

ÖSTERREICHISCHE POST

INVESTORENPRÄSENTATION Q1-3 2016

Georg Pölzl/CEO, Walter Oblin/CFO
Wien, 11. November 2016



1. HIGHLIGHTS UND ÜBERBLICK

2. Strategieumsetzung

3. Konzernergebnis Q1-3 2016

4. Ausblick 2016



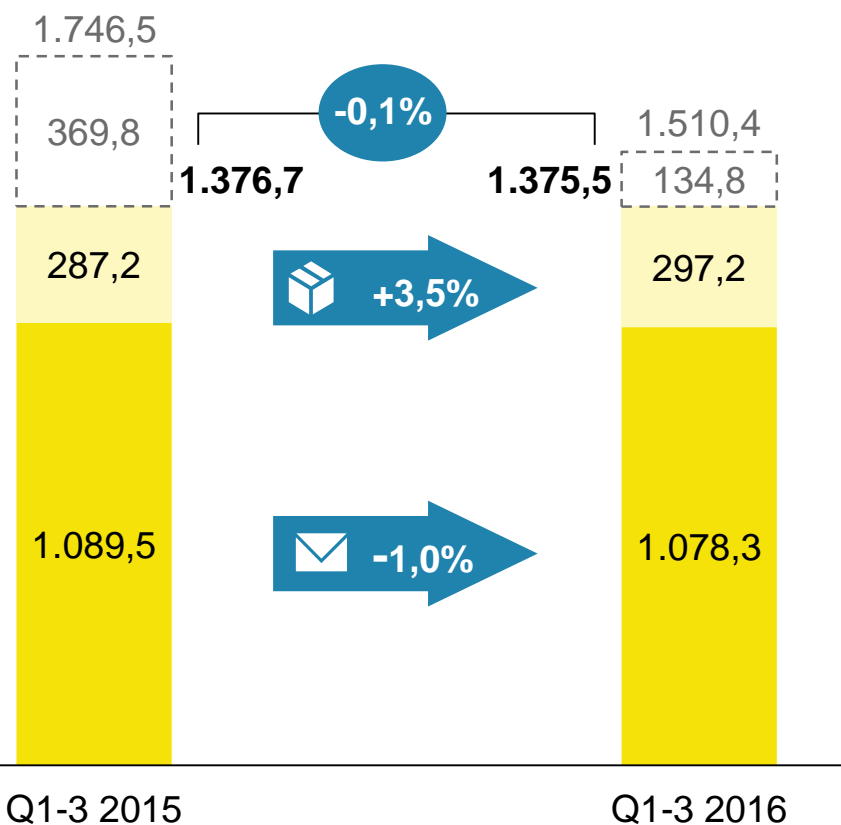
HIGHLIGHTS Q1-3 2016

MARKT	<ul style="list-style-type: none">• Anhaltende E-Substitution von adressierten Briefen• Paketmarkt mit wachsendem E-Commerce Handel und verstärktem Wettbewerb
UMSATZ	<ul style="list-style-type: none">• Umsatz Q1-3 ohne trans-o-flex mit 1.375,5 Mio EUR stabil (-0,1%)• Ausgewiesener Umsatz durch Verkauf der ehemaligen Tochtergesellschaft trans-o-flex (per 8.4.2016) auf 1.510,4 Mio EUR reduziert (Q1-3 2015: 1.746,5 Mio EUR)
ERGEBNIS	<ul style="list-style-type: none">• EBIT Q1-3 mit 135,5 Mio EUR auf Vorjahresniveau (+0,2%)• Quartalsverlauf 2016 von unterschiedlichen Zins- und Wahleffekten beeinflusst
CASHFLOW/ BILANZ	<ul style="list-style-type: none">• Cashflow aus Geschäftstätigkeit von 158,9 Mio EUR (+3,5%)• Konservative Bilanz mit Finanzmittelüberschuss; Eigenkapitalquote 40,0%
AUSBLICK	<ul style="list-style-type: none">• Umsatzprognose 2016 von 2,0 Mrd EUR unverändert• Stabilität im operativen Ergebnis (EBIT) für 2016 und 2017 angepeilt

UMSATZ IM KERNGESCHÄFT STABIL

UMSATZENTWICKLUNG

Mio EUR



KONZERN:

- Umsatz ohne trans-o-flex stabil auf 1.375,5 Mio EUR (in Q3 um 1,6% reduziert)
- Ausgewiesener Umsatz durch Verkauf trans-o-flex beeinflusst (1.746,5 Mio EUR auf 1.510,4 Mio EUR)

PAKET & LOGISTIK:

- Umsatz im Kerngeschäft um 3,5% in Q1-3 gesteigert (Anstieg um 3,0% in Q3)

BRIEF, WERBEPOST & FILIALEN:

- Stabiler Umsatz in Q1-3, E-Substitution bei adressierten Briefen anhaltend (in Q3 Umsatzrückgang von 2,8% bei einem Arbeitstag weniger)

■ Brief, Werbepost & Filialen ■ Paket & Logistik □ trans-o-flex (Verkauf per 8.4.2016)

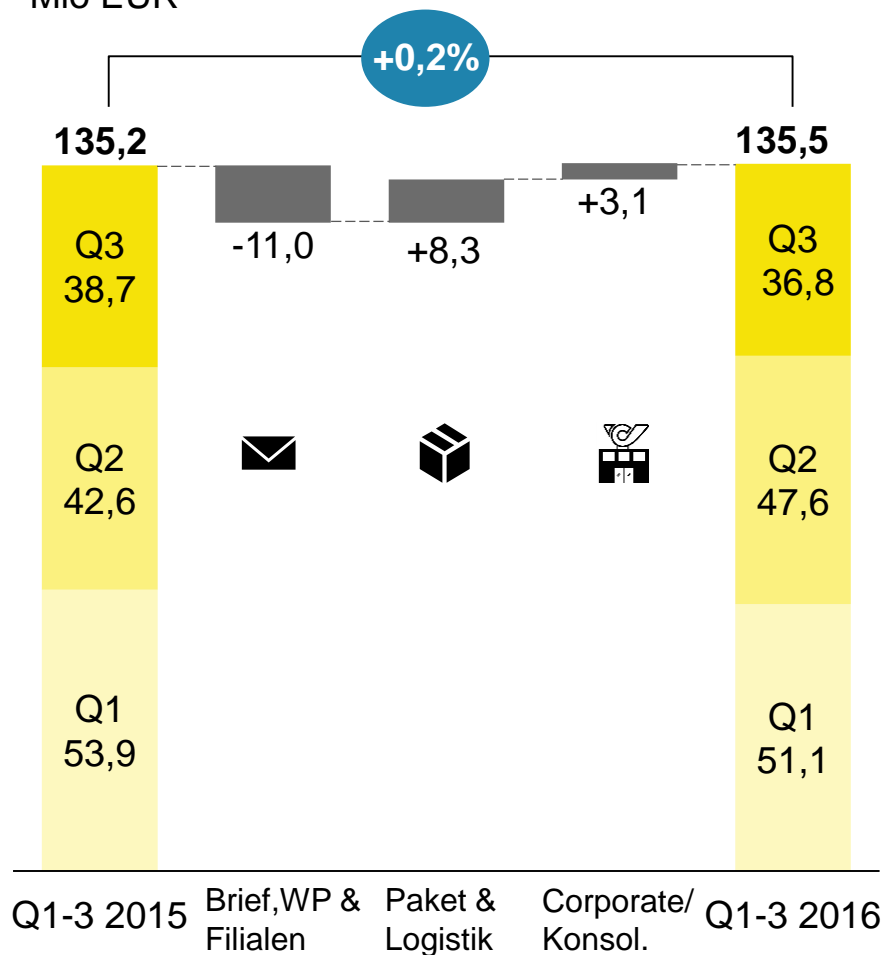
Anmerkung: Anpassung der Darstellung der Umsatzerlöse der Division Paket & Logistik. Erfassung der Exportdienstleistungen nach der Nettomethode (vormals Ausweis in Umsatzerlösen und Aufwand für bez. Leistungen).



