

## **ÖSTERREICHISCHE POST Q1-3 2015: STABILE GESCHÄFTSENTWICKLUNG MIT UMSATZ- UND ERGEBNISANSTIEG**

- **Umsatz**
  - Umsatzanstieg um 1,1% auf 1.752,3 Mio EUR
  - Sowohl Brief- (+0,4%) als auch Paketbereich (+2,5%) mit Umsatzplus
- **Ergebnis**
  - EBIT-Steigerung um 2,0% auf 135,2 Mio EUR
  - Ergebnis je Aktie auf 1,54 EUR erhöht
- **Cashflow und Bilanz**
  - Free Cashflow über Vorjahresniveau
  - Hoher Cash-Bestand und geringe Finanzverbindlichkeiten
- **Ausblick**
  - Umsatzwachstum 2015 von 1–2% angepeilt
  - EBITDA-Marge weiterhin um die 12%

### **DIE ÖSTERREICHISCHE POST IM ÜBERBLICK**

Der Konzernumsatz der Österreichischen Post lag in den ersten drei Quartalen 2015 mit 1.752,3 Mio EUR um 1,1% über dem Niveau des Vorjahres. Dabei konnten sowohl der Paketbereich mit einem Plus von 2,5% als auch der Briefbereich mit einem Plus von 0,4% Zuwächse verzeichnen. Trotz dieses leichten Umsatzanstiegs im Briefgeschäft hält der Trend der Substitution von klassischen Briefen durch elektronische Kommunikationsformen weiterhin an. Die Volumentrübkänge haben sich im Jahresvergleich sogar etwas verstärkt. Das Geschäft mit Werbesendungen wiederum zeigt eine differenzierte Entwicklung der einzelnen Kundenbranchen. Adressierte Sendungen entwickelten sich hier rückläufig, während unadressierte Volumen anstiegen.

Im Paketgeschäft hält der Trend zum Online-Shopping ungebrochen an, sodass die Paketmengen für Privatkunden in Österreich weiter steigen. Gleichzeitig ist in diesem Bereich jedoch verstärkter Wettbewerb spürbar, dem die Österreichische Post mit laufenden Investitionen an der Kundenschnittstelle begegnet. So gelingt es, neben der Kostenführerschaft auch die Serviceführerschaft der Österreichischen Post kontinuierlich auszubauen. „Bereits heute werden 90% der Pakete beim ersten Zustellversuch an den Empfänger übergeben – diese Top-Quote ist nur dank unserer erfahrenen und gut organisierten Zustellung möglich. Unser Service wurde hier erst kürzlich durch die Samstagszustellung erweitert“, betont Generaldirektor DI Dr. Georg Pölzl. Darüber hinaus bietet die Österreichische Post eine Reihe innovativer Kundenlösungen an: Bereits rund 175.000 Haushalte verfügen über bequeme Post-Empfangsboxen. Zudem stehen den Kunden rund



300 Selbstbedienungszonen und 200 Abholstationen in ganz Österreich zur Verfügung. Im internationalen Paketgeschäft zeigte sich weiterhin eine differenzierte Entwicklung – in unseren Beteiligungen in Südost- und Osteuropa sowie in der Türkei hielten die positiven Markttrends an, während bei der trans-o-flex in Deutschland im Moment Strukturmaßnahmen und ein Netzbau Priorität haben. Parallel dazu werden diverse strategische Optionen für diese Gesellschaft evaluiert.

