

ÖSTERREICHISCHE POST H1 2015: LEICHTER UMSATZANSTIEG, EBIT UNTER VORJAHR, ANSTIEG BEI ERGEBNIS/AKTIE UND CASHFLOW

- **Umsatz**
 - Umsatzanstieg H1 um 0,6% auf 1.178,9 Mio EUR
 - Rückgang im Briefgeschäft (-0,4%) durch Wachstum im Paketbereich (+2,4%) kompensiert
- **Ergebnis**
 - EBIT-Rückgang H1 um 2,3% auf 96,5 Mio EUR
 - Anstieg im Ergebnis/Aktie durch Einmaleffekt um 5,4% auf 1,14 EUR
- **Cashflow und Bilanz**
 - Anstieg des Cashflows aus der Geschäftstätigkeit auf 107,7 Mio EUR
 - Hoher Cash-Bestand und geringe Finanzverbindlichkeiten
- **Ausblick 2015**
 - Umsatzwachstum von 1–2% angepeilt
 - EBITDA-Marge um die 12% und operative Ergebnisverbesserung angestrebt

DIE ÖSTERREICHISCHE POST IM ÜBERBLICK

Der Konzernumsatz der Österreichischen Post lag im ersten Halbjahr 2015 mit 1.178,9 Mio EUR wie erwartet um 0,6% über dem Niveau des Vorjahres. Dabei konnte der im Paketbereich erzielte Umsatzanstieg von 2,4% die leichten Rückgänge im Briefgeschäft von 0,4% vollständig kompensieren. Das Briefgeschäft ist auch weiterhin von der anhaltenden Substitution von klassischen Briefen durch elektronische Kommunikationsformen geprägt, die sich zuletzt noch leicht verstärkt hat. Das Geschäft mit Werbesendungen zeigte in der Berichtsperiode eine differenzierte Entwicklung der einzelnen Kundenbranchen. Adressierte Sendungen entwickelten sich hier rückläufig, während unadressierte Volumen anstiegen.

Im Paketgeschäft hält der Trend zum E-Commerce an, wodurch die Paketmengen in Österreich weiter steigen. Gleichzeitig zeichnet sich jedoch auch verstärkter Wettbewerb ab, dem die Österreichische Post mit laufenden Investitionen an der Schnittstelle zu den Kunden begegnet. So gelingt es neben der Kostenführerschaft auch die Serviceführerschaft kontinuierlich auszubauen. Mit Ende der Berichtsperiode standen den Kunden der Post bereits rund 280 Selbstbedienungszonen und 170 Abholstationen in ganz Österreich zur Verfügung. Zudem bietet die Österreichische Post mit der Post App seit dem Vorjahr ein hoch modernes Tool an, das den Kunden größtmögliche Flexibilität beim Empfang von Sendungen ermöglicht. Erst kürzlich wurde auch in einem Pilotbetrieb die Samstagzustellung gestartet. Im internationalen Paketgeschäft zeigte sich weiterhin eine differenzierte



Entwicklung – in den Beteiligungen in Südost- und Osteuropa sowie der Türkei hielten die positiven Markttrends weiter an, während in Deutschland aktuell Strukturmaßnahmen und die Fortsetzung des Netzbbaus Priorität haben.

Das Betriebsergebnis (EBIT) der Österreichischen Post lag mit 96,5 Mio EUR im ersten Halbjahr 2015 um 2,3% unter dem Niveau des Vorjahres, im zweiten Quartal konnte im Jahresvergleich eine Steigerung um 4,9% auf 42,6 Mio EUR erzielt werden. Im operativen Geschäft wurden Maßnahmen zur Kostenoptimierung und Effizienzsteigerung konsequent fortgesetzt, darunter auch weitere Investitionen in eine moderne Fahrzeugflotte und neue Sortieranlagen. Bei einem insgesamt umfangreichen Investitionsprogramm liegt der Cashflow weiterhin auf hohem Niveau und bildet damit eine solide Basis für die zukünftige Investitions- und Dividendenfähigkeit der Österreichischen Post. Auf dieser Grundlage will die Österreichische Post ihrer klaren Kapitalmarktpositionierung als Dividentitel auch in Zukunft treu bleiben.