STABILES EBIT IN Q1-3 2016

EBIT-ENTWICKLUNG

Mio EUR



KONZERN:

EBIT mit 135,5 Mio EUR auf Vorjahresniveau (+0,2%); Verbesserung nach Abgabe trans-o-flex stehen negative Effekte aus zinsbedingten Rückstellungen gegenüber (nicht cash-wirksam)

✉ BRIEF, WERBEPOST & FILIALEN:

EBIT-Rückgang inkludiert 7,1 Mio EUR Effekt 2015/2016 aus zinsbedingten Rückstellungen und 2,0 Mio EUR Wertminderung PostMaster Rumänien in Q2 2016



PAKET & LOGISTIK:

EBIT nach Verkauf trans-o-flex um 8,3 Mio EUR verbessert



CORPORATE:

Verbessertes Ergebnis trotz negativem Effekt bei verzinslichen Personalarückstellungen

1. Highlights und Überblick

2. STRATEGIEUMSETZUNG

3. Konzernergebnis Q1-3 2016

4. Ausblick 2016



KLARE STRATEGISCHE PRIORITÄTEN

1. VERTEIDIGUNG DER MARKT-FÜHRERSCHAFT IM KERNGESCHÄFT

Absicherung der Marktposition im kompetitiven Umfeld



2. PROFITABLES WACHSTUM IN DEFINIERTEN MÄRKTEN

Fokussierung und Performance-Steigerung



3. EFFIZIENZSTEIGERUNG UND FLEXIBILISIERUNG DER KOSTENSTRUKTUR

Logistikinfrastruktur und Prozessoptimierung



4. KUNDENORIENTIERUNG UND INNOVATION

Forcierung von Selbstbedienungslösungen und Serviceverbesserungen



1 BRIEFMARKT MIT NEUEN IMPULSEN DER ÖSTERREICHISCHEN POST

BRIEFPOST



Fortschreitende E-Substitution (Banken, Versicherungen, öffentliche Institutionen)



Schwerpunkt Briefwahl:
Trend zur Briefwahl
speziell bei jungen
Wählergruppen

WERBE-/MEDIENPOST



Volatiler Werbemarkt, differenzierte
Entwicklung einzelner Kundengruppen



Mehrjährige Zusammen-
arbeit mit **Versandhandel**
fixiert um Werbekanal zu
forcieren

YOUR FAST LANE TO EUROPE



Vertriebsimpulse durch
internationales
E-Commerce-Geschäft
(Wachstum aus Europa
und Asien)

EIN PRODUKTIVER TAG BEGINNT MIT EINEM ORDENTLICHEN FRÜHSTÜCK!



Mittelstands-Offensive:
Beratung und Gewinn von
neuen KMU-Werbekunden



1

PAKETGESCHÄFT IN ÖSTERREICH WEITERHIN WACHSEND

PAKET ÖSTERREICH



Starkes Marktwachstum durch E-Commerce bei steigendem Wettbewerb

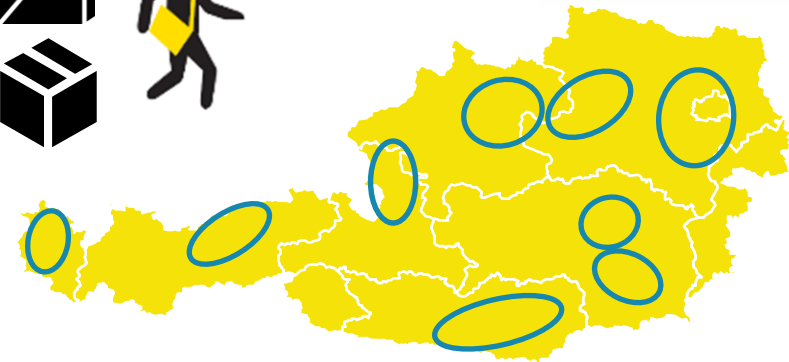




Effizienzsteigerung 2017: Noch mehr Pakete & Päckchen durch Briefträger zugestellt



Paketumsatz Q1-3 trotz verstärkten Wettbewerbs verbessert

- ✓ >90% aller Pakete werden am nächsten Tag zugestellt
- ✓ >90% Erstzustellquote
- ✓ Selbstbedienungslösungen österreichweit
- ✓ 3.800 Annahme- und Abgabestellen in Österreich
- ✓ Zustellung „Same-Day“ und „Wunsch-Termin“



-  Gemeinsame Zustellung von Briefen/Päckchen und Paketen in ganz Österreich
-  Zusätzliche Paketzustellung durch eigene Paketzusteller in Ballungsgebieten



2 WACHSTUM IN DEFINIERTEN MÄRKTEN

AKTIV IN 12 MÄRKTEN – WACHSTUMSFOKUS IM BEREICH PAKET & LOGISTIK

DEUTSCHLAND

trans-o-flex:

- Verkauf abgeschlossen (Closing 8.4.2016)

Austrian Post International:

- Wachstum internationales Briefgeschäft
- Umsatzplus von 14,6% in Q1-3 2016



CEE/SEE

Paket-Tochtergesellschaften:

- Weiterhin positive Volumenentwicklung und starkes Export-Wachstum
- Starker Wettbewerb und Preisdruck

Brief-Tochtergesellschaften:

- Signing zum Verkauf PostMaster Rumänien am 22.9.2016
- Konzentration auf Märkte mit profitabilem Wachstum

TÜRKEI

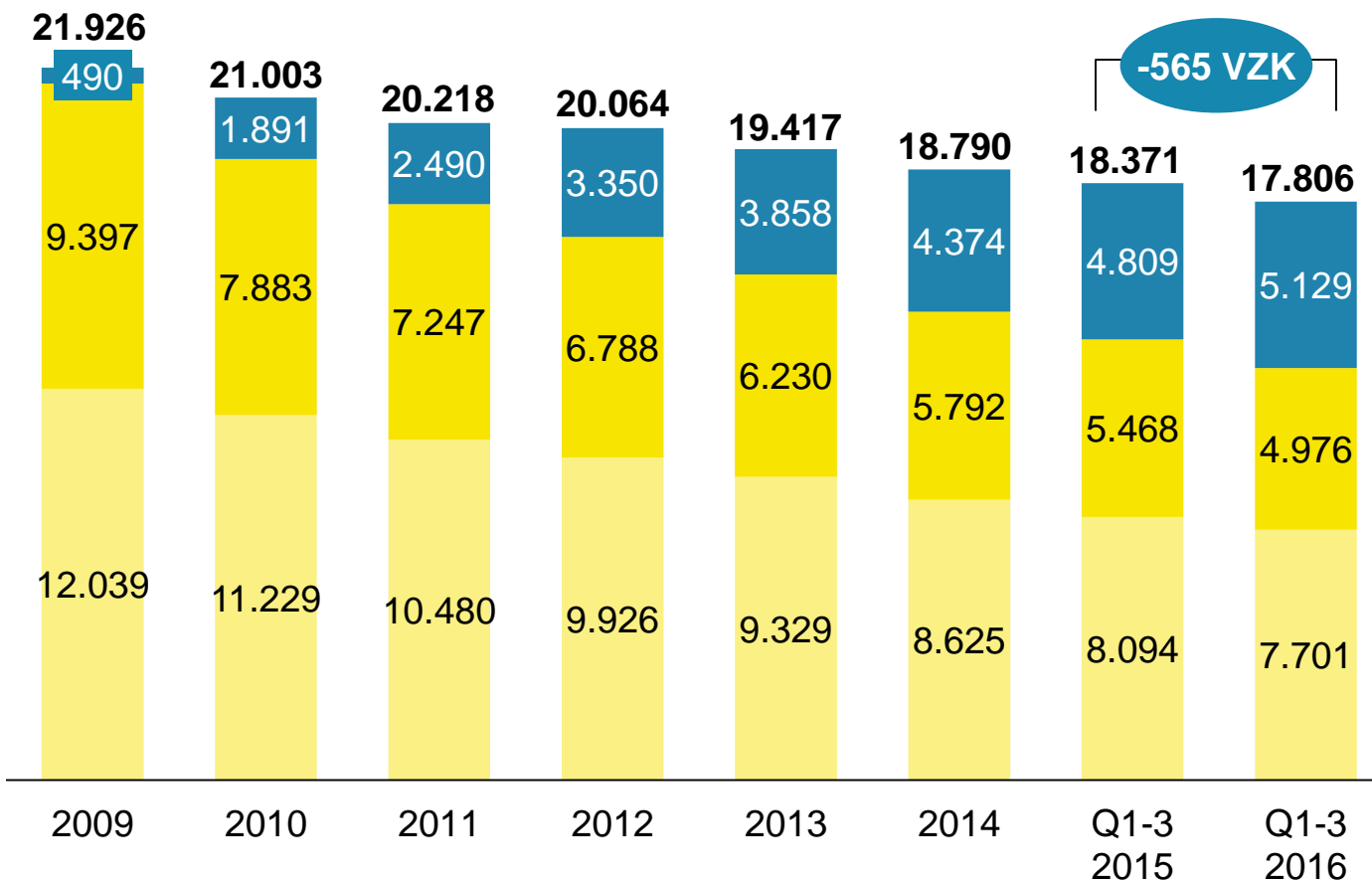
Aras Kargo:

- 25% Beteiligung am zweitgrößten türkischen Paketdienstleister
- Zweistelliges Volums- und Umsatzwachstum in lokaler Währung
- Call Option Verfahren für weitere 50% Beteiligung eingeleitet
- Gespräche mit Eigentümerfamilie werden geführt



3 PERSONALSTRUKTUR IN ÖSTERREICH

VOLLZEITKRÄFTE IM KERNGESCHÄFT IN ÖSTERREICH (Periodendurchschnitt)



Veränderung Q1-3 2015/Q1-3 2016:

- 393 Beamte
- 492 Mitarbeiter KV alt
- + 320 Mitarbeiter KV neu

- 565 Mitarbeiter**

- Neuer Kollektivvertrag seit 2009
- Alter Kollektivvertrag
- Beamte



4 NEUE KUNDENLÖSUNGEN WERDEN ANGENOMMEN

INNOVATIVE 24/7 SELF-SERVICE-LÖSUNGEN

17.300 Empfangsboxen



250 Abholstationen



330 Versandboxen



4 WEITERE INNOVATIONEN IM PAKETBEREICH

POST FLEXIBOX FÜR JEDE WOHNUNGSTÜR



Passend für
80% aller
Pakete

- Ab Mitte November erhältlich
- Nutzung im Innen- und wettergeschützten Außenbereich
- Kosten: 124 EUR

PAKET-MITNAHME IM ZUGE DER ZUSTELLUNG



40.000
Paket-
Mitnahmen im
Oktober

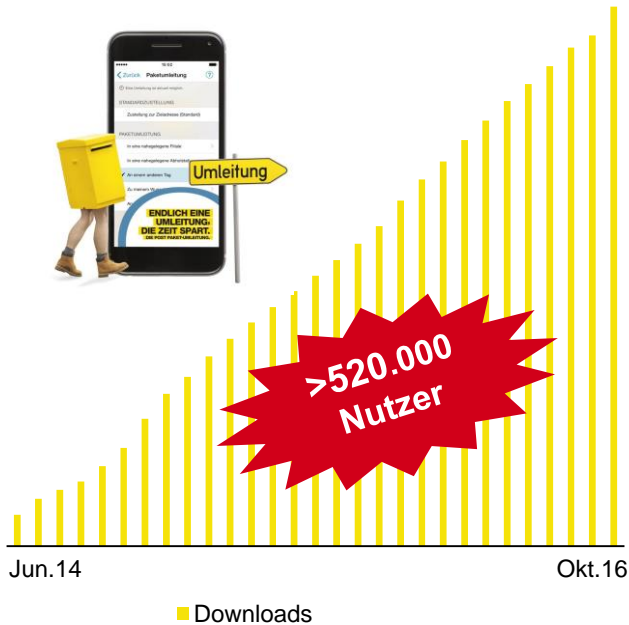
- Seit 1. Oktober 2016
- Für belabelte Pakete/Retouren
- Service für Privatkunden
- Kostenlos

