

ÖSTERREICHISCHE POST

INVESTORENPRÄSENTATION FY 2014

Georg Pölzl/CEO, Walter Oblin/CFO
Wien, 12. März 2015



1. HIGHLIGHTS UND ÜBERBLICK

2. Strategieumsetzung

3. Konzernergebnis 2014

4. Ausblick 2015



HIGHLIGHTS 2014

Marktumfeld bleibt weiterhin herausfordernd

Basistrend der E-Substitution hält an



Stationärer Handel und damit Werbekunden unter Druck



Wachsender Online-Handel fördert Paketmengen



Kaum Konjunkturimpulse und starker Wettbewerb am B2B-Paketmarkt



1 Umsatz

- Leichter Umsatzanstieg um 0,2% auf 2.370,5 Mio EUR
- Briefrückgang durch Paketwachstum kompensiert



2 Ergebnis

- EBIT-Anstieg um 5,9% auf 196,9 Mio EUR
- Ergebnis durch diverse Sondereffekte beeinflusst



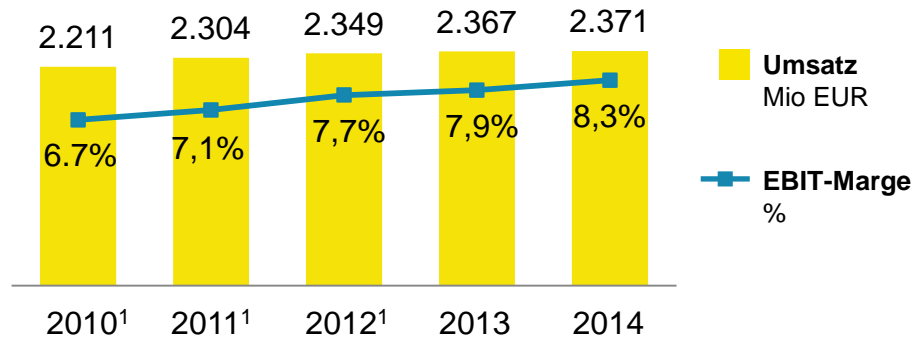
3 Dividende

- Solider Cashflow ermöglicht Investitionen und Dividende
- Vorschlag an die HV: Dividende von 1,95 EUR pro Aktie

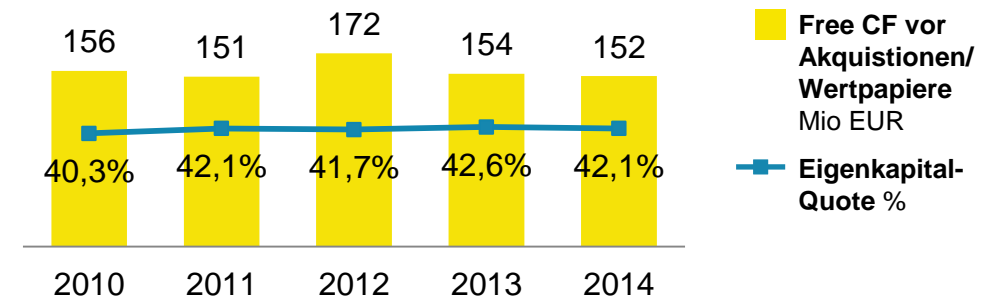


KLARE KAPITALMARKTPositionierung AUCH 2014 BESTÄTIGT

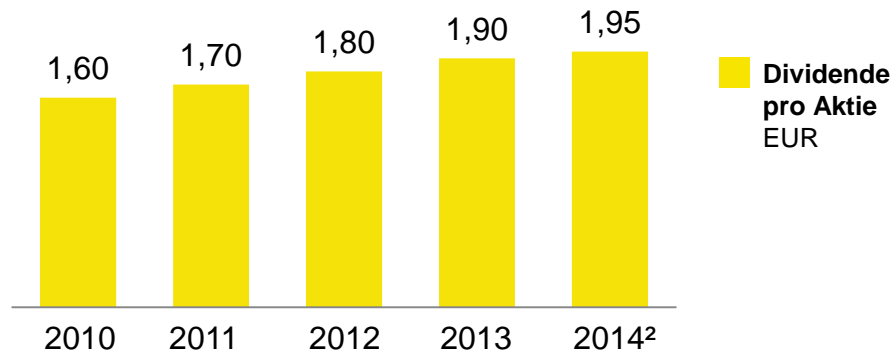
GESCHÄFTSMODELL MIT DEFENSIVEM CHARAKTER



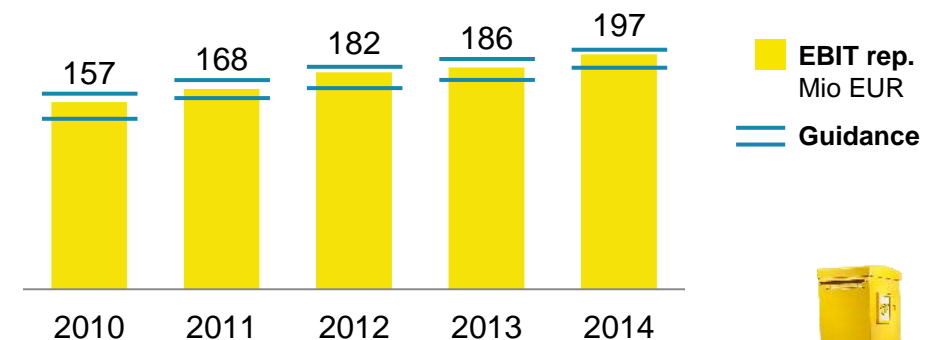
STARKE BILANZ & SOLIDER CASHFLOW



ATTRAKTIVE DIVIDENDENPOLITIK



VERLÄSSLICHKEIT ("PROMISE & DELIVER")



¹ Werte bereinigt um Tochtergesellschaften in Benelux (Verkauf in 2012) und meiller Gruppe (bilanziert nach Equity-Methode seit 2011)

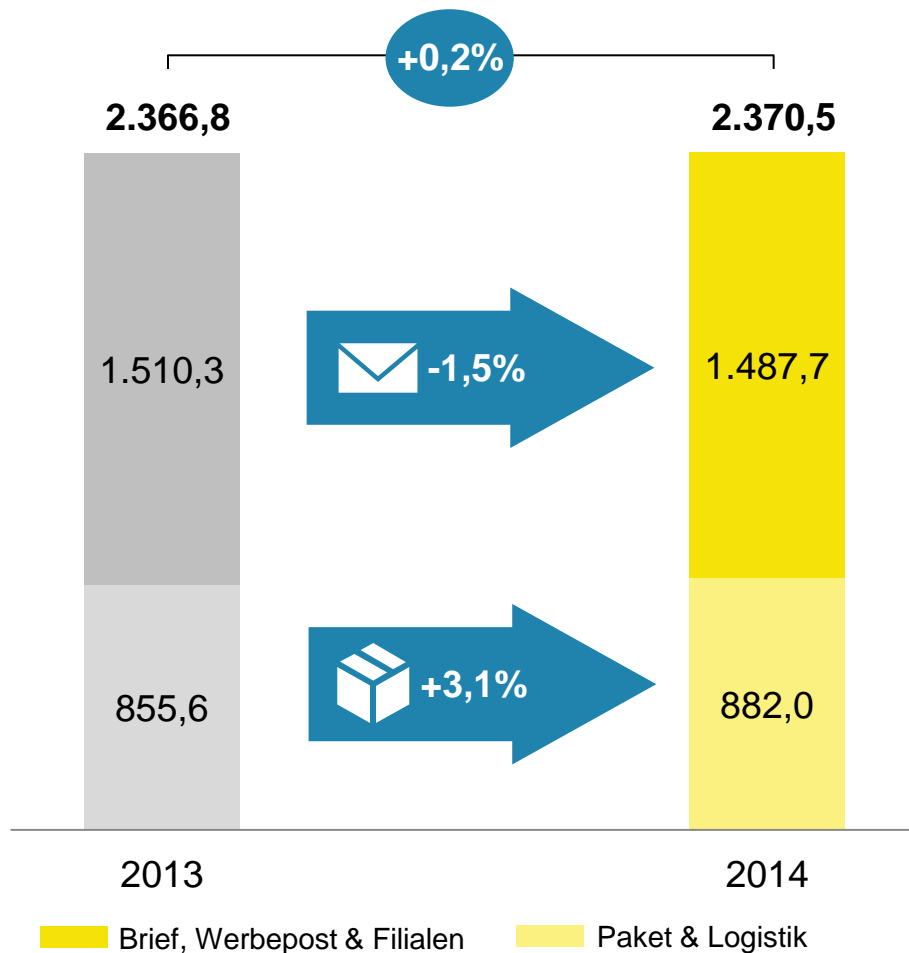
² Vorschlag an die Hauptversammlung am 15. April 2015



LEICHT VERBESSERTER UMSATZ IN 2014

UMSATZENTWICKLUNG

Mio EUR



KONZERN:

- Jahresumsatz mit +0,2% leicht über Niveau des Vorjahres
- Q4 mit etwas stärkerem Wachstum von 0,8%

BRIEF, WERBEPOST & FILIALEN:

- Umsatzrückgang von 1,5% in 2014 durch elektronische Substitution und rückläufige Werbe- und Filialumsätze
- Q4 mit leichtem Rückgang von 0,2%

PAKET & LOGISTIK:

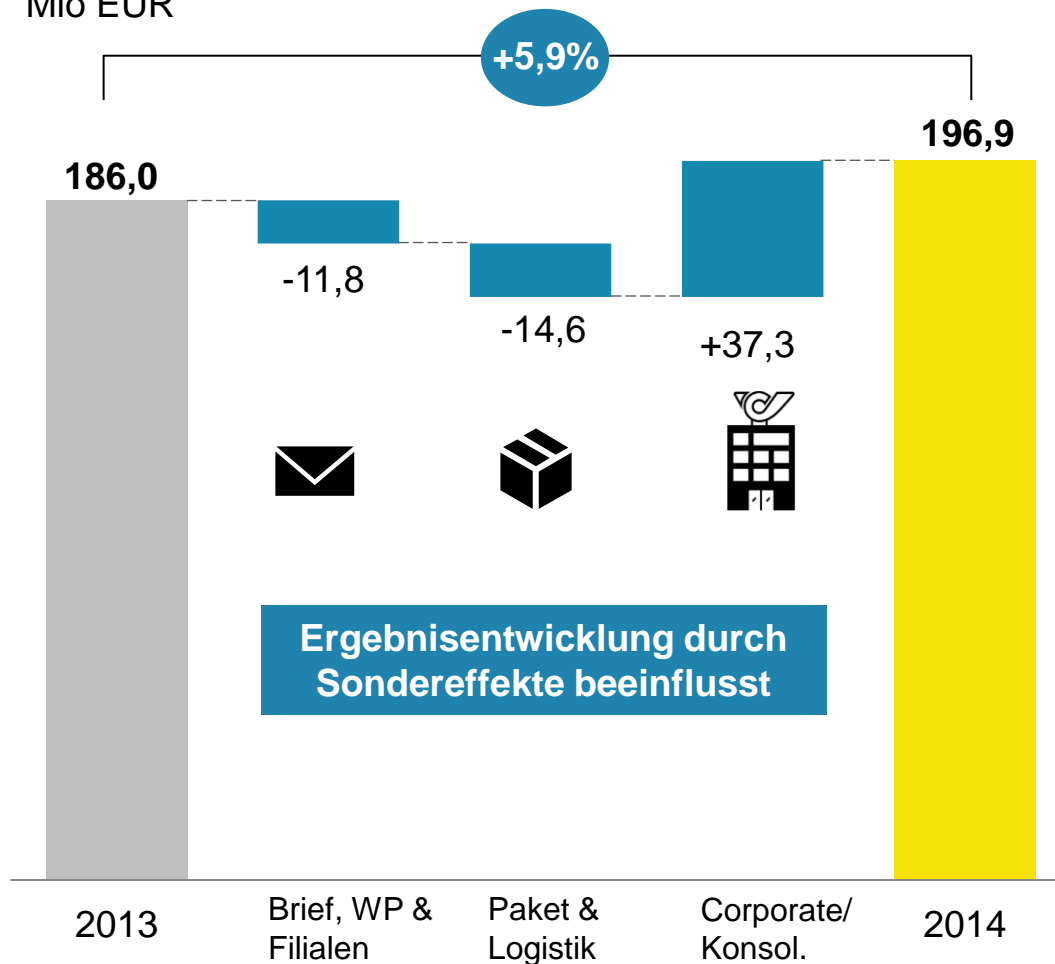
- Umsatzsteigerung von 3,1% als Mix aus Wachstum in Österreich und CEE bei Rückgang in Deutschland
- Solide Entwicklung in Q4 mit +2,7%



VERBESSERTES EBIT-NIVEAU

EBIT-ENTWICKLUNG

Mio EUR



KONZERN:

- Deutliches EBIT-Plus von 5,9%
- Ergebnisentwicklung durch Sondereffekte beeinflusst

BRIEF, WERBEPOST & FILIALEN:

- EBIT-Rückgang von 4,2% in 2014
- Umsatzrückgang und Wertminderungen von Firmenwerten in CEE/SEE

PAKET & LOGISTIK:

- EBIT durch Sondereffekte bei trans-o-flex beeinflusst
- Wertminderung des Firmenwerts sowie div. Wertminderungen und Strukturmaßnahmen von -48,7 Mio EUR (VJ -34,1 Mio EUR)

CORPORATE:

- Positive Entwicklung durch Verkauf der ehemaligen Unternehmenszentrale in Wien (Effekt +62,4 Mio EUR)



1. Highlights und Überblick

2. STRATEGIEUMSETZUNG

3. Konzernergebnis 2014

4. Ausblick 2015



KLARE STRATEGISCHE PRIORITÄTEN

VERTEIDIGUNG DER MARKTFÜHRERSCHAFT IM KERNGESCHÄFT



Weitere Festigung der guten Marktposition



PROFITABLES WACHSTUM IN DEFINIERTEN MÄRKTEN



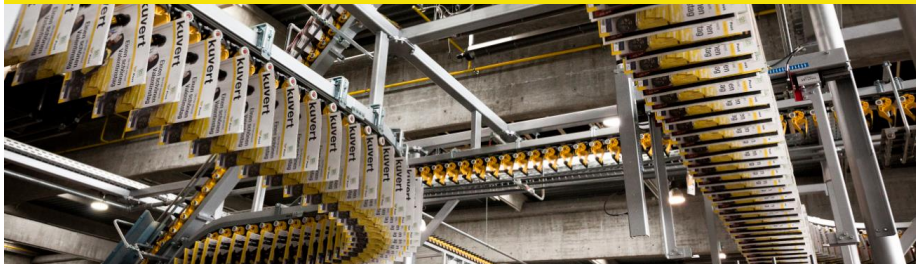
Performance-Steigerung und Nutzung von Marktpotenzialen



EFFIZIENZSTEIGERUNG UND FLEXIBILISIERUNG DER KOSTENSTRUKTUR



Logistikinfrastruktur und Prozessoptimierung



KUNDENORIENTIERUNG UND INNOVATION



Forcierung von Selbstbedienungslösungen und Serviceverbesserungen

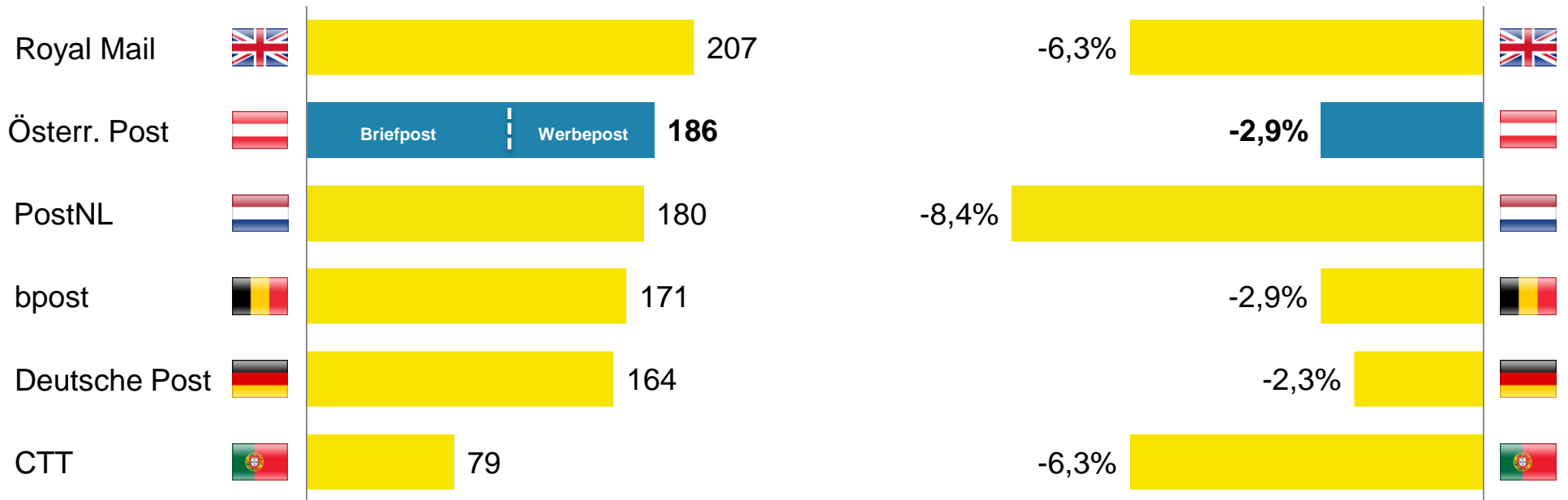




MARKTUMFELD BRIEF IM INTERNATIONALEN VERGLEICH

IM INTERNATIONALEN VERGLEICH MODERATER VOLUMENRÜCKGANG IN ÖSTERREICH

ADRESSIERTES BRIEFVOLUMEN/PERSON 2013 Ø VOLUMENRÜCKGANG (2008-2013 CAGR)



