

# ÖSTERREICHISCHE POST

## 1. HALBJAHR 2014

### INVESTORENPRÄSENTATION

Georg Pölzl/CEO, Walter Oblin/CFO  
Wien, 14. August 2014

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







# 1. Highlights und Überblick

2. Konzernergebnis H1 2014

3. Ausblick 2014



# HIGHLIGHTS H1 2014

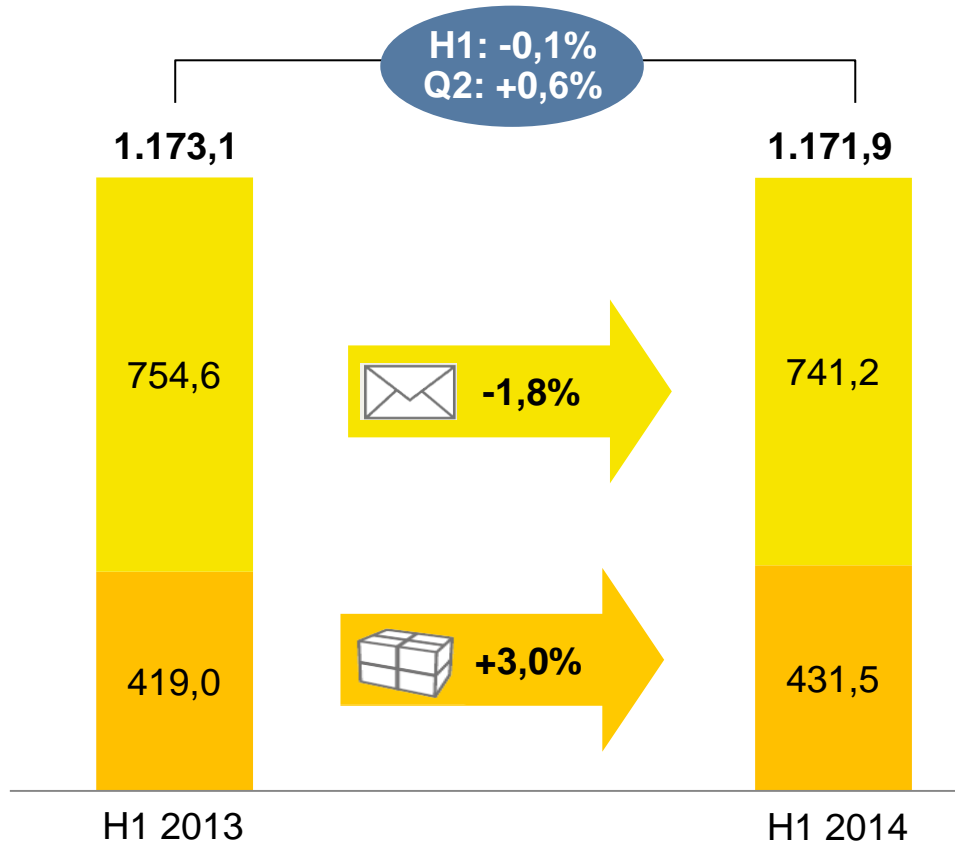
<b>1 Umsatz</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stabile Entwicklung des Konzernumsatzes (H1 -0,1%, Q2 +0,6%)</li> <li>▪ Briefumsatz leicht rückläufig – Trends der E-Substitution und der rückläufigen Werbemengen halten an</li> <li>▪ Paketgeschäft weiterhin mit solidem Wachstum</li> </ul>
<b>2 Ergebnis</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Konsequente Effizienzsteigerung und Kostenoptimierungen</li> <li>▪ Anstieg sowohl bei EBITDA als auch EBIT</li> </ul>
<b>3 Cashflow und Bilanz</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cashflow weiterhin auf solidem Niveau</li> <li>▪ Hoher Cash-Bestand und geringe Finanzverbindlichkeiten</li> </ul>
<b>4 Ausblick</b>		<p>Ausblick für 2014 bestätigt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stabile Umsatzentwicklung bei herausforderndem Marktumfeld</li> <li>▪ EBIT-Verbesserung 2014 wird angestrebt</li> </ul>



# STABILER KONZERN-UMSATZ IN H1 2014

## Umsatzentwicklung<sup>1</sup>

Mio EUR



■ Brief, Werbepost & Filialen   ■ Paket & Logistik

1) Gesamtumsatz enthält Corporate/Konsolidierung (H1 2013: -0,5 Mio EUR / H1 2014: -0,8 Mio EUR)

## Konzern-Umsatz

Leichter Rückgang in H1 von 0,1%;  
Umsatzplus von 0,6% in Q2 2014



### Brief, Werbepost & Filialen

Umsatzrückgang von 1,8% in H1 und 0,4% in Q2: positive Umsatzeffekte durch EU-Wahl in Q2 2014