Das Betriebsergebnis (EBIT) der Österreichischen Post lag in den ersten drei Quartalen 2015 mit 135,2 Mio EUR um 2,0% über dem Niveau des Vorjahres. Im operativen Geschäft haben wir die 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 wollen wir unserer klaren Kapitalmarktpositionierung als Dividentitel mit einer Ausschüttungsquote von zumindest 75% des Nettoergebnisses auch in Zukunft treu bleiben“, so Georg Pözl. „Mit Blick auf das Gesamtjahr gehen wir von einer Fortsetzung der Basistrends im Brief- und Paketgeschäft aus und erwarten für 2015 einen Anstieg des Konzernumsatzes in der Größenordnung von 1–2%. Gleichzeitig peilen wir eine EBITDA-Marge um die 12% an“, ergänzt Pözl. Auf Basis der Entwicklung in den ersten drei Quartalen verfolgen wir das Ziel, das operative Ergebnisniveau des Vorjahres wieder zu erreichen bzw. leicht zu übertreffen. Auch für das Geschäftsjahr 2016 wird eine stabile Geschäftsentwicklung angestrebt, wobei sich die Prognosebandbreite aufgrund des unsicheren Marktumfeldes etwas erhöht.

## **UMSATZENTWICKLUNG IM DETAIL**

Der Konzernumsatz der Österreichischen Post hat sich in den ersten neun Monaten 2015 gegenüber dem Vergleichswert des Vorjahres um 1,1% auf 1.752,3 Mio EUR erhöht. Auch in der separaten Betrachtung des dritten Quartals 2015 konnte eine Steigerung des Konzernumsatzes von 2,2% erzielt werden.

Der Umsatz der **Division Brief, Werbepost & Filialen** erhöhte sich im Berichtszeitraum um 0,4% auf 1.089,5 Mio EUR. Auch im dritten Quartal 2015 lag der Umsatz mit einem Plus von 2,0% über dem Vorjahreswert. Der Basistrend der E-Substitution, also des Ersatzes des klassischen Briefs durch elektronische Kommunikationsformen, hält dabei weiter an. Als gegenläufiger Effekt ist die Tarifanpassung per 1. März 2015 zu nennen. Auf dieser Basis lag der Umsatz im Bereich Briefpost & Mail Solutions in den ersten neun Monaten 2015 mit 587,4 Mio EUR um 1,2% über dem Niveau des Vorjahres. Der Bereich Werbe- und Medienpost verzeichnete in den ersten neun Monaten 2015 einen Umsatzrückgang um 0,7% auf 411,9 Mio EUR. Hier zeigte sich eine differenzierte Entwicklung der einzelnen Kundenbranchen. Speziell die Werbeaktivitäten der großen Handelsunternehmen mit unadressierten Sendungen entwickelten sich in der Berichtsperiode positiv. Im Bereich der



adressierten Werbesendungen wurden hingegen Rückgänge verzeichnet. Der Umsatz im Bereich Filialdienstleistungen lag in den ersten neun Monaten 2015 mit 90,3 Mio EUR auf Vorjahresniveau.

Der Umsatz der **Division Paket & Logistik** erhöhte sich in den ersten neun Monaten 2015 um 2,5% auf 662,7 Mio EUR. Eine Betrachtung nach Regionen zeigt, dass in den ersten drei Quartalen 55% der Divisionsumsätze in Deutschland generiert wurden, 36% der Umsätze entfielen auf Österreich und 9% auf die Tochtergesellschaften in Südost- und Osteuropa. In Deutschland verringerte sich der Umsatz in den ersten neun Monaten um 1,5%, was vor allem auf geringere Dieselmzuschläge auf Transportleistungen zurückzuführen ist. Die herausfordernde Wettbewerbssituation sowie der Preisdruck in diesem Markt sind weiterhin deutlich spürbar. In Österreich erhöhte sich der Umsatz – vor allem getrieben durch den erwähnten Trend zum Online-Shopping – in den ersten drei Quartalen 2015 um 7,7%. Auch hier herrscht jedoch verstärkter Wettbewerb. Die Tochtergesellschaften in Südost- und Osteuropa verzeichneten auf Basis deutlicher Volumensteigerungen bei anhaltend hohem Preisdruck ein Umsatzwachstum von 8,4%.