„Wir kämpfen um jeden Brief!“

Quelle: IPC, Unternehmensdaten

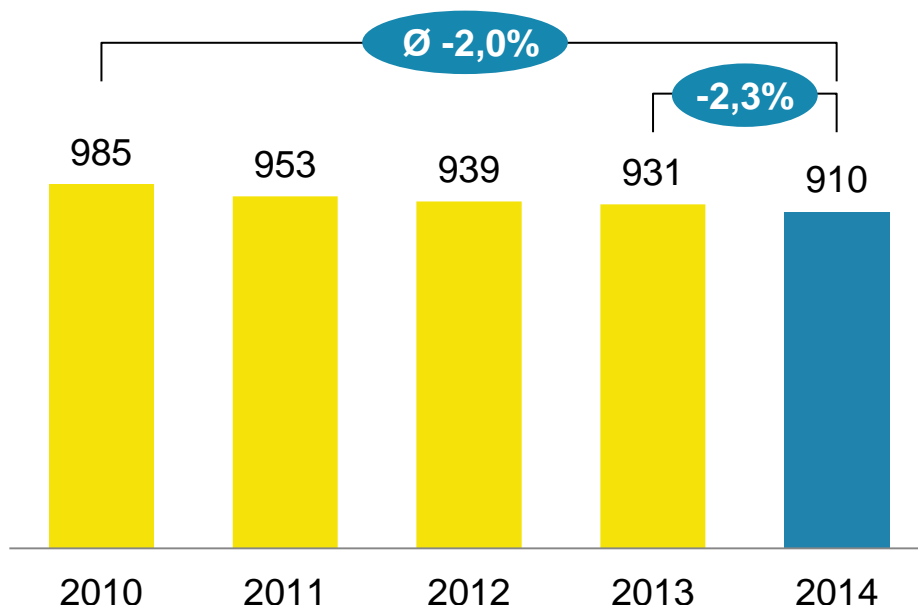




BRIEF-VOLUMENENTWICKLUNG IN ÖSTERREICH

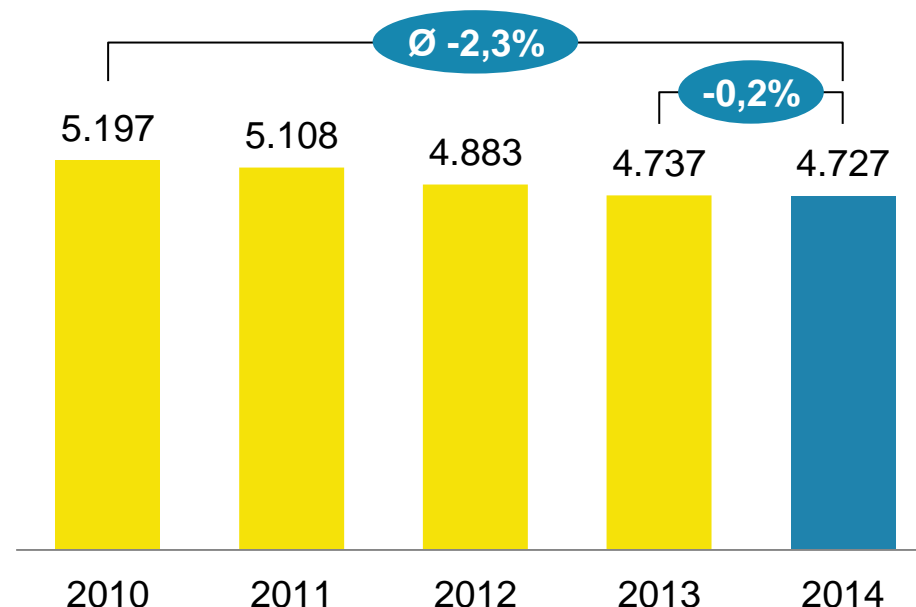
BRIEFPOST (Mio Sendungen)

- Basistrend der elektronischen Substitution bleibt aufrecht
- Positive Effekte durch Wahlen sowohl in 2013 als auch in 2014



WERBE-/MEDIENPOST¹ (Mio Sendungen)

- Volumen 2014 auf dem Niveau des Vorjahres trotz geringerer Wahleffekte
- Leichte Zuwächse im unadressierten Bereich und Rückgänge im adressierten Bereich in 2014



¹ Adressierte und unadressierte Werbe-/Medienpostsendungen



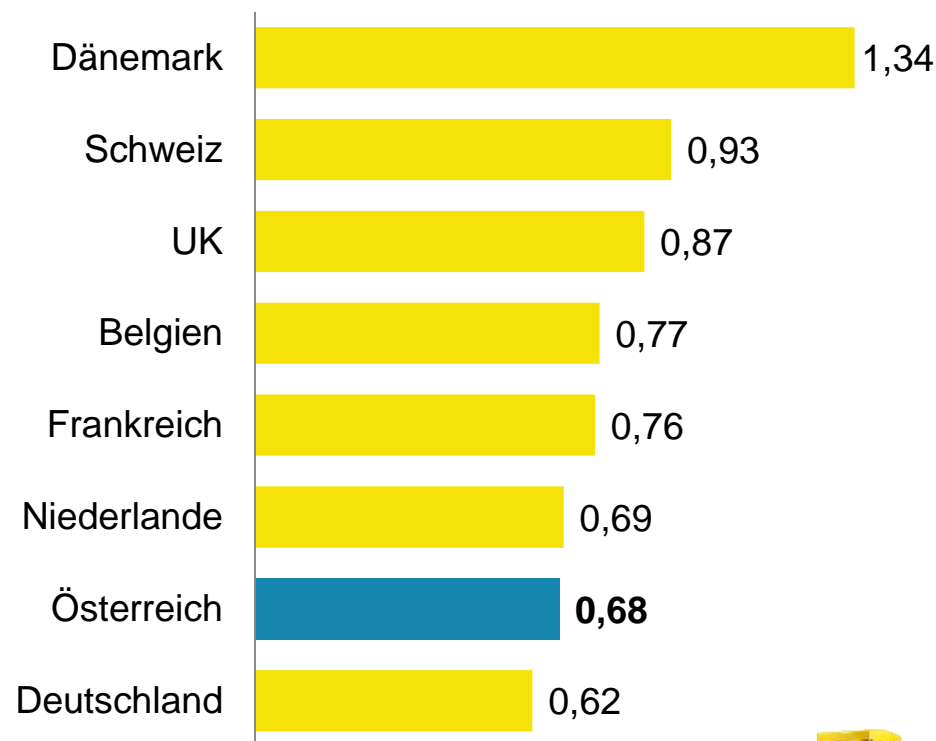
PREISANPASSUNG BEI BRIEFEN IN 2015

INFLATIONSANPASSUNG DER TARIFE IM BRIEFBEREICH PER 1. MÄRZ 2015

- Erste Anpassung der Tarife seit der Produktreform im Jahr 2011
- Erhöhung entspricht der Inflationsrate der vergangenen Jahre
- Standard-Brief von 62 Cent auf 68 Cent, Großbrief von 3,80 EUR auf 4,00 EUR
- Preisanpassung ermöglicht auch in Zukunft Investitionen zur Erhöhung des Kundenkomforts und der Servicequalität



TARIFE STANDARD BRIEF INLAND



Nominalpreis in EUR, Stand: März 2015





POSITIVE UMSATZEFFEKTE DURCH WAHLEN

2013

- Nationalratswahlen
- 4 Landtagswahlen (Kärnten, Niederösterreich, Tirol und Salzburg)
- Volksbefragung Bundesheer und Wien

+14 Mio EUR
Umsatz

2014

- EU-Wahl
- Arbeiterkammerwahlen
- 1 Landtagswahl (Vorarlberg)
- Volksbefragung Mariahilferstraße

+9 Mio EUR
Umsatz

2015

- 4 Landtagswahlen (Wien, Oberösterreich, Steiermark, Burgenland)
- Wirtschaftskammerwahl
- Diverse Gemeinderatswahlen



STÄRKUNG DER DIREKTEN DEMOKRATIE

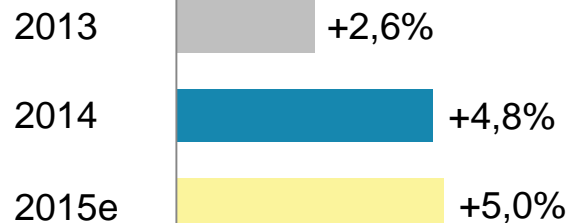
- **Wahlwerbung**
Individuelle Lösungen und maßgeschneiderte Wahlpackages
- **Abstimmung per Brief**
Wahlkartenanteil bei EU-Wahl 2014 bereits bei 15%



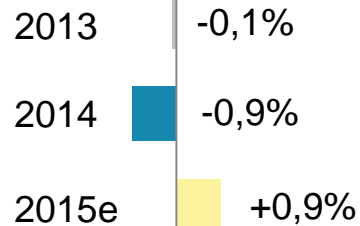
MARKTUMFELD AM HEIMISCHEN PAKETMARKT

VOLUMENENTWICKLUNG GESAMTMARKT

B2C/C2C

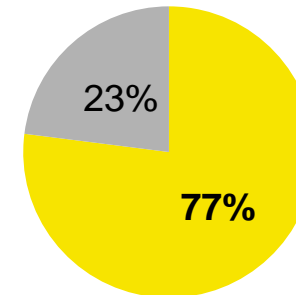


B2B

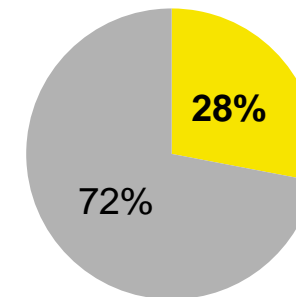


MARKTANTEILE NACH VOLUMEN

B2C/C2C



B2B



■ Österreichische Post
■ Mitbewerber

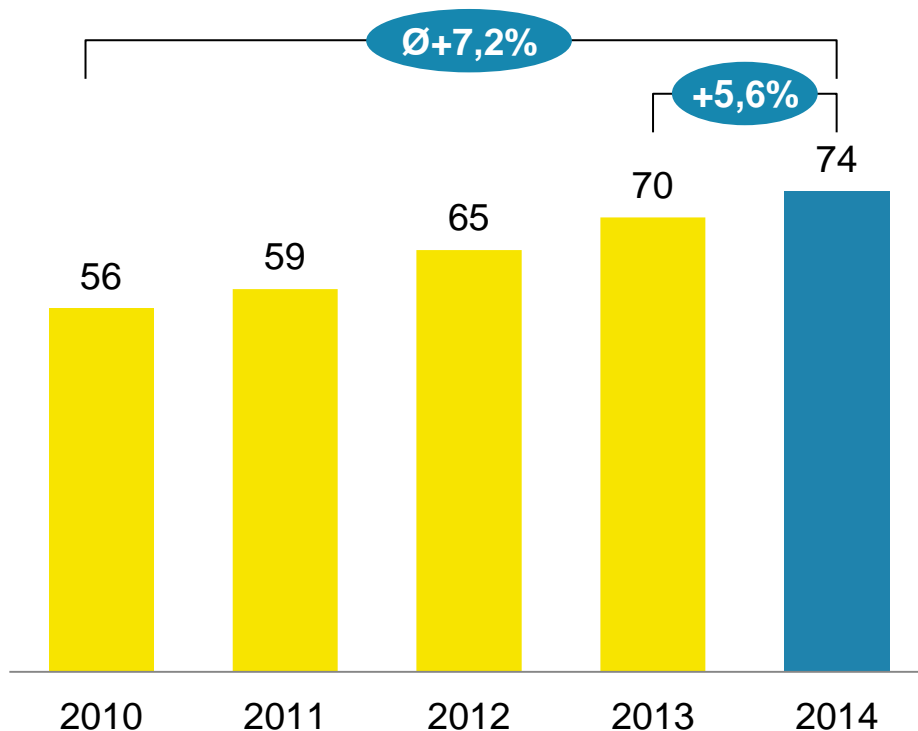
- Stärkeres Volumenwachstum bei Privatkundenpaketen durch Online-Shopping-Trend
- Kaum konjunkturelle Impulse für Paketmarkt im Business-Bereich

