

ÖSTERREICHISCHE POST Q1 2015: LEICHTER UMSATZANSTIEG, EBIT UNTER VORJAHR, ANSTIEG BEI ERGEBNIS/AKTIE UND CASHFLOW, AUSBLICK 2015 BESTÄTIGT;

- **Umsatz**
 - Leichter Umsatzanstieg um 0,6% auf 601,9 Mio EUR
 - Brief-Rückgang (-0,3%) durch Wachstum im Paketbereich (+2,2%) kompensiert
- **Ergebnis**
 - EBIT-Rückgang um 7,4% auf 53,9 Mio EUR
 - Ergebnis durch Zinseffekt bei Personalrückstellungen beeinflusst
 - Anstieg im Ergebnis/Aktie um 0,4% auf 0,65 EUR
- **Cashflow und Bilanz**
 - Anstieg des Cashflows aus der Geschäftstätigkeit auf 59,6 Mio EUR
 - Hoher Cash-Bestand und geringe Finanzverbindlichkeiten
- **Ausblick 2015 bestätigt**
 - Umsatzwachstum von 1–2% angepeilt
 - EBITDA-Marge um die 12% und EBIT-Verbesserung angestrebt

DIE ÖSTERREICHISCHE POST IM ÜBERBLICK

Der Konzernumsatz der Österreichischen Post lag im ersten Quartal 2015 mit 601,9 Mio EUR leicht über dem Niveau des Vorjahres. Dabei konnte der Umsatzanstieg im Paketbereich von 2,2% die leichten Rückgänge im Briefgeschäft von 0,3% vollständig kompensieren. Das Briefgeschäft ist auch weiterhin von der anhaltenden elektronischen Substitution von Briefen durch elektronische Kommunikationsformen geprägt. Zudem mussten rückläufige Filialumsätze verzeichnet werden. Im Paketgeschäft hält der Trend zum E-Commerce an, wodurch die Paketmengen im Privatkundengeschäft weiter steigen. Generell ist auf den Paketmärkten jedoch verstärkter Wettbewerb und Preisdruck spürbar.

Das Betriebsergebnis (EBIT) lag mit 53,9 Mio EUR zwar um 4,3 Mio EUR unter dem Niveau des Vorjahres, dieser Rückgang inkludiert auch Aufwendungen aus erhöhten Personalrückstellungen, die durch das niedrige Zinsniveau notwendig geworden waren. Auf operativer Basis wurden Maßnahmen zur weiteren Kostenoptimierung und Effizienzsteigerung konsequent fortgesetzt. Zudem wurden in der Berichtsperiode auch Investitionen an der Kundenschnittstelle vorangetrieben und das Selbstbedienungsangebot weiter ausgebaut. So stehen den Kunden der Post bereits rund 270 SB-Zonen und 150 Abholstationen in ganz Österreich zur Verfügung. Trotz eines insgesamt umfangreichen Investitionsprogramms liegt der Cashflow über dem Niveau des Vorjahres und bildet



damit eine solide Basis für die zukünftige Investitions- und Dividendenfähigkeit der Österreichischen Post.

Auf dieser Grundlage wurde mit 29. April 2015 auch eine Dividende in Höhe von 1,95 EUR pro Aktie für das vergangene Geschäftsjahr ausgeschüttet. Damit bleibt die Österreichische Post ihrer klaren Kapitalmarktpositionierung als verlässlicher Dividentitel einmal mehr treu. „Denn im Fokus unserer strategischen Aktivitäten stehen Verlässlichkeit und Beständigkeit gegenüber den Eigentümern und sonstigen Stakeholdern unseres Unternehmens – und dies soll auch in Zukunft so fortgesetzt werden“, so Generaldirektor DI Dr. Georg Pölzl und ergänzt: „Mit Blick auf das Gesamtjahr bestätigen wir den bereits kommunizierten Ausblick für 2015: Wir gehen von einem Anstieg des Konzernumsatzes in der Größenordnung von 1–2% aus. Gleichzeitig peilen wir eine EBITDA-Marge um die 12% und eine weitere Verbesserung im EBIT an.“