## AUFWANDS- UND ERGEBNISENTWICKLUNG

Der Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen stieg in der Berichtsperiode um 1,2% auf 551,7 Mio EUR. Während sich der Materialaufwand vor allem aufgrund der niedrigeren Treibstoffpreise in der Berichtsperiode reduzierte, erhöhten sich die bezogenen Leistungen durch zusätzliche Transportaufwendungen aufgrund der gestiegenen Paketmengen in Österreich und Südost- und Osteuropa.

Der Personalaufwand der Österreichischen Post belief sich in den ersten drei Quartalen 2015 auf 813,6 Mio EUR und verzeichnete damit einen leichten Rückgang von 1,8 Mio EUR bzw. 0,2%. Die in diesem Betrag inkludierten operativen Personalaufwendungen für Löhne und Gehälter lagen etwas über dem Vorjahresniveau, wobei dieser Anstieg auf den Effekt aus der Integration von Distributionsgesellschaften in Deutschland zurückzuführen war. Die ansonsten 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 in der Berichtsperiode mit 22,2 Mio EUR deutlich über dem Vorjahresniveau von 17,3 Mio EUR. Zusätzlich führte die Einführung von neuen Personalmaßnahmen für beamtete Mitarbeiter zu einem gestiegenen Rückstellungsbedarf von 8,6 Mio EUR. Die sonstigen Veränderungen im nicht-operativen Personalaufwand, darunter auch die Rückstellung für Unterauslastung, wurden durch einen positiven Ergebniseffekt aus der Anpassung von Parametern für verzinsliche Rückstellungen kompensiert.



Die sonstigen betrieblichen Erträge lagen im Berichtszeitraum mit 50,4 Mio EUR auf dem Niveau des Vorjahres. Im selben Zeitraum erhöhten sich die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 8,0% auf 237,9 Mio EUR, zurückzuführen unter anderem auf höhere Aufwendungen für Instandhaltung, Kommunikation und Beratung.

Insgesamt reduzierte sich das EBITDA in den ersten neun Monaten 2015 leicht um 0,4% auf 199,3 Mio EUR. Dies entspricht einer EBITDA-Marge von 11,4%. Die Abschreibungen lagen in der Berichtsperiode mit 64,1 Mio EUR um 3,5 Mio EUR unter dem Vergleichswert 2014, der allerdings 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. Per Saldo lag das EBIT für die ersten neun Monate 2015 bei 135,2 Mio EUR und damit um 2,6 Mio EUR bzw. 2,0% über dem Vorjahresniveau. Die EBIT-Marge belief sich auf 7,7%.

Das Finanzergebnis verbesserte sich von minus 2,4 EUR im Vorjahr auf plus 2,6 Mio EUR, im Wesentlichen zurückzuführen auf Zinserträge in Höhe von 3,3 Mio EUR infolge der vorzeitigen Auflösung einer Cross-Border-Leasingtransaktion. Der Steueraufwand erhöhte sich um 3,4 Mio EUR auf 33,8 Mio EUR. Hauptgrund dafür war die Erhöhung des Plansteuersatzes aufgrund der geänderten steuerlichen Gesetzgebung. Nach Abzug der Steuern ergibt sich ein Periodenergebnis von 104,1 Mio EUR, das den Vorjahreswert um 4,3% übertrifft. Damit lag das unverwässerte Ergebnis je Aktie in den ersten neun Monaten 2015 bei 1,54 EUR.

Nach Divisionen betrachtet, verzeichnete die **Division Brief, Werbepost & Filialen** in den ersten drei Quartalen 2015 ein EBITDA von 232,5 Mio EUR, dies entspricht einem Anstieg von 4,2%. Dieser Anstieg ist zum Teil auf den Entfall negativer Effekte aus der Parameteranpassung verzinslicher Rückstellung im Vorjahr zurückzuführen, aber auch auf die hohe Kostendisziplin und laufende Prozessoptimierungen. Das Divisions-EBIT lag mit 208,6 Mio EUR um 6,7% bzw. um 13,1 Mio EUR über dem Vergleichswert des Vorjahres. Dieses Ergebnisplus ist auch auf die im zweiten Quartal des Vorjahres 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 neun Monaten 2015 ein EBITDA von 32,4 Mio EUR nach 34,2 Mio EUR im Vorjahr. Das EBIT lag in der Berichtsperiode bei 16,5 Mio EUR und damit um 2,1 Mio EUR unter dem Vorjahreswert von 18,5 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 diverse Personalrückstellungen. Das EBIT des Bereichs Corporate reduzierte sich in der Berichtsperiode um 8,3 Mio EUR auf minus 89,8 Mio EUR. Dieser Rückgang ist vor allem auf einen Anstieg der sonstigen betrieblichen Aufwendungen für Instandhaltung,