4 DIGITALE SERVICES IM VORMARSCH

MOBILE & WEB-SERVICES SIND EINFACH, PERSÖNLICH UND VIELFÄLTIG

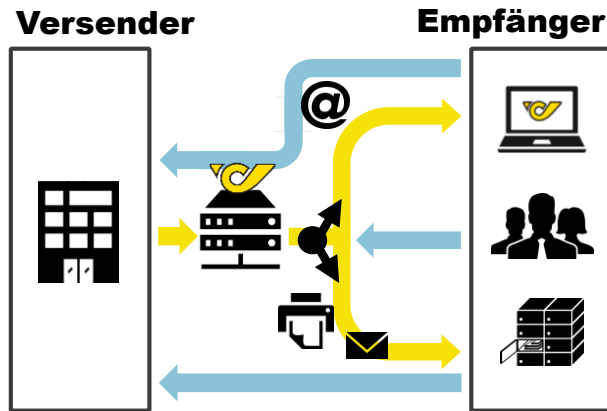
POST APP

5 Mio Push-Nachrichten p.a.



E-BRIEF

e-BRIEF

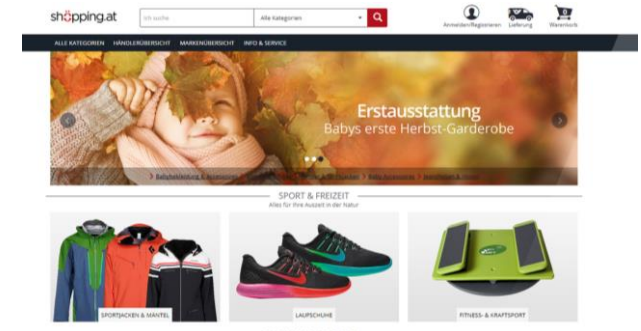


Schnell wie ein E-Mail, sicher wie der Brief

SHÖPPING

„Der Marktplatz aus Österreich für Österreich“

100%iges Start-up der Österreichischen Post



shöpping.at

1. Highlights und Überblick

2. Strategieumsetzung

3. KONZERNERGEBNIS Q1-3 2016

4. Ausblick 2016



FINANZKENNZAHLEN Q1-3 2016 IM ÜBERBLICK

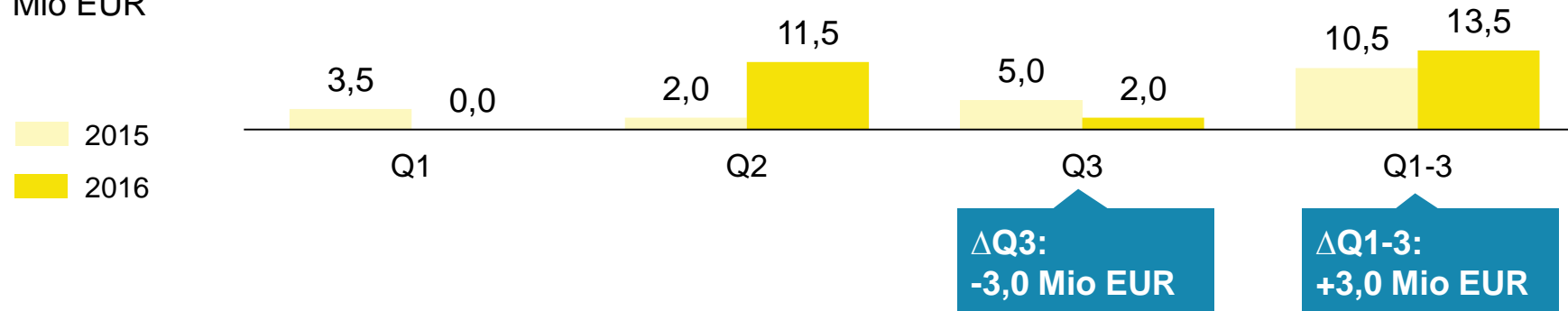
	Q1-3 2015 ¹	Q1-3 2016	
Umsatz (Mio EUR)	1.746,5	1.510,4	Umsatz aufgrund Entkonsolidierung trans-o-flex unter dem Vorjahresniveau
Umsatz ohne trans-o-flex (Mio EUR)	1.376,7	1.375,5	Stabiler Umsatz (-0,1%) im Kerngeschäft
EBITDA-Marge	11,4%	12,7%	Verbesserte EBITDA-Marge von 12,7%
EBIT-Marge	7,7%	9,0%	Verbesserte Profitabilität
Ergebnis/Aktie (EUR)	1,54	1,49	Ergebnis pro Aktie leicht unter Vorjahresniveau (positiver Sondereffekt im Vorjahr)
Cashflow (Mio EUR)	153,6	158,9	Anstieg des Cashflow aus der Geschäftstätigkeit
Eigenkapitalquote	39,8%	40,0%	Konservative Bilanzstruktur mit geringer Verschuldung

¹ Anpassung der Darstellung der Umsatzerlöse der Division Paket & Logistik. Erfassung der Exportdienstleistungen nach der Nettomethode (vormals Ausweis in Umsatzerlösen und Aufwand für bez. Leistungen).

