

# ÖSTERREICHISCHE POST 2017: ANSTIEG BEI UMSATZ UND ERGEBNIS

## Umsatzanstieg 2017 getragen von dynamischem Paketwachstum

- Umsatzanstieg um 2,3 % auf 1.938,9 Mio EUR (exkl. trans-o-flex)
- Briefrückgang (-2,1 %) durch Paketwachstum (+17,7 %) mehr als kompensiert

## Ausbau des Serviceangebots und der Logistikstrukturen

- Wachstum bringt Marktanteilsgewinne im Paketgeschäft
- Umfangreiche Kapazitätserweiterungen und Ausweitung des Leistungsangebotes vorgesehen

## Ergebnisanstieg auf Basis der guten Umsatzentwicklung

- EBIT um 2,7 % auf 207,8 Mio EUR verbessert
- Anstieg des Ergebnisses je Aktie durch Sondereffekt auf 2,45 EUR

## Ausblick 2018 und attraktive Dividendenpolitik bestätigt

- Auch 2018 Stabilität hinsichtlich Umsatz- und EBIT-Entwicklung angestrebt
- Dividendenvorschlag an die Hauptversammlung 2,05 EUR pro Aktie (+2,5 %)

Die Österreichische Post hat im Geschäftsjahr 2017 eine sehr zufriedenstellende Unternehmensentwicklung gezeigt. Der Konzernumsatz erhöhte sich um 2,3 % auf 1.938,9 Mio EUR nach 1.895,6 Mio EUR im Vorjahr (exkl. trans-o-flex). Die Division Brief, Werbepost & Filialen verbuchte durch den anhaltenden Trend der E-Substitution einen Umsatzrückgang von 2,1 % auf 1.447,8 Mio EUR, der durch einen Anstieg in der Division Paket & Logistik mit plus 17,7 % auf 495,6 Mio EUR mehr als kompensiert wurde. Der Paketbereich zeigte aufgrund des E-Commerce-Trends ein starkes Wachstum, wobei die Wettbewerbsintensität weiterhin hoch ist. Trotz dieser herausfordernden Rahmenbedingungen konnte das Paketvolumen um 20 % gesteigert und damit der Marktanteil von 45 % auf 47 % ausgebaut werden. „Dies ist ein Beleg dafür, dass die Leistungen der Österreichischen Post den höchsten Standards hinsichtlich Qualität und Zustellgeschwindigkeit entsprechen. Sowohl im Brief- als auch im Paketbereich sind wir bestrebt, unsere hohe Qualität auszubauen und unsere Produkte auf Basis aktueller Kundenbedürfnisse laufend weiterzuentwickeln“, kommentiert Generaldirektor DI Dr. Georg Pözl.

Die Trends der letzten Quartale setzten sich auch im vierten Quartal fort: Im klassischen adressierten Briefgeschäft reduzierten sich die Volumina in der aktuellen Berichtsperiode um rund 5 %. Umso wichtiger ist es daher, die hohen Qualitätsstandards aufrechtzuerhalten und das Produktangebot gemäß den aktuellen Anforderungen der Kunden stetig auszubauen, physische Angebote ebenso wie elektronische. Das Volumen an Werbesendungen stieg in der Berichtsperiode um rund 5% – dies zeigt, dass Flugblätter und Dialogmarketing weiterhin einen unverzichtbaren Teil des Werbemixes von Unternehmen darstellen. Noch stärkeres Wachstum verzeichnete das Paketgeschäft mit einem Anstieg um 20 % auf 97 Mio Sendungen dank des anhaltenden Trend zum Online-Shopping.



**WEITERE ERGEBNISVERBESSERUNG**

Auch ergebnisseitig wurde das angepeilte Ziel eines weiteren Anstiegs erreicht und ein Konzern-EBIT von 207,8 Mio EUR erzielt (+2,7 % zum Vorjahresergebnis von 202,3 Mio EUR). Während die Division Brief, Werbepost & Filialen ihr Ergebnis trotz rückläufiger Umsätze mit 289,6 Mio EUR leicht verbessern konnte, lag das EBIT der Paket-Division mit 42,8 Mio EUR deutlich über dem Vorjahr. Positiv auf das Ergebnis wirkten sich in der Berichtsperiode die Intensivierung der Logistiksynergien zwischen Brief und Paket aus. Rund 52 % der Pakete wurden im Jahr 2017 durch die Brieflogistik zugestellt, wobei dieser Anteil noch weiter gesteigert werden soll. Das Periodenergebnis erhöhte sich von 152,7 Mio EUR auf 165,0 Mio EUR im Jahr 2017, da unter anderem ein Ertrag in Höhe von 11,0 Mio EUR durch den Verkauf von Wertpapieren das Finanzergebnis positiv beeinflusste. Dies entspricht einem Ergebnis je Aktie von 2,45 EUR nach 2,26 EUR im Jahr 2016.

