

ÖSTERREICHISCHE POST H1 2018: PAKETWACHSTUM KOMPENSIERTE BRIEFRÜCKGANG

Umsatz

- Leichter Umsatzanstieg um 0,2 % im ersten Halbjahr 2018 auf 955,2 Mio EUR
- Paketwachstum (+12,1 %) kompensiert Rückgang der Division Brief, Werbepost & Filialen (-3,7 %)

Ergebnis

- EBIT um 2,8 % auf 105,1 Mio EUR gesteigert
- Ergebnis je Aktie von 1,12 EUR (-0,5 %)

Cashflow und Bilanz

- Cashflow 2018 durch Sonderzahlung BAWAG P.S.K. erhöht
- Konservative Bilanzstruktur mit geringen Finanzverbindlichkeiten

Ausblick 2018 bestätigt

- Stabilität bei Umsatz und Ergebnis angepeilt

Die Umsatzerlöse der Österreichischen Post verbesserten sich im ersten Halbjahr 2018 um 0,2 % auf 955,2 Mio EUR. Einmal mehr zeigte sich die Beständigkeit der Trends im Brief- und Paketgeschäft: Das Wachstum im Paketgeschäft mit einem Umsatzanstieg von 12,1 % konnte den Rückgang der Umsatzerlöse von 3,7 % in der Division Brief, Werbepost & Filialen kompensieren.

Der Anteil der Division Brief, Werbepost & Filialen am Konzernumsatz der Österreichischen Post betrug 72,6 %. Der Umsatzrückgang im ersten Halbjahr 2018 resultierte aus dem grundsätzlichen Rückgang adressierter Briefe durch die elektronische Substitution, einem geringeren Umsatz mit adressierter und unadressierter Werbung verglichen zum Vorjahr sowie aus dem strukturell rückläufigen Finanzdienstleistungsgeschäft. Umsatzerhöhend wirkten Zuwächse im Bereich Mail Solutions in der Dokumentenlogistik und im Outputmanagement. Außerdem verzeichnete der Bereich Briefpost & Mail Solutions Wachstum durch vermehrtes internationales E-Commerce-Volumen.

Die Division Paket & Logistik erwirtschaftete im Berichtszeitraum einen Anteil von 27,4 % am Konzernumsatz mit einem weiterhin positiven Trend. Das Wachstum von 12,1 % war primär vom organischen Mengenwachstum in Österreich getrieben. Die Österreichische Post profitiert hier von einem dynamischen Marktwachstum durch den anhaltenden Online-Shopping-Trend. Die damit verbundene Wettbewerbsintensität und der Preisdruck bleiben weiterhin hoch. „Wir sind optimistisch, unsere starke Wettbewerbsposition in diesem hart umkämpften Markt – aufgrund der ausgezeichneten Zustellqualität und des breiten Angebots an individuellen Kundenlösungen – weiterhin gut behaupten zu können“, so Generaldirektor DI Dr. Georg Pözl. „Einerseits investieren wir in Kapazitätserweiterungen für die Paketlogistik, um das stark wachsende Paketvolumen auch zukünftig zu meistern, andererseits forcieren wir Innovationen, um das Serviceangebot für unsere Kunden stetig



zu erweitern.“ Am 10. Juli 2018 erfolgte etwa der Spatenstich für ein neues Paketzentrum in Hagenbrunn, nördlich von Wien. Mittelfristig soll die Sortierleistung österreichweit auf 100.000 Pakete pro Stunde mehr als verdoppelt werden. Zudem wird die Ausweitung des Serviceangebots mit Selbstbedienungs- und Online-Lösungen, die den Paketversand und -empfang noch einfacher und bequemer machen, kontinuierlich vorangetrieben.

Aber auch im Briefbereich ist die Österreichische Post gefordert, ihr Leistungsangebot an aktuelle Kundenbedürfnisse anzupassen, um den langfristigen Erfolg abzusichern. Mit 1. Juli 2018 erweiterte die Österreichische Post ihre Produktpalette und führte ein neues Briefprodukt im Universaldienst ein. Das neue Produkt- und Tarifmodell bietet, dem internationalen Trend folgend, die Wahlmöglichkeit zwischen zeitkritischen und nicht zeitkritischen Sendungen und wurde in den ersten Wochen gut angenommen.