UMSATZ UND ERGEBNIS VON WAHLEN UND ZINSEFFEKT BEI RÜCKSTELLUNGEN BEEINFLUSST

WAHLEFFEKTE

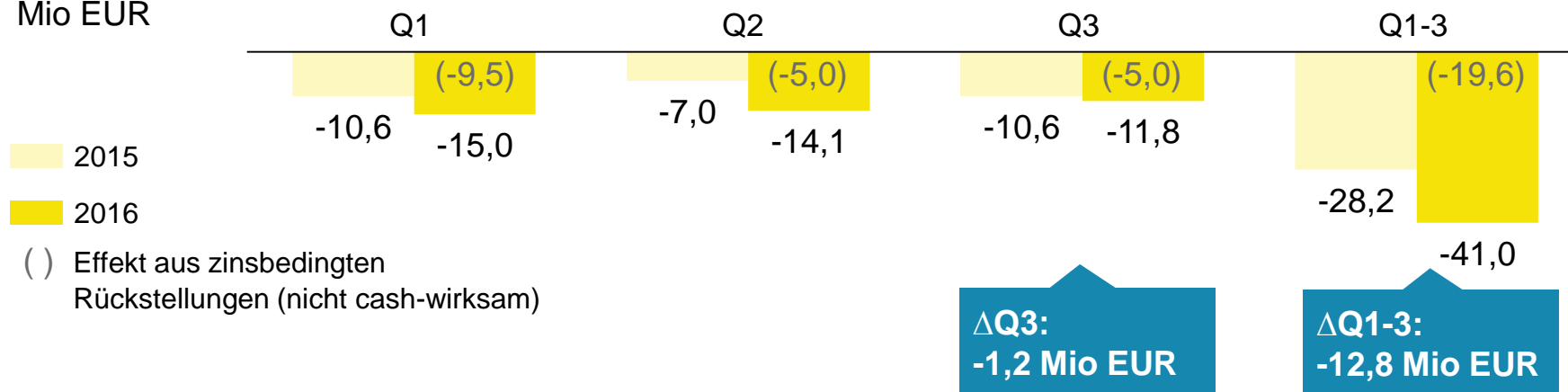
Mio EUR



NICHT-OPERATIVER PERSONALAUFWAND

(inkl. Rückstellungsveränderungen durch Veränderung des Diskontierungzinssatzes)

Mio EUR



() Effekt aus zinsbedingten Rückstellungen (nicht cash-wirksam)

KENNZAHLEN DER GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Mio EUR	Veränderung						
	Q1-3 2015 ¹	Q1-3 2016	%	Δ	Q3 2015 ¹	Q3 2016	
Umsatzerlöse	1.746,5	1.510,4	-13,5%	-236,2	571,6	439,3	Abgang trans-o-flex: 369,8 Mio EUR in Q1-3 2015 vs. 134,8 Mio EUR in Q1-3 2016
Sonstige betriebliche Erträge	50,4	50,1	-0,5%	-0,2	17,6	14,0	
Materialaufwand/bez. Leistungen	-546,0	-384,0	29,7%	162,0	-186,0	-97,7	Zinsanpassung erhöht Aufwand für Personalrückstellungen in Q1-3 2016 um 19,6 Mio EUR
Personalaufwand	-813,6	-784,8	3,5%	28,8	-261,8	-239,5	
Sonstige Aufwendungen	-237,9	-200,2	15,8%	37,6	-81,9	-61,1	
Equity-Ergebnis	-0,2	0,3	>100%	0,5	0,0	-0,3	
EBITDA	199,3	191,8	-3,8%	-7,5	59,6	54,6	Q1-3 2016 mit +3,0 Mio EUR höheren Wahleffekten und -12,8 Mio EUR erhöhten nicht-operativen Personalaufwand ²
<i>EBITDA-Marge</i>	11,4%	12,7%	-	-	10,4%	12,4%	
Abschreibungen	-64,1	-56,3	12,1%	7,8	-20,9	-17,8	
EBIT	135,2	135,5	0,2%	0,2	38,7	36,8	
<i>EBIT-Marge</i>	7,7%	9,0%	-	-	6,8%	8,4%	
Sonstiges Finanzergebnis	2,6	-1,3	<-100%	-3,9	-0,8	-0,8	Auflösung des Cross-Border-Leasing 2015 führte zu positivem Effekt von 3,3 Mio EUR
Ertragssteuern	-33,8	-33,8	0,1%	0,0	-11,3	-9,4	
Periodenergebnis	104,1	100,5	-3,5%	-3,6	26,7	26,7	

¹ Anpassung der Darstellung der Umsatzerlöse, des Materialaufwands und des Aufwands für bezogene Leistungen der Division Paket & Logistik. Erfassung der Exportdienstleistungen nach der Nettomethode (vormals Ausweis in Umsatzerlösen und Aufwand für bez. Leistungen).

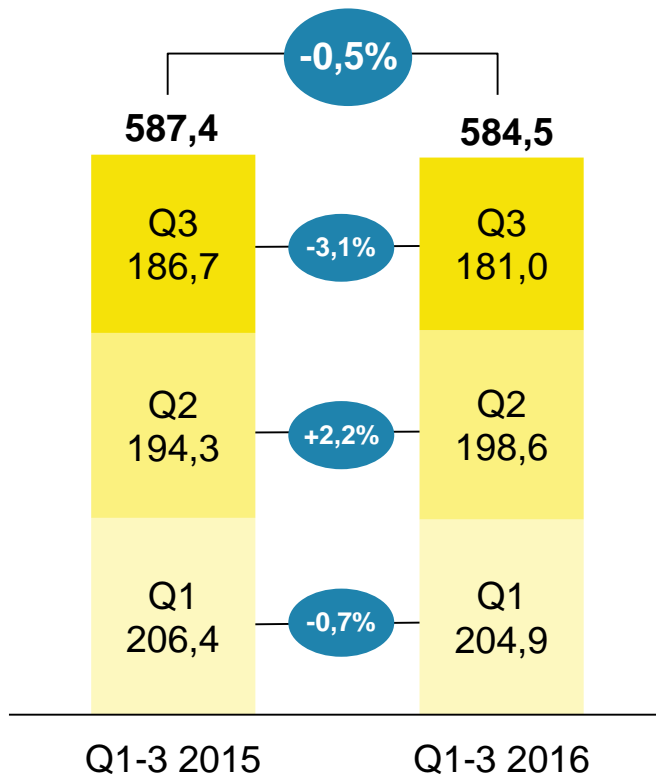
² Inklusive Rückstellungsveränderungen durch Veränderung des Diskontierungszinssatzes



DIVISION BRIEF, WERBEPOST & FILIALEN: UMSATZENTWICKLUNG Q1-3 2016

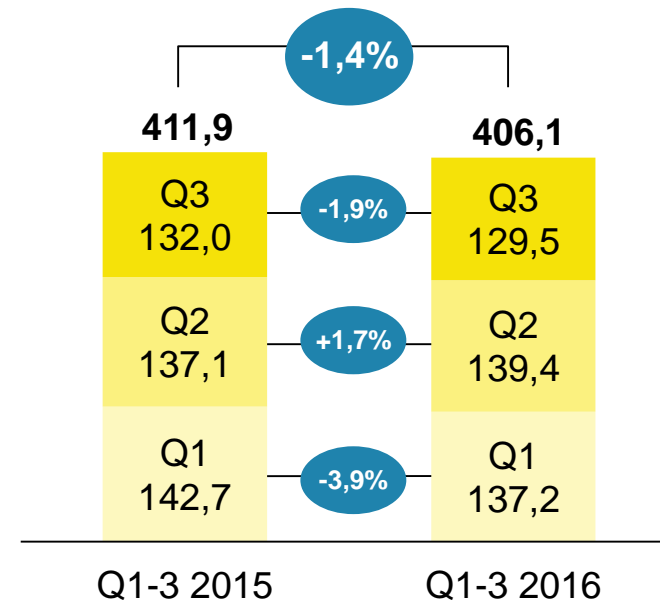
BRIEFPOST & MAIL SOLUTIONS (Mio EUR)

