückgang durch elektronische Substitution und reduzierte Werbe- und Filialnetzumsätze zurückzuführen war. Das Divisions-EBIT lag mit 270,0 Mio EUR um 4,2% unter dem Vergleichswert des Vorjahres. Während im Vorjahr Wertminderungen von Firmenwerten in Höhe von 5,4 Mio EUR anfielen, kam es in der Berichtsperiode zu Wertminderungen der Firmenwerte von Tochtergesellschaften in Südost- und Osteuropa von insgesamt 9,7 Mio EUR.

Die **Division Paket & Logistik** verzeichnete ein EBITDA von 41,4 Mio EUR nach 42,8 Mio EUR im Geschäftsjahr 2013. Sowohl im Vorjahr als auch in der aktuellen Berichtsperiode wirkten sich negative Effekte im Zusammenhang mit der trans-o-flex Gruppe auf die Ergebnisentwicklung aus. Das Programm zur Effizienzsteigerung in der trans-o-flex Gruppe sieht vor, externe Leistungen zu integrieren, indem ausgewählte Distributionspartner übernommen werden. Ziel ist dabei die Optimierung der operativen Kosten und die Nutzung von Synergien innerhalb der Distributionslogistik. Im Rahmen dieses Effizienzsteigerungsprogramms fielen im Jahr 2014 Wertminderungen sowie Strukturmaßnahmen im Zusammenhang mit der Integration von Distributionsgesellschaften in Höhe von 9,8 Mio an (2013: 7,1 Mio EUR an Wertminderungen). Darüber hinaus wurde in der Berichtsperiode wie erwähnt eine Wertminderung des Firmenwerts der trans-o-flex Gruppe in Höhe von 38,9 Mio EUR vorgenommen, der im Vorjahr eine Wertminderung für diese Gesellschaft von 27,0 Mio EUR gegenüberstand. Das EBIT lag somit in der Berichtsperiode bei minus 19,5 Mio EUR nach minus 4,9 Mio EUR in der Vergleichsperiode des Vorjahres.

In der **Division Corporate** wirkten sich die beschriebenen positiven Effekte im Zusammenhang mit dem Verkauf der ehemaligen Unternehmenszentrale sowie erhöhte gegenläufig Personalaufwendungen, insbesondere Parameteranpassungen für verzinsliche Personalarückstellungen, auf die Ergebnisentwicklung aus. Diese führten in dieser Division insgesamt zu einem EBIT von minus 53,6 Mio EUR nach minus 90,9 Mio EUR in der Vergleichsperiode des Vorjahres.

CASHFLOW UND BILANZ

Der Cashflow aus dem Ergebnis betrug 283,3 Mio EUR im Geschäftsjahr 2014 nach 304,8 Mio EUR im Geschäftsjahr 2013. Der Cashflow aus der Geschäftstätigkeit lag mit 232,2 Mio EUR um 18,3 Mio EUR unter dem Vergleichswert des Vorjahres. In der Berichtsperiode waren hier Zahlungen lohnabhängiger Abgaben aus Vorperioden von ca. 8 Mio EUR enthalten. Zudem wirkte sich ein im Periodenvergleich geringerer Forderungsabbau als im Vorjahr cashflow-mindernd aus.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit lag im Jahr 2014 mit minus 69,4 Mio EUR unter dem Niveau der Vergleichsperiode des Vorjahres. So fielen in der Berichtsperiode kaum Zahlungen im

Zusammenhang mit Akquisitionen an. Auch der Erwerb von Sachanlagen lag mit 82,6 Mio EUR etwas unter dem Niveau des Vorjahres. Insgesamt betrug der Free Cashflow in der Berichtsperiode damit 162,8 Mio EUR nach 60,5 Mio EUR im Jahr 2013. Der Free Cashflow vor Akquisitionen und Wertpapieren erreichte 151,7 Mio EUR und lag damit auf stabil hohem Niveau. Dies bildet eine gute Basis für die zukünftige Investitions- und Dividendenfähigkeit.