Kommunikation und Beratung zurückzuführen, die vorwiegend in dieser Division ergebnismindernd wirkten. Im Personalbereich fielen Aufwendungen für Rückstellungen für zusätzliche Personalmaßnahmen an, als gegenläufiger positiver Effekt im Bereich Personalaufwand ist die Anpassung der Parameter für verzinsliche Rückstellungen zu nennen.

## **CASHFLOW UND BILANZ**

Der Cashflow aus dem Ergebnis erreichte in den ersten neun Monaten 2015 186,4 Mio EUR nach 207,2 Mio EUR in der Vergleichsperiode des Vorjahres. Der Cashflow aus der Geschäftstätigkeit lag mit 153,6 Mio EUR um 11,0 Mio EUR unter dem Wert für die ersten neun Monate 2014. Diese Reduktion ist in erster Linie auf im Periodenvergleich höhere Ertragsteuerzahlungen zurückzuführen, die vor allem aus Immobilienverkäufen und Änderungen der steuerlichen Gesetzgebung (Abgabenänderungsgesetz) resultierten.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit erreichte in den ersten neun Monaten einen Wert von minus 1,6 Mio EUR nach minus 43,9 Mio EUR in der Vergleichsperiode des Vorjahres. 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 in den ersten neun Monaten 2015 mit 61,3 Mio EUR über dem Wert des Vorjahres von 53,0 Mio EUR. Insgesamt lag der Free Cashflow in der Berichtsperiode bei 152,0 Mio EUR nach 120,7 Mio EUR im Vorjahr. Der Free Cashflow vor Akquisitionen und Wertpapierveränderungen erreichte 158,3 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. September 2015 bei 669,3 Mio EUR; dies ergibt eine Eigenkapitalquote von 41,4%. Die Analyse der Finanzposition des Unternehmens zeigt einen hohen Bestand an Finanzmitteln in Höhe von insgesamt 342,7 Mio EUR. Hierzu zählen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 286,1 Mio EUR sowie Finanzinvestitionen in Wertpapiere von 56,6 Mio EUR. Diesen Finanzmitteln stehen Finanzverbindlichkeiten von lediglich 20,4 Mio EUR gegenüber.

## **MITARBEITER**

Die durchschnittliche Zahl der Mitarbeiter des Österreichischen Post Konzerns (umgerechnet in Vollzeitkräfte) lag in den ersten neun Monaten 2015 bei 23.578 Personen. Dies entspricht einer Reduktion des Personalstands gegenüber der Vergleichsperiode um 427 Mitarbeiter. Der Großteil der Konzernmitarbeiter ist in der Österreichischen Post AG beschäftigt (insgesamt 18.121 Vollzeitkräfte).