„Mit Blick auf das Gesamtjahr gehen wir von einer Fortsetzung der Basistrends im Brief- und Paketgeschäft aus und erwarten in 2015 einen Anstieg des Konzernumsatzes in der Größenordnung von 1–2%. Gleichzeitig peilen wir eine EBITDA-Marge um die 12% sowie eine weitere Verbesserung im operativen Ergebnis an“, so Generaldirektor DI Dr. Georg Pölzl.

UMSATZENTWICKLUNG IM DETAIL

Der Konzernumsatz der Österreichischen Post hat sich im ersten Halbjahr 2015 gegenüber dem Vergleichswert des Vorjahres um 0,6% auf 1.178,9 Mio EUR leicht erhöht. Auch in der Betrachtung des zweiten Quartals 2015 konnte eine leichte Umsatzsteigerung von 0,6% erzielt werden.

Der Umsatz der **Division Brief, Werbepost & Filialen** reduzierte sich im Berichtszeitraum um 0,4% auf 738,0 Mio EUR. Im zweiten Quartal 2015 verringerte sich der Umsatz mit minus 0,5% in einer ähnlichen Größenordnung. Der Basistrend der E-Substitution, also des Ersatzes des klassischen Briefs durch elektronische Kommunikationsformen, hält weiter an. Zudem lieferten Wahlen im zweiten Quartal 2015 geringere Umsatzbeiträge als in der Vergleichsperiode des Vorjahres. Als gegenläufiger Effekt ist die Tarifierung per 1. März 2015 zu nennen. Insgesamt lag der Umsatz im Bereich Briefpost & Mail Solutions im ersten Halbjahr 2015 mit 400,7 Mio EUR um 0,8% über dem Niveau des Vorjahres. Im Bereich Werbe- und Medienpost, der im ersten Halbjahr einen leichten Umsatzrückgang um 1,0% auf 279,8 Mio EUR verbuchte, zeigte sich eine differenzierte Entwicklung der einzelnen Kundenbranchen. Speziell die Werbeaktivitäten der Handelsunternehmen vor allem im unadressierten Bereich entwickelten sich in der Berichtsperiode positiv, während bei adressierten Werbesendungen Rückgänge verzeichnet wurden. Gleichzeitig verringerte sich im ersten Halbjahr auch der Umsatz im Bereich Filialdienstleistungen um 3,1 Mio EUR auf 57,5 Mio EUR.

Die **Division Paket & Logistik** verzeichnete im ersten Halbjahr 2015 einen Umsatzanstieg von 2,4% auf 440,9 Mio EUR. Im zweiten Quartal 2015 erhöhte sich der Divisionsumsatz um 2,6%. Eine

Betrachtung nach Regionen zeigt, dass im ersten Halbjahr 54% der Divisionsumsätze in Deutschland generiert wurden, 37% der Umsätze entfielen auf Österreich und 9% auf die Tochtergesellschaften in Südost- und Osteuropa. In Deutschland verringerte sich der Umsatz in den ersten sechs Monaten um 2,3%. Die herausfordernde Wettbewerbssituation sowie der Preisdruck in diesem Markt sind somit weiterhin deutlich spürbar, wobei die Umsatzrückgänge zum Teil auf geringere Dieselizeuschläge auf Transportleistungen zurück zu führen waren. In Österreich erhöhte sich der Umsatz – vor allem getrieben durch den erwähnten Trend zum Online-Shopping – im ersten Halbjahr 2015 um 8,3%, wobei hier verstärkte Initiativen der Wettbewerber zum Ausbau ihrer Marktpräsenz zu bemerken sind. Die Tochtergesellschaften in Südost- und Osteuropa verzeichneten auf Basis deutlicher Volumensteigerungen bei anhaltend hohem Preisdruck ein Umsatzwachstum von 9,9%.

