



ÖSTERREICHISCHE POST Investorenpräsentation H1 2020



Georg Pözl, CEO
Walter Oblin, CFO
Wien, 7. August 2020



1. HIGHLIGHTS UND ÜBERBLICK



2. Strategieumsetzung

3. Konzernergebnis H1 2020

4. Ausblick 2020

ÖSTERREICHISCHE POST IM ÜBERBLICK

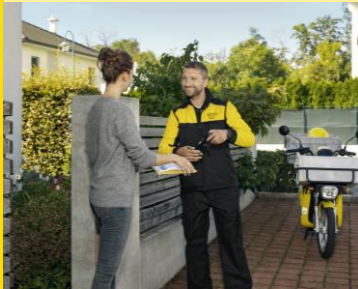
Neue divisionale Struktur erhöht Transparenz



Brief & Werbepost

- Briefpost
- Werbesendungen
- Zeitungen und Magazine

Umsatz 2019:
1.320 Mio EUR



Paket & Logistik

- Pakete und Express
- Fulfillment und Werttransport
- E-Commerce Services

Umsatz 2019:
632 Mio EUR



Filiale & Bank

- Filial- und Finanzdienstleistungen
- Kundenservices

Umsatz 2019:
80 Mio EUR

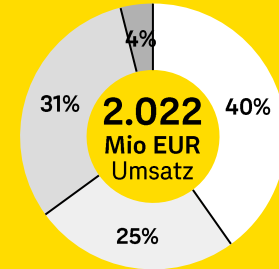


Konzern

Umsatz 2019: 2.022 Mio EUR

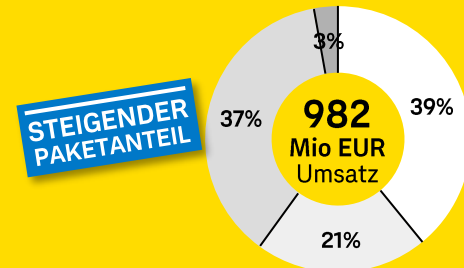
EBIT 2019: 201 Mio EUR

Umsatzmix 2019



- Briefpost & Mail Solutions
- Paket Österreich & CEE
- Werbe- & Medienpost
- Filialdienstleistungen & Finanzdienstleistungen

Umsatzmix H1 2020



COVID-19: STRENGE HYGIENEMAßNAHMEN IM OPERATIVEN BETRIEB



Aufrechterhaltung eines österreichweit flächendeckenden Logistik- und Filialnetzwerks sowie des Universaldienstes klassischer Brief- und Paketdienstleistungen erreicht



Umfassende Gesundheits- und Vorsichtsmaßnahmen

- Hygiene- und Abstandsvorschriften sowie **Mund-Nasen-Schutz**
- Erhöhung der **Gebäudereinigungsfrequenz**
- Freistellung von **Risikogruppen** und verstärkte Testungen



Logistikzentren



- Zutrittsbeschränkungen und Kontrollen (z.B. Fiebermessungen)
- Trennung der Schichten
- Einschränkung der Kontakte, Kleingruppen je Arbeitsbereich

Zustellung/Filialen



- Begrenzte Kundenanzahl in Filialen, Abstandsmarkierungen
- Kontaktlose Zustellung
- Versetzter Dienstbeginn
- Plexiglaswände für Schalter

Büros



- Homeoffice-Regelung
- Neue Abstandsregelungen im Büro
- Besprechungen per Video- und Telefonkonferenzen

COVID-19 PRÄGTE GESCHÄFTSENTWICKLUNG IN Q2 2020



Briefpost

Ca. -13% in Q2
durch Wegfall
behördlicher und
privater Sendungen



Werbepost

Ca. -25% in Q2
durch Entfall von
Werbesendungen
außerhalb des
Lebensmittelhandels



Pakete

>40% in Q2 durch
verstärktes Online-
Volumen aufgrund
COVID-19 in
Österreich

Logistikinfrastruktur

- Mehrmenge in Q2 von bis zu 50% in Lockdown Wochen überstieg Logistikkapazität
- Anstieg der Sperrgutsendungen belasten Verteilzentren
- COVID-19 bedingte Quarantäne in zwei Logistikzentren; Aushilfe durch Österreichisches Bundesheer
- In Summe hohe Mehrkosten durch Gesundheitsmaßnahmen und höhere Logistikkosten (ca. 20 Mio EUR)



UMSATZ TROTZ COVID-19 STABIL (+0,1% IN H1, -2,0% IN Q2)

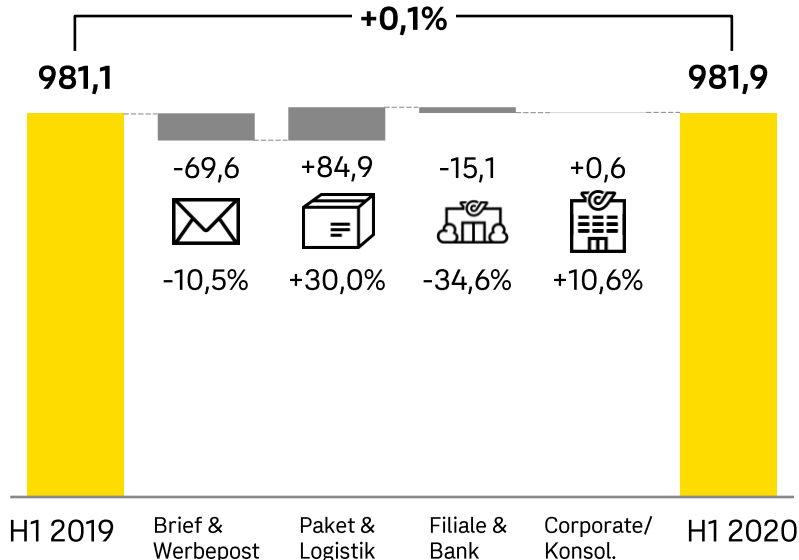


Umsatzentwicklung

Veränderung zu H1 2019 (Mio EUR)