UMSATZENTWICKLUNG IM DETAIL

Der Konzernumsatz der Österreichischen Post hat sich im ersten Quartal 2015 gegenüber dem Vergleichswert des Vorjahres um 0,6% auf 601,9 Mio EUR etwas erhöht. In der Berichtsperiode zeigte das Paketgeschäft weiteres Umsatzwachstum und konnte damit die leichten Umsatzrückgänge der Division Brief, Werbepost & Filialen kompensieren.

Der Umsatz der **Division Brief, Werbepost & Filialen** reduzierte sich im Berichtszeitraum um 0,3% auf 377,5 Mio EUR. Dieser Rückgang ist auf die anhaltende elektronische Substitution von Briefen sowie rückläufige Filialumsätze zurückzuführen. Im Bereich Briefpost & Mail Solutions lag der Umsatz im ersten Quartal 2015 mit 206,4 Mio EUR erwartungsgemäß leicht unter dem Niveau des Vorjahres. Neben dem negativen Basistrend einer rückläufigen Volumenentwicklung infolge der Substitution von Briefen durch elektronische Kommunikationsformen, ist die Tarifierungsanpassung mit 1. März 2015 als positiver Umsatzeffekt hervorzuheben. Der Bereich Werbepost verzeichnete in den ersten drei Monaten 2015 einen Umsatzanstieg um 3,3% auf 109,1 Mio EUR, wobei eine differenzierte Entwicklung der einzelnen Kundenbranchen erkennbar war. Während der Druck des Online-Handels auf den traditionellen Versandhandel und den stationären Handel bei einigen Kunden zu einer Reduktion ihrer Werbeaktivitäten führte, stiegen vor allem die Werbeaktivitäten der Nahversorger im unadressierten Bereich an. Zusätzlich führten diverse Kampagnen mit Aktionswerbung kurz vor Ostern in der Berichtsperiode zu Zusatzumsätzen.

Der Umsatz der **Division Paket & Logistik** erhöhte sich im ersten Quartal 2015 um 2,2% auf 224,4 Mio EUR. 55% der Divisionsumsätze wurden in Deutschland generiert, 36% der Umsätze entfielen auf Österreich und 9% auf die Tochtergesellschaften in Südost- und Osteuropa. In Deutschland verringerte sich der Umsatz in den ersten drei Monaten um 2,5%. Die herausfordernde Wettbewerbssituation sowie der Preisdruck in diesem Markt sind somit weiterhin deutlich spürbar. In Österreich erhöhte sich der Umsatz – getrieben durch den erwähnten Trend zum Online-Shopping und Impulse durch das Ostergeschäft – um 8,1%, wobei auch hier intensiver Wettbewerb herrscht.



Die Tochtergesellschaften in Südost- und Osteuropa verzeichneten auf Basis deutlicher Volumensteigerungen ein Umsatzwachstum von 11,0%.

AUFWANDS- UND ERGEBNISENTWICKLUNG

Der Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen stieg in der Berichtsperiode um 0,4% auf 184,5 Mio EUR, was vor allem auf erhöhte Aufwendungen für Werbemittelverteiler zurückzuführen ist. Im Bereich der Transportaufwendungen kam es durch gestiegene Paketmengen in Österreich und Südost- und Osteuropa zu einem Anstieg, der vor allem durch den Rückgang der bezogenen Leistungen für Transporte in Deutschland kompensiert wurde. Die trans-o-flex Gruppe hat im Jahr 2014 diverse Distributionsgesellschaften übernommen, wodurch ehemals bezogene Leistungen durch eine interne Leistungserbringung in der Zustellung ersetzt wurden.