## **AUSBLICK 2015 UND 2016**

Auf Basis der Entwicklung des Brief- und Paketgeschäfts in den ersten drei Quartalen 2015 bestätigt die Österreichische Post die für das Gesamtjahr 2015 kommunizierte Umsatzprognose: Der Konzernumsatz sollte sich im Jahresverlauf leicht positiv entwickeln und um 1–2% über dem Wert des Geschäftsjahres 2014 liegen. Auch für das Jahr 2016 erwartet das Unternehmen einen herausfordernden Briefmarkt mit weiteren Rückgängen vor allem im Bereich der adressierten Sendungen und einen hoch kompetitiven Paketmarkt. Die Umsatzprognose für das Geschäftsjahr 2016 ist neben den aktuellen Basistrends im Brief- und Paketgeschäft auch von der potentiellen Anteilserhöhung an der türkischen Pakettochter Aras Kargo von 25% auf 75% abhängig. Auf Basis dieser Faktoren könnte der Jahresumsatz 2016 im Bereich von minus 1% bis plus 5% im Vergleich zum Jahr 2015 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 und auch für das Jahr 2016 jeweils ein Rückgang in der prognostizierten Bandbreite von 3–5% zu erwarten. Das Werbegeschäft zeigt weiterhin eine differenzierte Entwicklung der einzelnen Kundenbranchen. Rückgänge sind dabei vor allem im Bereich der adressierten Werbesendungen spürbar.

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 weiterhin von deutlichen Wachstumsraten auszugehen. Aufgrund der positiven Entwicklung dieses Marktsegments ist gleichzeitig mit intensiverem Wettbewerb zu rechnen, der sich auf das Preis- und Mengengefüge und damit auf die Geschäftsentwicklung insbesondere im Jahr 2016 auswirken könnte. Im Bereich Business-Paket wiederum sind angesichts der schwachen Konjunkturaussichten derzeit kaum Impulse zu erwarten. Darüber hinaus beeinflusst die hohe Wettbewerbsintensität vor allem das Paket- und Logistikgeschäft in Deutschland negativ.

Um ihre Effizienz in allen Leistungsbereichen weiter zu erhöhen, optimiert die Österreichische Post in der Brief- und Paketlogistik – sowohl national als auch international – laufend ihre Strukturen und Prozesse. Neben dem Einsatz moderner Technologien und Arbeitsmodelle in Österreich liegt dabei ein Schwerpunkt auf der Weiterführung der Strukturmaßnahmen in der trans-o-flex Gruppe, die eine Restrukturierung der Prozess-, Distributions- und Personalstrukturen umfassen. Parallel dazu evaluiert die Österreichische Post diverse strategische Optionen für diese Gesellschaft.

In Summe peilt die Österreichische Post auf Konzernebene auch für 2015 eine EBITDA-Marge um die 12% an. Bezüglich des operativen Ergebnisses ist davon auszugehen, dass sich der Trend der ersten neun Monate fortsetzt. Die Österreichische Post verfolgt daher das Ziel, das operative Ergebnisniveau des Vorjahres wieder zu erreichen bzw. leicht zu übertreffen. Für das Jahr 2014 war ein EBIT in Höhe

von 197 Mio EUR ausgewiesen worden, das sowohl von positiven als auch von negativen Sondereffekten geprägt gewesen war: So hatte der Verkauf der ehemaligen Unternehmenszentrale das Ergebnis um rund 62 Mio EUR erhöht, während Sondereffekte aus Wertminderungen eine Reduktion um 58 Mio EUR bewirkten. Auch im Hinblick auf das Jahresergebnis 2015 sind ergebniswirksame Chancen und Risiken durch Sondereffekte gegeben, so etwa im Bereich der nicht-operativen Personalaufwendungen oder der Wertminderungen. Für das Geschäftsjahr 2016 wird das Ziel einer EBITDA-Marge um die 12% beibehalten. In Bezug auf das operative Ergebnis wird eine stabile Entwicklung angepeilt, wobei sich die Prognosebandbreite aufgrund des unsicheren Marktumfeldes jedoch etwas erhöht.

Den erwirtschafteten operativen Cashflow wird die Österreichische Post weiterhin 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 mit dem Bau der neuen Unternehmenszentrale im 3. Wiener Gemeindebezirk begonnen, die im Jahr 2017 fertiggestellt werden soll. Für das Gesamtjahr 2015 wird mit einer soliden Cashflow-Entwicklung gerechnet, die der Österreichischen Post die Fortsetzung ihrer attraktiven Dividendenpolitik mit einer Ausschüttungsquote von zumindest 75% des Nettoergebnisses ermöglicht.



