

ÖSTERREICHISCHE POST Q1 2016: UMSATZRÜCKGANG VON 1,2%, EBIT DURCH ZINSEFFEKT BEEINFLUSST, STABILER AUSBLICK 2016 BESTÄTIGT

- **Umsatz**
 - Umsatzrückgang von 1,2% auf 592,8 Mio EUR
 - Umsatz im Briefbereich durch Volumentrückgang und Einzeleffekte reduziert
 - Stabile Umsatzentwicklung im Paketbereich
- **Ergebnis**
 - EBIT-Rückgang um 5,3% auf 51,1 Mio EUR
 - Ergebnis durch Zinseffekt bei Personalrückstellungen beeinflusst
 - Ergebnis/Aktie von 0,57 EUR
- **Cashflow und Bilanz**
 - Anstieg des Cashflows aus der Geschäftstätigkeit auf 60,1 Mio EUR
 - Hoher Cash-Bestand und geringe Finanzverbindlichkeiten
- **Ausblick 2016**
 - Umsatz von 2,0 Mrd EUR prognostiziert (aktuelles Geschäftsportfolio)
 - Stabile Entwicklung des operativen Ergebnisses (EBIT) angepeilt

DIE ÖSTERREICHISCHE POST IM ÜBERBLICK

Der Konzernumsatz der Österreichischen Post lag im ersten Quartal 2016 mit 592,8 Mio EUR leicht unter dem Niveau des Vorjahres. Dabei zeigte das Paketgeschäft eine stabile Umsatzentwicklung, während im Briefgeschäft Rückgänge zu verzeichnen waren. Das Briefgeschäft ist auch weiterhin von der anhaltenden Substitution von klassischen Briefen durch elektronische Kommunikationsformen geprägt. Insbesondere Kunden im öffentlichen Sektor, aber auch im Banken- und Versicherungsbereich, versuchen Sendungsvolumen zu reduzieren. Zudem ist der Umsatz in diesem Geschäft in der Regel stark von Effekten aus Wahlen beeinflusst, wobei in der aktuellen Berichtsperiode – im Gegensatz zum Vorjahr – keine Wahlen stattgefunden haben. Das Geschäft mit Werbesendungen zeigte eine differenzierte Entwicklung der einzelnen Kundenbranchen. Adressierte Sendungen entwickelten sich hier rückläufig, während das Volumen mit unadressierten Sendungen anstieg.

Im Paketgeschäft hält der Trend zum E-Commerce an, wodurch die Paketmengen in Österreich weiter steigen. Gleichzeitig ist in diesem Bereich jedoch verstärkter Wettbewerb spürbar, dem die Österreichische Post mit laufenden Investitionen an der Kundenschnittstelle begegnet. Das Service wurde hier um die Samstags- und Abendzustellung erweitert. Darüber hinaus bietet die Österreichische Post eine Reihe innovativer Kundenlösungen an. So standen per Ende März 2016



den Kunden 306 Selbstbedienungszonen und 218 Abholstationen in ganz Österreich zur Verfügung. In den internationalen Beteiligungen in Südost- und Osteuropa hielten die positiven Markttrends weiter an. Das deutsche Tochterunternehmen trans-o-flex wurde verkauft. Das Closing und die Entkonsolidierung erfolgten am 8. April 2016.

Das Betriebsergebnis (EBIT) lag mit 51,1 Mio EUR um 2,8 Mio EUR unter dem Niveau des Vorjahres, zurückzuführen vor allem auf Zinseffekte bei Personalrückstellungen, die um 4,7 Mio EUR höher ausgefallen sind als im Vorjahr. Diese Effekte konnten teilweise jedoch durch Maßnahmen für weitere Kostenoptimierung und Effizienzsteigerung kompensiert werden.

Mit 28. April 2016 wurde eine Dividende in Höhe von 1,95 EUR pro Aktie für das vergangene Geschäftsjahr ausgeschüttet. Damit bleibt die Österreichische Post einmal mehr ihrer klaren Kapitalmarktpositionierung als verlässlicher Dividentitel treu. „Im Fokus unserer Aktivitäten stehen Verlässlichkeit und Beständigkeit gegenüber den Eigentümern und sonstigen Stakeholdern unseres Unternehmens – und das wollen wir auch weiter fortsetzen“, so Generaldirektor DI Dr. Georg Pölzl. Die Österreichische Post peilt für das Gesamtjahr 2016 auf Basis des aktuellen Geschäftsportfolios einen Umsatz von 2,0 Mrd EUR an, nachdem die deutsche Tochtergesellschaft trans-o-flex nunmehr entkonsolidiert wurde. Zudem strebt die Österreichische Post eine stabile Entwicklung des operativen Ergebnisses (EBIT) an.