AUFWANDS- UND ERGEBNISENTWICKLUNG

Der Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen stieg in der Berichtsperiode um 0,3% auf 364,0 Mio EUR. Während sich der Materialaufwand vor allem aufgrund der niedrigeren Treibstoffpreise reduzierte, kam es bei den bezogenen Leistungen zu einem Anstieg durch erhöhte Transportaufwendungen. Dieser Zuwachs ist auf die gestiegenen Paketmengen in Österreich und Südost- und Osteuropa zurückzuführen, wurde jedoch zum Teil durch den Rückgang der bezogenen Leistungen für Transporte in Deutschland kompensiert.

Der Personalaufwand der Österreichischen Post belief sich im ersten Halbjahr 2015 auf 551,8 Mio EUR und blieb somit in Summe stabil. Die in diesem Betrag inkludierten operativen Personalaufwendungen für Löhne und Gehälter lagen bereinigt um den Effekt aus der Integration von Distributionsgesellschaften in Deutschland auf Vorjahresniveau. Die Integration vormals bezogener Leistungen führte zwar zu zusätzlichen Personalkosten, denen allerdings ein Rückgang des Aufwands für Transportdienstleistungen gegenübersteht. Die stabile Entwicklung der operativen Personalkosten 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 umfasst der Personalaufwand der Österreichischen Post auch diverse nicht-operative Personalaufwendungen wie Abfertigungen und Rückstellungsveränderungen, die primär auf die spezifische Beschäftigungssituation beamteter Mitarbeiter zurückzuführen sind. Die Höhe der Abfertigungsaufwendungen lag im ersten Halbjahr 2015 mit 11,0 Mio EUR auf Vorjahresniveau (10,8 Mio EUR im ersten Halbjahr des Vorjahres). Der Aufwand für Rückstellungen für Unterauslastungen lag in der Berichtsperiode bei rund 6 Mio EUR, von denen 3 Mio EUR auf die Anpassung der zugrunde liegenden Parameter dieser Rückstellungen zurückgingen.

Die sonstigen betrieblichen Erträge lagen im Berichtszeitraum mit 32,8 Mio EUR auf dem Niveau des Vorjahres. Im gleichen Zeitraum erhöhten sich die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 8,6%



auf 156,0 Mio EUR, zurückzuführen unter anderem auf höhere Aufwendungen für Instandhaltung, Kommunikation und Beratung.

Insgesamt reduzierte sich das EBITDA im ersten Halbjahr 2015 um 3,7% bzw. 5,4 Mio EUR auf 139,7 Mio EUR. Dies entspricht einer EBITDA-Marge von 11,9%. Die Abschreibungen lagen in der Berichtsperiode mit 43,2 Mio EUR um 3,1 Mio EUR unter dem Vergleichswert 2014, der eine Wertminderung des Firmenwerts der polnischen Tochtergesellschaft PostMaster Sp. z o.o. in Höhe von 4,9 Mio EUR im zweiten Quartal 2014 enthalten hatte. So lag das EBIT für die ersten sechs Monate 2015 bei 96,5 Mio EUR und damit um 2,3 Mio EUR bzw. 2,3% unter dem Vorjahresniveau. Die EBIT-Marge betrug 8,2%. Im zweiten Quartal 2015 wurde – aufgrund der erwähnten Wertminderung im Vorjahr – ein Anstieg von 4,9% auf 42,6 Mio EUR erzielt.

Das Finanzergebnis verbesserte sich von minus 1,8 Mio EUR auf 3,4 Mio EUR, im Wesentlichen zurückzuführen auf Zinserträge in Höhe von 3,3 Mio EUR infolge der vorzeitigen Auflösung einer Cross-Border-Leasingtransaktion bezüglich diverser Postsortieranlagen im März 2015. Damit lag das Ergebnis vor Steuern in den ersten sechs Monaten 2015 bei 99,9 Mio EUR nach 97,0 Mio EUR im Vorjahr. Der Steueraufwand blieb mit 22,5 Mio EUR leicht unter dem Wert des ersten Halbjahres 2014 (23,4 Mio EUR). Nach Abzug der Steuern ergibt sich ein Periodenergebnis (Ergebnis nach Steuern) von 77,4 Mio EUR, das einem Anstieg von 5,2% entspricht. Damit lag das unverwässerte Ergebnis pro Aktie in den ersten sechs Monaten 2015 bei 1,14 EUR.