**DIVIDENDE UM 2,5% UND MITARBEITERBETEILIGUNG UM 2,6% VERBESSERT**

Auf Grundlage eines starken Cashflows und einer soliden Bilanz wird der Vorstand der Hauptversammlung am 19. April 2018 eine Dividende von 2,05 EUR je Aktie (2,00 EUR im Vorjahr) vorschlagen. Damit wird einmal mehr die Positionierung der Österreichischen Post als zuverlässiges und berechenbares Unternehmen unterstrichen. Und auch die Mitarbeiter profitieren: Seit 16 Jahren beteiligt die Post ihre Mitarbeiter freiwillig am Erfolg des Unternehmens. Anspruchsberechtigte Mitarbeiter erhalten für das Jahr 2017 eine um 2,6 % gestiegene Prämie in Höhe von 875 EUR.

**STABILER AUSBLICK FÜR 2018 BESTÄTIGT**

Der bereits kommunizierte Ausblick für das Geschäftsjahr 2018 wird bestätigt. Die Österreichische Post geht von einer stabilen Umsatzentwicklung aus. Unter Beibehaltung der derzeitigen Basistrends im Brief- und Paketgeschäft wird diese Stabilität auch im operativen Ergebnis (EBIT) angepeilt. Vor dem Hintergrund des anhaltenden Marktwachstums im Bereich der Privatkundenpakete werden Maßnahmen getroffen, um die Sortierleistung innerhalb der nächsten vier Jahre auf über 100.000 Pakete pro Stunde zu verdoppeln. Neben den laufenden Investitionen im Kerngeschäft sind in den nächsten Jahren daher Wachstumsinvestitionen im Bereich Paketlogistik vorgesehen. „Unser Ziel ist es, die bestehenden Sortierkapazitäten so rasch wie möglich zu erweitern. Wir wollen unserer Positionierung als zuverlässiges Unternehmen auch in Zukunft treu bleiben. Daher stehen Qualität und Verlässlichkeit weiterhin im Fokus unseres unternehmerischen Handelns“, so Generaldirektor DI Dr. Georg Pözl.

*Die Vollversion des Ausblicks sowie Detailinformationen (Auszüge) aus dem Lagebericht 2017 finden Sie ab Seite 4. Der komplette Bericht ist im Internet unter [www.post.at/ir](http://www.post.at/ir) --> Reporting verfügbar.*