UMSATZENTWICKLUNG IM DETAIL

Der Konzernumsatz der Österreichischen Post hat sich im ersten Quartal 2016 gegenüber dem Vergleichswert des Vorjahres um 1,2% auf 592,8 Mio EUR verringert. In der Berichtsperiode zeigte das Paketgeschäft eine stabile Umsatzentwicklung, während Umsatzrückgänge der Division Brief, Werbepost & Filialen zu verzeichnen waren.

Der Umsatz der **Division Brief, Werbepost & Filialen** reduzierte sich im Berichtszeitraum um 1,9% auf 370,5 Mio EUR. Der Divisionsumsatz ist neben der elektronischen Substitution von Briefen auch stark von Effekten aus Wahlen beeinflusst. Während sich die positiven Umsatzeffekte von 3,5 Mio EUR aus Wahlen im ersten Quartal 2015 bewegten, fanden in der aktuellen Berichtsperiode keine Wahlen statt. Darüber hinaus ist der Rückgang auf ein geändertes Verrechnungsmodell bei Mobilfunkprodukten sowie auf den Verkauf zweier Briefgesellschaften in Ungarn und in der Slowakei im Jahr 2015 zurückzuführen.

Im Bereich Briefpost & Mail Solutions lag der Umsatz im ersten Quartal 2016 mit 204,9 Mio EUR um 0,7% unter dem Niveau des Vorjahres. Der Basistrend einer rückläufigen Volumenentwicklung infolge der Substitution von Briefen durch elektronische Kommunikationsformen hält nach wie vor an und lag im ersten Quartal 2016 am oberen Ende der Bandbreite von 3–5%. Zudem wirkte sich der Entfall von Wahlen sowie von Einmalaussendungen diverser Kunden aus den Bereichen Banken und Versicherungsdienstleistungen negativ auf die Umsatzentwicklung aus. Der Bereich Werbepost verzeichnete in den ersten drei Monaten 2016 einen Umsatzrückgang um 5,7% auf 102,9 Mio EUR.



Dieser Rückgang ist vor allem auf den bereits erwähnten Wegfall von Umsatzerlösen aus Wahlen sowie den Verkauf zweier Briefgesellschaften zurückzuführen. Der Umsatz mit Medienpost zeigte im Periodenvergleich einen Anstieg von 2,1% auf 34,3 Mio EUR. Dies inkludierte die jährliche Indexanpassung. Der Umsatz mit Filialdienstleistungen blieb mit 28,4 Mio EUR trotz geänderten Verrechnungsmodells bei Mobilfunkprodukten stabil.

Der Umsatz der **Division Paket & Logistik** blieb im ersten Quartal 2016 mit 222,3 Mio EUR stabil. Der Großteil des Divisionsumsatzes entfiel dabei mit 75,1% auf den Premium-Bereich (Paketzustellung innerhalb eines Werktags). Dieser verzeichnete in den ersten drei Monaten 2016 einen Umsatzanstieg von 1,0% auf 166,9 Mio EUR. Neben einer guten Entwicklung des Paketgeschäfts mit Business-Kunden in Österreich waren auch bei höherwertigen Paketen für Privatkunden überdurchschnittliche Steigerungen zu erzielen. Gegenläufig verlief die Entwicklung in Deutschland, wo Umsatzrückgänge von 2,7 Mio EUR verzeichnet wurden.

AUFWANDS- UND ERGEBNISENTWICKLUNG

Der Materialaufwand und der Aufwand für bezogene Leistungen stiegen in der Berichtsperiode um 0,4% auf 183,1 Mio EUR. Während sich der Materialaufwand vor allem aufgrund der niedrigeren Treibstoffpreise reduzierte, kam es bei den bezogenen Leistungen insbesondere durch ein höheres internationales Geschäftsvolumen zu einem Anstieg.