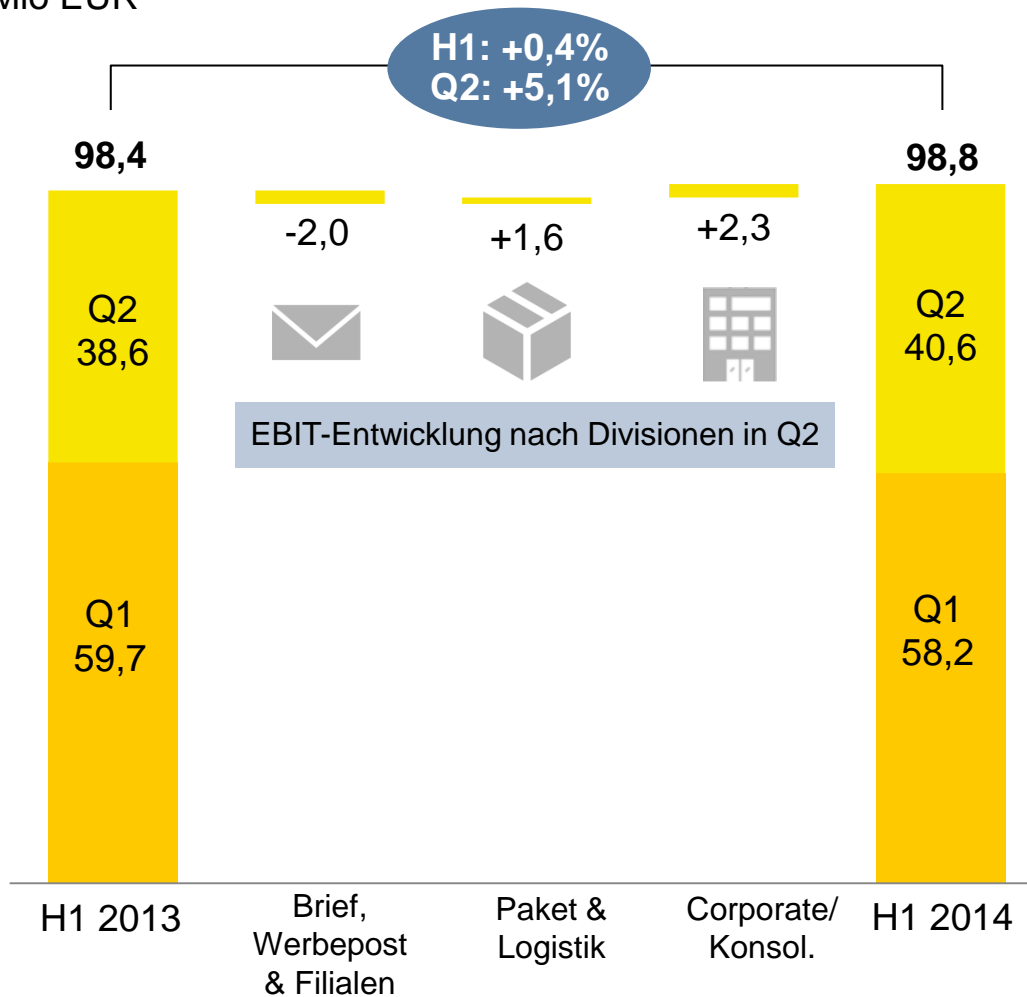
### Paket & Logistik

Weitere Umsatzsteigerung von 3,0% in H1 und 2,3% in Q2: Wachstum in Österreich und CEE



# VERBESSERTES EBIT-NIVEAU

## EBIT-Entwicklung Mio EUR



## Konzern-EBIT:

Anstieg um 0,4% auf 98,8 Mio EUR in H1 2014 und 5,1% in Q2 2014

- 
**Brief, Werbepost & Filialen**  
 Verminderter Umsatz führt zu leichtem EBIT-Rückgang
- 
**Paket & Logistik**  
 Ergebnisverbesserungen in Österreich und CEE
- 
**Corporate**  
 EBIT-Steigerung durch geringeren Rückstellungsbedarf für Unterauslastung



# KLARE STRATEGISCHE PRIORITÄTEN 2014

## 1 VERTEIDIGUNG DER MARKTFÜHRERSCHAFT IM KERNGESCHÄFT

Weitere Festigung der guten Marktposition



## 2 PROFITABLES WACHSTUM IN DEFINIERTEN MÄRKTEN

Performance-Steigerung und Nutzung von Marktpotenzialen



## 3 EFFIZIENZSTEIGERUNG UND FLEXIBILISIERUNG DER KOSTENSTRUKTUR

Investitionen in Logistikinfrasturktur und Prozessoptimierungen



## 4 KUNDENORIENTIERUNG UND INNOVATION

Forcierung von Selbstbedienungslösungen und Serviceverbesserungen



# 1. KERNGESCHÄFT: TRENDS UND ENTWICKLUNGEN

## Trends

## Maßnahmen und Initiativen

### Briefpost



- + Positive Umsatzeffekte durch Wahlen
- E-Substitution des klassischen Briefs hält an

- **Österreichische Post forciert Briefwahl**
  - EU-Briefwahlbeteiligung: 15% der abgegebenen Stimmen
  - +43% mehr Wahlkarten als EU-Wahl 2009
- **Vertriebsinitiative für mittelständische Unternehmen**

### Werbung



- + KUVERT im Markt etabliert
- Druck des Onlinehandels auf den stationären Handel

- **Produktinnovationen für Großkunden**
  - Reichweitenforcierung durch KUVERT
  - Individualisierte Werbung durch Profiling
- **Probierval.at für Privatkunden**
- **Business APP für Business-Kunden**