- Klare Marktführerschaft im Privatkunden-Bereich
- Kontinuierliche Marktanteilsteigerung bei Business-Kunden von 26% in 2013 auf 28% in 2014



PAKET & LOGISTIK GESCHÄFT IN ÖSTERREICH

PAKETE ÖSTERREICH (Mio Pakete)



Trends und Pilotprojekte

Same Day Delivery
und Abendzustellung

Ausbau einer
österreichweiten
Next Day Zustellung

Lebensmittellogistik

E-Commerce
Fulfillment





WACHSTUM IN DEFINIERTEN MÄRKTEN

INTERNATIONALE PAKET- UND BRIEF-BETEILIGUNGEN



PAKETGESCHÄFT

- Deutliche Umsatzsteigerungen und erhöhte Profitabilität in CEE/SEE; stärkere Fokussierung auf Privatkundengeschäft
- Wettbewerbsintensives Marktumfeld in Deutschland



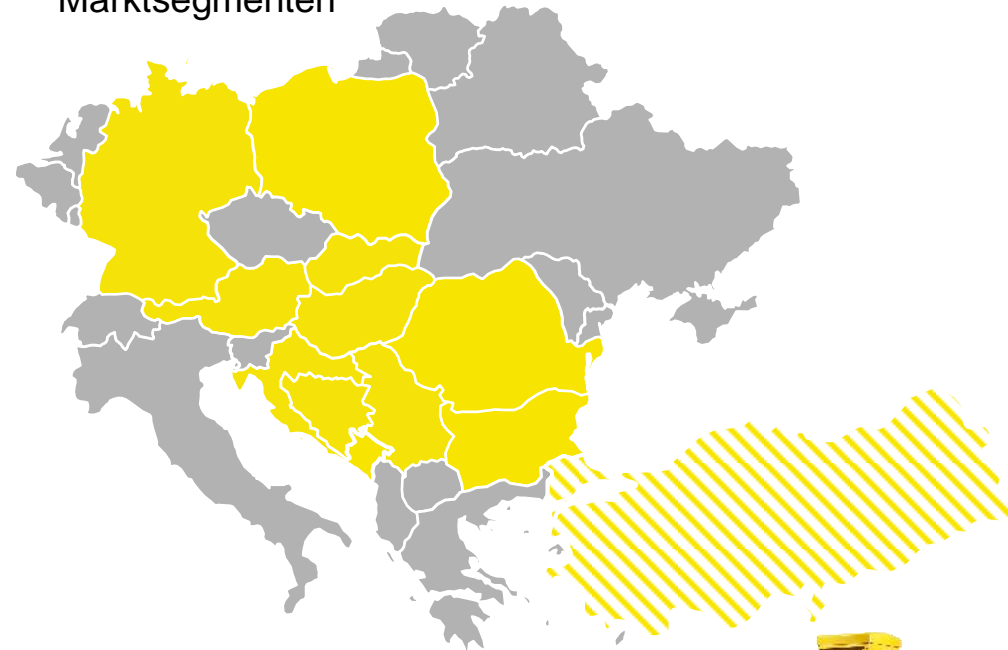
BRIEFGESCHÄFT

- Schwieriges Marktumfeld – weiterhin Screening und Fokussierung
- Verkaufsprozess der Brief-Beteiligung in Ungarn gestartet

Ziel: Fokus auf Wachstumfelder im Bereich Paket & Logistik

WACHSTUMSMÄRKTE MIT ZUKUNFTSPOTENZIALEN

- Paket-Beteiligungen in 9 und Brief-Beteiligungen in 8 Ländern
- Führende Marktpositionen in relevanten Marktsegmenten

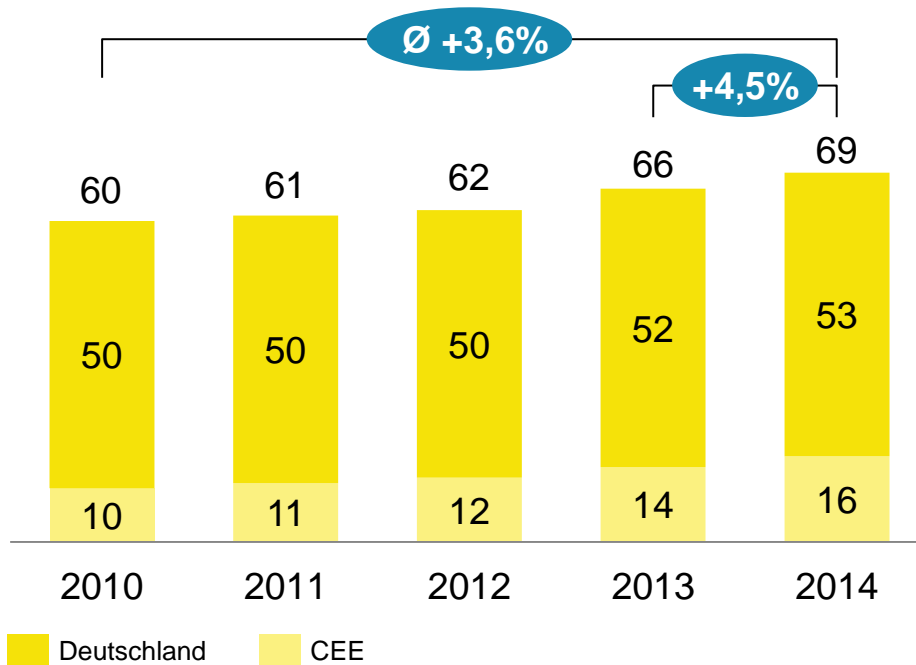




VOLUMENENTWICKLUNG IM PAKETGESCHÄFT INTERNATIONAL

PAKETE INTERNATIONAL (Mio Sendungen)¹

- Weiterhin Fokus auf qualitatives Wachstum in Deutschland
- Positive Mengenentwicklung in CEE/SEE



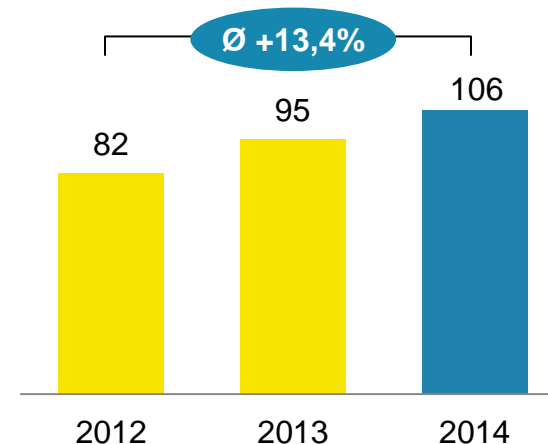
¹ Absatz exkl. Türkei (Anteil an Aras Kargo at-equity bilanziert)

STRATEGISCHE BETEILIGUNG TÜRKEI

- 25% Beteiligung am zweitgrößten türkischen Paketdienstleister
- Option auf weitere 50% in 2016
- Unterstützung durch Österreichische Post im Bereich Prozessplanung, techn. Umsetzung und Ausrichtung auf Kundenbedürfnisse



(Mio Pakete/Dokumente)





DEUTSCHLAND: EFFIZIENZSTEIGERUNG UND PHARMA-FOKUS

KONSEQUENTE UMSETZUNG DES EFFIZIENZSTEIGERUNGSPROGRAMMS

- Reorganisation der Organisationsstruktur und der Logistikprozesse
- Insourcing von Distributionsgesellschaften: rund 50% der Zustellung nun im Eigenbetrieb



Ziel: Einfachere Steuerung und Optimierung der operativen Kosten der letzten Meile

FOKUS AUF DIE NICHE PHARMA: TRANS-O-FLEX AMBIENT UND AEP DIREKT

trans-o-flex ambient: Temperaturgeführte Arzneimitteltransporte seit Oktober 2014 flächendeckend in ganz Deutschland



AEP direkt im deutschen Pharma-Großhandel aktiv (44%-Beteiligung)

- Start im Oktober 2013 und bereits rund 100 Mio EUR Umsatz in 2014
- Belieferung von über 9% der Apotheken