- Rückgang des Briefvolumens von etwa 5%
- Umsatzbeitrag durch Wahlen in Q3 2016 geringer als in Q3 2015



WERBE-/MEDIENPOST (Mio EUR)

- Reduktion der Werbeaktivitäten einzelner Kundengruppen, positiver Effekt aus internationalem Geschäft
- Geringere Umsatzerlöse aus Wahlen in Q3 2016
- Rückgang in CEE durch Unternehmensverkäufe (-3,0 Mio EUR)





DIVISION BRIEF, WERBEPOST & FILIALEN: GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Mio EUR	Veränderung				Q3 2015	Q3 2016	
	Q1-3 2015	Q1-3 2016	%	Δ			
Umsatzerlöse	1.089,5	1.078,3	-1,0%	-11,2	351,5	341,6	Positive Wahleffekte in Q1-3 2016 um 3,0 Mio EUR höher als in Q1-3 2015
• Briefpost & Mail-Solutions	587,4	584,5	-0,5%	-2,9	186,7	181,0	
• Werbepost	311,4	304,3	-2,3%	-7,0	101,1	98,1	Positive Entwicklung bei Mobilfunkprodukten kompensiert durch Änderung des Verrechnungsmodells
• Medienpost	100,5	101,8	1,3%	1,3	30,9	31,4	
• Filialdienstleistungen	90,3	87,8	-2,8%	-2,5	32,7	31,1	
Gesamtumsatz ¹	1.150,2	1.141,2	-0,8%	-9,0	371,8	362,5	
Equity-Ergebnis	-0,4	0,1	>100%	0,4	0,1	0,0	
EBITDA	232,5	223,9	-3,7%	-8,7	71,1	62,4	Wertminderung des Firmenwertes um 2,0 Mio EUR
EBITDA-Marge ²	20,2%	19,6%	-	-	19,1%	17,2%	PostMaster Rumänien in Q2 2016
Abschreibung	-23,9	-26,2	-9,6%	-2,3	-7,9	-8,0	
EBIT	208,6	197,6	-5,3%	-11,0	63,2	54,4	Negativer Effekt von 7,1 Mio EUR aus zinsbedingten Rückstellungen im Jahresvergleich
EBIT-Marge ²	18,1%	17,3%	-	-	17,0%	15,0%	

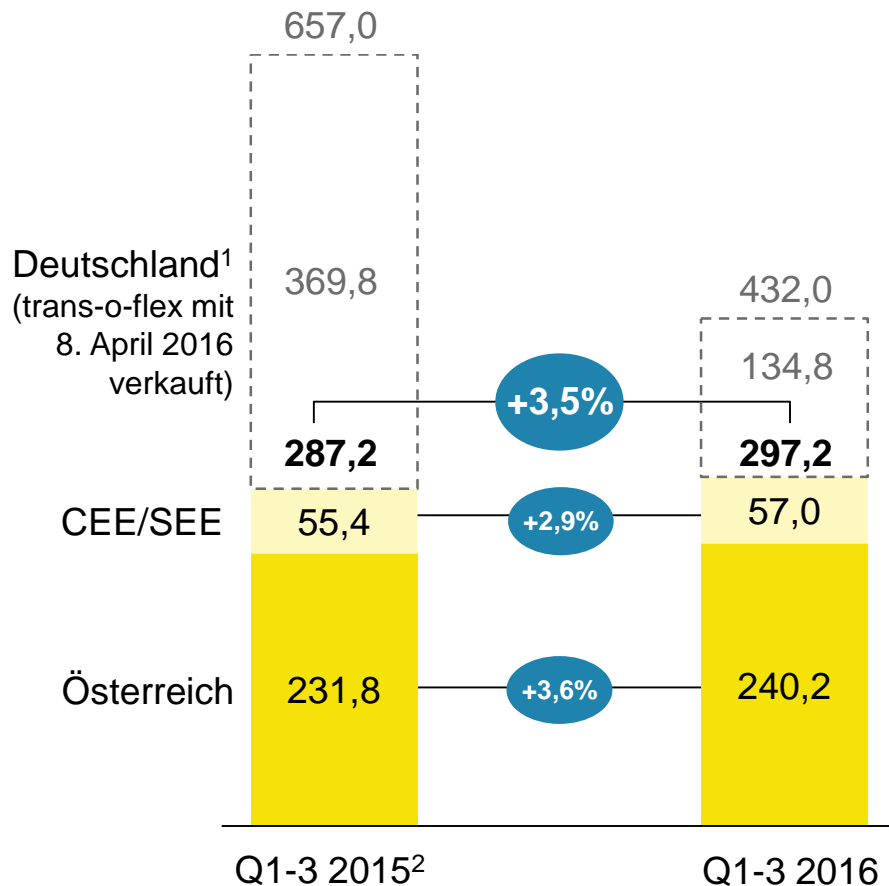
¹ Inkl. Umsatzerlöse mit anderen Segmenten

² EBIT-Marge, EBITDA-Marge: In Bezug auf Gesamtumsatz



DIVISION PAKET & LOGISTIK: UMSATZENTWICKLUNG Q1-3 2016

UMSATZ (Mio EUR)



DIVISION PAKET & LOGISTIK:

- Umsatz in Q1-3 ohne trans-o-flex +3,5% (Q3: +3,0%)

DEUTSCHLAND:

- Verkauf trans-o-flex per 8. April 2016

SÜDOST-/OSTEUROPA: +2,9% (Q3: +2,2%)

- Solides Umsatzwachstum, hoher Preisdruck
- Gute Entwicklung in Ungarn und Kroatien

ÖSTERREICH: +3,6% (Q3: +3,2%)

- Verstärkter Wettbewerb am österreichischen Paketmarkt
- Marktwachstum durch E-Commerce geprägt

¹ Inklusive Umsätze der trans-o-flex ThermoMed Austria GmbH

² Anpassung der Darstellung der Umsatzerlöse. Erfassung der Exportdienstleistungen nach der Nettomethode (vormals Ausweis in Umsatzerlösen und Aufwand für bez. Leistungen).