## KENNZAHLEN

Mio EUR	2016 <sup>1</sup>	2017	Veränderung 2016/2017			
			%	Mio EUR	Q4 2016 <sup>1</sup>	Q4 2017
Umsatzerlöse	2.030,5	1.938,9	-4,5%	-91,6	520,1	534,3
<b>Umsatzerlöse ohne trans-o-flex</b>	<b>1.895,6</b>	<b>1.938,9</b>	<b>2,3%</b>	<b>43,3</b>	<b>520,1</b>	<b>534,3</b>
Brief, Werbepost & Filialen	1.478,5	1.447,8	-2,1%	-30,7	399,7	392,5
Paket & Logistik	556,0	495,6	-10,9%	-60,4	121,4	143,1
Paket & Logistik ohne trans-o-flex	421,1	495,6	17,7%	74,4	121,4	143,1
Corporate/Konsolidierung	-4,0	-4,5	-12,5%	-0,5	-1,1	-1,4
Sonstige betriebliche Erträge	70,1	112,7	60,7%	42,6	20,0	69,5
Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen	-495,2	-409,9	17,2%	85,2	-111,2	-113,4
Personalaufwand	-1.035,2	-1.020,1	1,5%	15,1	-250,4	-275,3
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-294,1	-325,0	-10,5%	-30,9	-93,9	-118,3
Ergebnis aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen	0,9	-1,9	<-100%	-2,9	0,7	-0,8
<b>EBITDA</b>	<b>277,1</b>	<b>294,6</b>	<b>6,3%</b>	<b>17,5</b>	<b>85,3</b>	<b>95,9</b>
Abschreibungen	-74,8	-86,8	-16,1%	-12,0	-18,5	-28,0
<b>EBIT</b>	<b>202,3</b>	<b>207,8</b>	<b>2,7%</b>	<b>5,5</b>	<b>66,8</b>	<b>67,9</b>
Brief, Werbepost & Filialen	285,1	289,6	1,6%	4,6	87,4	89,6
Paket & Logistik	18,5	42,8	>100%	24,3	-6,3	13,9
Corporate/Konsolidierung	-101,3	-124,7	-23,1%	-23,4	-14,4	-35,6
Sonstiges Finanzergebnis	-0,7	12,8	>100%	13,5	0,5	12,2
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>201,5</b>	<b>220,6</b>	<b>9,5%</b>	<b>19,1</b>	<b>67,3</b>	<b>80,0</b>
Ertragsteuern	-48,8	-55,6	-13,9%	-6,8	-15,0	-20,9
<b>Periodenergebnis</b>	<b>152,7</b>	<b>165,0</b>	<b>8,0%</b>	<b>12,3</b>	<b>52,3</b>	<b>59,1</b>
Ergebnis je Aktie (EUR) <sup>2</sup>	2,26	2,45	8,2%	0,18	0,77	0,88
<b>Cashflow aus Geschäftstätigkeit</b>	<b>223,6</b>	<b>255,7</b>	<b>14,4%</b>	<b>32,1</b>	<b>64,6</b>	<b>89,1</b>
<b>Investitionen in Sachanlagen (CAPEX)</b>	<b>-103,3</b>	<b>-102,1</b>	<b>1,2%</b>	<b>1,2</b>	<b>-47,0</b>	<b>-52,6</b>
<b>Free Cashflow</b>	<b>118,5</b>	<b>146,6</b>	<b>27,5%</b>	<b>28,1</b>	<b>16,5</b>	<b>30,7</b>
<b>Operativer Free Cashflow<sup>3</sup></b>	<b>156,8</b>	<b>171,4</b>	<b>9,3%</b>	<b>14,6</b>	<b>25,5</b>	<b>36,2</b>

<sup>1</sup> Anpassung der Umsatzerlöse in der Segmentberichterstattung sowie Anpassung der Sonst. betr. Aufw. und Ergebnis aus nach der Equity-Methode bil. Finanzanlagen

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

<sup>3</sup> Free CF vor Akq./Wertpap. und neuer Unternehmenszentrale; 2017 bereinigt um den Effekt noch nicht überwiesener Bargeldbestände von Kunden

### 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 15. März 2018



## AUSZÜGE AUS DEM KONZERN-LAGEBERICHT:

### UMSATZENTWICKLUNG IM DETAIL

Der Konzernumsatz der Österreichischen Post reduzierte sich im Jahr 2017 gegenüber dem Vergleichswert des Vorjahres um 91,6 Mio EUR auf 1.938,9 Mio EUR. Dieser Rückgang ist auf den Verkauf des Tochterunternehmens trans-o-flex im April 2016 zurückzuführen. Bereinigt um trans-o-flex erhöhte sich der Umsatz um 43,3 Mio EUR bzw. 2,3 %. Das Paketgeschäft – bereinigt um trans-o-flex – erzielte im Jahr 2017 einen Umsatzzuwachs von 17,7 %, während sich die Umsatzerlöse in der Division Brief, Werbepost & Filialen um 2,1 % verringerten. Das dynamische Paketwachstum konnte die Umsatzrückgänge im Briefgeschäft in der Berichtsperiode mehr als kompensieren.

Umsatzerhöhend wirkte auch die Einführung einer vereinfachten Produktstruktur mit 1. Jänner 2017, die insbesondere ein den Anforderungen des E-Commerce-Marktes entsprechendes Sendungsangebot rund um das „Päckchen“ umfasst.

Der Umsatz der **Division Brief, Werbepost & Filialen** von 1.447,8 Mio EUR stammt zu 54,1 % aus dem Bereich Briefpost & Mail Solutions, zu 28,5 % aus Werbepost und zu 9,5 % aus Medienpost, also der Zustellung von Zeitungen und Magazinen. Zudem wurden 7,9 % des Umsatzes mit Filialdienstleistungen erwirtschaftet. Im Bereich Briefpost & Mail Solutions lag der Umsatz im Jahr 2017 mit 782,8 Mio EUR um 2,4 % unter dem Niveau des Vorjahres. Die rückläufige Volumenentwicklung infolge der Substitution von Briefen durch elektronische Kommunikationsformen setzte sich fort, so reduzierte sich das klassische Briefvolumen in der Berichtsperiode um rund 5 %. Positiv auf die Umsatzentwicklung wirkten Mix-Effekte durch die neue Produktstruktur und die Tarifanpassung einzelner Produkte wie beispielsweise des Rückscheinbriefs. Als gegenläufiger umsatzmindernder Effekt ist der Segmentwechsel der bulgarischen Tochtergesellschaft M&BM Express OOD zu nennen, die seit 1. Jänner 2017 in der Division Paket & Logistik dargestellt wird.

