

# ÖSTERREICHISCHE POST Q1 2018: PAKETWACHSTUM KOMPENSIERTE BRIEFRÜCKGANG

## Umsatz

- Umsatzanstieg um 0,4 % auf 490,6 Mio EUR
- Paketwachstum (+12,9 %) kompensierte Brieffrückgang (-3,5 %)

## Ergebnis

- EBIT um 4,3 % auf 56,7 Mio EUR gesteigert
- Ergebnis je Aktie von 0,62 EUR (+3,5 %)

## Cashflow und Bilanz

- Ausgewiesener Cashflow durch Sonderzahlung BAWAG P.S.K. erhöht; operativer Free Cashflow (exkl. Sondereffekte) mit 55,1 Mio EUR auf Vorjahresniveau
- Konservative Bilanzstruktur mit geringen Finanzverbindlichkeiten

## Ausblick bestätigt

- Stabilität bei Umsatz und Ergebnis angepeilt
- Fokus auf Erweiterung der Kapazitäten und des Leistungsspektrums

Die Umsatzerlöse der Österreichischen Post verbesserten sich im ersten Quartal 2018 um 0,4 % auf 490,6 Mio EUR. Einmal mehr zeigte sich die Beständigkeit der Trends im Brief- und Paketgeschäft: Das Wachstum im Paketgeschäft mit einem Umsatzanstieg von 12,9 % konnte den Rückgang der Umsatzerlöse von 3,5 % in der Division Brief, Werbepost & Filialen kompensieren. Der Anteil der Division Brief, Werbepost & Filialen am Konzernumsatz der Österreichischen Post mit einem Umsatz von 359,6 Mio EUR im ersten Quartal 2018 beträgt 73,1 %. Der Umsatzrückgang war im Wesentlichen auf drei Gründe zurückzuführen: Dem grundsätzlichen Rückgang adressierter Briefe durch die elektronische Substitution, einem geringeren Werbeumsatz im ersten Quartal 2018 verglichen mit dem starken Werbegeschäft im ersten Quartal des Vorjahres sowie dem strukturell rückläufigen Finanzdienstleistungsgeschäft. Umsatzerhöhend wirkten Zusatzumsätze durch Wahlen in den Bereichen Briefpost & Mail Solutions, sowie Werbe- und Medienpost.

Die Division Paket & Logistik erwirtschaftete mit 132,2 Mio EUR im Berichtszeitraum einen Anteil von 26,9 % am Konzernumsatz mit einem weiterhin positiven Trend. Das Wachstum von 12,9 % war primär vom organischen Mengenwachstum in Österreich getrieben. Der Paketbereich profitiert 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 Pölzl. „Um das stark wachsende Paketvolumen auch zukünftig zu meistern, starteten wir ein Kapazitätserweiterungsprogramm.“ Mittelfristig soll die Sortierleistung 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. Der Basistrend der letzten Jahre setzte sich mit einem Volumensrückgang beim klassischen adressierten Brief von etwa 5 % auch im ersten Quartal 2018 fort. Umso wichtiger ist es daher, die hohen Qualitätsstandards aufrechtzuerhalten und das Produktangebot auszubauen, physische Angebote ebenso wie elektronische. So erweitert die Österreichische Post mit 1. Juli 2018 ihre Produktpalette mit der Einführung eines neuen Briefproduktes im Universaldienst. Das neue Produkt- und Tarifmodell bietet, dem internationalen Trend folgend, die Wahlmöglichkeit zwischen zeitkritischen und nicht zeitkritischen Sendungen. Zusätzlich zur PRIO Variante für die Zustellung am nächsten Tag wird eine ECO Zustellung innerhalb von 2-3 Tagen und eine ECO BUSINESS Leistung für die Zustellung innerhalb von 4-5 Tagen angeboten. Auch der Umsatz mit Werbesendungen war im ersten Quartal rückläufig. Der Rückgang ist allerdings größtenteils auf das starke erste Quartal im Vorjahr zurückzuführen. Durch den frühen Ostertermin im heurigen Jahr fiel die schwache Werbephase der Karwoche in das erste Quartal, im Vorjahr fiel diese Phase ins zweite Quartal.