### Paket



- + Wachstum durch Online-Shopping
- Wettbewerb und Preisdruck

- **Neue Zustellmodelle im Test**
  - Same-Day Delivery und Abendzustellung
  - Flächendeckendes Angebot an Lebensmittellogistik
- **Kunden-Interaktion für individuelle Zustelllösungen**



# 2. ZUKUNFTSMÄRKTE: TRENDS UND ENTWICKLUNGEN

## Trends

## Maßnahmen und Initiativen

### Deutschland



- + Wachstumschancen im Pharma-Markt
- Starker Wettbewerb und Preisdruck

- **Fortsetzung Strukturmaßnahmen bei trans-o-flex**
  - Weitere Übernahme von Distributionsgesellschaften
  - Bereits 40% der Transporte in direkter Verantwortung
- **Kapazitätsausbau Arzneimitteltransport**
  - GDP-konformes<sup>1</sup> nationales Netz ab Oktober 2014

### CEE



- + Solides Wirtschaftswachstum
- Herausforderndes Marktumfeld v.a. im Briefbereich

- **Paket: Steigerung von Umsatz und Profitabilität**
  - Infrastrukturinvestitionen und Effizienzsteigerung
  - Konsequenter Ausbau des 2C-Anteils (Privatkunden)
- **Brief: Screening und Fokussierung**

### Türkei



- + Wachstumsmarkt und Online-Shopping-Trend
- Unsicheres Marktumfeld und hohe Inflation

- **Stetiges Wachstum des Paketvolumens (>10%)**
- **Strategie- und Integrationsprozess auf Kurs**
- **Fokus auf Kostenkontrolle und Ergebnisqualität**
  - Schwerpunkt Transport, Filialen und Personalkosten

1) GDP = EU-Richtlinie „Good Distribution Practice“ für den Transport von Arzneimitteln





# 3.

## EFFIZIENZSTEIGERUNG UND OPTIMIERUNG DER KOSTENSTRUKTUR

**CAPEX-Investitionen von ca. 90-100 Mio EUR in 2014**

Neues Logistikzentrum in Oberösterreich/ Allhaming



Innovative Sortiertechnologien und Maschinen

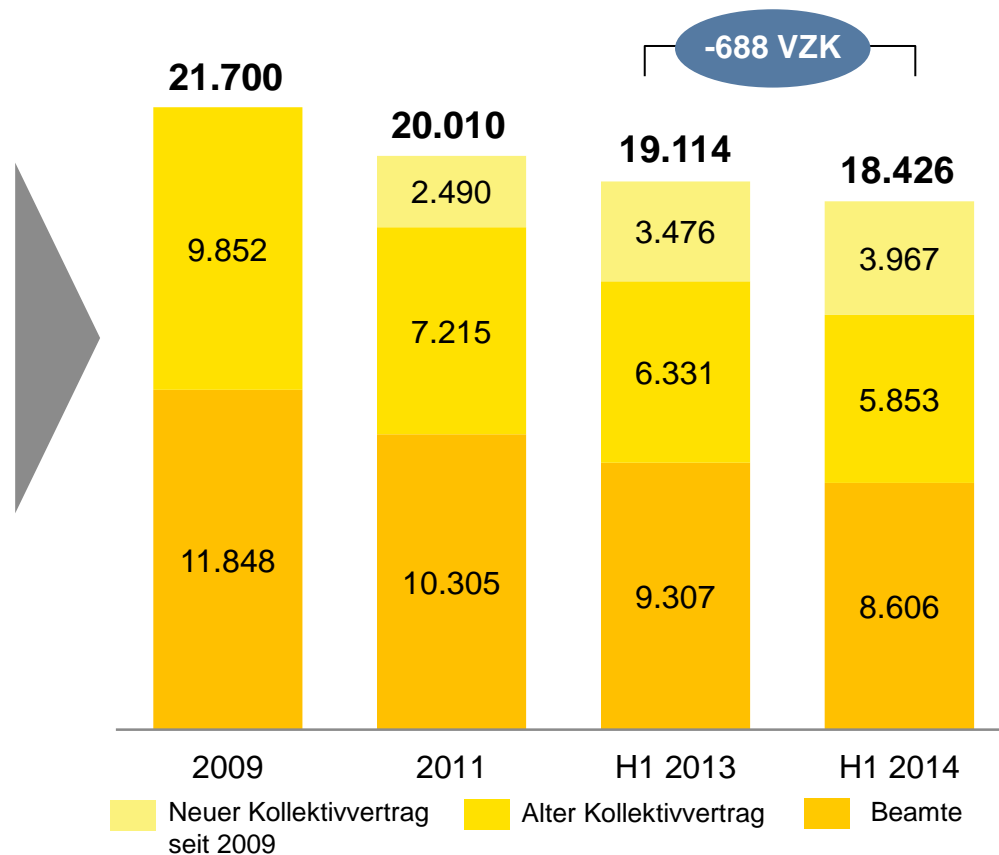


Neue Kundenlösungen



**Optimierung der Personalstruktur: 22% der Mitarbeiter im neuen Kollektivvertrag**

Vollzeitkräfte (VZK) im Kerngeschäft in Österreich



# 4. KUNDENORIENTIERUNG UND INNOVATION

## Laufender Roll-out neuer 24/7-Lösungen



Der „Gelbe Zettel“ wird mobil!