Der Personalaufwand der Österreichischen Post belief sich im ersten Quartal 2016 auf 286,4 Mio EUR, was einer Steigerung von 1,7% entspricht. Vor dem Hintergrund der international niedrigen Zinslandschaft wurden die Rechnungszinssätze diverser Personalarückstellungen angepasst, was zu einem negativen Ergebniseffekt in Höhe von 9,5 Mio EUR führte. Im Vorjahr betrug dieser Effekt 4,8 Mio EUR. Die im Personalaufwand inkludierten operativen Personalaufwendungen für Löhne und Gehälter blieben im Vergleich zum Vorjahr weitgehend stabil.

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. Neben der bereits beschriebenen Anpassung der Parameter für verzinsliche Rückstellungen lagen die Abfertigungsaufwendungen in der Berichtsperiode bei 4,9 Mio EUR.

Die sonstigen betrieblichen Erträge lagen im Berichtszeitraum aufgrund eines positiven Bilanzierungseffekts im Zusammenhang mit dem Verkauf der Tochtergesellschaft trans-o-flex mit 23,5 Mio EUR über dem Niveau des Vorjahres. Der Nettobeitrag aus Bilanzierungseffekten im Zusammenhang mit dem Verkauf dieser Gesellschaft saldiert mit dem operativen Ergebnis der trans-o-flex vom ersten Quartal 2016 war in Summe leicht positiv. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich um 1,2% auf 77,3 Mio EUR, was unter anderem auf gestiegene Aufwendungen für Instandhaltung und Beratung zurückzuführen ist.



Vor allem aufgrund des erwähnten Zinseffekts im Bereich der Personalrückstellungen sowie geringeren Umsatzerlösen reduzierte sich das EBITDA im ersten Quartal 2016 um 7,6% bzw. 5,7 Mio EUR auf 69,4 Mio EUR. Dies entspricht einer EBITDA-Marge von 11,7%.

In den ersten drei Monaten 2016 wurde ein EBIT von 51,1 Mio EUR erzielt und lag somit um 2,8 Mio EUR bzw. 5,3% unter dem Niveau des Vorjahres. Die EBIT-Marge betrug 8,6%.

Das Finanzergebnis reduzierte sich von 3,4 Mio EUR auf minus 0,2 Mio EUR. Im Wesentlichen ist dies auf Zinserträge im März des Vorjahres infolge der vorzeitigen Auflösung einer Cross-Border-Leasingtransaktion bezüglich diverser Postsortieranlagen zurückzuführen. Das Ergebnis vor Steuern lag in den ersten drei Monaten 2016 bei 50,8 Mio EUR im Vergleich zu 57,4 Mio EUR im Vorjahr. Nach Abzug der Steuern von 12,2 Mio EUR ergibt sich damit ein Periodenergebnis (Ergebnis nach Steuern) von 38,7 Mio EUR, nach 43,8 Mio EUR im Vorjahr. Dies entspricht einem unverwässerten Ergebnis pro Aktie von 0,57 EUR für die ersten drei Monate 2016.

Nach Divisionen betrachtet, verzeichnete die **Division Brief, Werbepost & Filialen** im ersten Quartal 2016 ein EBITDA von 79,7 Mio EUR. Dies entspricht einem Rückgang von 5,7%. Das Divisions-EBIT lag aufgrund der beschriebenen geringeren Umsatzbeiträge mit 71,6 Mio EUR um 6,6% bzw. 5,1 Mio EUR unter dem Vergleichswert des Vorjahres.

Die **Division Paket & Logistik** erzielte in den ersten drei Monaten 2016 ein EBITDA von 10,5 Mio EUR nach 12,3 Mio EUR im Vorjahr. Das EBIT lag in der Berichtsperiode bei 7,8 Mio EUR und damit um 0,6 Mio EUR über dem Vorjahreswert.

Das EBIT der **Division Corporate** (inkl. Konsolidierung) verbesserte sich um 1,6 Mio EUR auf minus 28,3 Mio EUR, obwohl die bereits erwähnte Parameteranpassung für verzinsliche Personalrückstellungen, die zu Aufwendungen von insgesamt 9,5 Mio EUR führte, sich in Höhe von 6,5 Mio EUR in der Division Corporate ergebnismindernd auswirkte.