Laufende Temperaturüberwachung – nunmehr für Kunden auch online verfügbar



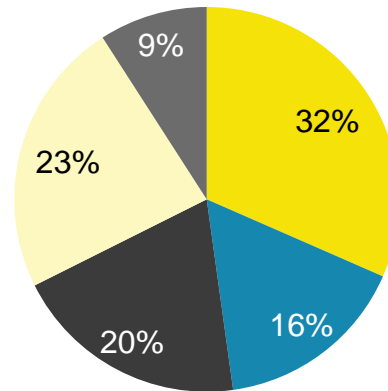
KONSEQUENTES INVESTITIONSPROGRAMM

ZUKUNFTSINVESTITIONEN ZUR EFFIZIENZSTEIGERUNG UND KUNDENORIENTIERUNG

Sortiertechnologien



CAPEX 2014:
82,6 Mio EUR



Ersatzinvestitionen im Fuhrpark



Filialnetz und SB-Zonen



Kapazitätserweiterung

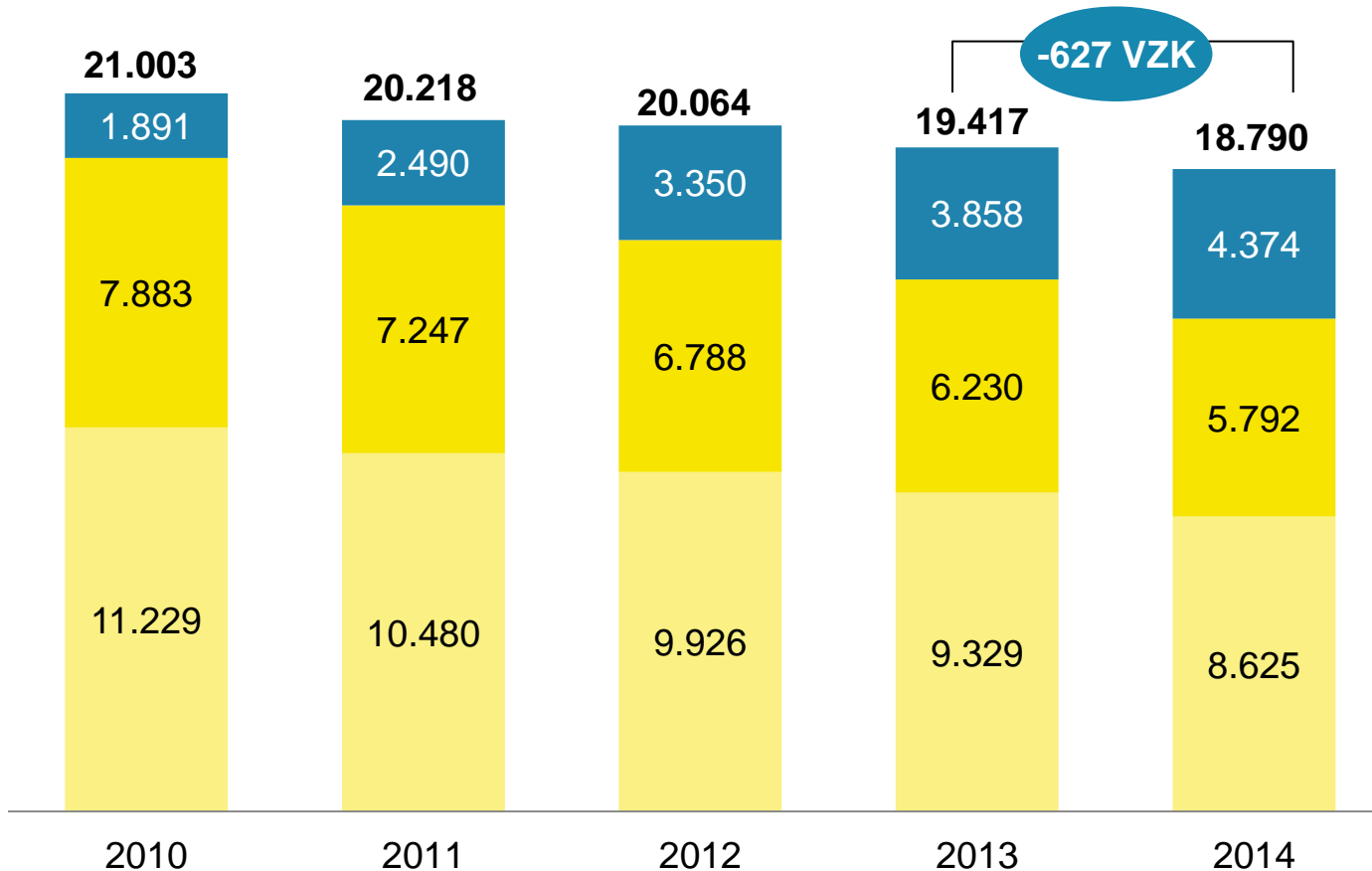


- Technische Anlagen und Maschinen, Anlagen in Bau
- Grundstücke und Gebäude
- Fuhrpark
- Geschäftsausstattung/ Hardware, Filialnetz
- Immaterielle Vermögensgegenstände



OPTIMIERUNG DER KOSTENSTRUKTUR

VOLLZEITKRÄFTE IM KERNGESCHÄFT IN ÖSTERREICH (Periodendurchschnitt)



Veränderung 2014:

- 705 Beamte
- 438 KV alt
- + 516 KV neu
- = **-627 Mitarbeiter**

- Neuer Kollektivvertrag seit 2009
- Alter Kollektivvertrag
- Beamte

Angepasste Darstellung 2010-2013: Verschmelzung der PDG mit der Post AG

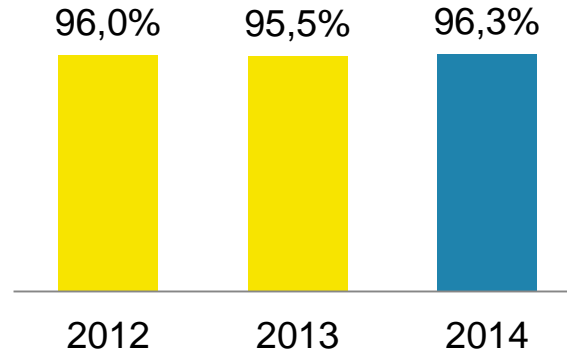




HOHE QUALITÄTSSTANDARDS FÜHREN ZU HOHER KUNDENZUFRIEDENHEIT

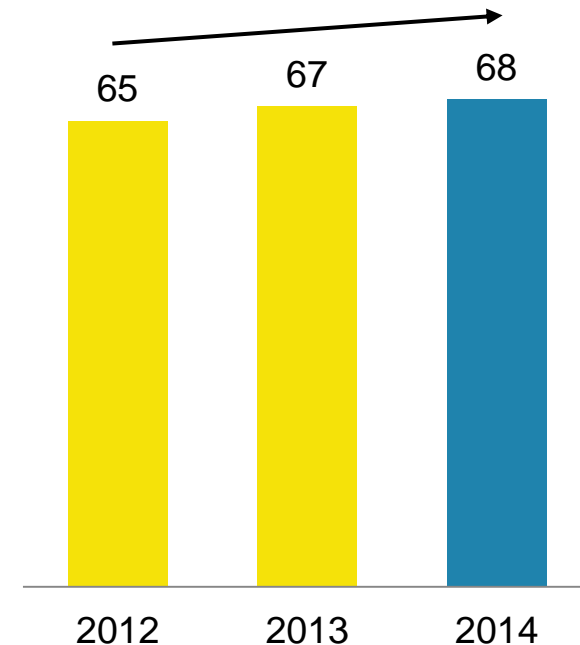
E+1 LAUFZEITQUOTE BRIEF

Gesetzliche Vorgabe:
Zustellung 95% aller
Briefe am nächsten
Werktag



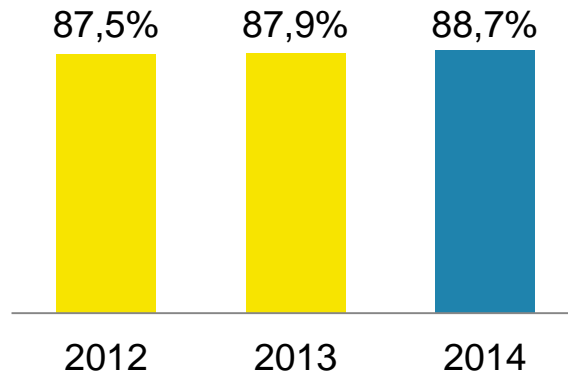
KUNDENZUFRIEDENHEIT

“Customer Satisfaction Index” der
Österreichischen Post,
quartalsweise Erhebung
(N=1.000)



ERSTZUSTELLQUOTE PAKET

**Erfolgreiche Zustellung
beim ersten Versuch**
Wichtiger Faktor für
Kundenzufriedenheit und
Zustellungskosten





KUNDENORIENTIERUNG UND INNOVATION

LAUFENDER ROLL-OUT INNOVATIVER 24/7-SELF-SERVICE-LÖSUNGEN

Frankierautomat & Versandbox



260 SB-Zonen
Ziel 2015: 300

Abholstationen



126 Abholstationen
Ziel 2015: 200

Empfangsboxen



8.415 Empfangsboxen
Ziel 2015: 11.000



INNOVATIVE KUNDENLÖSUNGEN AUCH ONLINE

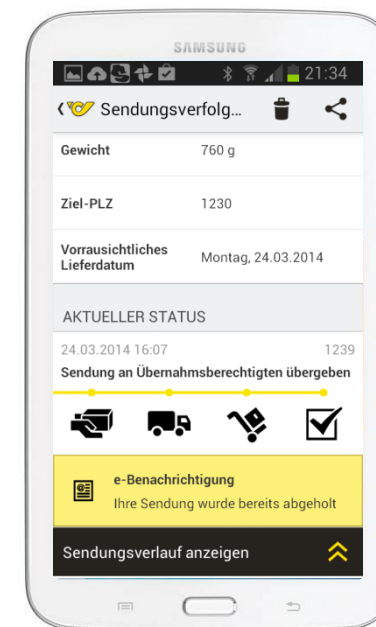
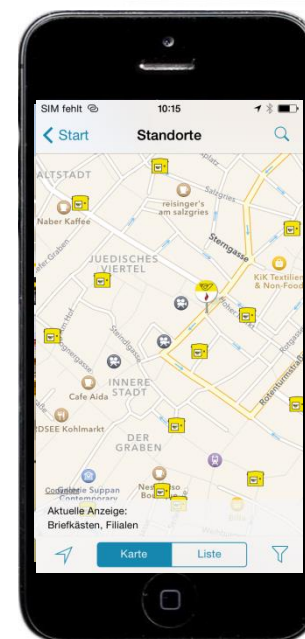
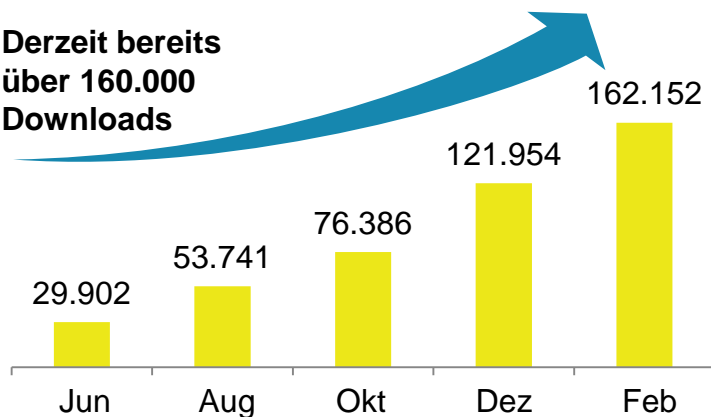
MOBILE 24/7 POST-DIENSTLEISTUNGEN