Der Bereich Werbepost verzeichnete im Geschäftsjahr 2017 einen Umsatzrückgang von 0,8 % auf 413,3 Mio EUR. Dieser leichte Umsatzrückgang war auf den Raum Südost- und Osteuropa zurückzuführen, da sich die Österreichische Post in dieser Region auf den Paketbereich konzentriert und sich aus dem Briefgeschäft sukzessive zurückzieht. Das Umsatzminus im südost- und osteuropäischen Werbegeschäft betrug 4,6 Mio EUR und war vor allem auf die Entkonsolidierung der Tochtergesellschaften in Rumänien und Polen zurückzuführen. Trotz der im Jahresvergleich geringeren Umsatzbeiträge aus Wahlen konnte im österreichischen Werbegeschäft in der Berichtsperiode ein Umsatzplus erzielt werden. Während der unadressierte Bereich – unter anderem durch eine gute Entwicklung der Kunden aus dem Lebensmittelhandel – ein deutliches Umsatzplus verzeichnete, entwickelten sich die Umsätze mit adressierter Werbepost leicht rückläufig. Insgesamt stiegen die zugestellten Volumen der Werbesendungen in Österreich im Jahr 2017 um rund 5 % an. Der Umsatz mit Medienpost reduzierte sich im Vergleich zum Vorjahr um 3,1 % auf 137,1 Mio EUR. Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf das rückläufige Abonnementgeschäft von Zeitungen und Magazinen zurückzuführen.



Der Umsatz mit Filialdienstleistungen lag im Geschäftsjahr 2017 mit 114,6 Mio EUR um 3,2 % unter dem Wert des Vorjahres. Bei Handelswaren wurde zwar ein Anstieg verzeichnet, der Umsatz mit Finanzdienstleistungen zeigte hingegen einen strukturell rückläufigen Trend.

Der ausgewiesene Umsatz der **Division Paket & Logistik** reduzierte sich im Jahr 2017 von 556,0 Mio EUR auf 495,6 Mio EUR. Bereinigt um die mit April 2016 entkonsolidierte trans-o-flex, die im Vorjahr Umsatzerlöse von 134,8 Mio EUR beisteuerte, erhöhte sich der Divisionsumsatz um 17,7 %. Der Umsatzbasistrend im Geschäftsjahr 2017 betrug ca. 12 %. Zusätzlich wirkte in der Berichtsperiode die Einführung der vereinfachten Produktstruktur rund um das neue Produkt „Päckchen“ umsatz erhöhend. Zudem erfolgte mit 1. Jänner 2017 der Segmentwechsel der bulgarischen Tochtergesellschaft M&BM Express OOD, die in der Vergleichsperiode des Vorjahres noch in der Division Brief, Werbepost & Filialen erfasst wurde. Bereinigt um die M&BM Express OOD erhöhte sich der Umsatz der Division Paket & Logistik um 15,3 %. Das starke Wachstum im Paketgeschäft ist vor allem auf den anhaltenden E-Commerce-Trend zurückzuführen, der zu einem deutlichen Anstieg bei Privatkundenpaketen führte. Generell entwickelt sich der Paketmarkt in Österreich sehr dynamisch und zeigt zweistellige Wachstumsraten. Die Österreichische Post konnte in der Berichtsperiode am Marktwachstum überproportional partizipieren. Es herrscht weiterhin intensiver Wettbewerb, gleichzeitig nehmen die Anforderungen hinsichtlich Qualität und Zustellgeschwindigkeit sowie der Preisdruck zu.

Eine Betrachtung nach Regionen zeigt, dass im Jahr 2017 80,4 % der Divisionsumsätze in Österreich erzielt wurden, 19,6 % der Umsätze entfielen auf die Tochtergesellschaften in Südost- und Osteuropa. Sowohl das Geschäft in Österreich als auch in den CEE-/SEE-Märkten zeigte deutliche Steigerungsraten. In Österreich wurde in der Berichtsperiode ein Umsatzanstieg von 16,2 % erzielt. Im Raum Südost- und Osteuropa lag das Umsatzplus bei 24,0 %, wobei davon 9,9 Mio EUR auf den Segmentwechsel der M&BM Express OOD, Bulgarien, entfielen. Auf vergleichbarer Basis verbuchte der CEE-/SEE-Raum im Jahr 2017 einen Umsatzanstieg von 11,3 %.