DIVISION PAKET & LOGISTIK: GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Mio EUR	Veränderung					
	Q1-3 2015 ¹	Q1-3 2016	%	Δ	Q3 2015 ¹	Q3 2016
Umsatzerlöse ohne trans-o-flex	287,2	297,2	3,5%	10,0	94,8	97,7
Umsatzerlöse	657,0	432,0	-34,2%	-225,0	220,1	97,7
• Premium	490,1	276,9	-43,5%	-213,2	166,4	49,4
• Standard	140,0	132,0	-5,7%	-8,0	44,3	41,7
• Sonstige Leistungen	26,9	23,1	-14,1%	-3,8	9,4	6,6
Gesamtumsatz ²	662,7	440,0	-33,6%	-222,7	222,0	100,3
Equity-Ergebnis	2,2	1,3	-43,2%	-1,0	0,6	0,2
EBITDA	32,4	33,2	2,3%	0,7	9,3	10,7
EBITDA-Marge ³	4,9%	7,5%	-	-	4,2%	10,7%
Abschreibung	-16,0	-8,4	47,2%	7,5	-5,4	-2,9
EBIT	16,5	24,7	50,3%	8,3	4,0	7,8
EBIT-Marge ³	2,5%	5,6%	-	-	1,8%	7,8%

Umsatzrückgang durch Verkauf trans-o-flex;
Umsatzanstieg im Kerngeschäft von +3,5%, Trend zu Premium-Paketen

EBIT-Verbesserung nach Verkauf trans-o-flex

¹ Anpassung der Darstellung der Umsatzerlöse, des Materialaufwands und des Aufwands für bezogene Leistungen - Erfassung der Exportdienstleistungen nach der Nettomethode (vormals Ausweis in Umsatzerlösen und Aufwand für bez. Leistungen).

² Inkl. Umsatzerlöse mit anderen Segmenten

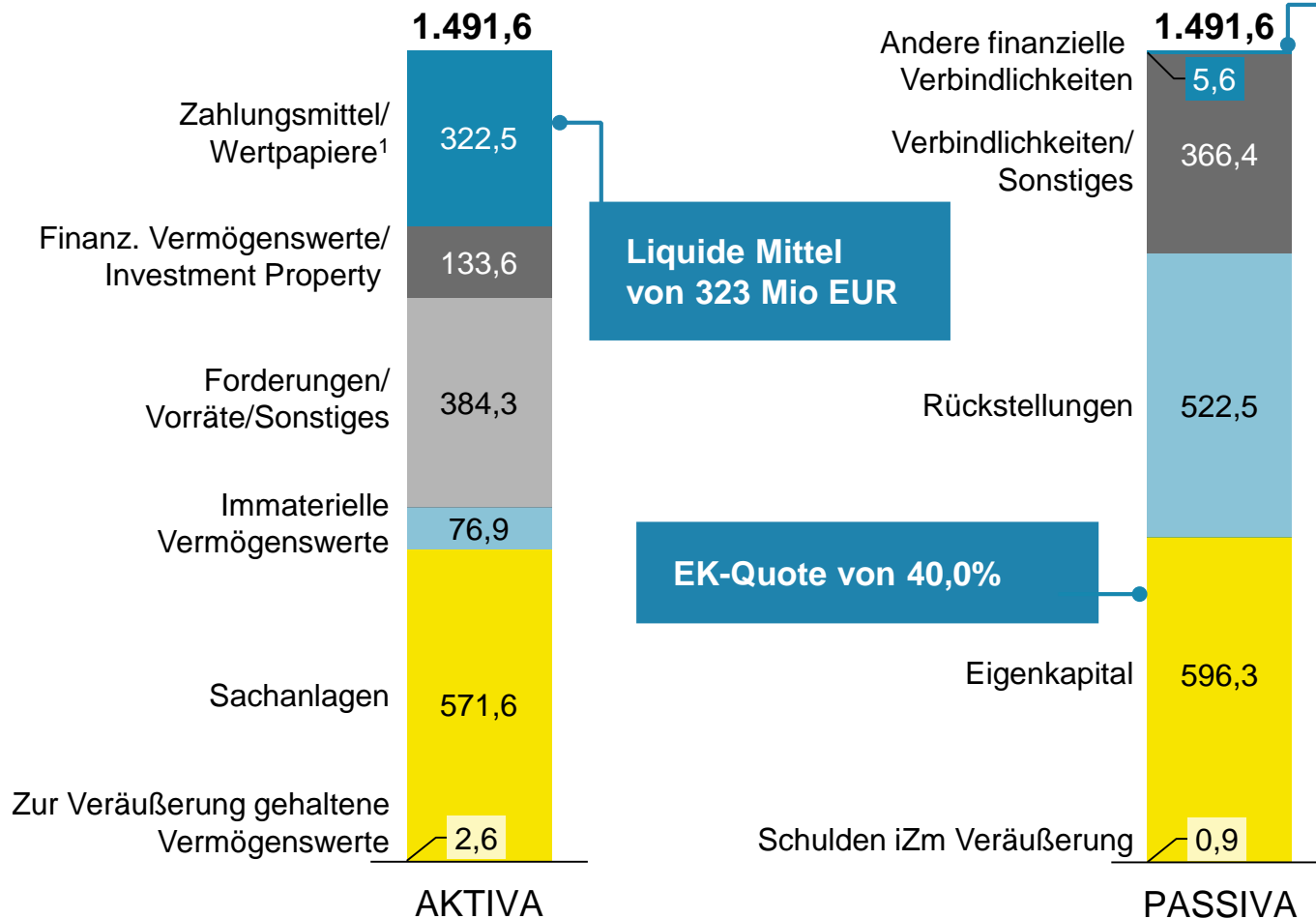
³ EBIT-Marge/EBITDA-Marge: In Bezug auf Gesamtumsatz