Der Personalaufwand der Österreichischen Post belief sich im ersten Quartal 2015 auf 281,7 Mio EUR, dies entspricht einer Steigerung von 0,4% bzw. 1,2 Mio EUR. Während der Vergleichswert des Vorjahres lohnabhängige Abgaben aus Vorperioden in Höhe von rund 6 Mio EUR enthielt, sind in der aktuellen Berichtsperiode Parameteranpassungen für verzinsliche Personalrückstellungen enthalten. Vor dem Hintergrund der international niedrigen Zinslandschaft wurden die Rechnungszinssätze diverser Personalrückstellungen reduziert, was zu einem negativen Ergebniseffekt in Höhe von 4,8 Mio EUR führte. Die im Personalaufwand inkludierten operativen Personalaufwendungen für Löhne und Gehälter lagen bereinigt um den Effekt aus der Integration von Distributionsgesellschaften in Deutschland beinahe auf Vorjahresniveau.

Zusätzlich zu den laufenden operativen Personalkosten umfasst der Personalaufwand der Österreichischen Post auch diverse nicht-operative Personalaufwendungen wie Abfertigungen und Rückstellungsveränderungen. Die Höhe der Abfertigungsaufwendungen lag in der Berichtsperiode mit 4,8 Mio EUR etwas unter dem Niveau des Vorjahres (5,6 Mio EUR). Der Aufwand für Rückstellungen für Unterauslastungen erhöhte sich in der Berichtsperiode primär durch die erwähnten Anpassungen des Rechnungszinssatzes.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich in der Berichtsperiode um 6,9% auf 76,3 Mio EUR. Dieser Anstieg war unter anderem auf diverse IT-Projekte sowie geringfügige negative Effekte aus dem Verkauf der ungarischen Tochtergesellschaft feibra Magyarország Kft. zurückzuführen.

Das EBITDA reduzierte sich im ersten Quartal 2015 um 4,6% bzw. 3,6 Mio EUR auf 75,1 Mio EUR. Dies entspricht einer EBITDA-Marge von 12,5%. Ein Ergebniseffekt in der Berichtsperiode war dabei die erwähnte Zinsanpassung im Bereich der Personalrückstellungen. Die Abschreibungen lagen im ersten Quartal 2015 mit 21,2 Mio EUR geringfügig um 0,7 Mio EUR über dem Vergleichswert des Vorjahres. Damit erreichte das EBIT der ersten drei Monate 2015 53,9 Mio EUR, was einem Rückgang um 4,3 Mio EUR bzw. 7,4% entspricht. Die EBIT-Marge betrug 9,0%.



Das Finanzergebnis verbesserte sich von minus 0,8 Mio EUR auf 3,4 Mio EUR, im Wesentlichen zurückzuführen auf Zinserträge infolge der vorzeitigen Auflösung einer Cross-Border-Leasingtransaktion im März 2015. Nach Abzug der Steuern ergibt sich damit ein Periodenergebnis (Ergebnis nach Steuern) auf Vorjahresniveau von 43,8 Mio EUR (+0,2%). Dies entspricht einem unverwässerten Ergebnis pro Aktie von 0,65 EUR für die ersten drei Monate 2015.

Nach Divisionen betrachtet, verzeichnete die **Division Brief, Werbepost & Filialen** im ersten Quartal 2015 ein EBITDA von 84,5 Mio EUR, dies entspricht einem Rückgang von 1,1%. Das Divisions-EBIT lag mit 76,6 Mio EUR um 1,7% bzw. um 1,3 Mio EUR unter dem Vergleichswert des Vorjahres. Diese Entwicklung ist neben dem rückläufigen Umsatz unter anderem auf geringfügige negative Effekte aus dem Verkauf der Tochtergesellschaft feibra Magyarorszáig Kft. sowie des Gemeinschaftsunternehmens MEILLERGH zurückzuführen.