POST APP

- E-Benachrichtigung („Gelber Zettel“) über Post App
- Umleitung von Paketen in eine Filiale oder Abholstation, zum Wunschnachbar oder die Abstellung zu Hause
- Servicefunktionen wie Sendungsverfolgung, Sendungsvorschlag und -speicherung, Filial-, Briefkasten-, PLZ-Finder, Tarifrrechner

App-Downloads pro Monat kumuliert

Derzeit bereits
über 160.000
Downloads



1. Highlights und Überblick

2. Strategieumsetzung

3. KONZERNERGEBNIS 2014

4. Ausblick 2015



FINANZKENNZAHLEN 2014 IM ÜBERBLICK

	2013	2014	
Umsatz (Mio EUR)	2.366,8	2.370,5	Umsatz leicht über dem Vorjahresniveau (+0,2%)
EBITDA-Marge	12,9%	14,1%	EBITDA-Marge von 14,1% stark von Sondereffekten geprägt
EBIT-Marge	7,9%	8,3%	Weiterhin hohe Profitabilität
Ergebnis/Aktie (EUR)	1,82	2,17	Ergebnis pro Aktie über dem Vorjahr
Cashflow (Mio EUR)	153,9	151,7	Solider Free Cashflow vor Akquisitionen/ Wertpapieren
Eigenkapitalquote	42,6%	42,1%	Konservative Bilanzstruktur mit geringem Verschuldungsgrad



WESENTLICHE ERGEBNISEFFEKTE 2014

Sondereffekte		Ergebniseffekt
LIEGENSCHAFTEN	Verkauf der ehem. Unternehmenszentrale in Wien (Postgasse)	+62,4 Mio EUR
TRANS-O-FLEX GRUPPE DEUTSCHLAND	Wertminderung des Firmenwerts der trans-o-flex Gruppe	-38,9 Mio EUR
	Wertminderungen von Forderungen sowie Strukturmaßnahmen in Zusammenhang mit der Übernahme von Distributionsgesellschaften	-9,8 Mio EUR
BRIEF-BETEILIGUNGEN IN CEE/SEE	Wertminderung des Firmenwerts der Brief-Beteiligung PostMaster in Polen	-9,7 Mio EUR
PERSONALAUFWAND	Parameteranpassungen für verzinsliche Rückstellungen (Diskontierungszinssatz, Gehaltssteigerungen und Fluktuationsabschläge)	-22,5 Mio EUR

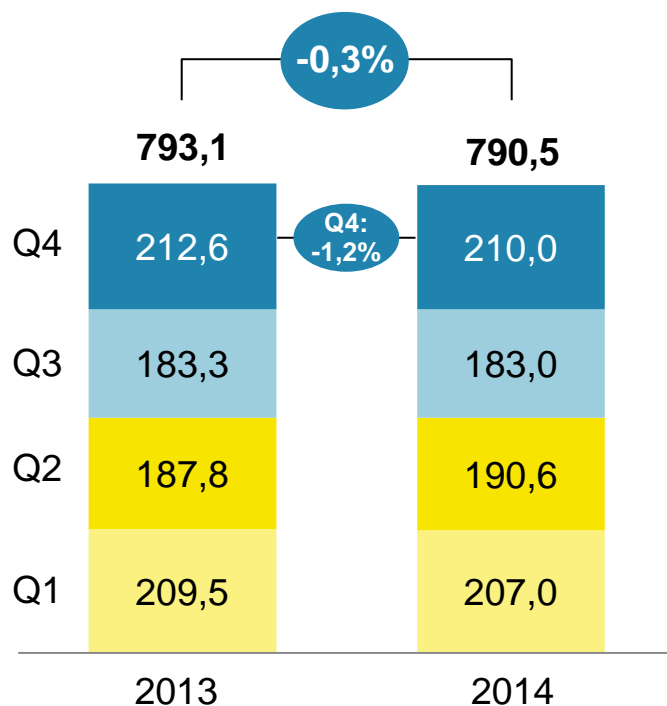
KENNZAHLEN DER GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Mio EUR			Veränderung					
	2013	2014	%	abs.	Q4 2013	Q4 2014		
Umsatzerlöse	2.366,8	2.370,5	0,2%	3,7	632,6	637,9	▶ Verkauf der ehemaligen Unternehmenszentrale mit positivem Effekt von 62,4 Mio EUR	
Sonstige betriebliche Erträge	69,7	134,4	92,9%	64,8	19,5	84,3		
Materialaufwand/bez. 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		▶ Parameteranpassungen für verzinsliche Personalrückstellungen in Höhe von -22,5 Mio EUR
Sonstige Aufwendungen	-298,6	-317,0	6,2%	18,4	-82,6	-96,8		
Equity-Ergebnis	-6,6	-0,1	98,3%	6,4	-1,7	1,4		
EBITDA	304,5	333,8	9,6%	29,3	81,9	133,6		
<i>EBITDA-Marge</i>	12,9%	14,1%	–	–	13,0%	20,9%		
Abschreibungen	-118,5	-136,9	15,5%	18,4	-27,5	-69,3	▶ Wertminderungen für Firmenwerte trans-o-flex und PostMaster Polen	
EBIT	186,0	196,9	5,9%	10,9	54,4	64,2		
<i>EBIT-Marge</i>	7,9%	8,3%	–	–	8,6%	10,1%		
Sonstiges Finanzergebnis	-14,8	-2,8	80,7%	11,9	-12,0	-0,4	▶ Finanzergebnis im Vorjahr durch Wertminderungen von Darlehen gegenüber der MEILLERGHP belastet (-10,6 Mio EUR)	
Ertragssteuern	-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		

DIVISION BRIEF, WERBEPOST & FILIALEN: UMSATZENTWICKLUNG 2014

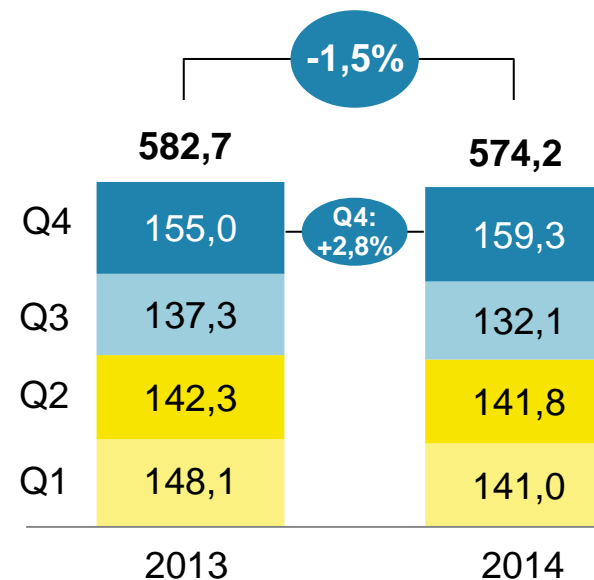
BRIEFPOST & MAIL SOLUTIONS (Mio EUR)

- Basistrend der E-Substitution hält weiter an; Rückgänge etwa im Kundensegment Banken
- Wachstum im Bereich Mail Solutions (+3,9 Mio EUR)



WERBE-/MEDIENPOST (Mio EUR)

- Druck des Online-Handels auf den stationären Handel und den traditionellen Versandhandel weiter spürbar
- Geringere Wahleffekte als im Vorjahr (v.a. Q3)
- Q4 mit Zuwächsen im Bereich Medienpost



Anmerkung: Änderung der Darstellung der Umsatzerlöse in der Segmentberichterstattung



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

Mio EUR	Veränderung						
	2013 ¹	2014	%	abs.	Q4 2013 ¹	Q4 2014	
Umsatzerlöse	1.510,3	1.487,7	-1,5%	-22,6	402,9	402,0	▶ Solide Umsatzentwicklung mit leichtem Rückgang
• Briefpost & Mail-Solutions	793,1	790,5	-0,3%	-2,7	212,6	210,0	
• Werbepost	441,8	431,0	-2,5%	-10,8	117,6	117,9	
• Medienpost	140,9	143,2	1,7%	2,3	37,4	41,4	
• Filialdienstleistungen	134,4	123,0	-8,5%	-11,4	35,3	32,7	▶ Umsatzrückgänge bei Telekommunikationsprodukten und Finanzdienstleistungen
Gesamtumsatz ²	1.585,4	1.567,1	-1,2%	-18,3	423,5	424,4	
Equity-Ergebnis	-6,7	1,1	>100%	7,8	-2,4	1,1	
EBITDA	320,7	311,0	-3,0%	-9,7	87,0	87,7	
<i>EBITDA-Marge³</i>	20,2%	19,8%	–	–	20,6%	20,7%	
Abschreibung	-38,8	-41,0	5,5%	2,1	-14,0	-13,3	▶ Wertminderungen von Firmenwerten um 4,3 Mio EUR höher als im Vorjahr
EBIT	281,8	270,0	-4,2%	-11,8	73,0	74,5	
<i>EBIT-Marge³</i>	17,8%	17,2%	–	–	17,2%	17,5%	