Auf Basis der soliden Umsatzentwicklung und gepaart mit konsequenter Kostendisziplin lag das Konzern-EBIT mit 105,1 Mio EUR um 2,8 % über dem Niveau des Vorjahres. Die solide Entwicklung im ersten Halbjahr 2018 sollte es der Österreichischen Post ermöglichen, ihrer klaren Kapitalmarktpositionierung als verlässlicher Dividententitel treu zu bleiben. „Im Fokus unserer strategischen Aktivitäten stehen Verlässlichkeit und Beständigkeit gegenüber den Eigentümern und sonstigen Stakeholdern unseres Unternehmens – und diesen eingeschlagenen Weg wollen wir auch weiter fortsetzen“, so Generaldirektor DI Dr. Georg Pölzl. Die Österreichische Post peilt für das Gesamtjahr 2018 sowohl in Bezug auf den Umsatz als auch in Bezug auf das operative Ergebnis eine stabile Entwicklung auf dem Niveau des Vorjahres an.

Die Vollversion des Ausblicks sowie Detailinformationen (Auszüge) aus dem Lagebericht H1 2018 finden Sie ab Seite 4. Der komplette Bericht ist im Internet unter www.post.at/ir --> Reporting verfügbar.

KENNZAHLEN

| Mio EUR | H1 2017 ¹ | H1 2018 | Veränderung | | Q2 2017 ¹ | Q2 2018 |
|---|----------------------|--------------|------------------|--------------|----------------------|--------------|
| | | | % | Mio EUR | | |
| Umsatzerlöse | 953,7 | 955,2 | 0,2% | 1,6 | 465,0 | 464,6 |
| Brief, Werbepost & Filialen | 721,4 | 695,0 | -3,7% | -26,4 | 348,8 | 335,4 |
| Paket & Logistik | 234,4 | 262,6 | 12,1% | 28,3 | 117,3 | 130,4 |
| Corporate/Konsolidierung | -2,0 | -2,4 | -16,9% | -0,3 | -1,0 | -1,2 |
| Sonstige betriebliche Erträge | 27,7 | 50,9 | 83,7% | 23,2 | 13,0 | 16,3 |
| Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen | -196,3 | -206,2 | -5,1% | -10,0 | -96,4 | -102,3 |
| Personalaufwand | -514,4 | -516,5 | -0,4% | -2,1 | -251,4 | -242,5 |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen | -126,7 | -137,8 | -8,8% | -11,2 | -64,4 | -67,5 |
| Ergebnis aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen | -0,8 | -1,3 | -69,2% | -0,5 | -0,2 | -0,7 |
| EBITDA | 143,3 | 144,3 | 0,7% | 1,0 | 65,6 | 67,9 |
| Abschreibungen | -41,1 | -39,3 | 4,5% | 1,9 | -17,7 | -19,5 |
| EBIT | 102,2 | 105,1 | 2,8% | 2,9 | 47,8 | 48,4 |
| Brief, Werbepost & Filialen | 145,0 | 138,7 | -4,3% | -6,3 | 71,0 | 65,1 |
| Paket & Logistik | 19,0 | 20,4 | 7,4% | 1,4 | 9,6 | 9,5 |
| Corporate/Konsolidierung | -61,8 | -54,1 | 12,5% | 7,7 | -32,7 | -26,3 |
| Sonstiges Finanzergebnis | -0,1 | 3,2 | >100% | 3,3 | 0,0 | 1,5 |
| Ergebnis vor Steuern | 102,1 | 108,2 | 6,0% | 6,2 | 47,9 | 49,9 |
| Ertragsteuern | -25,9 | -32,3 | -24,9% | -6,4 | -12,1 | -15,8 |
| Periodenergebnis | 76,2 | 75,9 | -0,4% | -0,3 | 35,8 | 34,1 |
| Ergebnis je Aktie (EUR) ² | 1,13 | 1,12 | -0,5% | -0,01 | 0,53 | 0,50 |
| Cashflow aus Geschäftstätigkeit | 108,9 | 173,4 | 59,1% | 64,4 | 47,1 | -2,6 |
| Investitionen in Sachanlagen (CAPEX) | -28,0 | -67,4 | <-100% | -39,4 | -13,2 | -26,4 |
| Free Cashflow | 63,9 | 104,1 | 62,8% | 40,2 | 33,7 | -30,1 |
| Free Cashflow vor Akquisitionen/ Wertpapieren und Growth CAPEX³ | 93,2 | 134,1 | 44,0% | 41,0 | 38,0 | -16,9 |