**AUFWANDS- UND ERGEBNISENTWICKLUNG**

Die Aufwandsstruktur der Österreichischen Post ist von einem hohen Anteil an Personalkosten geprägt. So entfielen im Jahr 2017 55,4 % der gesamten betrieblichen Aufwendungen auf den Personalaufwand. Die zweitgrößte Aufwandsposition stellten mit 22,3 % der Materialaufwand und der Aufwand für bezogene Leistungen dar, der zum Großteil extern vergebene Transportaufwendungen betrifft. Weiters entfielen 17,6 % auf sonstige betriebliche Aufwendungen und 4,7 % auf Abschreibungen.

Der Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen reduzierte sich in der Berichtsperiode auf 409,9 Mio EUR nach 495,2 Mio EUR im Vorjahr. Unter Berücksichtigung des Verkaufs der trans-o-flex kam es bei dieser Aufwandsposition zu einem Anstieg um 13,3 Mio EUR, der vor allem auf zusätzlich bezogene Transportdienstleistungen durch gestiegene Paketmengen zurückzuführen ist. Der



Personalaufwand der Österreichischen Post belief sich im Geschäftsjahr 2017 auf 1.020,1 Mio EUR, was einem Rückgang von 1,5 % entspricht. Auf vergleichbarer Basis, also ohne Berücksichtigung der trans-o-flex, lag der Personalaufwand um 8,9 Mio EUR über dem Niveau des Vorjahres. Dieser Anstieg war vor allem auf einen erhöhten Rückstellungsbedarf im nicht-operativen Bereich zurückzuführen. Demgegenüber stand eine stabile Entwicklung der Löhne und Gehälter – ein Beleg dafür, dass die konsequente Fortführung der Maßnahmen zur Effizienzsteigerung und zur Verbesserung der Personalstruktur die jährlichen kollektivvertraglichen Gehaltssteigerungen und Biennalsprünge kompensieren konnte. In Summe beschäftigte der Österreichische Post Konzern im Geschäftsjahr 2017 im Periodendurchschnitt 20.524 Mitarbeiter (Vollzeitkräfte), wobei im Geschäftsjahr 2016 noch 21.187 Mitarbeiter (exkl. trans-o-flex) für die Österreichische Post tätig waren. Die nicht-operativen Personalaufwendungen umfassen vor allem Abfertigungen und Rückstellungsveränderungen, die primär auf die spezifische Beschäftigungssituation beamteter Mitarbeiter der Österreichischen Post zurückzuführen sind. Der erwähnte erhöhte Rückstellungsbedarf im Geschäftsjahr 2017 resultierte primär aus der Neuausrichtung des Finanzdienstleistungsgeschäfts im Filialnetz. Im Rahmen der schrittweisen Entflechtung der Kooperation mit dem Bankpartner BAWAG P.S.K. wurde eine erste Vereinbarung bezüglich der Redimensionierung von Bankberatungsleistungen getroffen, wofür entsprechende Rückstellungen gebildet wurden, die saldiert um Beiträge aus der Änderungsvereinbarung aufwandserhöhend wirkten.

Sowohl die sonstigen betrieblichen Aufwendungen als auch die sonstigen betrieblichen Erträge erhöhten sich in der Berichtsperiode deutlich. So erreichten die sonstigen betrieblichen Erträge 112,7 Mio EUR nach 70,1 Mio EUR im Vorjahr. In den sonstigen betrieblichen Erträgen waren in der Berichtsperiode Rückforderungsansprüche aus in Vorperioden bezahlten Lohnnebenkosten enthalten. Diese beliefen sich saldiert, also abzüglich Aufwendungen für etwaige Ersatzleistungen, die in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen abgebildet sind, auf 21,0 Mio EUR. Aufgrund dieser Ersatzleistungen sowie zusätzlicher Aufwendungen in den Bereichen EDV und Beratung lagen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen in der aktuellen Berichtsperiode bei 325,0 Mio EUR nach 294,1 Mio EUR im Jahr 2016. Im Vorjahr war in dieser Position ein negativer Effekt von 16,7 Mio EUR aus einer ergebniswirksam zu erfassenden Währungsumrechnungsrücklage enthalten, was auf die Änderung des Ausweises der Anteile an Aras Kargo a.s. als finanziellen Vermögenswert (vorher Nach der Equity-Methode bilanzierte Finanzanlagen) zurückzuführen war.

