

ÖSTERREICHISCHE POST

1. QUARTAL 2014

INVESTORENPRÄSENTATION

Georg Pölzl/CEO, Walter Oblin/CFO
Wien, 8. Mai 2014

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



1. Highlights und Überblick

2. Konzernergebnis Q1 2014

3. Ausblick 2014



HIGHLIGHTS Q1 2014

1 Umsatz	✓	<ul style="list-style-type: none">▪ Leichter Umsatzrückgang von 0,7% wie erwartet▪ Paketgeschäft mit solidem Wachstum (+3,7%)▪ Briefumsatz durch E-Substitution und geringere Werbemengen rückläufig (-3,1%)
2 Ergebnis	✓	<ul style="list-style-type: none">▪ EBIT-Rückgang um 2,6% nach starkem Vorjahresquartal▪ Konsequente Effizienzsteigerung und Kostenoptimierungen
3 Cashflow	✓	<ul style="list-style-type: none">▪ Cashflow aus der Geschäftstätigkeit mit 50,6 Mio EUR auf dem Niveau des Vorjahres▪ Auszahlung der Dividende von 1,90 EUR/Aktie am 8. Mai 2014
4 Ausblick	✓	<ul style="list-style-type: none">▪ Ausblick für 2014 bestätigt▪ Stabile Umsatzentwicklung bei herausforderndem Marktumfeld▪ EBIT-Verbesserung 2014 wird angestrebt



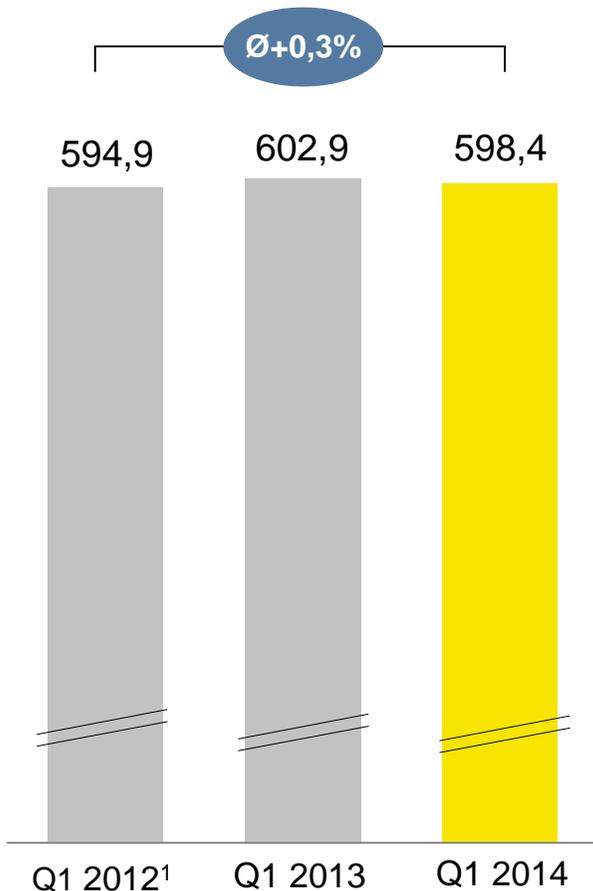
MARKTUMFELD 2014

Brief Österreich		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Trend rückläufiger Briefvolumina durch E-Substitution und neue E-Government-Lösungen ▪ Weniger Impulse durch Wahlen als noch 2013
Werbung Österreich		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zurückhaltende Werbeaktivitäten ▪ Klassischer Versandhandel und stationärer Handel unter strukturellem Druck durch Online-Business
Paket Österreich		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stetiger Trend zum Online-Shopping ▪ Solides Wachstum des Business-Paketmarkts
Paket Deutschland		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Internationaler Logistikmarkt mit starkem Wettbewerb und hohem Preisdruck ▪ Wachstum in der Nische Pharma/Healthcare
Paket CEE		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gute konjunkturelle Dynamik und E-Commerce-Wachstum, jedoch Wettbewerb und Preisdruck ▪ Qualitätsführerschaft bringt Marktchancen