Nach Divisionen betrachtet, verzeichnete die **Division Brief, Werbepost & Filialen** im ersten Halbjahr 2015 ein EBITDA von 161,4 Mio EUR, dies entspricht einem Anstieg von 1,6%. Damit konnten die leichten Umsatzrückgänge in der Berichtsperiode durch hohe Kostendisziplin kompensiert werden. Das Divisions-EBIT lag mit 145,4 Mio EUR um 4,7% bzw. um 6,5 Mio EUR über dem Vergleichswert des Vorjahres. Dieser Anstieg ist primär auf die im Vorjahr vorgenommene Firmenwertabschreibung der polnischen Beteiligung PostMaster Sp. z o.o. in Höhe von 4,9 Mio EUR zurückzuführen.

Die **Division Paket & Logistik** erzielte in den ersten sechs Monaten 2015 ein EBITDA von 23,1 Mio EUR nach 22,5 Mio EUR im Vorjahr. Das EBIT lag in der Berichtsperiode bei 12,5 Mio EUR und damit um 0,4 Mio EUR über dem Vorjahreswert von 12,1 Mio EUR. Während sich die Ertragslage des Geschäfts in Österreich sowie in Südost- und Osteuropa positiv entwickelte, werden in Deutschland aktuell Strukturmaßnahmen und ein Netzbau vorangetrieben.

Die **Division Corporate** (inkl. Konsolidierung) enthält grundsätzlich alle Aufwendungen zentraler Abteilungen des Konzerns sowie Personalrückstellungen und Vorsorgen. Das EBIT des Bereichs Corporate reduzierte sich um 9,2 Mio EUR auf minus 61,4 Mio EUR. Dieser Rückgang ist einerseits auf die Parameteranpassungen der Rückstellungen für Unterauslastungen zurückzuführen. Andererseits kam es in der Berichtsperiode zu einem Anstieg der sonstigen betrieblichen



Aufwendungen im Bereich Instandhaltung, Kommunikation und Beratung, die vorwiegend in der Division Corporate ergebnismindernd wirkten.

CASHFLOW UND BILANZ

Der Cashflow aus dem Ergebnis erreichte im ersten Halbjahr 2015 151,8 Mio EUR nach 139,2 Mio EUR in der Vergleichsperiode des Vorjahres. Der Cashflow aus der Geschäftstätigkeit lag mit 107,7 Mio EUR um 11,8 Mio EUR über dem Wert für das erste Halbjahr 2014. Diese Erhöhung war vor allem auf im Periodenvergleich geringere Ertragsteuerzahlungen zurückzuführen.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit erreichte in den ersten sechs Monaten einen Wert von plus 16,8 Mio EUR. Dieser Anstieg resultierte vor allem aus dem Verkauf der ehemaligen Unternehmenszentrale im ersten Wiener Gemeindebezirk, da der Restkaufpreis in Höhe von 60,0 Mio EUR im ersten Quartal 2015 beglichen wurde. Die Zahlungen für den Erwerb von Sachanlagen (CAPEX) lagen im ersten Halbjahr 2015 mit 32,0 Mio EUR über dem Wert des Vorjahres von 22,2 Mio EUR. Insgesamt lag der Free Cashflow in der Berichtsperiode bei 124,4 Mio EUR nach 83,2 Mio EUR im Vorjahr. Der Free Cashflow vor Akquisitionen und Wertpapierveränderungen erreichte 137,7 Mio EUR. Auch ohne Berücksichtigung des Sondereffekts aus dem Verkauf der ehemaligen Unternehmenszentrale lag der Free Cashflow bei 77,7 Mio EUR und damit über dem Vergleichswert des Vorjahres von 70,5 Mio EUR.