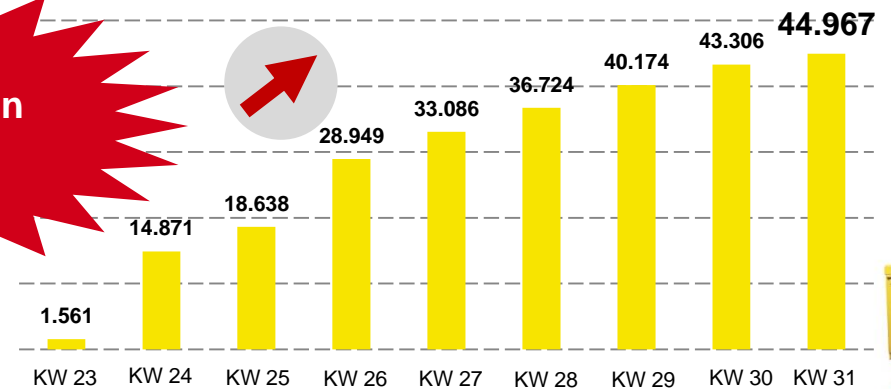
Seit Juni 2014

- Sendungsverfolgung
- Standortsuche
- Gelber Zettel mobil
- Tarifrechner
- Erhältlich für Apple und Android



**40.000 Downloads in den ersten 40 Tagen**

App-Downloads pro Woche kumuliert



1. Highlights und Überblick

**2. Konzernergebnis H1 2014**

3. Ausblick 2014



# FINANZKENNZAHLEN H1 2014 IM ÜBERBLICK

	H1 2013	H1 2014	
<b>1 Umsatz</b> (Mio EUR)	1.173,1	1.171,9	Stabile Umsatzentwicklung (-0,1%) auf Basis einer starken Vergleichsperiode des Vorjahres
<b>2 EBITDA-Marge</b>	11,9%	12,4%	EBITDA-Marge von 12,4% spiegelt hohe Kostendisziplin wider
<b>3 EBIT-Marge</b>	8,4%	8,4%	Stabil hohe Profitabilität auf operativer Basis
<b>4 Ergebnis/Aktie</b> (EUR)	1,12	1,08	Ergebnis pro Aktie leicht unter Vorjahr
<b>5 Cashflow</b> (Mio EUR)	107,3	95,9	Solider Cashflow aus der Geschäftstätigkeit
<b>6 Eigenkapitalquote</b>	41,0%	41,1%	Solide Bilanzstruktur mit geringem Verschuldungsgrad



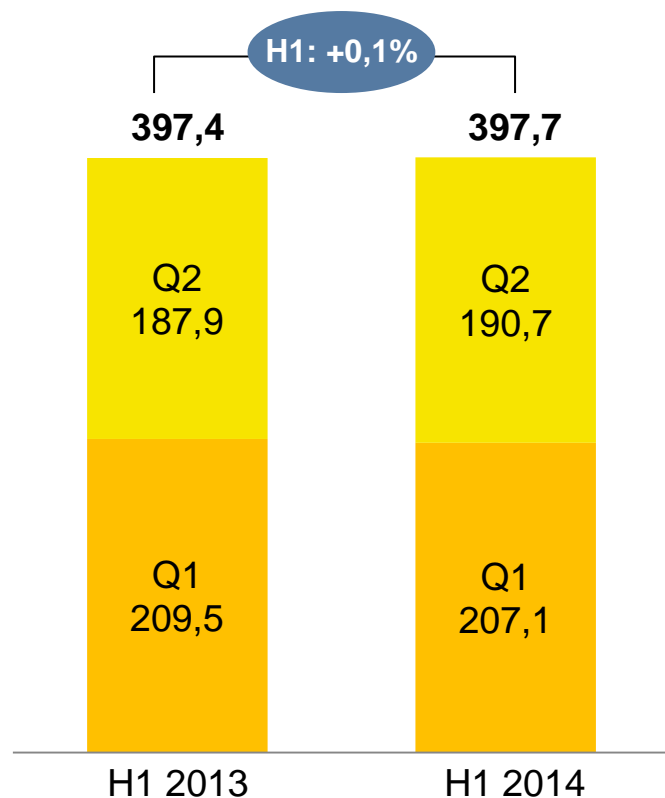
# KENNZAHLEN DER GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Mio EUR	Veränderung						
	H1 2013	H1 2014	%	abs.	Q2 2013	Q2 2014	
<b>Umsatzerlöse</b>	1.173,1	<b>1.171,9</b>	-0,1%	-1,2	570,2	<b>573,5</b>	Leichter Umsatzrückgang von 0,1% in H1, +0,6% in Q2
Gesamte betriebliche Erträge	1.207,1	1.204,4	-0,2%	-2,8	587,0	589,4	
Materialaufwand/bez. Leistungen	-372,4	-362,8	-2,6%	-9,6	-185,2	-179,0	Personalaufwand auf stabilem Niveau
Personalaufwand	-550,6	<b>-551,7</b>	0,2%	1,2	-270,3	-271,1	
Sonstige Aufwendungen	-141,0	-143,7	1,9%	2,7	-69,9	-72,2	
Equity-Ergebnis	-3,3	-1,1	67,8%	2,3	-1,6	-0,7	
<b>EBITDA</b>	<b>139,9</b>	<b>145,1</b>	<b>3,7%</b>	<b>5,2</b>	<b>59,9</b>	<b>66,3</b>	Verbesserte Profitabilität
<i>EBITDA-Marge</i>	11,9%	12,4%	-	-	10,5%	11,6%	
Abschreibung	-41,5	-46,3	11,6%	4,8	-21,3	-25,7	
<b>EBIT</b>	<b>98,4</b>	<b>98,8</b>	<b>0,4%</b>	<b>0,4</b>	<b>38,6</b>	<b>40,6</b>	
<i>EBIT-Marge</i>	8,4%	8,4%	-	-	6,8%	7,1%	
<b>EBT (Ergebnis vor Steuern)</b>	<b>96,4</b>	<b>97,0</b>	<b>0,6%</b>	<b>0,6</b>	<b>37,6</b>	<b>39,5</b>	
Ertragsteuern	-20,0	-23,4	17,4%	3,5	-7,8	-9,7	
<b>Periodenergebnis</b>	<b>76,5</b>	<b>73,6</b>	<b>-3,8%</b>	<b>-2,9</b>	<b>29,8</b>	<b>29,9</b>	