¹ Anpassung der Umsatzerlöse in der Segmentberichterstattung

² Unverwässertes Ergebnis je Aktie, bezogen auf 67.552.638 Stück Aktien

³ Q2 2017, H1 2017: Free Cashflow vor Akquisitionen/Wertpapieren und neuer Unternehmenszentrale

RÜCKFRAGEHINWEIS

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

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

Wien, am 10. August 2018



AUSZÜGE AUS DEM KONZERN-LAGEBERICHT:

UMSATZENTWICKLUNG IM DETAIL

Die Umsatzerlöse der Österreichischen Post verbesserten sich im ersten Halbjahr 2018 um 0,2 % auf 955,2 Mio EUR. Einmal mehr zeigte sich die Beständigkeit der Trends im Brief- und Paketgeschäft: Das Wachstum im Paketgeschäft mit einem Umsatzanstieg von 12,1 % konnte den Rückgang der Umsatzerlöse von 3,7 % in der Division Brief, Werbepost & Filialen kompensieren. Der Anteil der Division Brief, Werbepost & Filialen am Konzernumsatz der Österreichischen Post betrug 72,6 %. Der Umsatzrückgang im ersten Halbjahr 2018 resultierte aus dem grundsätzlichen Rückgang adressierter Briefe durch die elektronische Substitution, einem geringeren Werbeumsatz verglichen mit dem Werbegeschäft des Vorjahres sowie aus dem strukturell rückläufigen Finanzdienstleistungsgeschäft. Umsatzerhöhend wirkten Zuwächse im Bereich Mail Solutions, Zusatzumsätze durch Wahlen sowie Wachstum durch vermehrtes internationales E-Commerce-Volumen. Die Division Paket & Logistik erwirtschaftete im Berichtszeitraum einen Anteil von 27,4 % am Konzernumsatz mit einem weiterhin positiven Trend. Das Wachstum von 12,1 % war primär vom organischen Mengenwachstum in Österreich getrieben.