Die Österreichische Post setzt auf eine konservative Bilanz- und Finanzierungsstruktur. Dies zeigt sich an der hohen Eigenkapitalquote, den geringen Finanzverbindlichkeiten und der soliden Zahlungsmittelveranlagung mit möglichst geringem Risiko. Das Eigenkapital lag per 30. Juni 2015 bei 646,0 Mio EUR; dies ergibt eine Eigenkapitalquote von 40,3%. Die Analyse der Finanzposition des Unternehmens zeigt einen hohen Bestand an kurzfristigen und langfristigen Finanzmitteln in Höhe von insgesamt 319,3 Mio EUR. Hierzu zählen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 256,9 Mio EUR sowie Finanzinvestitionen in Wertpapiere von 62,4 Mio EUR. Diesen Finanzmitteln stehen Finanzverbindlichkeiten von lediglich 18,6 Mio EUR gegenüber.

MITARBEITER

Die durchschnittliche Zahl der Mitarbeiter des Österreichischen Post Konzerns (umgerechnet in Vollzeitkräfte) lag im ersten Halbjahr 2015 bei 23.343 Personen. Dies entspricht einer Reduktion des Personalstands gegenüber der Vergleichsperiode um 378 Mitarbeiter. Der Großteil der Konzernmitarbeiter ist in der Österreichischen Post AG beschäftigt (insgesamt 17.904 Vollzeitkräfte).



AUSBLICK 2015

Auf Basis der Entwicklung des Brief- und Paketgeschäfts im ersten Halbjahr 2015 bestätigt die Österreichische Post die für das Gesamtjahr 2015 kommunizierten Prognosen der Geschäftsentwicklung: Der Konzernumsatz sollte sich im Jahresverlauf leicht positiv entwickeln und um 1–2% über dem Wert des Geschäftsjahres 2014 zu liegen kommen.

Im Briefbereich ist mit einer Fortsetzung des Basistrends der E-Substitution, also des Ersatzes des klassischen Briefs durch elektronische Kommunikationsformen, und dadurch mit weiteren Mengenrückgängen zu rechnen. Nach dem bisherigen Geschäftsverlauf ist für das Jahr 2015 insgesamt eine Reduktion im Mittel der prognostizierten Bandbreite von 3–5% zu erwarten. Das Werbegeschäft zeigt weiterhin eine differenzierte Entwicklung der einzelnen Kundenbranchen, wobei Rückgänge eher im Bereich der adressierten Werbesendungen spürbar sind. Ebenso ist damit zu rechnen, dass sich die rückläufige Entwicklung der Filialnetzumsätze, vor allem im Bereich Telekommunikation und Finanzdienstleistungen, im Lauf des Jahres 2015 fortsetzen wird. Unter Berücksichtigung dieser Faktoren sowie der positiven Effekte aus der Tarifierung im März 2015 sollte die Division Brief, Werbepost & Filialen im Jahr 2015 in Summe eine stabile bis leicht positive Umsatzentwicklung zeigen.

Die Entwicklung der Division Paket & Logistik wird von unterschiedlichen Trends im Privat- und Business-Bereich beeinflusst: Durch den stetig wachsenden Online-Handel ist bei Paketen an Privatkunden – je nach Region – von einem jährlichen Wachstum von 3–6% auszugehen. Im Bereich Business-Paket hingegen sind angesichts der gedämpften Konjunkturaussichten derzeit kaum Impulse zu erwarten. Der starke Wettbewerb im Paket- und Logistikgeschäft führt dabei sowohl im B2C- als auch im B2B-Bereich zu einem verstärkten Kampf um Marktanteile.

Um ihre Effizienz in allen Leistungsbereichen weiter zu erhöhen, optimiert die Österreichische Post sowohl in der Brief- wie auch in der Paketlogistik laufend ihre Strukturen und Prozesse. Insbesondere in der internationalen Geschäftstätigkeit hat die Steigerung der Profitabilität absolute Priorität. Ein Schwerpunkt liegt hier auf der Weiterführung des Effizienzsteigerungsprogramms in der trans-o-flex Gruppe, das eine Restrukturierung der Prozess-, Distributions- und Personalstrukturen umfasst. Hintergrund aller Initiativen in diese Richtung ist das Ziel einer EBITDA-Marge um die 12%. Dieses Ziel sowie eine weitere Verbesserung im operativen Ergebnis werden auch für das Gesamtjahr 2015 angestrebt.