STABILE UMSATZ- UND ERGEBNISENTWICKLUNG

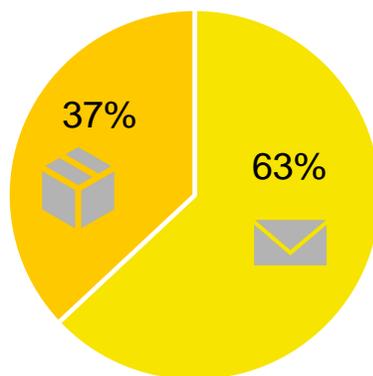
UMSATZENTWICKLUNG

Mio EUR

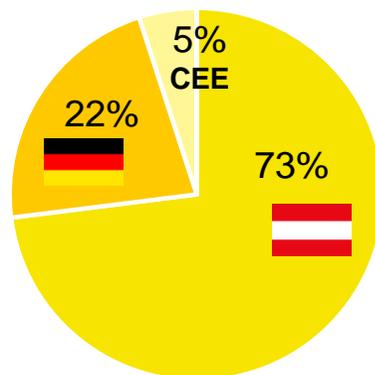


UMSATZ-VERTEILUNG

Nach Divisionen Q1 2014

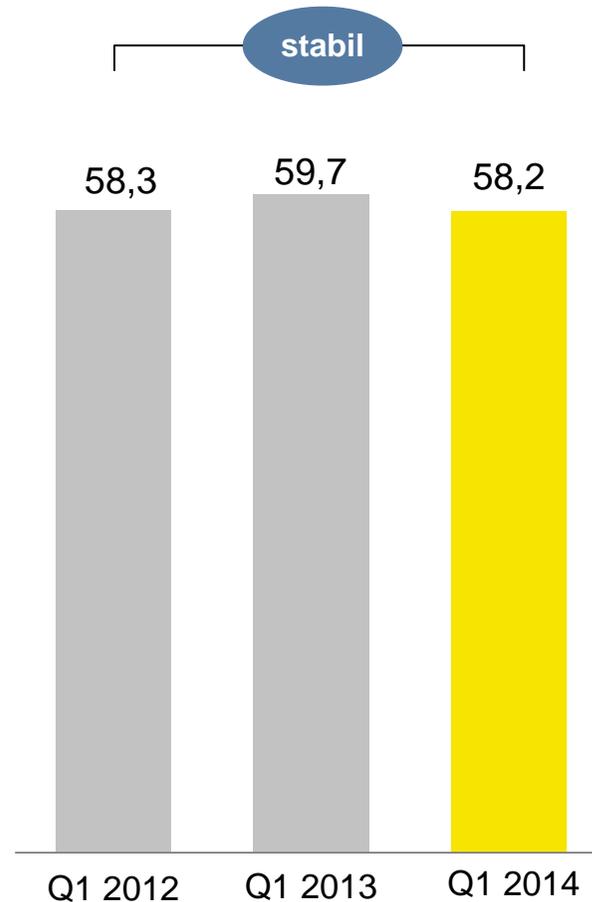


Nach Regionen Q1 2014



EBIT-ENTWICKLUNG

Mio EUR



1) Umsatz exklusive Tochtergesellschaften Benelux

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. MARKTFÜHRERSCHAFT IN ÖSTERREICH

Brief: Positionierung als essentieller Kommunikationskanal



70% der Österreicher bevorzugen Rechnungen auf Papier (IFES-Studie 2014)

Briefwahl im Trend: bei EU-Wahl Briefwahlbeteiligung von über 10% zu erwarten



Produktinnovationen für Großkunden:

- KUIVERT etabliert sich am Markt
- Duale Zustellung
- Post Business App

Paket: Mehr Service für Privat- und Business-Kunden



Erhöhung Kunden-Convenience durch 24/7 Lösungen:

- Neue Abholstationen
- „Rerouting“ von Sendungen



Value Added Delivery: Individuelle Lösungen entlang der Wertschöpfungskette der Kunden



Test neuer Zustellmodelle:

- Same Day Delivery
- Lebensmittellogistik
- Abendzustellung



2. WACHSTUM IN DEFINIERTEN MÄRKTEN

Investitionen in Wachstumsmärkten zur Schaffung von Zukunftspotenzialen

Deutschland (trans-o-flex)

- Neues Managementteam
- Restrukturierung der Logistikprozesse:
 - Übernahme von Distributionsgesellschaften
 - Personalkostenoptimierungen
- Pharma-Fokus (GDP)

Türkei

- Mengenwachstum trotz unsicherem Marktumfeld
- Fokus auf Technologie und Service
- Negative Währungseffekte

CEE

- Steigerung der Umsatzbeiträge und der Profitabilität
- Erweiterung der 2C-Fähigkeit
- Ausbau Infrastruktur und IT-Standardisierungen