Das EBITDA des Österreichischen Post Konzerns betrug 294,6 Mio EUR nach 277,1 Mio EUR im Jahr 2016, was einem Anstieg von 17,5 Mio EUR bzw. 6,3 % entspricht. Die EBITDA-Marge des Konzerns erhöhte sich demnach von 13,6 % auf 15,2 %. Neben der operativen Entwicklung des Brief- und Paketgeschäfts war sowohl das Ergebnis 2016 als auch 2017 von positiven und negativen Sondereffekten beeinflusst, die sich in Summe weitgehend kompensierten. Während diese Sondereffekte im Geschäftsjahr 2016 fast vollständig auf das EBITDA einwirkten, fielen in der Berichtsperiode negative Sondereffekte im Bereich der Wertminderungen an. Aus diesem Grund



wurde ein deutlicher Anstieg des EBITDA im Jahr 2017 verzeichnet, der sich auf Ebene des EBIT bzw. Periodenergebnis reduzierte.

In Summe fielen in der Berichtsperiode 86,8 Mio EUR Abschreibungen nach 74,8 Mio EUR im Jahr 2016 an. Während die planmäßigen Abschreibungen mit 72,8 Mio EUR auf dem Niveau des Vorjahres lagen, erhöhten sich die Wertminderungen von 2,3 Mio EUR auf 14,1 Mio EUR im Jahr 2017. Die Wertminderungen im Geschäftsjahr 2017 beinhalteten Geschäfts- oder Firmenwerte von Tochtergesellschaften sowie Wertminderungen für ausgewählte Grundstücke und Bauten. Das EBIT im Jahr 2017 erreichte 207,8 Mio EUR nach 202,3 Mio EUR im Vorjahr. Dies ergibt einen Anstieg von 5,5 Mio EUR bzw. 2,7 %, beziehungsweise eine Verbesserung der EBIT-Marge von 10,0 % auf 10,7 %.

Das Finanzergebnis des Konzerns erhöhte sich von minus 0,7 Mio EUR im Vorjahr auf 12,8 Mio EUR im Geschäftsjahr 2017. Dieser Anstieg resultierte vor allem aus einem positiven Effekt in Höhe von 11,0 Mio EUR aus dem Verkauf von indirekt gehaltenen Anteilen an der BAWAG Group AG. Nach Abzug der Steuern ergibt sich damit ein Periodenergebnis (Ergebnis nach Steuern) von 165,0 Mio EUR, im Vergleich zu 152,7 Mio EUR im Vorjahr. Dies entspricht einem unverwässerten Ergebnis pro Aktie von 2,45 EUR für das Geschäftsjahr 2017 im Vergleich zu 2,26 EUR im Vorjahr.

Nach Divisionen betrachtet, verzeichnete die **Division Brief, Werbepost & Filialen** im Jahr 2017 ein EBITDA von 312,8 Mio EUR. Dies entspricht einem Rückgang von 2,1 %. Das Divisions-EBIT verbesserte sich in der Berichtsperiode trotz rückläufiger Umsatzerlöse um 1,6 % auf 289,6 Mio EUR. Positiv auf das Ergebnis des Geschäftsjahres 2017 wirkten sich die Intensivierung der Logistiksynergien und die vermehrte Zustellung von Paketen und des neuen Produkts „Päckchen“ durch die Brieflogistik aus. Im Geschäftsjahr 2017 wurden bereits rund 52 % der Pakete durch die Brieflogistik zugestellt.

Die **Division Paket & Logistik** generierte in der Berichtsperiode ein EBITDA von 58,1 Mio EUR nach 29,8 Mio EUR im Vorjahr. Das EBIT lag bei 42,8 Mio EUR nach 18,5 Mio EUR im Jahr 2016. In der Vergleichsperiode des Vorjahres führte die Änderung des Ausweises der Anteile an Aras Kargo a.s. als finanzieller Vermögenswert zu einer Belastung in Höhe von 16,7 Mio EUR. Bereinigt um diesen Effekt lag der Vergleichswert des Vorjahres bei 35,2 Mio EUR. Damit konnte die Division ihr Ergebnis auf operativer Basis um 21,7 % verbessern. Diese hohe Profitabilität ist vor allem auf die gute Auslastung der Logistikinfrastruktur im österreichischen Paketgeschäft zurückzuführen.