# DIVISION BRIEF, WERBEPOST & FILIALEN: UMSATZTRENDS H1 2014

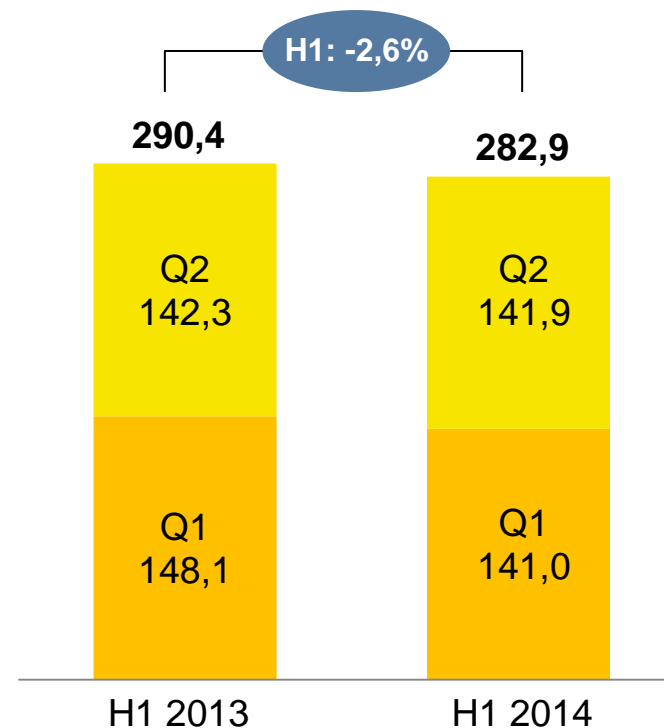
## Briefpost & Mail Solutions (Mio EUR)

- Positive Umsatzeffekte durch EU-Wahl und Arbeiterkammerwahlen
- Wachstum im Bereich Mail Solutions
- Basistrend exkl. Umsatzeffekte von -1,5%



## Werbe-/Medienpost (Mio EUR)

- Druck des Online-Handels auf den stationären Handel und den traditionellen Versandhandel
- Rückgänge in Südost- und Osteuropa
- Stabile Umsatzentwicklung in Q2



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

Mio EUR	Veränderung						
	H1 2013	H1 2014	%	abs.	Q2 2013	Q2 2014	
<b>Außenumsatz</b>	<b>754,6</b>	<b>741,2</b>	<b>-1,8%</b>	<b>-13,5</b>	<b>363,7</b>	<b>362,3</b>	Umsatzrückgang von 1,8% in H1, +1,5% in Q2
▪ Briefpost & Mail-Solutions	397,4	397,7	0,1%	0,3	187,9	190,7	
▪ Werbepost	219,7	211,5	-3,8%	-8,3	106,9	105,8	Rückgänge bei Telekommunikationsprodukten und Finanzdienstleistungen
▪ Medienpost	70,7	71,4	0,9%	0,7	35,4	36,1	
▪ Filialdienstleistungen	66,8	60,6	-9,3%	-6,2	33,5	29,8	
Gesamtumsatz <sup>1</sup>	791,2	778,8	-1,6%	-12,4	381,6	381,0	
Equity-Ergebnis	-3,0	-0,1	97,4%	2,9	-1,3	-0,2	
<b>EBITDA</b>	<b>157,4</b>	<b>158,9</b>	<b>1,0%</b>	<b>1,5</b>	<b>71,1</b>	<b>73,5</b>	
<i>EBITDA-Marge<sup>2</sup></i>	<i>19,9%</i>	<i>20,4%</i>	-	-	<i>18,6%</i>	<i>19,3%</i>	
Abschreibung	-15,5	-20,0	29,5%	4,6	-8,2	-12,6	Wertminderung Firmenwert in Höhe von -4,9 Mio EUR für PostMaster Polen
<b>EBIT</b>	<b>141,9</b>	<b>138,9</b>	<b>-2,1%</b>	<b>-3,0</b>	<b>62,9</b>	<b>60,9</b>	
<i>EBIT-Marge<sup>2</sup></i>	<i>17,9%</i>	<i>17,8%</i>	-	-	<i>16,5%</i>	<i>16,0%</i>	