3. EFFIZIENZSTEIGERUNG UND OPTIMIERUNG DER KOSTENSTRUKTUR

CAPEX-Investitionen von ca. 100 Mio EUR in 2014

Neues Logistikzentrum in Oberösterreich/ Allhaming



Innovative Sortiertechnologien und Maschinen

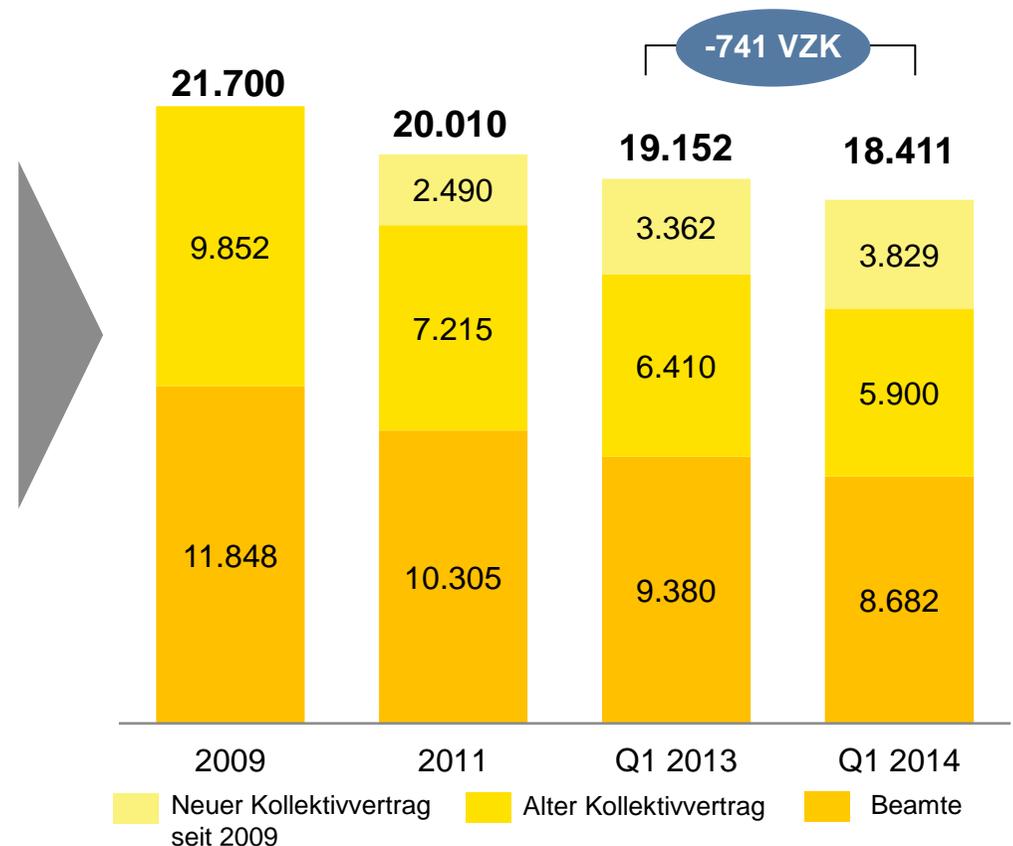


Neue Kundenlösungen



Optimierung der Personalstruktur: über 20% der Mitarbeiter im neuen Kollektivvertrag

Vollzeitkräfte (VZK) im Kerngeschäft in Österreich:



4. KUNDENORIENTIERUNG UND INNOVATION

Laufender Roll-out neuer 24/7-Lösungen



250 SB-Zonen

Frankierautomat und Versandbox
Bereits 15% der Retourpakete



50 Abholstationen

Abholstation und Empfangsbox
1 Mio Sendungen in 2014



6.200 Empfangsboxen



1. Highlights und Überblick

2. Konzernergebnis Q1 2014

3. Ausblick 2014



FINANZKENNZAHLEN Q1 2014 IM ÜBERBLICK

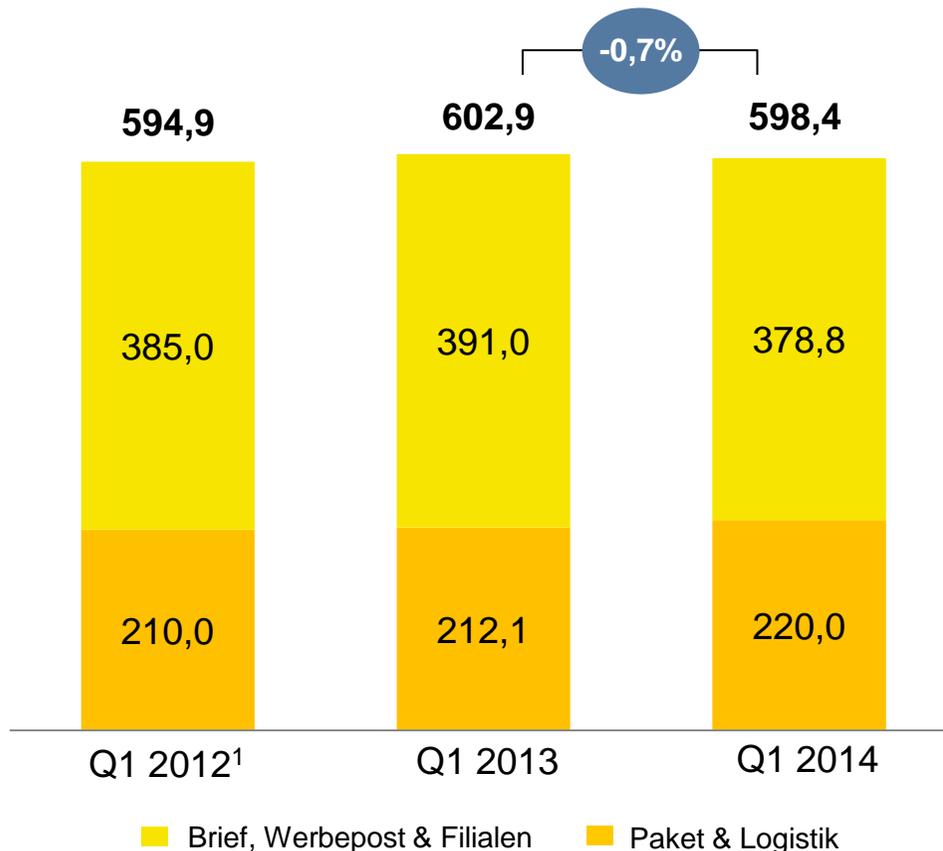
	Q1 2013	Q1 2014	
1 Umsatz (Mio EUR)	602,9	598,4	Leichter Umsatzrückgang von 0,7% auf Basis eines sehr starken Vorjahresquartals (Wahlen etc.)
2 EBITDA-Marge	13,3%	13,2%	Stabil hohe EBITDA-Marge von über 13% im ersten Quartal
3 EBIT-Marge	9,9%	9,7%	Hohe Profitabilität trotz negativer Effekte im Bereich Paket & Logistik
4 Ergebnis/Aktie (EUR)	0,69	0,64	Ergebnis pro Aktie leicht unter Vorjahr
5 Cashflow (Mio EUR)	49,8	50,6	Weiterhin hoher Cashflow aus der Geschäftstätigkeit
6 Eigenkapitalquote	44,1%	44,4%	Solide Bilanzstruktur mit geringem Verschuldungsgrad