¹ Änderung der Darstellung der Umsatzerlöse in der Segmentberichterstattung

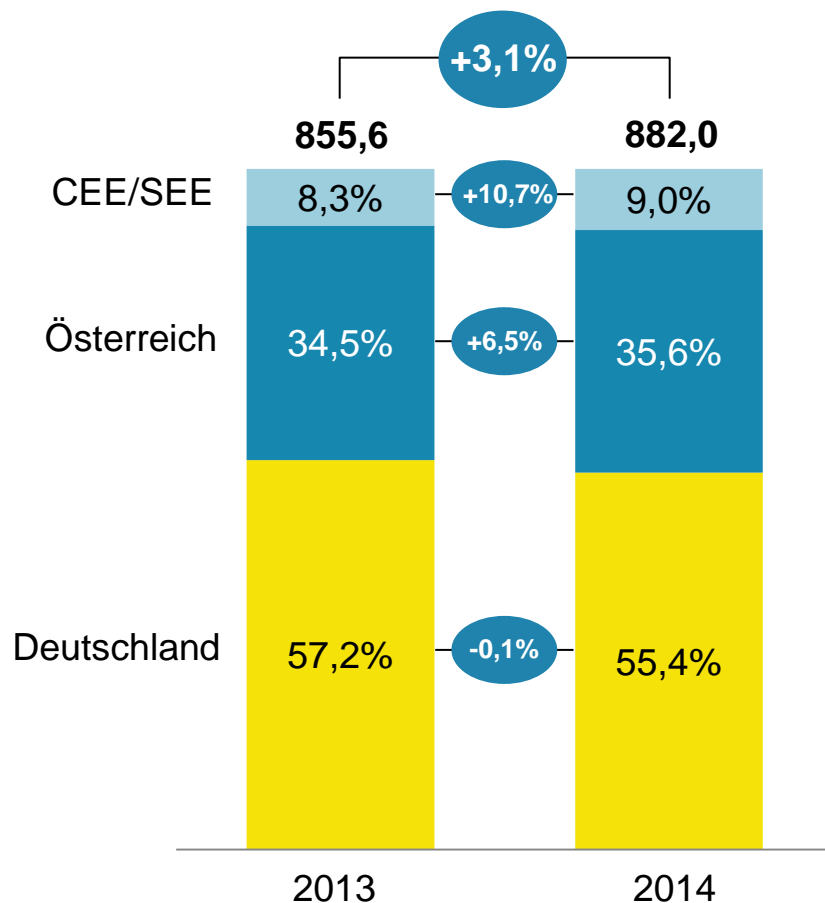
² Inkl. Umsatzerlöse mit anderen Segmenten

³ EBIT-Marge, EBITDA-Marge: In Bezug auf Gesamtumsatz



DIVISION PAKET & LOGISTIK: UMSATZENTWICKLUNG 2014

UMSATZ (Mio EUR), **REGIONALMIX** (%)



SÜDOST-/OSTEUROPA: +10,7%

- Starkes Umsatzwachstum und weitere Produktivitätssteigerung
- Gute Entwicklung in Slowakei und Kroatien

ÖSTERREICH: +6,5%

- Solides Wachstum durch Online-Shopping und neue Logistiklösungen
- Neukunden im Bereich Logistik Services

DEUTSCHLAND: -0,1%

- Kompetitives Marktumfeld und starker Preisdruck
- Fokus auf Umsatzsicherung und Logistikeffizienz

Anmerkung: Änderung der Darstellung der Umsatzerlöse in der Segmentberichterstattung



DIVISION PAKET & LOGISTIK: KENNZAHLEN DER GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Mio EUR	Veränderung						
	2013 ¹	2014	%	abs.	Q4 2013 ¹	Q4 2014	
Umsatzerlöse	855,6	882,0	3,1%	26,4	229,4	235,6	▶ Umsatzsteigerung von 3,1% in 2014
• Premium	643,0	658,4	2,4%	15,5	169,4	172,2	
• Standard	181,4	188,2	3,8%	6,9	51,5	54,0	
• Sonstige Leistungen	31,3	35,3	13,0%	4,1	8,5	9,4	
Gesamtumsatz ²	865,0	890,8	3,0%	25,8	231,8	237,9	▶ EBITDA enthält Wertminderungen von Forderungen sowie Strukturmaßnahmen in Höhe von 9,8 Mio EUR (VJ: 7,1 Mio EUR)
Equity-Ergebnis	1,8	2,0	11,4%	0,2	1,4	0,9	
EBITDA	42,8	41,4	-3,2%	-1,4	14,8	7,2	▶ Wertminderung des Firmenwerts der trans-o-flex Gruppe von 38,9 Mio EUR (VJ: 27,0 Mio EUR)
<i>EBITDA -Marge³</i>	4,9%	4,6%	—	—	6,4%	3,0%	
Abschreibung	-47,7	-60,9	27,7%	13,2	-5,4	-45,3	
EBIT	-4,9	-19,5	<-100%	-14,6	9,4	-38,1	

EBIT bereinigt von 29,2 Mio EUR (Marge 3,4%)
vor Wertminderungen (Forderungen/Firmenwerte) sowie Strukturmaßnahmen in Zusammenhang mit Distributionsgesellschaften

¹ Änderung der Darstellung der Umsatzerlöse in der Segmentberichterstattung

² Inkl. Umsatzerlöse mit anderen Segmenten

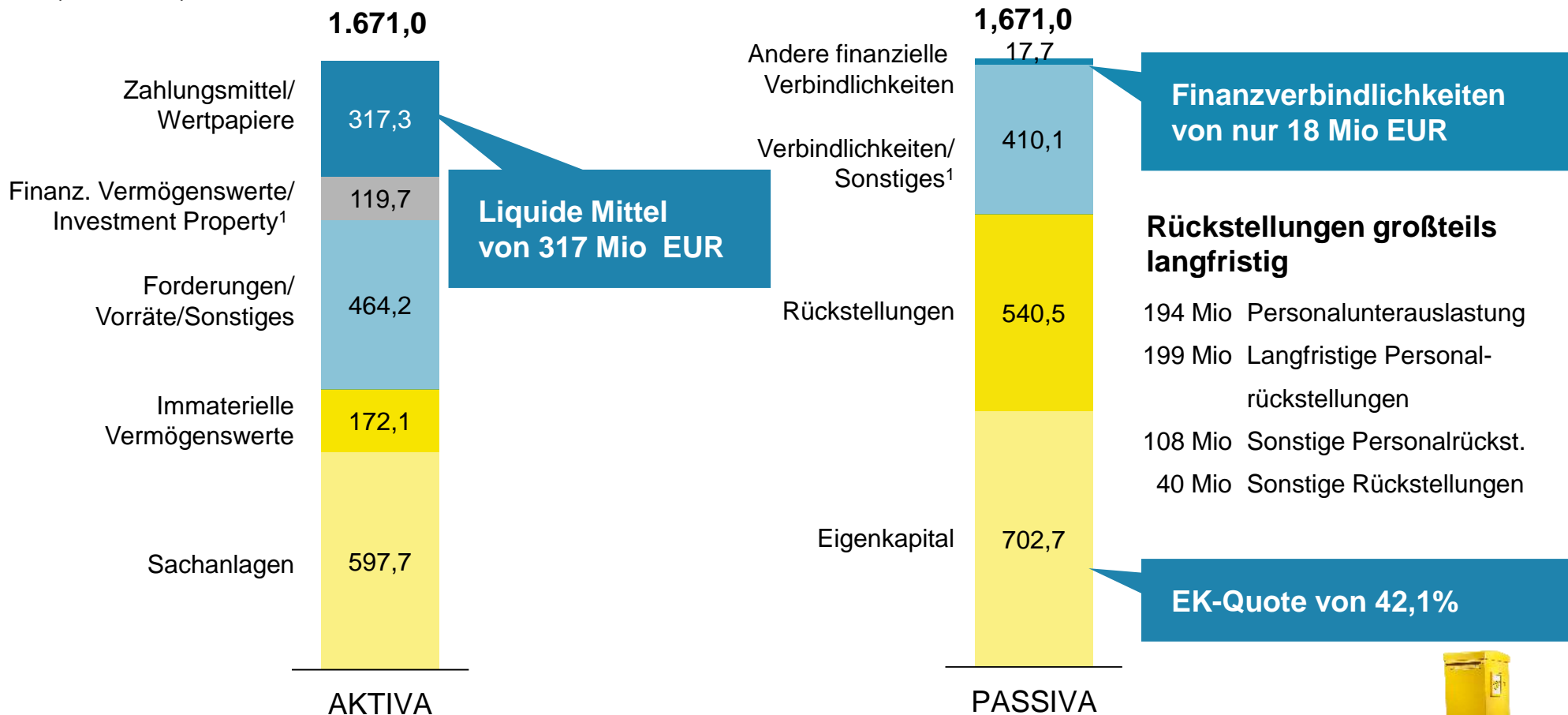
³ EBITDA-Marge: In Bezug auf Gesamtumsatz



SOLIDE BILANZSTRUKTUR

BILANZ PER 31.12.2014

(Mio EUR)