Die Österreichische Post setzt auf eine konservative Bilanz- und Finanzierungsstruktur. Dies zeigt sich an der hohen Eigenkapitalquote, den geringen Finanzverbindlichkeiten und der soliden Zahlungsmittelmanagement mit möglichst geringem Risiko. Das Eigenkapital des Österreichischen Post Konzerns lag per 31. Dezember 2014 bei 702,7 Mio EUR, dies ergibt eine Eigenkapitalquote von 42,1%. Die Analyse der Finanzposition des Unternehmens zeigt einen hohen Bestand an kurzfristigen und langfristigen Finanzmitteln in Höhe von insgesamt 317,3 Mio EUR. Hierzu zählen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 264,1 Mio EUR sowie Wertpapiere von 53,1 Mio EUR. Diesen Finanzmitteln stehen Finanzverbindlichkeiten von lediglich 17,7 Mio EUR gegenüber.

MITARBEITER

Die durchschnittliche Zahl der Mitarbeiter (umgerechnet in Vollzeitkräfte) des Österreichischen Post Konzerns reduzierte sich im Berichtszeitraum gegenüber dem Vorjahr um 299 Mitarbeiter auf nunmehr 23.912. Der weitaus größte Teil der Konzernmitarbeiter (in Vollzeitkräften) ist in der Österreichischen Post AG beschäftigt (18.403). Insgesamt 5.508 Mitarbeiter (in Vollzeitkräften) arbeiten in den Tochtergesellschaften.

AUSBLICK 2015

Generell ist davon auszugehen, dass sich die Basistrends des Brief- und Logistikmarktes der letzten Jahre auch im Jahr 2015 fortsetzen. Das Geschäftsmodell der Österreichischen Post ist hinsichtlich der Umsatzentwicklung darauf ausgerichtet, Rückgänge im Briefbereich durch Zuwächse im Paketgeschäft zu kompensieren und auf dieser Grundlage Wachstumsraten von durchschnittlich 1–2% p. a. zu erzielen. Auch für das Jahr 2015 wird mit einem Anstieg des Konzernumsatzes in dieser Größenordnung gerechnet.

Grundlage dieser Einschätzung ist eine Fortsetzung der Basistrends in der Volumenentwicklung. Der Briefumsatz wird auch weiterhin von einem kontinuierlichen Mengenrückgang bei adressierten Sendungen aufgrund der elektronischen Substitution geprägt sein. Gemäß internationalen Trends muss im adressierten Briefbereich mit kontinuierlichen Rückgängen von 3–5% p.a. gerechnet werden. Der Markt für adressierte und unadressierte Werbesendungen wird weiterhin eine differenzierte Volumenentwicklung zeigen. Einige Kundensegmente, wie etwa der traditionelle Versandhandel und der stationäre Handel, stehen durch zunehmende Aktivitäten der Online-Händler unter Druck; dies könnte zu einer weiteren Reduktion der Werbeaktivitäten führen. Die Entwicklung im Bereich Paket & Logistik wird ebenfalls von zwei Trends dominiert. Im Privatkundenbereich ist auch weiterhin – je nach

Region – von einem Wachstum von 3–6% auszugehen. Triebfeder dieses Anstiegs ist der stetig wachsende Online-Handel. Im Bereich Business-Paket ist eine positive Entwicklung von einer stabilen Konjunktur- und Wettbewerbssituation abhängig. Aufgrund der gedämpften Konjunkturaussichten sind hier derzeit kaum Impulse zu erwarten. Vor allem im internationalen Paketgeschäft gilt es, die gute Marktposition zu nutzen und daraus resultierende Chancen zu ergreifen.

Um die Effizienz der erbrachten Leistungen weiter zu erhöhen, verfolgt die Österreichische Post ein Maßnahmenprogramm mit dem Ziel einer stetigen Performance-Verbesserung. Sowohl in der Brief- wie auch in der Paketlogistik werden Strukturen und Prozesse optimiert. Auf Basis neuer Sortiertechnologien sollen Kosteneinsparungspotenziale konsequent realisiert werden. Insbesondere in der internationalen Geschäftstätigkeit hat Profitabilität absolute Priorität. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf der Weiterführung des Effizienzsteigerungsprogramms in der trans-o-flex Gruppe, das eine Restrukturierung der Prozess-, Distributions- und Personalstrukturen umfasst. Die Österreichische Post verfolgt auch weiterhin das Ziel einer nachhaltigen EBITDA-Marge um die 12%. Dieses Ziel wird auch für das Gesamtjahr 2015 angestrebt – ebenso wie eine weitere kontinuierliche Verbesserung im Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT).