KONZERNUMSATZ WIE ERWARTET LEICHT UNTER VORJAHR

Umsatzentwicklung

Mio EUR



Konzernumsatz Q1 2014

- Leichter Umsatzrückgang von 0,7% im Vergleich zu „Superwahljahr 2013“
- Umsatz über dem Niveau von Q1 2012



Brief, Werbepost & Filialen

Umsatzrückgang von 3,1% in Q1:
Im Vorjahr positive Effekte durch Wahlen und Volksbefragungen, Basistrend der E-Substitution spürbar



Paket & Logistik

Umsatzsteigerung von 3,7% in Q1:
Solides Wachstum in Österreich und CEE durch Trend zu Online-Shopping



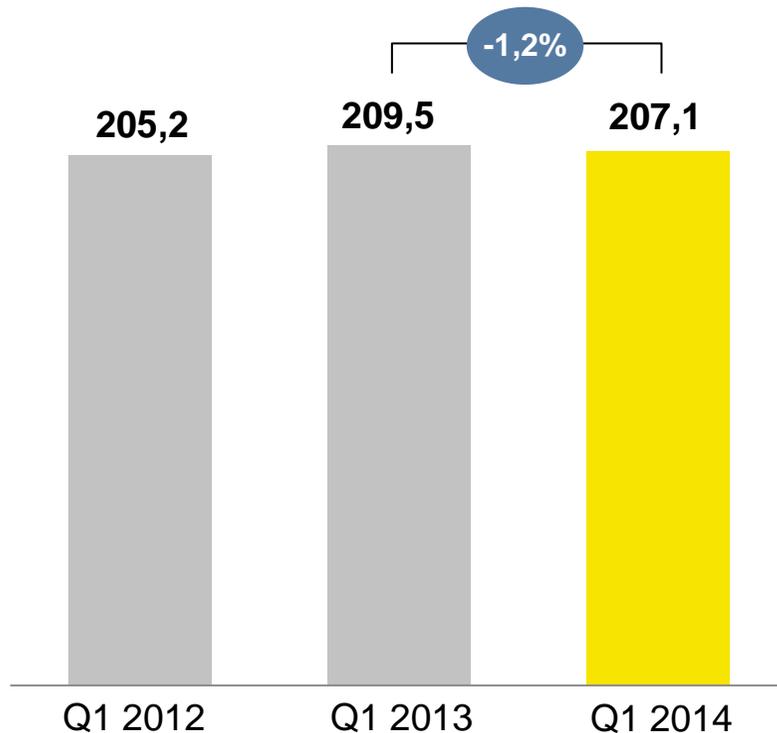
1) Umsatz exklusive Tochtergesellschaften Benelux



DIVISION BRIEF, WERBEPOST & FILIALEN: UMSATZTRENDS Q1 2014

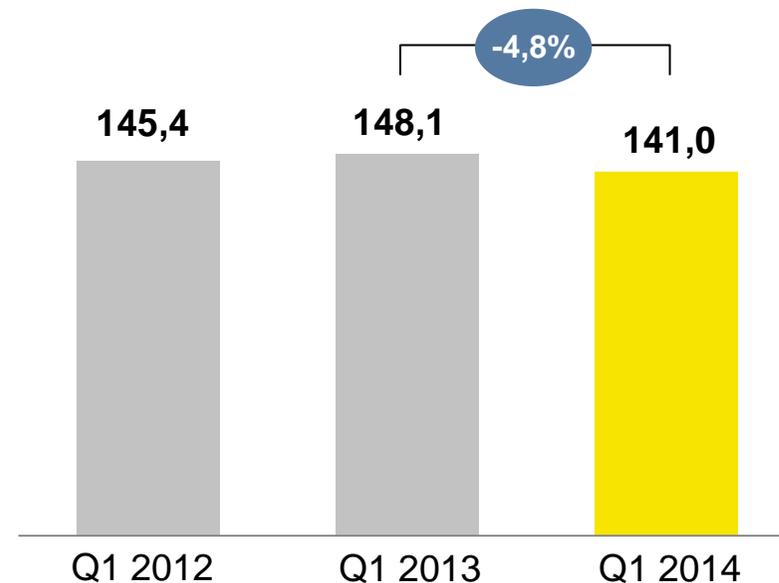
Briefpost & Mail Solutions (Mio EUR)

- Im Bereich Briefpost auch 2014 positive Effekte durch Arbeiterkammerwahlen
- Wachstum im Bereich Mail Solutions