Auf Basis der guten Umsatzentwicklung und gepaart mit konsequenter Kostendisziplin lag das Konzern-EBIT mit 56,7 Mio EUR um 4,3 % über dem Niveau des Vorjahres. Positiv wirkte sich die Intensivierung der Logistiksnergien zwischen den Divisionen Brief, Werbepost & Filialen und Paket & Logistik aus.

Mit 3. Mai 2018 wurde eine Dividende in Höhe von 2,05 EUR je Aktie ausgeschüttet. Damit zeigte die Österreichische Post einmal mehr ihre klare Kapitalmarktpositionierung als verlässlicher Dividentitel. „Kern unserer strategischen Aktivitäten sind 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. Daher peilt die Österreichische Post für das Gesamtjahr 2018 sowohl in Bezug auf den Umsatz als auch auf das operative Ergebnis eine stabile Entwicklung auf dem Niveau des Vorjahres an. „Wir wollen unserer Positionierung als zuverlässiges Unternehmen auch in Zukunft treu bleiben. Im Sinne der Kundenorientierung steht die Qualität unserer Leistungserbringung weiterhin im Fokus unseres unternehmerischen Handelns“, ergänzt Pölzl.

*Die Vollversion des Ausblicks sowie Detailinformationen (Auszüge) aus dem Lagebericht Q1 2018 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	Q1 2017 <sup>1</sup>	Q1 2018	Veränderung	
			%	Mio EUR
Umsatzerlöse	488,7	490,6	0,4%	2,0
Brief, Werbepost & Filialen	372,6	359,6	-3,5%	-13,0
Paket & Logistik	117,1	132,2	12,9%	15,2
Corporate/Konsolidierung	-1,0	-1,2	-17,3%	-0,2
Sonstige betriebliche Erträge	14,8	34,6	>100%	19,9
Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen	-99,9	-103,9	-4,0%	-4,0
Personalaufwand	-263,0	-274,0	-4,2%	-11,0
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-62,3	-70,3	-12,9%	-8,0
Ergebnis aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen	-0,5	-0,6	-12,5%	-0,1
<b>EBITDA</b>	<b>77,7</b>	<b>76,5</b>	<b>-1,6%</b>	<b>-1,3</b>
Abschreibungen	-23,4	-19,8	15,5%	3,6
<b>EBIT</b>	<b>54,4</b>	<b>56,7</b>	<b>4,3%</b>	<b>2,3</b>
Brief, Werbepost & Filialen	74,0	73,6	-0,6%	-0,4
Paket & Logistik	9,4	10,9	15,6%	1,5
Corporate/Konsolidierung	-29,1	-27,8	4,5%	1,3
Sonstiges Finanzergebnis	-0,1	1,7	>100%	1,8
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>54,2</b>	<b>58,4</b>	<b>7,7%</b>	<b>4,2</b>
Ertragsteuern	-13,8	-16,5	-19,7%	-2,7
<b>Periodenergebnis</b>	<b>40,4</b>	<b>41,8</b>	<b>3,5%</b>	<b>1,4</b>
Ergebnis je Aktie (EUR) <sup>2</sup>	0,60	0,62	3,5%	0,02
<b>Cashflow aus Geschäftstätigkeit</b>	<b>61,8</b>	<b>175,9</b>	<b>&gt;100%</b>	<b>114,1</b>
<b>Investitionen in Sachanlagen (CAPEX)</b>	<b>-14,8</b>	<b>-41,0</b>	<b>&lt;-100%</b>	<b>-26,2</b>
<b>Free Cashflow</b>	<b>30,2</b>	<b>134,2</b>	<b>&gt;100%</b>	<b>104,0</b>
<b>Operativer Free Cashflow<sup>3</sup></b>	<b>55,2</b>	<b>55,1</b>	<b>-0,2%</b>	<b>-0,1</b>

<sup>1</sup> Anpassung der Umsatzerlöse in der Segmentberichterstattung

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

<sup>3</sup> Q1 2018: Free Cashflow vor Akquisitionen/Wertpapieren und Growth CAPEX, abzüglich Sondereffekte iHv 95,9 Mio EUR in Folge der Beendigung der Zusammenarbeit mit BAWAG P.S.K.; Q1 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 16. Mai 2018