Der Umsatz der **Division Brief, Werbepost & Filialen** von 695,0 Mio EUR stammte zu 56,3 % aus dem Bereich Briefpost & Mail Solutions, zu 27,5 % aus Werbepost und zu 9,3 % aus Medienpost, also der Zustellung von Zeitungen und Magazinen. Zudem wurden 7,0 % des Umsatzes mit Filialdienstleistungen erwirtschaftet. Im Bereich Briefpost & Mail Solutions lag der Umsatz mit 391,0 Mio EUR im ersten Halbjahr 2018 um 1,3 % unter dem Niveau des Vorjahres. Im zweiten Quartal 2018 reduzierte sich der Umsatz in diesem Bereich um 0,4 % auf 188,7 Mio EUR. Die rückläufige Volumenentwicklung infolge der Substitution von Briefen durch elektronische Kommunikationsformen setzte sich fort, der Basistrend der Volumenentwicklung in der Berichtsperiode lag bei etwa minus 5 % in Österreich. Umsatzmindernd wirkten der Segmentwechsel der kroatischen Tochtergesellschaft Weber Escal d.o.o., die seit 1. Jänner 2018 in der Division Paket & Logistik dargestellt wird und der Rückzug aus dem Briefgeschäft in Südost- und Osteuropa. Umsatzerhöhend wirkten neue Dienstleistungen rund um den klassischen Brieftransport. Der Bereich Mail Solutions verzeichnete Zuwächse in Höhe von 2,6 Mio EUR vor allem in der Dokumentenlogistik und im Outputmanagement. Außerdem gab es im Bereich Briefpost & Mail Solutions Zusatzumsätze in Höhe von 6,4 Mio EUR durch vermehrtes internationales E-Commerce-Volumen. Der Bereich Werbepost verzeichnete in den ersten sechs Monaten 2018 einen Umsatzrückgang von 6,0 % auf 190,9 Mio EUR, im zweiten Quartal 2018 reduzierte sich der Umsatz um 6,4 %. Dieser Rückgang setzte sich aus einem operativen Umsatzminus von ca. 2 % bis 3 % und einer veränderten Produktzuordnung internationaler Sendungen zusammen. Bei adressierten Sendungen zeigt sich bei einigen Kunden eine Verunsicherung hinsichtlich der neuen Datenschutz-Grundverordnung. Ebenso umsatzmindernd wirkte der Rückzug aus dem südost- und osteuropäischen Werbegeschäft. Der Umsatz mit Medienpost reduzierte sich im Periodenvergleich um 3,8 % auf 64,5 Mio EUR. Im zweiten Quartal 2018 verzeichnete der Bereich Medienpost einen Umsatzrückgang von 9,0 %. Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf das rückläufige Abonnement-Geschäft von Zeitungen und



Magazinen zurückzuführen. Die Umsätze aus Filialdienstleistungen lagen im ersten Halbjahr 2018 mit 48,5 Mio EUR um 12,1 % unter dem Niveau des Vorjahres. Im zweiten Quartal 2018 reduzierten sich die Umsätze ebenfalls um 12,1 %. Gemäß der Vereinbarung mit dem Bankpartner BAWAG P.S.K. erfolgt eine schrittweise Entflechtung der Kooperation im Wesentlichen bis Ende 2019. Der Umsatz mit Beratungsleistungen wird dabei kontinuierlich reduziert, die Schaltertransaktionen bleiben bestehen.

Der Umsatz der **Division Paket & Logistik** verbesserte sich im ersten Halbjahr 2018 um 12,1 % von 234,4 Mio EUR auf 262,6 Mio EUR. In der Berichtsperiode umsatz erhöhend wirkte der Segmentwechsel der kroatischen Tochtergesellschaft Weber Escal d.o.o. mit 1. Jänner 2018, die in der Vergleichsperiode des Vorjahres noch in der Division Brief, Werbepost & Filialen erfasst wurde. Bereinigt um die Weber Escal d.o.o. erhöhte sich der Umsatz der Division Paket & Logistik um 9,7 %. Das starke Wachstum im Paketgeschäft ist vor allem auf den anhaltenden E-Commerce-Trend in Österreich zurückzuführen. Die Österreichische Post konnte auch in dieser Berichtsperiode am Marktwachstum partizipieren, der nationale Umsatz zeigte im ersten Halbjahr 2018 ein zweistelliges Wachstum. Es herrscht weiterhin intensiver Wettbewerb, gleichzeitig nehmen die Anforderungen hinsichtlich Qualität und Zustellgeschwindigkeit sowie der Preisdruck zu. Eine Betrachtung nach Regionen zeigt, dass im ersten Halbjahr 2018 80,0 % der Divisionsumsätze in Österreich erzielt wurden, 20,0 % der Umsätze entfielen auf Tochtergesellschaften in Südost- und Osteuropa. In Österreich wurde im ersten Halbjahr 2018 ein Umsatzanstieg von 11,8 % erzielt. Für den wettbewerbsintensiven Raum Südost- und Osteuropa wurde in den ersten sechs Monaten 2018 ein Umsatzplus von 13,3 % ausgewiesen, wobei davon 5,6 Mio EUR auf den Segmentwechsel der Weber Escal d.o.o., Kroatien, entfielen.