Werbe-/Medienpost (Mio EUR)

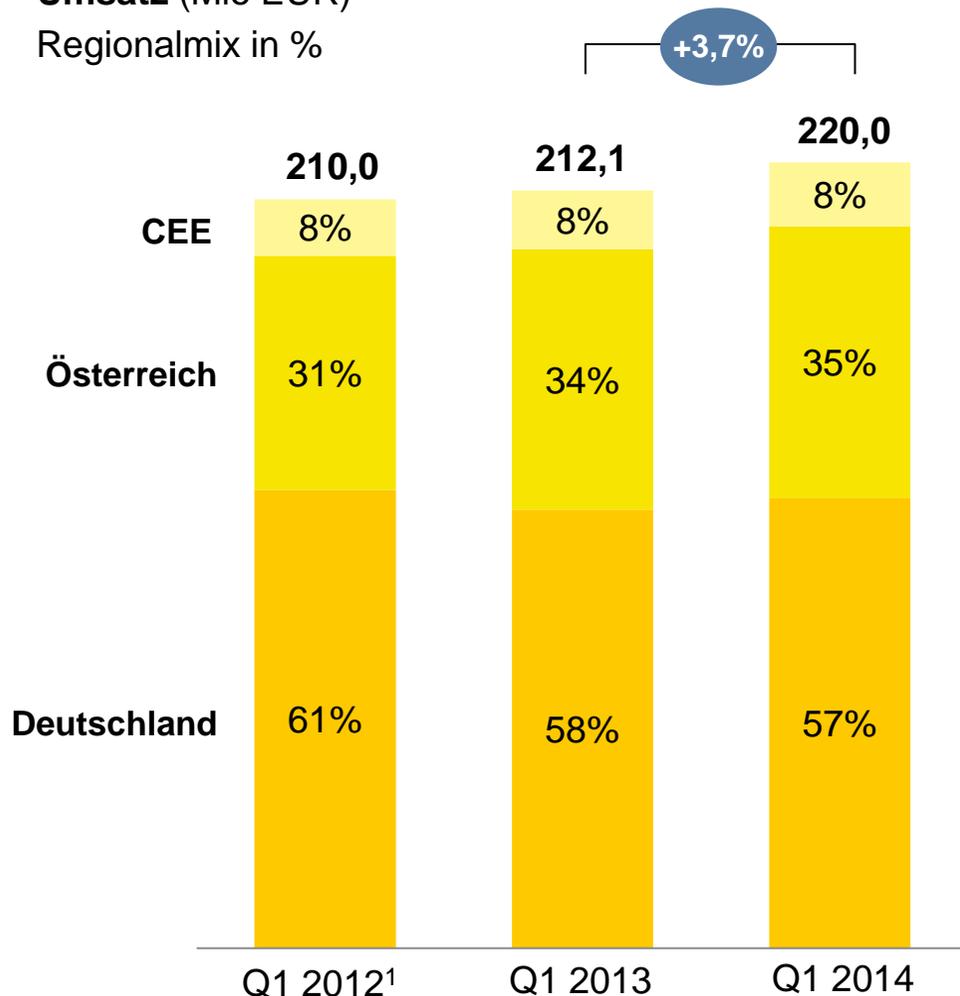
- Weniger Wahleffekte in Q1 2014
- Druck des Online-Handels auf den stationären Handel und den traditionellen Versandhandel
- Rückgänge in Südost- und Osteuropa



DIVISION PAKET & LOGISTIK: UMSATZTRENDS Q1 2014

Umsatz (Mio EUR)

Regionalmix in %



1) Umsatz exklusive Tochtergesellschaften Benelux

Südost-/Osteuropa: +8,7%

- Starkes Umsatzwachstum und weitere Produktivitätssteigerungen

Österreich: +4,4%

- Wachstumsimpulse durch Online-Shopping und neue Lösungen der Speziallogistik
- Marktanteilsgewinne im Business-Bereich