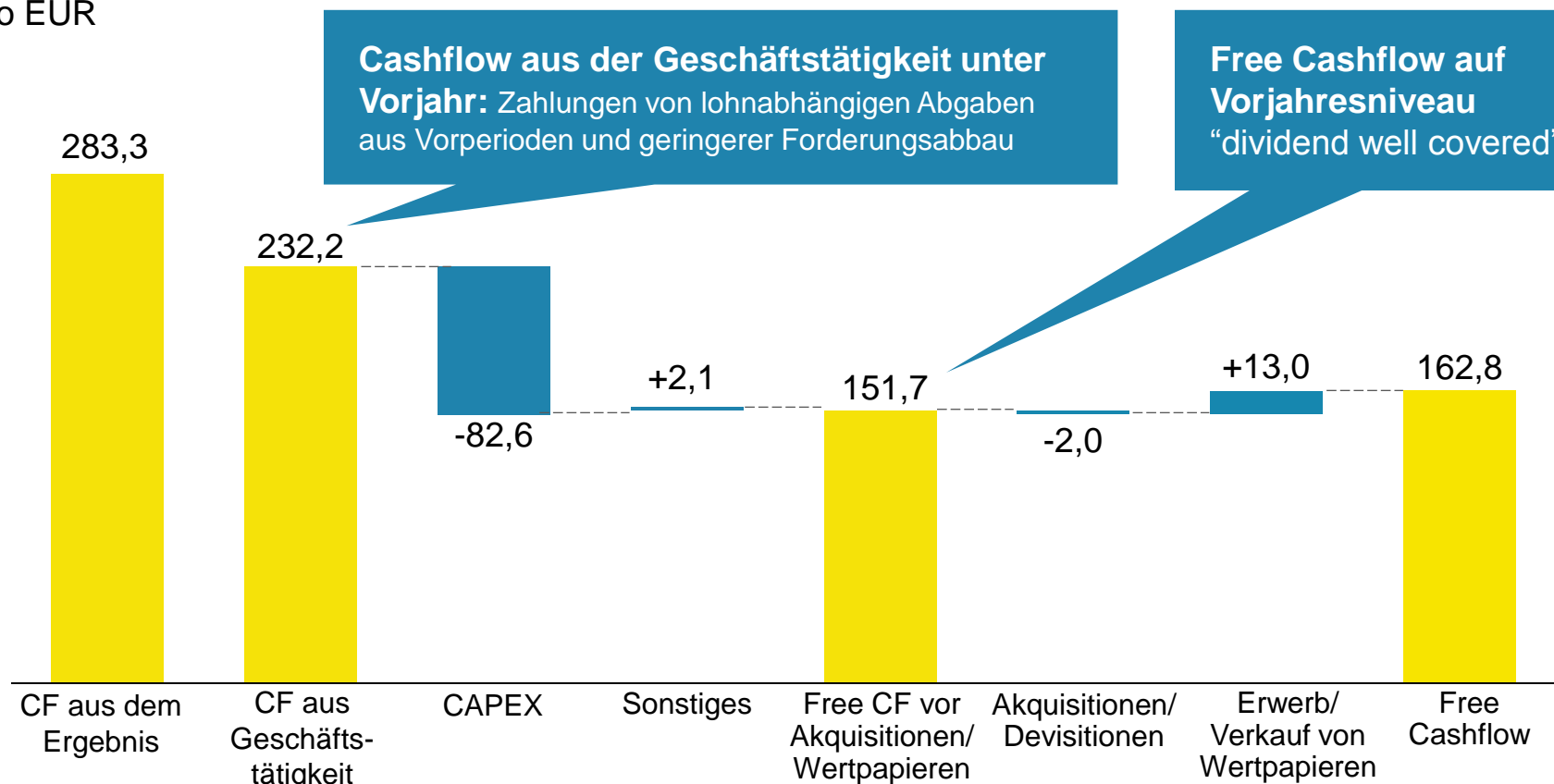
¹ Inklusiv zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte bzw. Schulden in Höhe von jeweils 0,6 Mio EUR.



ROBUSTER CASHFLOW

CASHFLOW-ENTWICKLUNG

Mio EUR



¹ Angepasste Darstellung



AKTUELLE IMMOBILIENPROJEKTE

ENTWICKLUNG DES IMMOBILIENBESTANDES NACH GRUNDSÄTZEN DER EFFIZIENZ UND WERTSTEIGERUNG

Alte Unternehmenszentrale: Postgasse 1010



- Verkauf an Soravia Gruppe im Dezember 2014
- Geringer Buchwert zum Zeitpunkt des Verkaufs
- Positiver Ergebniseffekt von 62,4 Mio EUR
- Zahlungseingang im Jahr 2015

**Reinvestition des Verkaufserlös
in neue Unternehmenszentrale**



Neue Unternehmenszentrale: Rochusmarkt 1030

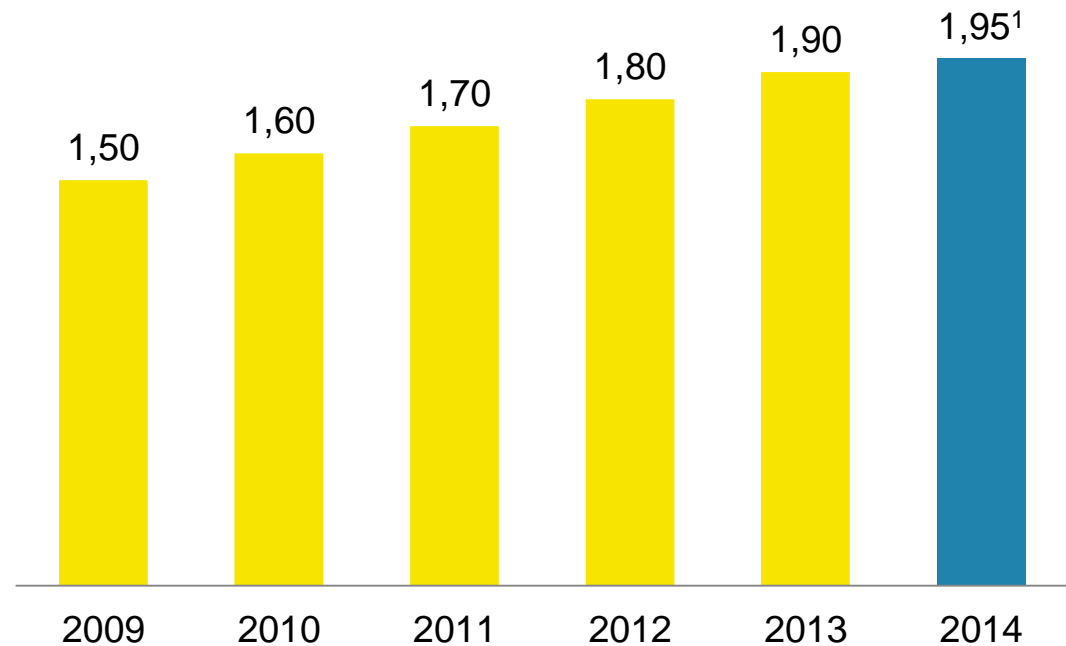


- Bestehendes Gebäude mit 10.000m² Nutzfläche
- Wertsteigerung von ca. 20 Mio EUR durch neue Gebäudewidmung auf ca. 49.000m², davon ca. 5.000m² zu Vermietung
- Baubeginn 2015, Fertigstellung 2017
- Investment im höheren zweistelligen Mio-Bereich

DIVIDENDENPOLITIK

ATTRAKTIVE DIVIDENDENPOLITIK BLEIBT ERHALTEN

- Dividendenvorschlag an Hauptversammlung:
1,95 EUR/Aktie
- Dividendenrendite per 31.12.2014:
4,8%
- Dividendenpolitik: Ausschüttung von
zumindest 75% des Nettoergebnisses
- Dividende soll sich mit dem
Konzernergebnis weiterentwickeln



¹ Vorschlag an die Hauptversammlung am 15. April 2015



1. Highlights und Überblick

2. Strategieumsetzung

3. Konzernergebnis 2014

4. AUSBLICK 2015



AUSBLICK 2015

Marktumfeld

- Weiterhin Rückgang des Briefvolumens durch elektronische Substitution; internationale Trends bei adressierten Briefen von minus 3-5%
- Differenzierte Volumenentwicklung bei Werbesendungen (Druck auf stationären Handel und Versandhandel)
- Wachstum bei Privat-Paketkunden je nach Region zwischen 3-6%, schwache Konjunktur bringt kaum positive Impulse im Business-Bereich

Umsatz

- Wachstumsrate von 1-2% p.a. durchschnittlich
- Anstieg des Konzernumsatzes auch in 2015 in dieser Größenordnung

Kosten & Investitionen

- Stetige Investitionen, Effizienzsteigerungen und Strukturverbesserungen
- Operatives CAPEX in 2015 von 80-90 Mio EUR
- Bau einer neuen Unternehmenszentrale (Fertigstellung 2017)

Ergebnis

- Mittelfristiges Ziel einer nachhaltigen EBITDA-Marge um die 12% gilt auch für 2015
- Kontinuierliche Verbesserung im EBIT wird angestrebt



KONTAKT

Österreichische Post AG

Investor Relations

Haidingergasse 1, 1030 Wien

Website: www.post.at/ir

E-Mail: investor@post.at

Telefon: +43 57767-30401

Fax: +43 57767-30409

Finanzkalender 2015

12.3.2015

Jahresergebnis 2014

15.4.2015

Hauptversammlung 2015

29.4.2015

Dividendenzahltag

7.5.2015

Zwischenbericht 1. Quartal 2015

6.8.2015

Halbjahresfinanzbericht 2015

12.11.2015

Zwischenbericht 1.-3. Quartal 2015

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 unbekannt 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.



ABHOLSTATION

HIER KÖNNEN SIE SENDUNGEN
VON 0 BIS 24 UHR SELBST ABHOLEN.

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



ANNA MAY WERBUNGSPHOTOGRAPHIE
DER GROSSE ATLAS



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