Die **Division Paket & Logistik** erzielte in den ersten drei Monaten 2015 ein EBITDA von 12,3 Mio EUR nach 10,7 Mio EUR im Vorjahr. Das EBIT lag in der Berichtsperiode bei 7,2 Mio EUR und damit um 1,7 Mio EUR über dem Vorjahreswert von 5,5 Mio EUR, wobei im Vorjahr jedoch höhere negative Effekte wie Wertminderungen und Strukturmaßnahmen enthalten waren. Während sich die Ertragslage des Geschäfts in Österreich sowie in Südost- und Osteuropa positiv entwickelte, werden in Deutschland Strukturänderungen weiter vorangetrieben.

Das EBIT der **Division Corporate** (inkl. Konsolidierung) reduzierte sich um 4,7 Mio EUR auf minus 29,9 Mio EUR. Dieser Rückgang ist vor allem auf die erwähnten Zinseffekte bei Personalrückstellungen zurückzuführen. Die Reduktion des Rechnungszinssatzes für diverse Personalrückstellungen führte insgesamt zu Aufwendungen für Rückstellungen von 4,8 Mio EUR, die vorwiegend in der Division Corporate ergebnismindernd wirkten.

CASHFLOW UND BILANZ

Der Cashflow aus der Geschäftstätigkeit lag mit 59,6 Mio EUR um 9,0 Mio EUR über dem ersten Quartal 2014. Diese Erhöhung war unter anderem auf im Periodenvergleich geringere Ertragsteuerzahlungen, sowie geringere Zahlungen für Verbindlichkeiten der internationalen Abrechnung zurückzuführen. Der Cashflow aus Investitionstätigkeit erreichte in den ersten drei Monaten 2015 plus 33,7 Mio EUR. Dies war vor allem auf den Verkauf der ehemaligen Unternehmenszentrale im ersten Wiener Gemeindebezirk zurückzuführen, da im ersten Quartal 2015 der Restkaufpreis in Höhe von 60,0 Mio EUR beglichen wurde. Die Zahlungen für den Erwerb von Sachanlagen (CAPEX) lagen im ersten Quartal 2015 mit 15,8 Mio EUR etwas über dem Wert des Vorjahres (11,2 Mio EUR). Insgesamt lag der Free Cashflow in der Berichtsperiode bei 93,3 Mio EUR nach 42,8 Mio EUR im Vorjahr. Der Free Cashflow vor Akquisitionen und Wertpapierveränderungen erreichte 104,6 Mio EUR. Auch exklusive des Sondereffekts aus dem Verkauf der ehemaligen Unternehmenszentrale lag der Free Cashflow damit etwas über dem Vergleichswert des Vorjahres (38,0 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 31. März 2015 bei 745,7 Mio EUR; dies ergibt eine Eigenkapitalquote von 43,7%. Die Analyse der Finanzposition des Unternehmens zeigt einen hohen Bestand an kurzfristigen und langfristigen Finanzmitteln in Höhe von insgesamt 419,1 Mio EUR. Hierzu zählen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 356,3 Mio EUR sowie Finanzinvestitionen in Wertpapiere von 62,7 Mio EUR. Diesen Finanzmitteln stehen Finanzverbindlichkeiten von lediglich 16,8 Mio EUR gegenüber.

MITARBEITER

Die durchschnittliche Zahl der Mitarbeiter des Österreichischen Post Konzerns (umgerechnet in Vollzeitkräfte) lag in den ersten drei Monaten 2015 bei 23.330 Personen. Der Großteil der Konzernmitarbeiter ist in der Österreichischen Post AG beschäftigt (insgesamt 17.913 Vollzeitkräfte).

AUSBLICK 2015

Die erwarteten Basistrends des Brief- und Logistikgeschäfts spiegeln sich auch im ersten Quartal 2015 wider, weshalb der für das Gesamtjahr 2015 kommunizierte Ausblick bestätigt wird: 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. Für das Jahr 2015 wird mit einem Anstieg des Konzernumsatzes in dieser Größenordnung gerechnet.