Deutschland: +2,6%

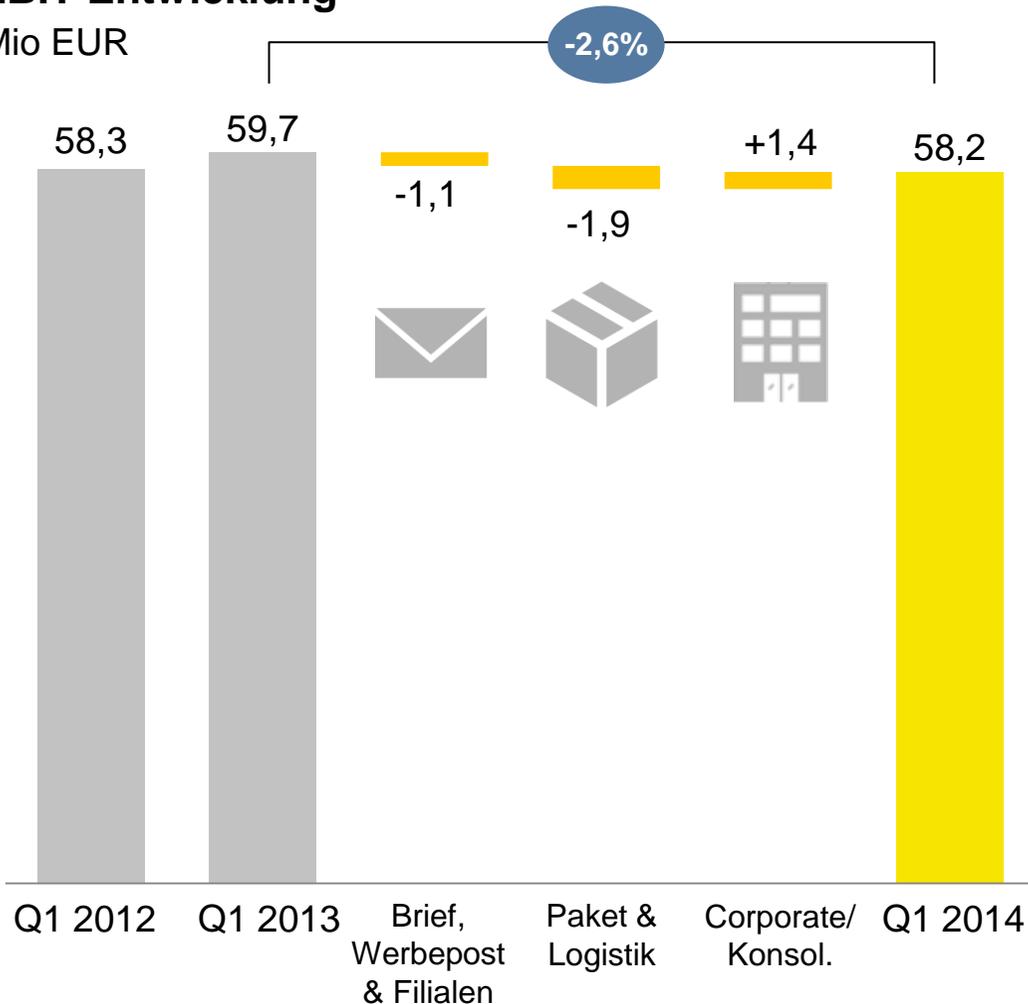
- Umsatz bei weiterhin starkem Wettbewerb und hohem Preisdruck stabilisiert
- Fokus auf Profitabilität und höhermarginige Leistungen



WEITERHIN HOHES EBIT-NIVEAU

EBIT-Entwicklung

Mio EUR



Konzern-EBIT Q1 2014

EBIT mit 58,2 Mio EUR auf hohem Niveau



Brief, Werbepost & Filialen

Solide Ergebnisentwicklung mit leichtem EBIT-Rückgang – Umsatzrückgänge konnten durch Kostendisziplin größtenteils kompensiert werden



Paket & Logistik

EBIT reduziert aufgrund negativer Effekte bei der trans-o-flex von -2,7 Mio EUR (Wertberichtigungen/Strukturmaßnahmen)



Corporate

Leichte EBIT-Verbesserung durch geringeren Rückstellungsbedarf für Unterauslastung



KENNZAHLEN DER GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Mio EUR	Q1 2013	Q1 2014	Veränderung		
			%	abs.	
Umsatzerlöse	602,9	598,4	-0,7%	-4,5	Leichter Umsatzrückgang von 0,7%
Gesamte betriebliche Erträge	620,2	615,0	-0,8%	-5,2	
Materialaufwand/bez. Leistungen	-187,2	-183,8	-1,8%	-3,4	
Personalaufwand	-280,2	-280,6	0,1%	0,3	Personalaufwand auf stabilem Niveau
Sonstige Aufwendungen	-71,1	-71,4	0,5%	0,4	
Equity-Ergebnis	-1,7	-0,4	77,8%	1,3	
EBITDA	80,0	78,8	-1,5%	-1,2	
<i>EBITDA-Marge</i>	13,3%	13,2%	-	-	
Abschreibung	-20,2	-20,6	1,7%	0,3	
EBIT	59,7	58,2	-2,6%	-1,5	
<i>EBIT-Marge</i>	9,9%	9,7%	-	-	Weiterhin hohe Profitabilität
EBT (Ergebnis vor Steuern)	58,8	57,4	-2,4%	-1,4	
Ertragsteuern	-12,2	-13,8	12,9%	1,6	
Periodenergebnis	46,6	43,7	-6,4%	-3,0	

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

Mio EUR	Q1 2013	Q1 2014	Veränderung	
			%	abs.
Umsatz (Außenumsatz)	391,0	378,8	-3,1%	-12,2
▪ Briefpost & Mail-Solutions	209,5	207,1	-1,2%	-2,4
▪ Werbepost	112,8	105,7	-6,3%	-7,1
▪ Medienpost	35,3	35,3	-0,1%	0,0
▪ Filialdienstleistungen	33,4	30,8	-7,8%	-2,6
Gesamtumsatz ¹	409,5	397,8	-2,9%	-11,7
Equity-Ergebnis	-1,7	0,1	>100%	1,8
EBITDA	86,3	85,4	-1,0%	-0,9
<i>EBITDA-Marge²</i>	21,1%	21,5%	-	-
Abschreibung	-7,3	-7,5	2,9%	0,2
EBIT	79,0	77,9	-1,4%	-1,1
<i>EBIT-Marge²</i>	19,3%	19,6%	-	-