CASHFLOW UND BILANZ

Mit 60,1 Mio EUR lag der Cashflow aus der Geschäftstätigkeit leicht über dem Niveau des Vorjahres mit 59,6 Mio EUR. Positiv wirkten sich die geringeren Forderungen aus Lieferungen und Leistungen aus, während es bei den Rückstellungen aufgrund höherer Auszahlungen zu einem Rückgang kam. Der Cashflow aus Investitionstätigkeit erreichte in den ersten drei Monaten 2016 einen Wert von minus 21,8 Mio EUR nach plus 33,7 Mio EUR in der Vergleichsperiode des Vorjahres. Die Differenz ist vor allem auf den Verkauf der ehemaligen Unternehmenszentrale mit einem Restkaufpreis in Höhe von 60,0 Mio EUR im ersten Quartal 2015 zurückzuführen. Die Zahlungen für den Erwerb von Sachanlagen (CAPEX) lagen im ersten Quartal 2016 mit 17,1 Mio EUR etwas über dem Wert des Vorjahres von 15,8 Mio EUR. In diesen Sachanlageinvestitionen sind auch Zahlungen im Zusammenhang mit dem Bau der neuen Unternehmenszentrale in Höhe von 9,6 Mio EUR enthalten. Insgesamt liegt der Free Cashflow in der Berichtsperiode bei 38,3 Mio EUR nach 93,3 Mio EUR im Vorjahr. Die Differenz ist mit dem bereits erwähnten Verkauf der alten Unternehmenszentrale zu erklären. Bereinigt um diesen Sondereffekt sowie den Auszahlungen für die neue



Unternehmenszentrale beträgt der operative Free Cashflow vor Akquisitionen/Wertpapieren und sonstigem Cashflow aus Investitionstätigkeit 52,6 Mio EUR im ersten Quartal 2016 nach 46,9 Mio EUR im ersten Quartal 2015.

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 2016 bei 675,5 Mio EUR; dies ergibt eine Eigenkapitalquote von 41,2%. Die Analyse der Finanzposition des Unternehmens zeigt einen hohen Bestand an kurzfristigen und langfristigen Finanzmitteln in Höhe von insgesamt 397,7 Mio EUR. Hierzu zählen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 336,2 Mio EUR sowie Finanzinvestitionen in Wertpapiere von 61,4 Mio EUR. Diesen Finanzmitteln stehen Finanzverbindlichkeiten von lediglich 12,2 Mio EUR gegenüber.

MITARBEITER

Die durchschnittliche Zahl der Mitarbeiter des Österreichischen Post Konzerns (umgerechnet in Vollzeitkräfte) lag in den ersten drei Monaten 2016 bei 22.952 Personen. Der Großteil der Konzernmitarbeiter ist in der Österreichischen Post AG beschäftigt (insgesamt 17.359 Vollzeitkräfte).

AUSBLICK 2016

Die nationalen und internationalen Trends der letzten Quartale bestätigen die Basisentwicklung im Brief- und Paketgeschäft. Das Volumen adressierter Briefsendungen nimmt vor dem Hintergrund der Einsparungsmaßnahmen großer Versender stetig ab. Wachstum verzeichnet hingegen der Paketmarkt durch die verstärkte E-Commerce Nutzung. Die Österreichische Post peilt für das Gesamtjahr 2016 auf Basis des aktuellen Geschäftsportfolios einen Umsatz von 2,0 Mrd EUR an, nachdem die deutsche Tochtergesellschaft trans-o-flex per 8. April 2016 verkauft und entkonsolidiert wurde.

Im Briefbereich ist auch weiterhin mit einem Ersatz klassischer Briefe durch elektronische Kommunikationsformen zu rechnen, wobei sich der Rückgang in den letzten Jahren in einer Bandbreite von 3–5% bewegte. Insbesondere Kunden aus dem öffentlichen Sektor, aber auch Banken und Versicherungen, versuchen derzeit Sendungsvolumen zu reduzieren, sodass für die nächsten Quartale mit Rückgängen von ca. 5% gerechnet wird. Das Volumen im Werbegeschäft wird weiter volatil bleiben, mit einer differenzierten Entwicklung in einzelnen Kundenbranchen. In der Division Paket & Logistik ist in Summe von einem wachsenden Markt auszugehen, der sich gleichzeitig mit verstärktem Wettbewerb weiterentwickeln wird. Innovative Lösungen sind wichtig im Kampf um Marktanteile.