Das EBIT der **Division Corporate** (inkl. Konsolidierung) reduzierte sich um 23,4 Mio EUR auf minus 124,7 Mio EUR. Während im Jahr 2016 ein positiver Effekt beim Personalaufwand im Zusammenhang mit Gesetzesänderungen ergebniserhöhend wirkte, fielen in der Berichtsperiode sowohl positive als auch negative Ergebniseffekte in der Division Corporate an. Als positiver Effekt sind Rückforderungsansprüche aus in Vorperioden bezahlten Lohnnebenkosten zu nennen.



Ergebnismindernd wirkten Wertminderungen und ein erhöhter Rückstellungsbedarf im Zusammenhang mit der Neuausrichtung des Finanzdienstleistungsgeschäfts im Filialnetz.

### **CASHFLOW UND BILANZ**

Der Cashflow aus dem Ergebnis erreichte 273,7 Mio EUR im Geschäftsjahr 2017 nach 274,7 Mio EUR im Geschäftsjahr 2016. Der Cashflow aus der Geschäftstätigkeit lag mit 255,7 Mio EUR um 32,1 Mio EUR über dem Vergleichswert des Vorjahres. Zurückzuführen ist dieser Anstieg auf im Vorjahresvergleich geringere Auszahlungen im Zusammenhang mit Rückstellungen sowie gestiegene Verbindlichkeiten. Gegenläufig wirkte ein Anstieg der Forderungen. Der Cashflow aus Investitionstätigkeit erreichte im Jahr 2017 einen Wert von minus 109,1 Mio EUR im Vergleich zu minus 105,1 Mio EUR im Vorjahr. Der Free Cashflow lag im Jahr 2017 demnach bei 146,6 Mio EUR. Der operative Free Cashflow (vor Akquisitionen/Wertpapieren und neuer Unternehmenszentrale) erhöhte sich von 156,8 Mio EUR im Jahr 2016 auf 178,3 Mio EUR. Dieser Anstieg ist zum Teil auf erhöhte Bargeldbestände von Kunden zurückzuführen. Im Rahmen der Geschäftstätigkeit einer Tochtergesellschaft verfügt die Österreichische Post temporär über Bargeld von Kunden, das noch nicht überwiesen wurde. Diese Bargeldbestände sind Schwankungen unterworfen, die nicht die operative Geschäftsentwicklung des Unternehmens widerspiegeln. Bereinigt um diesen Effekt lag der operative Free Cashflow in der Berichtsperiode bei 171,4 Mio EUR. Dies bildet eine gute Basis für die zukünftige Investitions- und Dividendenfähigkeit.

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 des Österreichischen Post Konzerns lag per 31. Dezember 2017 bei 698,8 Mio EUR, dies ergibt eine Eigenkapitalquote von 41,7%. Die Analyse der Finanzpositionen des Unternehmens zeigt einen hohen Bestand an Finanzmitteln. Hierzu zählen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 290,0 Mio EUR sowie Wertpapiere in Höhe von 80,6 Mio EUR. Diesen Finanzmitteln stehen Finanzverbindlichkeiten von lediglich 6,8 Mio EUR gegenüber.

### **AUSBLICK 2018 UNVERÄNDERT**

Die Entwicklungen in den vergangenen Quartalen belegen die generellen Basistrends des Brief- und Paketgeschäfts. Im klassischen adressierten Briefgeschäft rechnet das Unternehmen auch weiterhin mit Volumenrückgängen von etwa 5% p.a., wobei die Mengenentwicklungen in den einzelnen Kundensegmenten differieren. Der Bereich Werbesendungen ist stark von den Werbebudgets der Unternehmen sowie vom Konjunkturmilieu abhängig und damit Schwankungen unterworfen. Im Paketbereich entwickeln sich die Mengen durch das zunehmende Online-Shopping positiv. Der E-Commerce-Trend sollte weiterhin zu einem zweistelligen Mengenwachstum bei Privatkundenpaketen führen. Gleichzeitig steigen die Kundenanforderungen hinsichtlich Qualität und Zustellung bei tendenziell zunehmendem Preisdruck.