Umsatzrückgang von 3,1% auf Basis eines starken Q1 2013

Hohe Profitabilität durch konsequente Kostenoptimierung

1) Außenumsatz plus Innenumsatz

2) EBIT und EBITDA bezogen auf Gesamtumsatz

DIVISION PAKET & LOGISTIK: KENNZAHLEN DER GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Mio EUR	Q1 2013	Q1 2014	Veränderung	
			%	abs.
Umsatz (Außenumsatz)	212,1	220,0	3,7%	7,9
▪ Paket Premium	158,9	165,0	3,8%	6,1
▪ Paket Standard	45,9	46,1	0,3%	0,2
▪ Paket Sonstige Leistungen	7,3	8,9	22,5%	1,6
Gesamtumsatz ¹	214,2	221,8	3,6%	7,6
Equity-Ergebnis	0,0	0,3	>100%	0,3
EBITDA	12,4	10,7	-14,0%	-1,7
<i>EBITDA-Marge²</i>	<i>5,8%</i>	<i>4,8%</i>	-	-
Abschreibung	-5,0	-5,2	2,9%	0,1
EBIT	7,4	5,5	-25,5%	-1,9
<i>EBIT-Marge²</i>	<i>3,4%</i>	<i>2,5%</i>	-	-

Umsatzsteigerung von 3,7%

Ergebnisentwicklung durch negative Effekte von 2,7 Mio EUR beeinflusst (Wertberichtigungen und Strukturmaßnahmen)

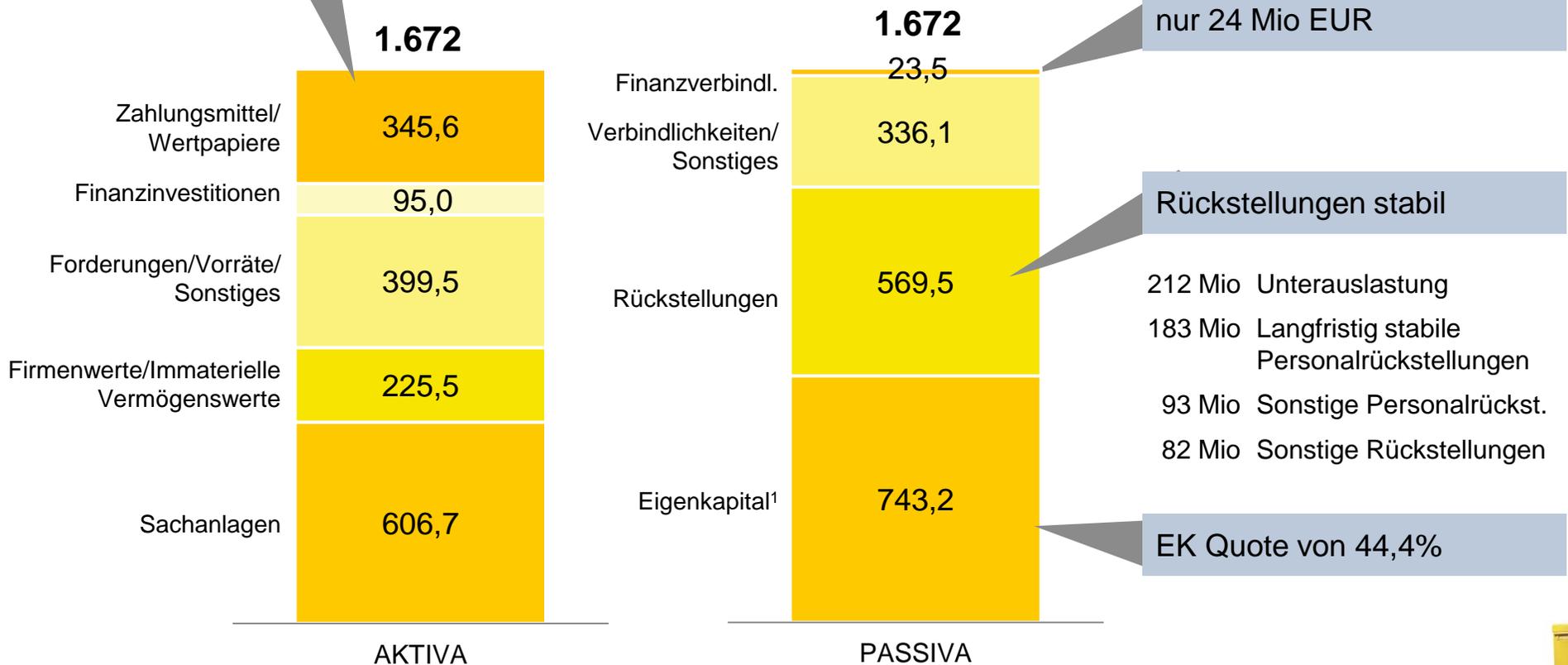
1) Außenumsatz plus Innenumsatz

2) EBIT und EBITDA bezogen auf Gesamtumsatz

WEITERHIN SOLIDE BILANZSTRUKTUR

Bilanz per 31.03.2014 (Mio EUR)