## KENNZAHLEN

Mio EUR	Q1-3 2014	Q1-3 2015	Veränderung			
			%	Mio EUR	Q3 2014	Q3 2015
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>1.732,7</b>	<b>1.752,3</b>	<b>1,1%</b>	<b>19,7</b>	<b>560,8</b>	<b>573,4</b>
davon Division Brief, Werbepost & Filialen <sup>1</sup>	1.085,7	1.089,5	0,4%	3,8	344,7	351,5
davon Division Paket & Logistik <sup>1</sup>	646,4	662,7	2,5%	16,4	215,8	221,9
davon Corporate <sup>1</sup>	0,6	0,1	-87,0%	-0,5	0,2	0,0
Sonstige betriebliche Erträge	50,1	50,4	0,5%	0,2	17,7	17,6
Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen	-545,4	-551,7	-1,2%	-6,3	-182,6	-187,8
Personalaufwand	-815,4	-813,6	0,2%	1,8	-263,7	-261,8
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-220,2	-237,9	-8,0%	-17,6	-76,5	-81,9
Ergebnis aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen	-1,5	-0,2	89,6%	1,4	-0,5	0,0
<b>EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen)</b>	<b>200,2</b>	<b>199,3</b>	<b>-0,4%</b>	<b>-0,9</b>	<b>55,1</b>	<b>59,6</b>
Abschreibungen	-67,6	-64,1	5,2%	3,5	-21,3	-20,9
<b>EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern)</b>	<b>132,6</b>	<b>135,2</b>	<b>2,0%</b>	<b>2,6</b>	<b>33,8</b>	<b>38,7</b>
davon Division Brief, Werbepost & Filialen	195,5	208,6	6,7%	13,1	56,7	63,2
davon Division Paket & Logistik	18,5	16,5	-11,2%	-2,1	6,4	4,0
davon Division Corporate/Konsolidierung	-81,5	-89,8	-10,2%	-8,3	-29,3	-28,4
Sonstiges Finanzergebnis	-2,4	2,6	>100%	5,0	-0,6	-0,8
<b>EBT (Ergebnis vor Steuern)</b>	<b>130,2</b>	<b>137,8</b>	<b>5,9%</b>	<b>7,7</b>	<b>33,2</b>	<b>38,0</b>
Ertragsteuern	-30,4	-33,8	-11,0%	-3,4	-7,0	-11,3
<b>Periodenergebnis</b>	<b>99,8</b>	<b>104,1</b>	<b>4,3%</b>	<b>4,3</b>	<b>26,2</b>	<b>26,7</b>
Ergebnis je Aktie (EUR) <sup>2</sup>	1,47	1,54	4,8%	0,07	0,39	0,39
<b>Cashflow aus Geschäftstätigkeit</b>	<b>164,6</b>	<b>153,6</b>	<b>-6,7%</b>	<b>-11,0</b>	<b>68,7</b>	<b>45,9</b>
Investitionen in Sachanlagen (CAPEX)	-53,0	-61,3	-15,7%	-8,3	-30,8	-29,3
Free Cashflow vor Akquisitionen und Wertpapieren	108,6	158,3	45,8%	49,8	38,1	20,6

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> Unverwässertes Ergebnis je Aktie bezogen auf 67.552.638 Stück Aktien

Der Zwischenbericht für das 1.-3. Quartal 2015 ist im Internet unter [www.post.at/ir](http://www.post.at/ir) --> Reporting --> Finanzberichte verfügbar.

## RÜCKFRAGEHINWEIS

Österreichische Post AG  
Mag. Ingeborg Gratzner  
Leitung Presse & Interne Kommunikation  
Tel.: +43 (0) 57767-32010  
[ingeborg.gratzner@post.at](mailto:ingeborg.gratzner@post.at)

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

Wien, am 12. November 2015