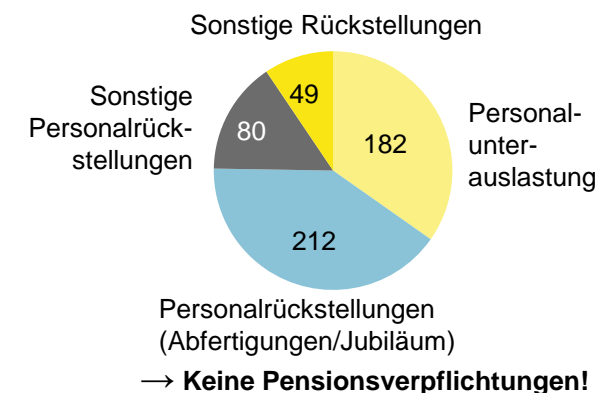
SOLIDE BILANZSTRUKTUR

BILANZ PER 30. SEPTEMBER 2016

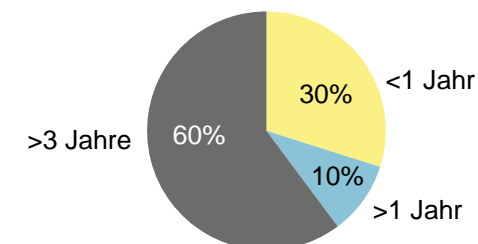
Mio EUR



Rückstellungsgliederung



Rückstellungen nach Fristigkeit

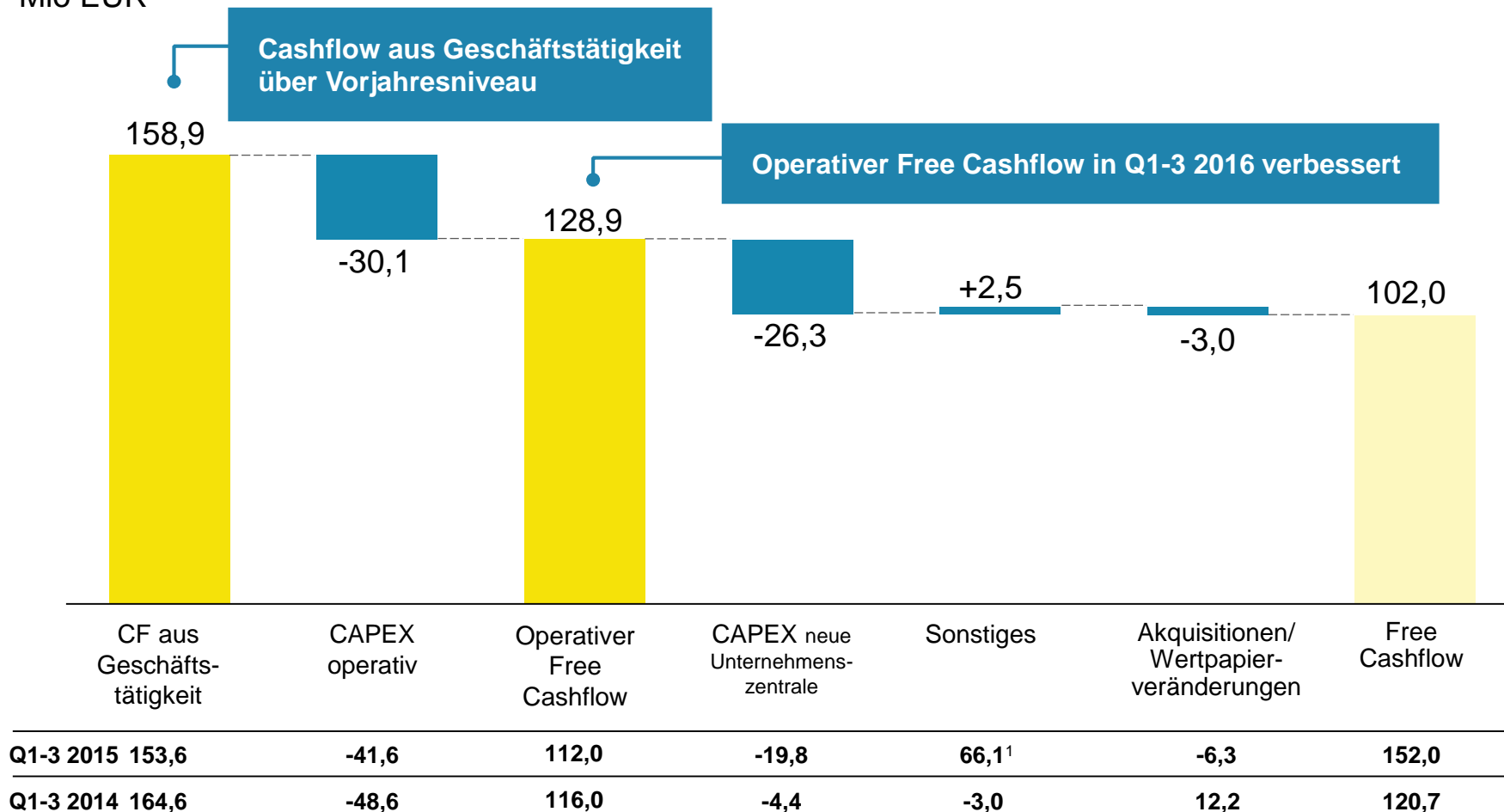


¹ In der Bilanz sind Wertpapiere unter anderen finanziellen Vermögenswerten erfasst.

ROBUSTER CASHFLOW Q1-3 2016

CASHFLOW-ENTWICKLUNG

Mio EUR



¹ inkl. Verkauf ehemaliger Unternehmenszentrale



1. Highlights und Überblick

2. Strategieumsetzung

3. Konzernergebnis Q1-3 2016

4. AUSBLICK 2016



AUSBLICK 2016 UNVERÄNDERT

Marktumfeld

- Kunden im öffentlichen Sektor sowie im Finanzbereich versuchen Sendungsvolumen zu reduzieren. Es wird weiterhin mit einem Volumenrückgang von etwa 5% gerechnet.
- Werbemarkt mit differenzierten Trends
- Wachsender Paketmarkt mit verstärktem Wettbewerb

Umsatz

- Verkauf und Entkonsolidierung der trans-o-flex per 8. April 2016
- Umsatz 2016 von 2,0 Mrd EUR prognostiziert (aktuelles Geschäftsportfolio)

Kosten & Investitionen

- Stetige Investitionen, Effizienzsteigerungen und Strukturverbesserungen
- Operatives CAPEX¹ in 2016 von etwa 70 Mio EUR

Ergebnis

- Ergebnis von der Entwicklung der Brief- und Paketmengen sowie der Realisierung der Effizienzprogramme abhängig
- Operatives Ergebnis (EBIT) 2016 auf dem Niveau des Vorjahres prognostiziert

Ziele 2017

- Ziel für 2017 ist Stabilität auch weiterhin:
Umsatz- und Ergebnisentwicklung; Investitions- und Dividendenpolitik

¹ Operatives CAPEX = CAPEX exklusive Investitionen in die neue Unternehmenszentrale

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 2017

09. März 2017

Jahresergebnis 2016

20. April 2017

Hauptversammlung

02./04. Mai 2017

Ex-Tag/Dividendenzahltag

12. Mai 2017

Zwischenbericht 1. Quartal 2017

10. August 2017

Halbjahresfinanzbericht 2017

15. November 2017

Zwischenbericht 1.-3. Quartal 2017

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 unbekanntes 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 urheberrechtlich geschützt. Die Verwendung, Weitergabe oder Vervielfältigung dieser Präsentation zur Gänze bzw. auszugsweise ist ausschließlich mit der Genehmigung der/des Verfasserin/Verfassers gestattet.



ABHOLSTATION

HIER KÖNNEN SIE SENDUNGEN
VON 0 BIS 24 UHR SELBST ABHOLEN.

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



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