## AUSZÜGE AUS DEM KONZERN-LAGEBERICHT:

### UMSATZENTWICKLUNG IM DETAIL

Die Umsatzerlöse der Österreichischen Post verbesserten sich im ersten Quartal 2018 um 0,4 % auf 490,6 Mio EUR. Einmal mehr zeigte sich die Beständigkeit der Trends im Brief- und Paketgeschäft: Das Wachstum im Paketgeschäft mit einem Umsatzanstieg von 12,9 % konnte den Rückgang der Umsatzerlöse von 3,5 % in der Division Brief, Werbepost & Filialen kompensieren. Der Anteil der Division Brief, Werbepost & Filialen am Konzernumsatz der Österreichischen Post beträgt 73,1 %. Der Umsatzrückgang im ersten Quartal war im Wesentlichen auf drei Gründe zurückzuführen: Dem grundsätzlichen Rückgang adressierter Briefe durch die elektronische Substitution, einem geringeren Werbeumsatz im ersten Quartal 2018 verglichen mit dem starken Werbegeschäft im ersten Quartal des Vorjahres sowie dem strukturell rückläufigen Finanzdienstleistungsgeschäft. Umsatzerhöhend wirkten Zusatzumsätze durch Wahlen von 2,3 Mio EUR in den Bereichen Briefpost & Mail Solutions, Werbe- und Medienpost, während es in der Vergleichsperiode des Vorjahres keine Umsatzbeiträge aus Wahlen gab. Die Division Paket & Logistik erwirtschaftete im Berichtszeitraum einen Anteil von 26,9 % am Konzernumsatz mit einem weiterhin positiven Trend. Das Wachstum von 12,9 % war primär vom organischen Mengenwachstum in Österreich getrieben.

Der Umsatz der **Division Brief, Werbepost & Filialen** von 359,6 Mio EUR stammte zu 56,2 % aus dem Bereich Briefpost & Mail Solutions, zu 27,8 % aus Werbepost und zu 8,9 % 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 202,2 Mio EUR im ersten Quartal 2018 um 2,1 % unter dem Niveau des Vorjahres. 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 %. 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 der Dokumentenlogistik und im Outputmanagement. Der Bereich Werbepost erzielte einen Umsatz von 100,0 Mio EUR im ersten Quartal 2018. Der Rückgang von 5,6 % ist größtenteils auf das starke erste Quartal im Vorjahr zurückzuführen. Durch den frühen Ostertermin im heurigen Jahr fiel die schwache Werbephase der Karwoche in das erste Quartal, im Vorjahr fiel diese Phase ins zweite Quartal. Ebenso umsatzmindernd wirkte der Rückzug aus dem südost- und osteuropäischen Werbegeschäft. Der Umsatz mit Medienpost verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahr um 2,2 % auf 32,2 Mio EUR. Die Umsätze aus Filialdienstleistungen reduzierten sich in den ersten drei Monaten 2018 um 12,0 % auf 25,2 Mio EUR. 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 Quartal 2018 um 12,9 % von 117,1 Mio EUR auf 132,2 Mio EUR. Der Umsatzbasistrend in den ersten drei Monaten 2018 ist somit weiter zweistellig. 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 10,8 %. Das starke Wachstum im Paketgeschäft ist vor allem auf den anhaltenden E-Commerce-Trend zurückzuführen, der zu einem deutlichen Anstieg bei Privatkundenpaketen führte. Die Österreichische Post konnte auch in dieser Berichtsperiode am Marktwachstum partizipieren. Es herrscht weiterhin intensiver Wettbewerb, gleichzeitig nehmen die Anforderungen hinsichtlich Qualität und Zustellgeschwindigkeit sowie der Preisdruck zu. Eine Betrachtung nach Regionen zeigt, dass in den ersten drei Monaten 80,8 % der Divisionsumsätze in Österreich erzielt wurden, 19,2 % der Umsätze entfielen auf Tochtergesellschaften in Südost- und Osteuropa. In Österreich wurde im ersten Quartal 2018 ein Umsatzanstieg von 13,1 % erzielt. Für den wettbewerbsintensiven Raum Südost- und Osteuropa wurde in den ersten drei Monaten ein Umsatzplus von 12,3 % ausgewiesen, wobei davon 2,6 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 (55,8 %), der Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen (21,2 %) sowie sonstige betriebliche Aufwendungen (14,3 %), denen sonstige betriebliche Erträge gegenüberstehen.