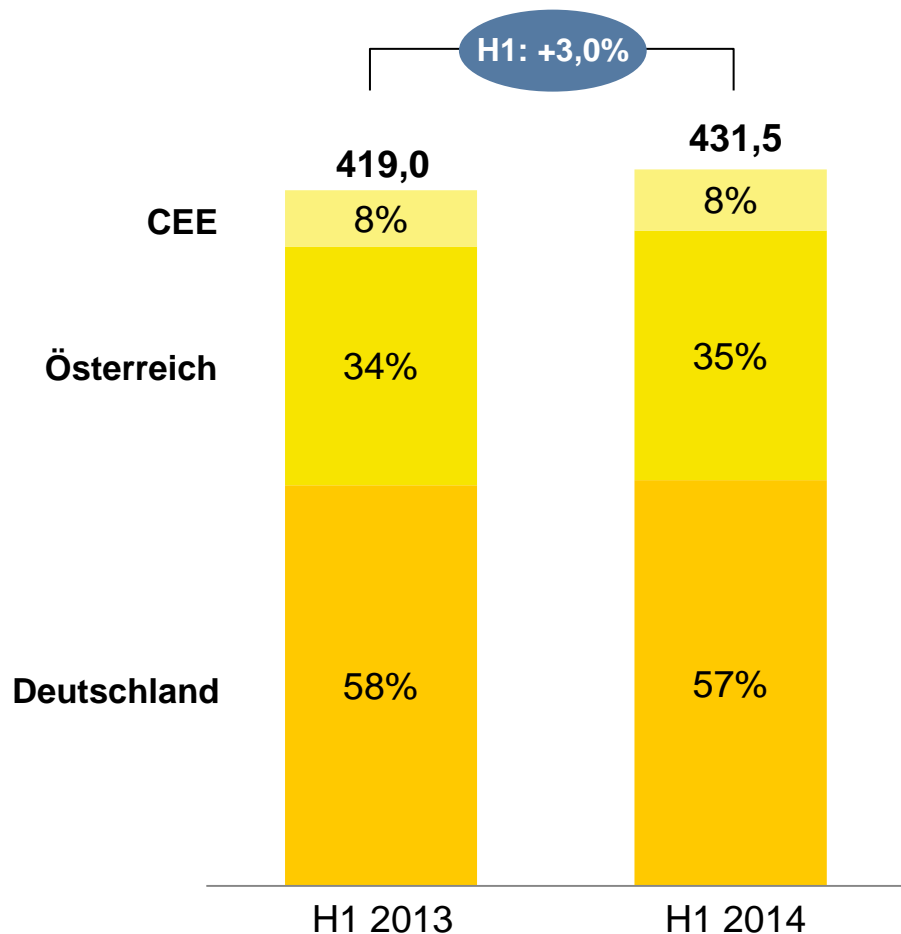
1) Außenumsatz plus Innenumsatz

2) EBIT und EBITDA bezogen auf Gesamtumsatz

# DIVISION PAKET & LOGISTIK: UMSATZTRENDS H1 2014

Umsatz (Mio EUR)

Regionalmix in %



## Südost-/Osteuropa: +8,5%

- Starkes Umsatzwachstum und weitere Produktivitätssteigerungen

## Österreich: +4,6%

- Wachstumsimpulse durch Online-Shopping und neue Logistiklösungen
- Neukunden im Business-Bereich

## Deutschland: +1,2%

- Umsatz bei weiterhin starkem Wettbewerb und hohem Preisdruck stabilisiert
- Fokus auf Profitabilität und höhermargige Leistungen





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

Mio EUR	H1 2013	H1 2014	Veränderung		Q2 2013	Q2 2014	
			%	abs.			
<b>Außenumsatz</b>	<b>419,0</b>	<b>431,5</b>	<b>3,0%</b>	<b>12,5</b>	<b>206,9</b>	<b>211,5</b>	Umsatzsteigerung von 3,0% in H1 und 2,3% in Q2
▪ Paket Premium	314,3	323,4	2,9%	9,1	155,4	158,4	
▪ Paket Standard	89,6	90,6	1,1%	1,0	43,7	44,5	
▪ Paket Sonstige Leistungen	15,1	17,6	16,2%	2,5	7,8	8,7	
Gesamtumsatz <sup>1</sup>	423,0	435,1	2,9%	12,2	208,8	213,3	
Equity-Ergebnis	0,0	0,8	>100%	0,7	0,0	0,4	Ergebnisentwicklung durch negative Effekte in Q1 von 2,7 Mio EUR bei trans-o-flex beeinflusst (Wertberichtigungen und Strukturmaßnahmen); Ergebnisplus in Q2
<b>EBITDA</b>	<b>22,5</b>	<b>22,5</b>	<b>-0,2%</b>	<b>0,0</b>	<b>10,1</b>	<b>11,8</b>	
<i>EBITDA-Marge<sup>2</sup></i>	5,3%	5,2%	-	-	4,8%	5,5%	
Abschreibung	-10,1	-10,4	2,1%	0,2	-5,1	-5,2	
<b>EBIT</b>	<b>12,4</b>	<b>12,1</b>	<b>-2,0%</b>	<b>-0,2</b>	<b>5,0</b>	<b>6,6</b>	
<i>EBIT-Marge<sup>2</sup></i>	2,9%	2,8%	-	-	2,4%	3,1%	