Für das Geschäftsjahr 2018 geht die Österreichische Post in Summe von einer weiterhin stabilen Umsatzentwicklung im Konzern aus (Umsatz 2017: 1.938,9 Mio EUR). Die erwartete Geschäftsentwicklung beinhaltet diverse Planungsprämissen, wie etwa das Anhalten der Basistrends im Brief, Werbe- und Paketgeschäft. Während der Trend der E-Substitution in der Größenordnung von etwa minus 5 % p.a. anhalten sollte, könnte der prognostizierte Konjunkturaufschwung eine stabile Entwicklung der Umsätze mit Werbesendungen unterstützen. Mittelfristig ist die Österreichische Post gefordert, ihr Leistungsangebot im Briefbereich an aktuelle Kundenbedürfnisse anzupassen. Dem internationalen Trend folgend, beabsichtigt das Unternehmen, die Produktvielfalt und die Wahlfreiheit für Kunden zu erhöhen. Wie im Gesetz vorgesehen, sollen weitere Produkte angeboten werden, bei denen Kunden eine Zustellung innerhalb von mehreren Werktagen wählen können. Im Filialnetz ist davon auszugehen, dass sich die strukturell bedingten Veränderungen im Finanzdienstleistungsgeschäft fortsetzen. Daher gilt es, zeitgemäße Produkte und Services zu definieren, die auch zukünftig das Serviceangebot im Filialnetz erweitern. Dabei werden alle strategischen Optionen nach dem Ende der Kooperation mit dem aktuellen Bankpartner BAWAG P.S.K. evaluiert. Eine einvernehmliche und schrittweise Entflechtung der Kooperation soll im Wesentlichen bis Ende 2019 erfolgen. Gleichzeitig werden Bankberatungsleistungen redimensioniert, wobei das Angebot an Schaltertransaktionen unverändert bleibt. Mittelfristig soll das Finanzdienstleistungsgeschäft jedoch weiterhin ein wichtiger Bestandteil der Geschäftstätigkeit der Österreichischen Post bleiben, da es eine sinnvolle Ergänzung zum Postdienstleistungsangebot darstellt. Am österreichischen Paketmarkt sind durch den anhaltenden Online-Shopping-Boom zweistellige Wachstumsraten zu erwarten. Daraus könnte intensiverer Wettbewerb, stärkerer Preisdruck oder eine partielle Eigenzustellung einzelner Großversender resultieren. Basierend auf dem robusten Marktwachstum und potenziellen Marktanteilsverschiebungen sind im Paketgeschäft der Österreichischen Post daher Wachstumsraten im mittleren einstelligen bis zum niedrig zweistelligen Bereich möglich.

Hinsichtlich der Ertragsentwicklung verfolgt die Österreichische Post im Jahr 2018 das Ziel der Stabilität im operativen Ergebnis (EBIT 2017: 207,8 Mio EUR). Um die Effizienz in allen Leistungsbereichen weiter zu erhöhen, optimiert die Österreichische Post laufend ihre Strukturen und Prozesse. Trotz der rückläufigen Volumenentwicklung rechnet das Unternehmen mit einer guten Auslastung der Brieflogistik, da durch die gemeinsame Zustellung von Briefen und Paketen Kapazitäten effizienter genutzt werden. Demgegenüber ist die Österreichische Post gefordert, den Herausforderungen der veränderten Kundenbedürfnisse im Bankbereich zu begegnen und die strukturelle Weichenstellung für ein nachhaltig erfolgreiches Finanzdienstleistungsgeschäft zu treffen. Die Österreichische Post wird weiterhin konsequent in Effizienzsteigerung und Servicequalität an der Kundenschnittstelle investieren. Vor dem Hintergrund des anhaltenden Marktwachstums im Bereich der Privatkundenpakete werden Maßnahmen getroffen, um die Sortierleistung innerhalb der nächsten vier Jahre zu verdoppeln. So sind mittelfristig steigende Investitionen im Bereich Paketlogistik in Österreich vorgesehen. Neben den laufenden Investitionen im Kerngeschäft von rund 60 bis 70 Mio EUR pro Jahr sind in den nächsten Jahren damit zusätzliche Wachstumsinvestitionen im Bereich Paketlogistik vorgesehen. Ziel ist es, die bestehenden Sortierkapazitäten so rasch wie möglich zu erweitern und im



Jahr 2018 mindestens 50 Mio EUR zu investieren. Darüber hinaus sind Erweiterungen bzw. Zukäufe von Grundstücken möglich. Den erwirtschafteten operativen Cashflow wird die Österreichische Post somit wie bisher umsichtig und zielgerichtet für nachhaltige Zukunftsinvestitionen einsetzen. Der Vorstand wird der Hauptversammlung am 19. April 2018 die Ausschüttung einer Dividende von 2,05 EUR je Aktie vorschlagen. Damit setzt das Unternehmen auf der Grundlage seiner soliden Bilanzstruktur und der erwirtschafteten Cashflows seine attraktive Dividendenpolitik weiter fort: Die Österreichische Post verfolgt weiterhin das Ziel, zumindest 75 % des Nettoergebnisses an die Aktionäre auszuschütten.