Der Personalaufwand stieg im ersten Quartal 2018 in Summe um 4,2 % auf 274,0 Mio EUR. Der darin inkludierte operative Personalaufwand blieb mit 247,6 Mio EUR leicht unter dem Vergleichswert 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 Quartal 2018 war der nicht-operative Personalaufwand höher als in der Vergleichsperiode des Vorjahres. Den größten Anteil bildeten Rückstellungen für die Redimensionierung im Finanzdienstleistungsbereich in Höhe von 22,1 Mio EUR.

Der Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen erhöhte sich um 4,0 % auf 103,9 Mio EUR, primär bedingt durch vermehrte Transportaufwendungen hervorgerufen durch die gestiegenen Paketmengen.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich um 12,9 % auf 70,3 Mio EUR. Dieser Anstieg ist vor allem auf höhere Instandhaltungs-, IT- und Beratungsaufwendungen zurückzuführen.

Die sonstigen betrieblichen Erträge betragen im ersten Quartal 2018 34,6 Mio EUR nach 14,8 Mio EUR im Vorjahr. Darin inkludiert ist ein Einmalertrag 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 0,6 Mio EUR.

Ergebnisseitig zeigt sich ein stabiles bis leicht positives Bild. Das EBITDA lag mit 76,5 Mio EUR leicht unter dem Vergleichswert des Vorjahrs, das entspricht einer EBITDA-Marge von 15,6 %. Die Abschreibungen lagen mit 19,8 Mio EUR um 3,6 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 56,7 Mio EUR verbesserte sich um 4,3 % gegenüber dem Vorjahr. Die EBIT-Marge betrug 11,6 %.

Das sonstige Finanzergebnis von 1,7 Mio EUR inkludierte einen positiven Beitrag von 3,8 Mio EUR an Beschwerdezinssen aus der Rückforderung der in Vorperioden bezahlten Lohnnebenkosten. Somit ergab sich nach Abzug der Ertragssteuern von 16,5 Mio EUR ein Periodenergebnis von 41,8 Mio EUR (+3,5 %). Das Ergebnis pro Aktie betrug 0,62 EUR.

Nach Divisionen betrachtet, verzeichnete die **Division Brief, Werbepost & Filialen** in den ersten drei Monaten 2018 bei einem Umsatzrückgang von 13,0 Mio EUR lediglich geringe Einbußen im Ergebnis. Das EBITDA lag bei 78,6 Mio EUR (−4,3 %), das EBIT bei 73,6 Mio EUR (−0,6 %). Positiv wirkten effizienzsteigernde Maßnahmen ebenso wie die vermehrte Zustellung von Paketen und Päckchen über die Brieflogistik. Die **Division Paket & Logistik** zeigte Wachstum bei hohem Wettbewerbsdruck und erwirtschaftete ein EBITDA von 13,6 Mio EUR (−7,7 %) und ein EBIT von 10,9 Mio EUR (+15,6 %) im ersten Quartal 2018. Das Kerngeschäft der **Division Corporate** ist die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und das Online-Innovationsmanagement. Darüber hinaus erbringt die Division Corporate 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 sowie die Administration des Post Arbeitsmarktes. Das EBIT der Division Corporate (inkl. Konsolidierung) verbesserte sich um 4,5 % auf minus 27,8 Mio EUR.