AUFWANDS- UND ERGEBNISENTWICKLUNG

Bezogen auf die Umsatzerlöse der Österreichischen Post sind die größten Aufwandspositionen der Personalaufwand (54,1 %), der Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen (21,6 %) sowie sonstige betriebliche Aufwendungen (14,4 %), denen sonstige betriebliche Erträge gegenüberstehen.

Der Personalaufwand belief sich im ersten Halbjahr 2018 auf 516,5 Mio EUR, was einem Anstieg von 0,4 % entspricht. Der darin inkludierte operative Personalaufwand lag mit 490,5 Mio EUR auf dem Niveau des Vergleichswerts des Vorjahres. Stetige Effizienzsteigerungen und struktureller Umbau machten es möglich, kollektivvertragliche Gehaltssteigerungen zu kompensieren. Zusätzlich zu den 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 der Österreichischen Post zurückzuführen sind. Im ersten Halbjahr 2018 war der nicht-operative Personalaufwand mit 26,0 Mio EUR etwas über dem Niveau der Vergleichsperiode des Vorjahres. Den größten Anteil

bildeten Rückstellungen für die Redimensionierung im Finanzdienstleistungsbereich in Höhe von 21,8 Mio EUR. Gegenläufig wirkten verminderte Aufwendungen für Sozialplanmodelle.

Der Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen erhöhte sich um 5,1 % auf 206,2 Mio EUR, primär bedingt durch vermehrte Transportaufwendungen hervorgerufen durch die gestiegenen Paketmengen. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich um 8,8 % auf 137,8 Mio EUR. Dieser Anstieg ist vor allem auf höhere Instandhaltungs-, IT- und Beratungsaufwendungen zurückzuführen. Die sonstigen betrieblichen Erträge betragen im ersten Halbjahr 2018 50,9 Mio EUR nach 27,7 Mio EUR im Vorjahr. Darin inkludiert ist ein Einmalsertrag aus dem ersten Quartal 2018 in Höhe von 20,1 Mio EUR als pauschale Abgeltung seitens des Bankpartners BAWAG P.S.K. für die Verkürzung der Vertragsdauer. Das Ergebnis aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen enthält anteilige Periodenergebnisse von Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Unternehmen und belief sich auf minus 1,3 Mio EUR.

Ergebnisseitig zeigt sich ein stabiles bis leicht positives Bild. Das EBITDA lag mit 144,3 Mio EUR leicht über dem Vergleichswert des Vorjahres, das entspricht einer EBITDA-Marge von 15,1 %. Die Abschreibungen lagen mit 39,3 Mio EUR um 1,9 Mio EUR unter dem Vorjahr. Während in der Berichtsperiode keine Wertminderungen durchgeführt wurden, fielen in der Vergleichsperiode des Vorjahres Wertminderungen im Ausmaß von 5,4 Mio EUR an. Das EBIT in Höhe von 105,1 Mio EUR verbesserte sich somit um 2,8 % gegenüber dem Vorjahr. Die EBIT-Marge betrug 11,0 %.

Das sonstige Finanzergebnis von 3,2 Mio EUR inkludierte einen positiven Beitrag von 6,1 Mio EUR an Beschwerdezinserträgen aus der Rückforderung der in Vorperioden bezahlten Lohnnebenkosten. Die Ertragssteuern lagen aufgrund erhöhter Steueraufwände aus Vorjahren um 6,4 Mio EUR über dem Niveau der Vergleichsperiode des Vorjahres. Somit ergab sich nach Abzug der Ertragsteuern ein Periodenergebnis von 75,9 Mio EUR (-0,4 %). Das Ergebnis pro Aktie betrug 1,12 EUR.