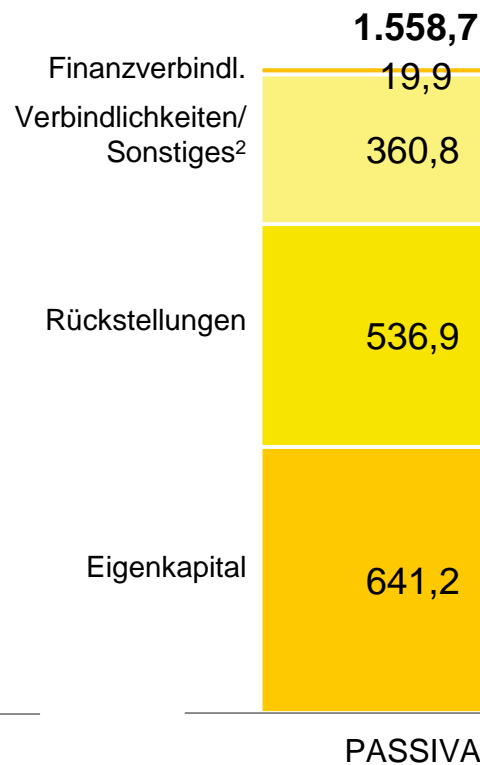
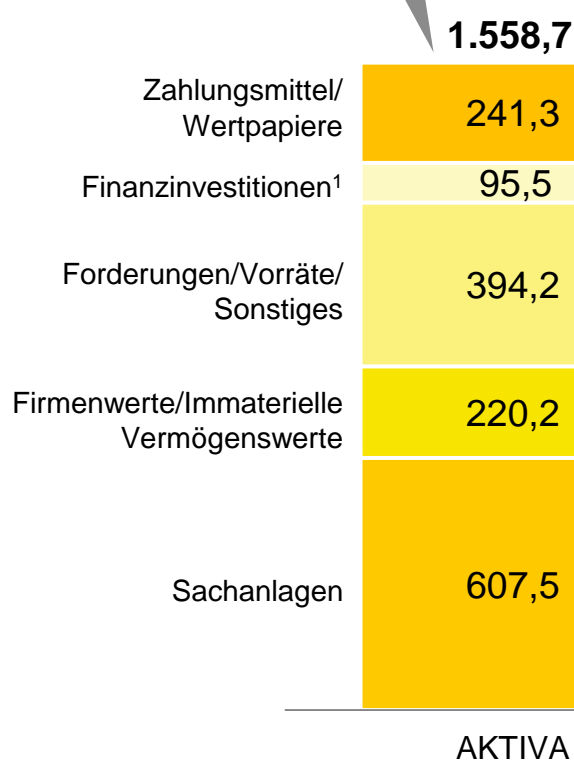
1) Außenumsatz plus Innenumsatz

2) EBIT und EBITDA bezogen auf Gesamtumsatz

# SOLIDE BILANZSTRUKTUR

Bilanz per 30.06.2014 (Mio EUR)

Liquide Mittel von 241 Mio EUR



Finanzverbindlichkeiten von nur 20 Mio EUR

Rückstellungen größtenteils langfristig

209 Mio Unterauslastung  
182 Mio Langfristig stabile  
Personalrückstellungen  
70 Mio Sonstige Personalrückst.  
76 Mio Sonstige Rückstellungen

EK-Quote von 41,1%

1) Inklusive zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte in Höhe von 2,1 Mio EUR

2) Inklusive zur Veräußerung gehaltene Schulden in Höhe von 0,6 Mio EUR



# AKTUELLE IMMOBILIENPROJEKTE

## Entwicklung des Immobilienbestandes nach Grundsätzen der Effizienz und Wertsteigerung

### Alte Unternehmenszentrale: Postgasse 1010



- Verwertungsverfahren im Juli 2014 gestartet
- Gebäudekomplex mit 26.000m<sup>2</sup> und hohem Entwicklungspotenzial in bester Innenstadtlage
- Geringer Buchwert in der Bilanz der Österreichischen Post