Die Österreichische Post optimiert in der Brief- und Paketlogistik laufend ihre Strukturen und Prozesse, um ihre Effizienz in allen Leistungsbereichen weiter zu erhöhen. In der Brieflogistik stehen technologische Verbesserungen sowie Routenoptimierungen ebenso auf der Agenda, wie die landesweiten Teamarbeitsmodelle in der Zustellorganisation. In der Division Paket & Logistik wird die



Qualitätsführerschaft in Österreich weiter ausgebaut. Sowohl die Zustellqualität als auch die Verbesserung des Serviceangebots sind Garanten für eine hohe Kundenzufriedenheit.

Das Ergebnis der Österreichischen Post wird 2016 von Volumentrends im Bereich Brief, von der Marktentwicklung im Paketbereich und auch von der Umsetzung der geplanten Effizienzprogramme abhängen. In Summe peilt die Österreichische Post auch für 2016 eine stabile Entwicklung mit einem operativen Ergebnis (EBIT) auf dem Niveau des Vorjahres an.

Den erwirtschafteten operativen Cashflow wird die Österreichische Post weiterhin umsichtig und zielgerichtet für nachhaltige Effizienzsteigerungen, Strukturmaßnahmen und Zukunftsinvestitionen einsetzen. In diesem Sinn sind auch 2016 operative Sachanlageninvestitionen (CAPEX) in Höhe von etwa 80 Mio EUR in Sortiertechnik, Logistik und Kundenlösungen geplant. Darüber hinaus wird der Bau der neuen Unternehmenszentrale im 3. Wiener Gemeindebezirk realisiert und 2017 fertiggestellt. Für das Gesamtjahr 2016 wird mit einer Cashflow-Entwicklung gerechnet, die der Österreichischen Post die Fortsetzung ihrer attraktiven Dividendenpolitik ermöglicht.



KENNZAHLEN

Mio EUR	Q1 2015 ¹	Q1 2016	Veränderung	
			%	Mio EUR
Umsatzerlöse	599,9	592,8	-1,2%	-7,2
davon Division Brief, Werbepost & Filialen	377,5	370,5	-1,9%	-7,0
davon Division Paket & Logistik	222,4	222,3	-0,1%	-0,2
davon Corporate	0,0	0,0	-	-
Sonstige betriebliche Erträge	16,4	23,5	43,4%	7,1
Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen	-182,5	-183,1	-0,4%	-0,7
Personalaufwand	-281,7	-286,4	-1,7%	-4,7
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-76,3	-77,3	-1,2%	-0,9
Ergebnis aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen	-0,6	0,1	>100%	0,7
EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen)	75,1	69,4	-7,6%	-5,7
Abschreibungen	-21,2	-18,4	13,5%	2,9
EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern)	53,9	51,1	-5,3%	-2,8
davon Division Brief, Werbepost & Filialen	76,6	71,6	-6,6%	-5,1
davon Division Paket & Logistik	7,2	7,8	7,8%	0,6
davon Division Corporate/Konsolidierung	-29,9	-28,3	5,5%	1,6
Sonstiges Finanzergebnis	3,4	-0,2	<-100%	-3,7
EBT (Ergebnis vor Steuern)	57,4	50,8	-11,4%	-6,5
Ertragsteuern	-13,6	-12,2	10,5%	1,4
Periodenergebnis	43,8	38,7	-11,7%	-5,1
Ergebnis je Aktie (EUR) ²	0,65	0,57	-11,6%	-0,1
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	59,6	60,1	0,8%	0,5
Investitionen in Sachanlagen (CAPEX)	-15,8	-17,1	-8,2%	-1,3
Free Cashflow vor Akquisitionen und Wertpapieren	104,6	42,4	-59,5%	-62,2

¹ Die Darstellung der Umsatzerlöse sowie der Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen der Division Paket & Logistik wurden angepasst. Exportdienstleistungen werden nach der Nettomethode erfasst (vormals Ausweis in Umsatzerlösen und Aufwand für bezogene Leistungen).

² Unverwässertes Ergebnis je Aktie bezogen auf 67.552.638 Stück Aktien

Der Zwischenbericht für das erste Quartal 2016 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) 57767-32010
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 13. Mai 2016