**CASHFLOW UND BILANZ**

Der Cashflow aus dem Ergebnis lag im ersten Quartal 2018 bei 107,4 Mio EUR nach 74,1 Mio EUR in der Vergleichsperiode des Vorjahres. Der Cashflow aus Geschäftstätigkeit erreichte in der Berichtsperiode 175,9 Mio EUR nach 61,8 Mio EUR im Vorjahr. Dieser Anstieg ist auf eine Sonderzahlung der BAWAG P.S.K. in Höhe von 107,0 Mio EUR in Folge der Beendigung der Zusammenarbeit zurückzuführen. Abzüglich der in der Berichtsperiode erbrachten Finanzdienstleistungen in Höhe von 11,1 Mio EUR ergeben sich Sondereffekte im Cashflow von 95,9 Mio EUR und somit ein vergleichbarer Cashflow aus Geschäftstätigkeit von 80,0 Mio EUR. Der Cashflow aus Investitionstätigkeit erreichte in den ersten drei Monaten 2018 einen Wert von minus 41,7 Mio EUR nach minus 31,6 Mio EUR in der Vergleichsperiode des Vorjahres. Dieser Anstieg resultierte aus

Zahlungen für den Erwerb von Sachanlagen (CAPEX), die im ersten Quartal 2018 mit 41,0 Mio EUR über dem Wert des Vorjahres von 14,8 Mio EUR lagen. Die Differenz ist vor allem auf Zahlungen für Investitionen im Zusammenhang mit dem Kapazitätserweiterungsprogramm der Österreichischen Post zurückzuführen, die in der aktuellen Berichtsperiode in Summe 16,2 Mio EUR betragen. Der operative Free Cashflow (exkl. Sondereffekte) lag mit 55,1 Mio EUR auf dem Niveau der Vergleichsperiode im Vorjahr.

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. März 2018 bei 746,3 Mio EUR, dies ergibt eine Eigenkapitalquote von 42,0%. Die Analyse der Finanzpositionen des Unternehmens zeigt einen hohen Bestand an Finanzmitteln. Hierzu zählen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 423,9 Mio EUR sowie Wertpapiere in Höhe von 79,8 Mio EUR. Diesen Finanzmitteln stehen Finanzverbindlichkeiten von lediglich 7,3 Mio EUR gegenüber.

#### **AUSBLICK 2018 UNVERÄNDERT**

Die Entwicklungen des ersten Quartals bestätigen die Einschätzungen der Österreichischen Post zur prognostizierten Geschäftsentwicklung 2018. Die Volumenentwicklungen im Brief-, Werbe- und Paketmarkt sollten den Trends der letzten Quartale folgen. Im Bereich des klassischen adressierten Briefs ist auch weiterhin mit stetigen Volumensrückgängen von etwa 5 % p.a. zu rechnen, während im Bereich der Werbesendungen stärkere Volatilität in den Quartalsentwicklungen erwartet wird. Im Paketbereich steigen die Mengen kontinuierlich. Getragen von Online-Shopping-Zuwächsen ist von zweistelligem Wachstum für Privatkundenpakete auszugehen.

Für das Geschäftsjahr 2018 geht die Österreichische Post auch weiterhin von einer stabilen Umsatzentwicklung im Konzern aus (Umsatz 2017: 1.938,9 Mio EUR). Die aktuellen Planungsprämissen bleiben bestehen – insbesondere der Rückgang bei adressierten Briefen ist ein nationaler und internationaler Trend. Ein weiterer Wandel in den Kundenbedürfnissen ist die zunehmende Wahlfreiheit für differenzierte Zustellgeschwindigkeiten von Briefen und Paketen. Bereits in 19 Ländern Europas wurde dieser Umstand berücksichtigt und ein Leistungsangebot geschaffen, das zwischen zeitkritischen und nicht zeitkritischen Sendungen unterscheidet. Auch die Österreichische Post wird per 1. Juli 2018 die gesetzlichen Möglichkeiten des Universaldienstes nutzen und ihr Leistungsangebot erweitern. 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 ab Juli 2018 drei Wahlmöglichkeiten: Zusätzlich zur PRIO Variante für die Zustellung am nächsten Tag um 0,80 EUR gibt es dann 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 in den nächsten Quartalen 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 werden zweistellige Wachstumsraten angepeilt, wobei durch das aktuelle Marktwachstum jedoch mit intensiverem Wettbewerb, stärkerem Preisdruck oder einer partiellen Eigenzustellung einzelner Großversender 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). 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 eines redimensionierten Finanzdienstleistungsgeschäfts zu begegnen.

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 Basis-Investitionen im Kerngeschäft von rund 60 bis 70 Mio EUR pro Jahr sind in den nächsten Jahren 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.