### Neue Unternehmenszentrale: Rochusmarkt 1030



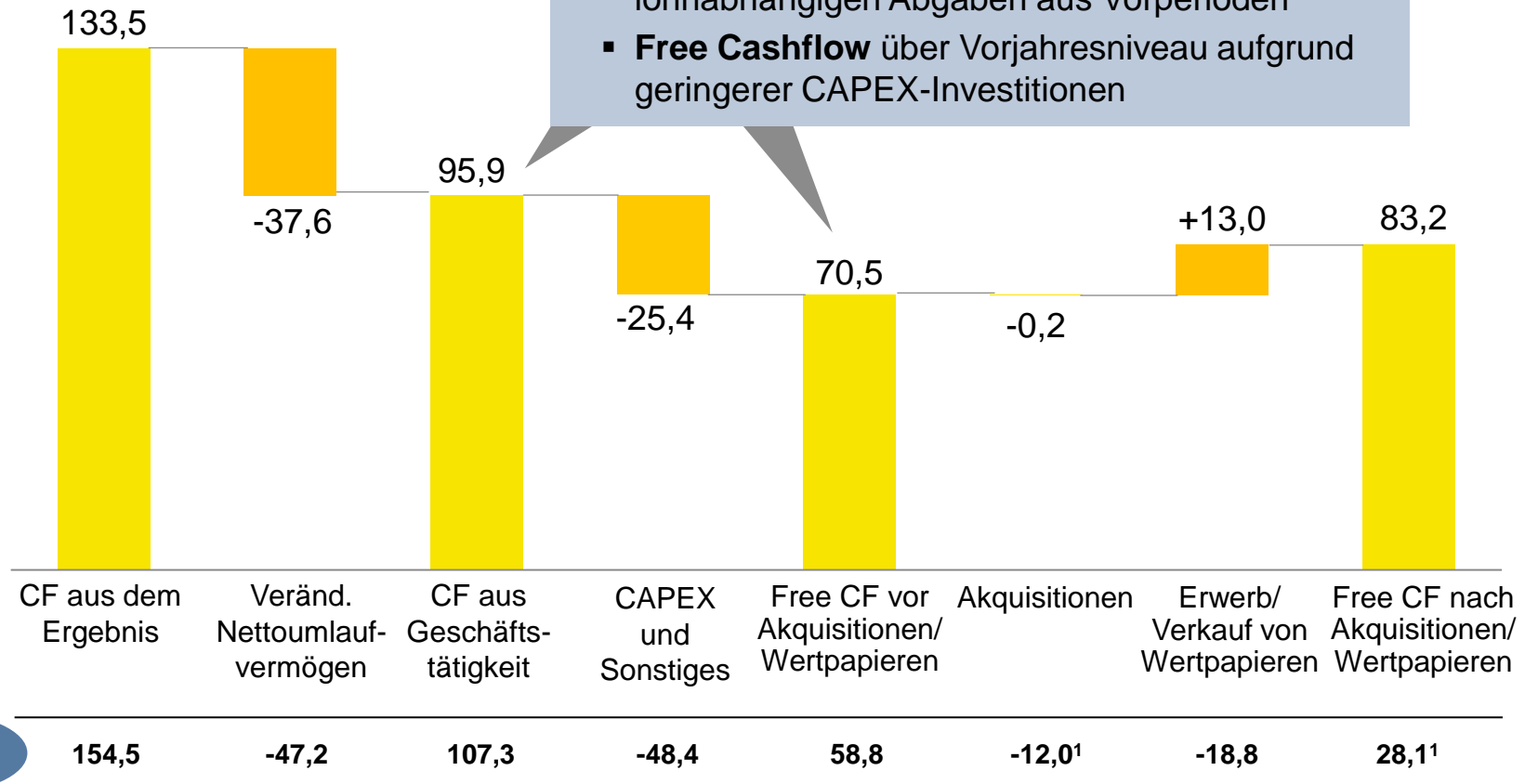
- Bestehendes Gebäude mit 10.000 m<sup>2</sup> Nutzfläche
- Wertsteigerung durch neue Gebäudewidmung auf ca. 49.000m<sup>2</sup>, davon ca. 5.000m<sup>2</sup> zur Vermietung
- Baubeginn 2015, Fertigstellung 2017
- Investment im hohen zweistelligen Mio-Bereich



# ROBUSTER CASHFLOW

## Cashflow-Entwicklung (Mio EUR)

H1 2014



- **Cashflow aus der Geschäftstätigkeit** unter Vorjahresniveau – darin enthalten: höhere Steuerzahlungen sowie Zahlungen von lohnabhängigen Abgaben aus Vorperioden
- **Free Cashflow** über Vorjahresniveau aufgrund geringerer CAPEX-Investitionen

H1 2013

1) Angepasste Darstellung



1. Highlights und Überblick

2. Konzernergebnis H1 2014

**3. Ausblick 2014**



# AUSBLICK 2014 BESTÄTIGT

<b>Marktumfeld</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Rückgang des Briefvolumens durch E-Substitution, teilweise Kompensation durch Produktinnovationen</li><li>▪ Werbemarkt belastet durch den Druck des Online-Handels auf traditionellen Versandhandel und stationäre Handelskunden</li><li>▪ Wachstum bei Privat-Paketkunden je nach Region zwischen 3-6%, Wettbewerbsintensität bei Business-Paketkunden</li></ul>
<b>Umsatz</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Stabile Umsatzentwicklung für 2014 angepeilt</li><li>▪ Rückgang im Briefgeschäft soll durch Paketwachstum kompensiert werden</li></ul>
<b>Kosten &amp; Investitionen</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Stetige Automatisierung, Effizienzsteigerung und Strukturverbesserung</li><li>▪ Durch Investitionsschwerpunkt mit neuem Verteilzentrum in Oberösterreich CAPEX in 2014 von etwa 90-100 Mio EUR</li></ul>
<b>Ergebnis</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Zielbandbreite einer nachhaltigen EBITDA-Marge von 10–12% bleibt aufrecht</li><li>▪ EBIT-Verbesserung 2014 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 2014

12.11.2014 Zwischenbericht 1.-3. Quartal 2014

12.03.2015 Jahresergebnis 2014

15.04.2015 Hauptversammlung 2015

29.04.2015 Ex-Dividendentag/Dividendenzahltag

07.05.2015 Zwischenbericht 1. Quartal 2015

06.08.2015 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 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**