Der erwirtschaftete operative Cashflow wird auch in Zukunft umsichtig und zielgerichtet für nachhaltige Effizienzsteigerungen, Strukturmaßnahmen und Zukunftsinvestitionen eingesetzt. Die weiteren Investitionen dienen vor allem der Modernisierung, dem Ersatz bestehender Anlagen und Fahrzeuge sowie der Kapazitätserweiterung im Paketgeschäft. Auch 2015 sind daher operative Sachanlageninvestitionen (CAPEX) von 80–90 Mio EUR in Sortiertechnik, Logistik und Kundenlösungen geplant. Darüber hinaus wird mit dem Bau der neuen Unternehmenszentrale im dritten Wiener Gemeindebezirk begonnen, die im Jahr 2017 fertiggestellt werden soll. Mit diesem Neubau wird eine im Besitz der Österreichischen Post befindliche Liegenschaft nach den Grundsätzen der Effizienz und Wertmaximierung entwickelt.

Für das Geschäftsjahr 2014 wird der Vorstand der Österreichischen Post der nächsten Hauptversammlung am 15. April 2015 die Ausschüttung einer Dividende von 1,95 EUR je Aktie vorschlagen. Damit setzt das Unternehmen auf der Grundlage seiner soliden Bilanzstruktur und der erwirtschafteten Cashflows seine attraktive Dividendenpolitik weiter 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.



KENNZAHLEN

Mio EUR	2013	2014	Veränderung		Q4 2013	Q4 2014
			%	Mio EUR		
Umsatzerlöse	2.366,8	2.370,5	0,2%	3,7	632,6	637,9
davon Division Brief, Werbepost & Filialen ¹	1.510,3	1.487,7	-1,5%	-22,6	402,9	402,0
davon Division Paket & Logistik ¹	855,6	882,0	3,1%	26,4	229,4	235,6
davon Corporate/Konsolidierung ¹	0,9	0,8	-11,0%	-0,1	0,3	0,2
Sonstige betriebliche Erträge	69,7	134,4	92,9%	64,8	19,5	84,3
Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen	-753,3	-744,5	-1,2%	-8,8	-196,7	-199,1
Personalaufwand	-1.073,5	-1.109,5	3,4%	36,0	-289,2	-294,1
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-298,6	-317,0	6,2%	18,4	-82,6	-96,8
Ergebnis aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen	-6,6	-0,1	98,3%	6,4	-1,7	1,4
EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen)	304,5	333,8	9,6%	29,3	81,9	133,6
Planmäßige Abschreibungen	-83,5	-84,9	1,7%	1,4	-21,1	-22,2
Wertminderungen	-35,1	-52,0	48,4%	17,0	-6,4	-47,1
EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern)	186,0	196,9	5,9%	10,9	54,4	64,2
davon Brief, Werbepost & Filialen	281,8	270,0	-4,2%	-11,8	73,0	74,5
davon Paket & Logistik	-4,9	-19,5	<-100%	-14,6	9,4	-38,1
davon Corporate/Konsolidierung	-90,9	-53,6	41,1%	37,3	-28,1	27,9
Sonstiges Finanzergebnis	-14,8	-2,8	80,7%	11,9	-12,0	-0,4
EBT (Ergebnis vor Steuern)	171,2	194,0	13,3%	22,8	42,5	63,8
Ertragsteuern	-47,2	-47,2	0,0%	0,0	-23,3	-16,8
Periodenergebnis	124,0	146,8	18,4%	22,8	19,2	47,1
Ergebnis je Aktie (EUR) ²	1,82	2,17	18,9%	0,35	0,28	0,70
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	250,4	232,2	-7,3%	-18,3	78,7	67,6
Investitionen in Sachanlagen (CAPEX)	-96,4	-82,6	-14,3%	13,8	-33,0	-29,6
Free Cashflow vor Akquisitionen und Wertpapieren	153,9	151,7	-1,4%	-2,2	44,7	43,2

¹ Die Darstellung der Umsatzerlöse wurde angepasst, sodass segmentübergreifende Leistungsbeziehungen zwischen Tochtergesellschaften bzw. zwischen Tochtergesellschaften und der Österreichischen Post AG nicht mehr in den Umsatzerlösen mit Dritten (vormals Außenumsatz) gezeigt werden.

² Unverwässertes Ergebnis je Aktie bezogen auf 67.522.638 Stück Aktien

Der Jahresfinanzbericht 2014 ist im Internet unter www.post.at/ir --> Reporting --> Finanzberichte verfügbar.

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, Konzernrevision & Compliance
Tel.: +43 (0) 57767-30400
harald.hagenauer@post.at

Wien, am 12. März 2015