Den erwirtschafteten operativen Cashflow wird die Österreichische Post auch in Zukunft umsichtig und zielgerichtet für nachhaltige Effizienzsteigerungen, Strukturmaßnahmen und Zukunftsinvestitionen einsetzen. Auch 2015 sind in diesem Sinn operative Sachanlageninvestitionen (CAPEX) von ca. 80 Mio EUR in Sortiertechnik, Logistik und Kundenlösungen geplant. Darüber hinaus hat die Österreichische Post kürzlich mit dem Bau der neuen Unternehmenszentrale im 3. Wiener Gemeindebezirk begonnen, die im Jahr 2017 fertiggestellt werden soll.

KENNZAHLEN

Mio EUR	H1 2014	H1 2015	Veränderung			
			%	Mio EUR	Q2 2014	Q2 2015
Umsatzerlöse	1.171,9	1.178,9	0,6%	7,0	573,5	577,0
davon Division Brief, Werbepost & Filialen ¹	740,9	738,0	-0,4%	-2,9	362,2	360,5
davon Division Paket & Logistik ¹	430,5	440,9	2,4%	10,3	211,0	216,4
davon Corporate ¹	0,4	0,1	-86,9%	-0,4	0,2	0,0
Sonstige betriebliche Erträge	32,5	32,8	0,9%	0,3	15,9	16,4
Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen	-362,8	-364,0	-0,3%	-1,1	-179,0	-179,5
Personalaufwand	-551,7	-551,8	-0,0%	-0,1	-271,1	-270,1
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-143,7	-156,0	-8,6%	-12,3	-72,2	-79,7
Ergebnis aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen	-1,1	-0,2	80,8%	0,9	-0,7	0,4
EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen)	145,1	139,7	-3,7%	-5,4	66,3	64,6
Abschreibungen	-46,3	-43,2	6,6%	3,1	-25,7	-22,0
EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern)	98,8	96,5	-2,3%	-2,3	40,6	42,6
davon Division Brief, Werbepost & Filialen	138,9	145,4	4,7%	6,5	60,9	68,8
davon Division Paket & Logistik	12,1	12,5	3,0%	0,4	6,6	5,3
davon Division Corporate/Konsolidierung	-52,2	-61,4	-17,6%	-9,2	-27,0	-31,5
Sonstiges Finanzergebnis	-1,8	3,4	>100%	5,2	-1,1	-0,1
EBT (Ergebnis vor Steuern)	97,0	99,9	3,0%	2,9	39,5	42,5
Ertragsteuern	-23,4	-22,5	4,0%	0,9	-9,7	-8,9
Periodenergebnis	73,6	77,4	5,2%	3,9	29,9	33,6
Ergebnis je Aktie (EUR) ²	1,08	1,14	5,4%	0,06	0,44	0,50
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	95,9	107,7	12,3%	11,8	45,3	48,1
Investitionen in Sachanlagen (CAPEX)	-22,2	-32,0	-43,9%	-9,8	-11,1	-16,2
Free Cashflow vor Akquisitionen und Wertpapieren	70,5	137,7	95,4%	67,3	32,5	33,2

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 67.552.638 Stück Aktien

Der Halbjahresfinanzbericht 2015 ist im Internet unter www.post.at/ir --> Reporting --> Finanzberichte verfügbar.

RÜCKFRAGEHINWEIS

Österreichische Post AG
Mag. Ingeborg Gratzner
Leitung Presse & Interne Kommunikation
Tel.: +43 (0) 57767-24730
ingeborg.gratzner@post.at

Österreichische Post AG
DI Harald Hagenauer
Leitung Investor Relations, Konzernrevision & Compliance
Tel.: +43 (0) 57767-30400
harald.hagenauer@post.at

Wien, am 6. August 2015