Nach Divisionen betrachtet, verzeichnete die **Division Brief, Werbepost & Filialen** in den ersten sechs Monaten 2018 ein EBITDA von 148,5 Mio EUR. Dies entspricht einem Rückgang von 6,0 %. Das Divisions-EBIT reduzierte sich um 4,3 % auf 138,7 Mio EUR. Dieser Rückgang ist vor allem auf die schwächere Umsatzentwicklung zurückzuführen. Die **Division Paket & Logistik** zeigte Umsatzwachstum bei hohem Wettbewerbs- und Margendruck und erwirtschaftete ein EBITDA von 25,8 Mio EUR (-4,3 %) und ein EBIT von 20,4 Mio EUR (+7,4 %) im ersten Halbjahr 2018. Das EBIT der **Division Corporate** (inkl. Konsolidierung) verbesserte sich um 12,5 % auf minus 54,1 Mio EUR durch geringere Aufwände für Sozialplanmodelle. Die Division Corporate erbringt nicht-operative Dienstleistungen, wie sie typischerweise für Zwecke der Verwaltung und Steuerung eines Konzerns erbracht werden. Diese Tätigkeiten umfassen unter anderem die Verwaltung der Konzernimmobilien, die Erbringung von IT-Dienstleistungen, die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle sowie die Administration des Post Arbeitsmarktes.



CASHFLOW UND BILANZ

Der Cashflow im ersten Halbjahr 2018 war von diversen Sondereffekten betroffen. Aus einer Sonderzahlung der BAWAG P.S.K. in Höhe von 107,0 Mio EUR in Folge der Beendigung der Zusammenarbeit resultierte, abzüglich der in der Berichtsperiode erbrachten Finanzdienstleistungen in Höhe von 20,5 Mio EUR, ein positiver Sondereffekt im Cashflow von 86,5 Mio EUR. Gegenläufig wirkten erhöhte Maintenance CAPEX und Growth CAPEX, die mit 67,4 Mio EUR über dem Niveau der Vergleichsperiode von 28,0 Mio EUR lagen. Ebenso Cashflow-mindernd waren höhere Zahlungen im Zusammenhang mit Rückstellungen und für Steuern. Der Cashflow aus dem Ergebnis lag im ersten Halbjahr 2018 bei 176,2 Mio EUR nach 146,3 Mio EUR in der Vergleichsperiode des Vorjahres. Der Cashflow aus Geschäftstätigkeit erreichte in der Berichtsperiode 173,4 Mio EUR nach 108,9 Mio EUR im Vorjahr. Der Cashflow aus Investitionstätigkeit erreichte in den ersten sechs Monaten 2018 einen Wert von minus 69,3 Mio EUR nach minus 45,0 Mio EUR in der Vergleichsperiode des Vorjahres. Dieser Anstieg resultierte aus Zahlungen für den Erwerb von Sachanlagen (CAPEX). Die Differenz ist vor allem auf Zahlungen für Investitionen im Rahmen des Kapazitätserweiterungsprogramms für die Paketlogistik zurückzuführen, die in der aktuellen Berichtsperiode in Summe 29,1 Mio EUR betragen. Der Free Cashflow vor Akquisitionen/Wertpapieren und Growth CAPEX erreichte 134,1 Mio EUR im ersten Halbjahr 2018, nach 93,2 Mio EUR in der Vergleichsperiode des Vorjahres.

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 30. Juni 2018 bei 634,1 Mio EUR, dies ergibt eine Eigenkapitalquote von 39,2 %. Die Analyse der Finanzpositionen des Unternehmens zeigt einen hohen Bestand an kurzfristigen und langfristigen Finanzmitteln in Höhe von insgesamt 334,3 Mio EUR. Hierzu zählen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 254,6 Mio EUR sowie Finanzinvestitionen in Wertpapiere von 79,6 Mio EUR. Den Finanzmitteln stehen Finanzverbindlichkeiten von lediglich 6,8 Mio EUR gegenüber.

AUSBLICK 2018 UNVERÄNDERT

Die Entwicklungen des ersten Halbjahres bestätigen die Prognosen der Österreichischen Post, sodass der Ausblick auf das Gesamtjahr 2018 beibehalten wird.