Liquide Mittel von 346 Mio EUR;
Dividendenzahlung von 128 Mio EUR am 8. Mai



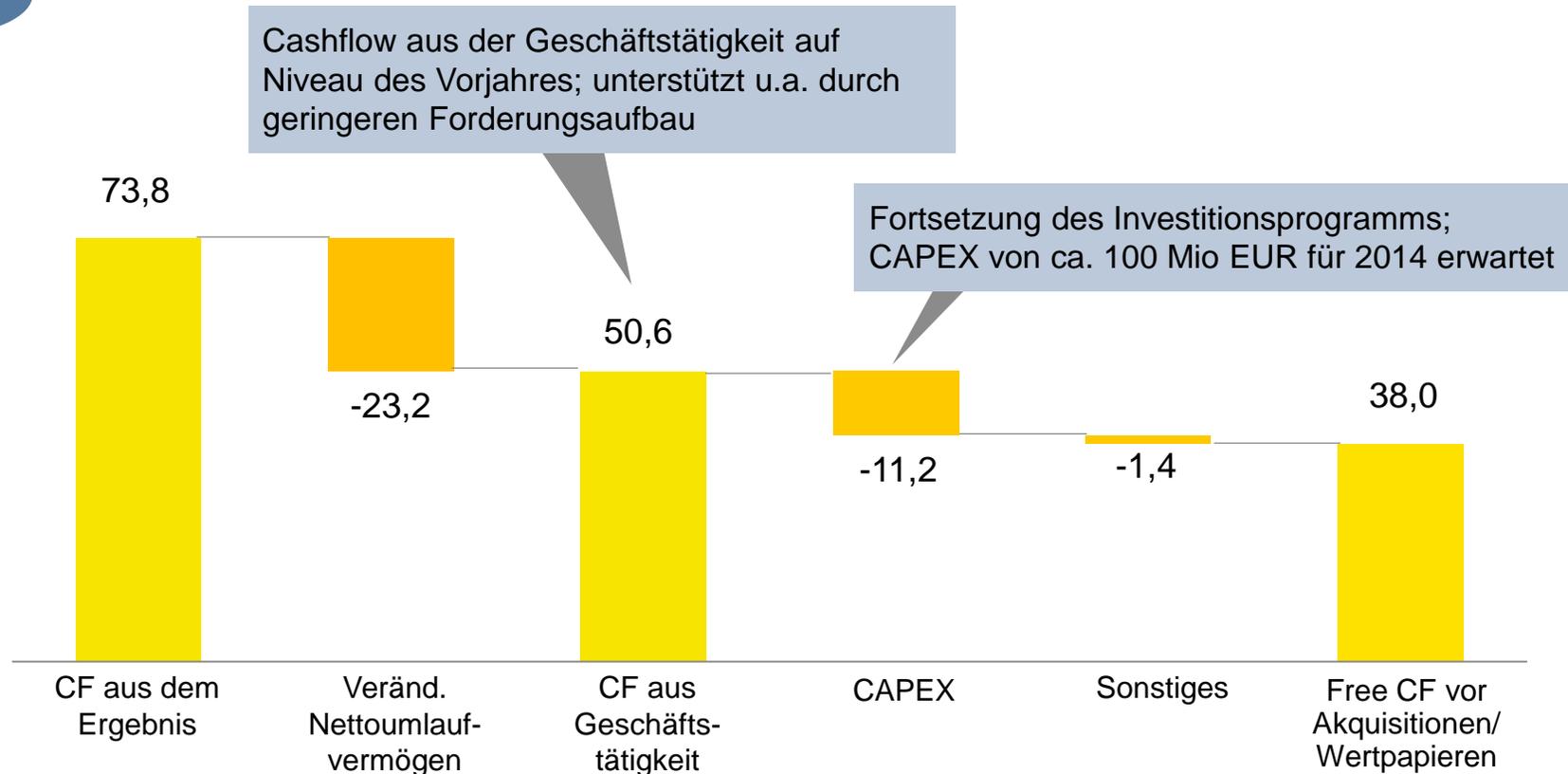
1) In der Position Eigenkapital sind Anteile ohne beherrschenden Einfluss in Höhe von 2,4 Mio EUR enthalten



ROBUSTER CASHFLOW

Cashflow-Entwicklung (Mio EUR)

Q1 2014



Q1 2013

CF aus dem Ergebnis	88,6	Veränd. Nettoumlaufvermögen	-38,7	CF aus Geschäftstätigkeit	49,8	CAPEX	-22,3	Sonstiges	0,6	Free CF vor Akquisitionen/Wertpapieren	28,1
---------------------	------	-----------------------------	-------	---------------------------	------	-------	-------	-----------	-----	--	------



1. Highlights und Überblick

2. Konzernergebnis Q1 2014

3. Ausblick 2014



AUSBLICK 2014 BESTÄTIGT

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

08.05.2014 Dividendenzahltag

08.05.2014 Zwischenbericht 1. Quartal 2014

14.08.2014 Halbjahresfinanzbericht 2014

12.11.2014 Zwischenbericht 1.-3. Quartal 2014

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

 **Post**