Der Briefumsatz ist weiterhin von einem kontinuierlichen Mengenrückgang bei adressierten Sendungen aufgrund der elektronischen Substitution geprägt. Gemäß internationalen Trends muss im adressierten Briefbereich mit Rückgängen von 3–5% p. a. gerechnet werden. Der Markt für adressierte und unadressierte Werbesendungen wird weiterhin eine differenzierte Volumenentwicklung zeigen. Während einige Kundensegmente etwa durch zunehmende Aktivitäten der Online-Händler unter Druck stehen, verzeichnen andere Segmente, z. B. Nahversorger, eine positive Entwicklung. Weiters ist damit zu rechnen, dass sich die rückläufige Entwicklung der Filialumsätze, vor allem im Bereich Telekommunikation und Finanzdienstleistungen, im Lauf des Jahres 2015 fortsetzen wird. Unter Berücksichtigung dieser Faktoren sowie der positiven Preiseffekte 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 im Bereich Paket & Logistik wird im Privat- und Business-Bereich von unterschiedlichen Trends 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 ist eine positive Entwicklung von einer stabilen Konjunktur- und Wettbewerbssituation abhängig. Aufgrund der gedämpften Konjunkturaussichten sind hier derzeit kaum Impulse zu erwarten. Der starke Wettbewerb führt in vielen Märkten daher zu einer Zunahme des Drucks auf



Preise und Marktanteile. Um die Effizienz der Leistungserbringung weiter zu erhöhen, werden sowohl in der Brief- wie auch in der Paketlogistik laufend Strukturen und Prozesse optimiert. 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. Auch 2015 sind daher operative Sachanlageninvestitionen (CAPEX) von 80–90 Mio EUR in Sortiertechnik, Logistik und Kundenlösungen geplant. Darüber hinaus wurde kürzlich mit dem Bau der neuen Unternehmenszentrale im dritten Wiener Gemeindebezirk begonnen, die im Jahr 2017 fertiggestellt werden soll.

KENNZAHLEN

Mio EUR	Q1 2014	Q1 2015	Veränderung	
			%	Mio EUR
Umsatzerlöse	598,4	601,9	0,6%	3,5
davon Division Brief, Werbepost & Filialen ¹	378,7	377,5	-0,3%	-1,2
davon Division Paket & Logistik ¹	219,5	224,4	2,2%	4,9
davon Corporate ¹	0,2	0,0	-84,7%	-0,2
Sonstige betriebliche Erträge	16,5	16,4	-1,1%	-0,2
Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen	-183,8	-184,5	0,4%	0,7
Personalaufwand	-280,6	-281,7	0,4%	1,2
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-71,4	-76,3	6,9%	4,9
Ergebnis aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen	-0,4	-0,6	-71,2%	-0,3
EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen)	78,8	75,1	-4,6%	-3,6
Abschreibungen	-20,6	-21,2	3,2%	0,7
EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern)	58,2	53,9	-7,4%	-4,3
davon Division Brief, Werbepost & Filialen	77,9	76,6	-1,7%	-1,3
davon Division Paket & Logistik	5,5	7,2	30,9%	1,7
davon Division Corporate/Konsolidierung	-25,2	-29,9	-18,6%	-4,7
Sonstiges Finanzergebnis	-0,8	3,4	>100%	4,2
EBT (Ergebnis vor Steuern)	57,4	57,4	-0,2%	-0,1
Ertragsteuern	-13,8	-13,6	-1,4%	-0,2
Periodenergebnis	43,7	43,8	0,2%	0,1
Ergebnis je Aktie (EUR) ²	0,64	0,65	0,4%	0,0
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	50,6	59,6	17,8%	9,0
Investitionen in Sachanlagen (CAPEX)	-11,2	-15,8	-41,8%	-4,7
Free Cashflow vor Akquisitionen und Wertpapieren	38,0	104,6	>100%	66,6

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 Zwischenbericht für das erste Quartal 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 7. Mai 2015