Die Volumenentwicklungen im Brief-, Werbe- und Paketmarkt sollten den Trends der letzten Quartale folgen. Im Bereich des klassischen Briefs ist auch weiterhin mit stetigen Volumenrückgängen von etwa 5 % p.a. zu rechnen. Sendungsvolumen adressierter und unadressierter Werbung stehen durch markt- und branchenspezifische Gegebenheiten unter Druck. Im Paketbereich steigen die Mengen kontinuierlich. Getragen von Online-Shopping-Zuwächsen ist von zweistelligem Wachstum für Privatkundenpakete in Österreich auszugehen.



Für das Geschäftsjahr 2018 prognostiziert die Österreichische Post auch weiterhin eine stabile Umsatzentwicklung im Konzern (Umsatz 2017: 1.938,9 Mio EUR). Die aktuellen Planungsprämissen bleiben bestehen – insbesondere der Rückgang bei adressierten Briefen ist ein internationaler Trend. Ein weiterer Trend in Europa ist die Wahlfreiheit der Kunden hinsichtlich differenzierter Zustellgeschwindigkeiten. Die Österreichische Post hat mit 1. Juli 2018 ihr Leistungsangebot dementsprechend angepasst. Das neue Produkt- und Tarifmodell bietet die Wahlmöglichkeit zwischen zeitkritischen (z.B. Dokumente, dringende Briefe und Pakete) und nicht zeitkritischen Sendungen (z.B. Telefonrechnungen, Kontoauszüge). Betrachtet man etwa den Standardbrief mit 20g (z.B. Kuvert C5), so haben Versender seit Juli 2018 drei Wahlmöglichkeiten: Zusätzlich zur PRIO Variante für die Zustellung am nächsten Tag um 0,80 EUR gibt es im Universaldienst eine ECO Zustellung innerhalb von 2–3 Tagen um 0,70 EUR. Darüber hinaus wird außerhalb des Universaldienstes eine ECO BUSINESS Leistung angeboten um 0,65 EUR innerhalb von 4–5 Tagen. Im Filialnetz erfolgt derzeit eine Entflechtung der Finanzdienstleistungs-Kooperation mit dem aktuellen Bankpartner BAWAG P.S.K. Bis Ende 2019 werden Beratungsleistungen schrittweise redimensioniert, das Angebot an Schaltertransaktionen bleibt bis dahin unverändert. Mittelfristig soll das Finanzdienstleistungsgeschäft weiterhin ein Bestandteil der Geschäftstätigkeit der Österreichischen Post bleiben, Gespräche mit alternativen Finanzdienstleistungspartnern werden geführt. Im Paketgeschäft wird ein Wachstum um 10 % angepeilt, wobei im aktuellen Marktumfeld jedoch mit intensiverem Wettbewerb, stärkerem Preisdruck und einer partiellen Eigenzustellung eines Großversenders ab Herbst 2018 zu rechnen ist.

Hinsichtlich der Ertragsentwicklung verfolgt die Österreichische Post im Jahr 2018 weiterhin das Ziel der Stabilität im operativen Ergebnis (EBIT 2017: 207,8 Mio EUR). 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 eines redimensionierten Finanzdienstleistungsgeschäfts zu begegnen.

Die Österreichische Post wird weiterhin in effiziente Strukturen und Prozesse sowie in die Servicequalität von Brief- und Paketsendungen investieren. Vor dem Hintergrund des weiteren Mengenwachstums bei Privatkundenpaketen ist es das Ziel die Qualitätsführerschaft auszubauen. So investiert die Österreichische Post in eine effiziente Zustellung und erweitert sukzessive das Angebot an Hinterlegungsmöglichkeiten für ihre Kunden. Zudem soll die stündliche Sortierleistung mittelfristig verdoppelt werden. Neben den laufenden Basis-Investitionen im Kerngeschäft von rund 60 bis 70 Mio EUR pro Jahr sind in den nächsten Jahren daher zusätzliche Wachstumsinvestitionen im Bereich Paketlogistik vorgesehen. Um die bestehenden Sortierkapazitäten so rasch wie möglich zu erweitern, werden dafür im Jahr 2018 mindestens 50 Mio EUR investiert. 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.