Konzern: +0,1% (Q2: -2,0%)

Starkes Paketgeschäft kompensiert Rückgang in Brief & Werbepost sowie in Filiale & Bank



Brief & Werbepost: -10,5% (Q2: -16,6%)

- Umsatzrückgang von Briefpost & Mail Solutions von 6,7% in H1 2020
- Werbemarkt durch COVID-19 Pandemie besonders betroffen (reduzierter Werbeumsatz von -18,0% in H1)

Paket & Logistik: +30,0% (Q2: +36,1%)

- Starker Anstieg des Online-Handels
- Wachstumsschub durch DHL-Kooperation seit August 2019

Filiale & Bank: -34,6% (Q2: -29,5%)

- Start bank99 mit April 2020
- Wegfall Servicevergütungen durch ehemaligen Bankpartner von 18,8 Mio EUR in H1 2019, Umsatzerlöse aus Fildialdienstleistungen von 22,4 Mio EUR und Ergebnis aus Finanzdienstleistungen von 6,2 Mio EUR in H1 2020

Angepasst an die neue Segmentstruktur ab 1.1.2020

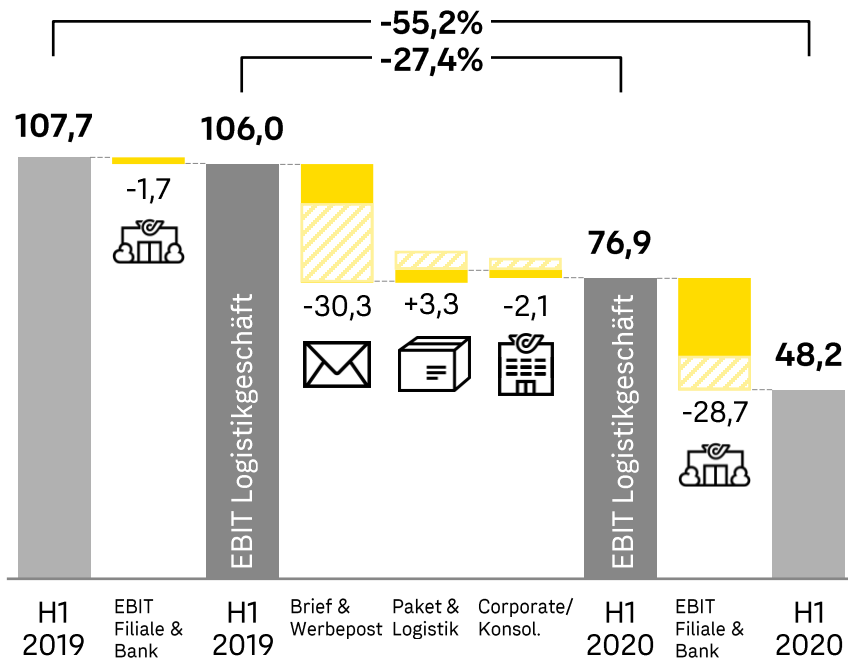
INVESTORENPRÄSENTATION Investor Relations Wien, 7. August 2020

EBIT DURCH COVID-19 UND AUFBAU BANK99 GEPRÄGT



EBIT-Entwicklung

Veränderung zu H1 2019 (Mio EUR)



Konzern:

Ergebnis im Logistikgeschäft von 76,9 Mio EUR (-27,4%) in H1; Ergebnisbelastung durch COVID-19 in allen Divisionen

Brief & Werbepost:

Umsatzrückgang und COVID-19 Mehrkosten führen zu EBIT-Reduktion um 29,3% (30,3 Mio EUR) in H1 bzw. 45,0% (21,5 Mio EUR) in Q2

Paket & Logistik:

Starker Umsatzzanstieg bei hohen Mehr- und Zusatzaufwendungen der Logistik erhöhten EBIT um 22,1% (3,3 Mio EUR) in H1 bzw. 16,7% (1,4 Mio EUR) in Q2

Filiale & Bank:

- Langfristinvestment: Start bank99 mit 1. April 2020
- Ergebnisbelastung H1 2020 von 28,7 Mio EUR

COVID-19 Effekt:

- Ergebnisbelastung aus Umsatzrückgang ca. 25 Mio EUR
- Mehrkosten ca. 20 Mio EUR

Angepasst an die neue Segmentstruktur ab 1.1.2020

INVESTORENPRÄSENTATION Investor Relations Wien, 7. August 2020



-
1. Highlights und Überblick
 - 2. STRATEGIEUMSETZUNG**
 3. Konzernergebnis H1 2020
 4. Ausblick 2020



KLARE STRATEGISCHE PRIORITÄTEN



01 Verteidigung der Marktführerschaft im Kerngeschäft



Absicherung der Marktposition im kompetitiven Umfeld



02 Profitables Wachstum in definierten Märkten

Fokussierung und Performancesteigerung

03 Effizienzsteigerung und Flexibilisierung der Kostenstruktur



Logistikinfrastruktur und Prozessoptimierung



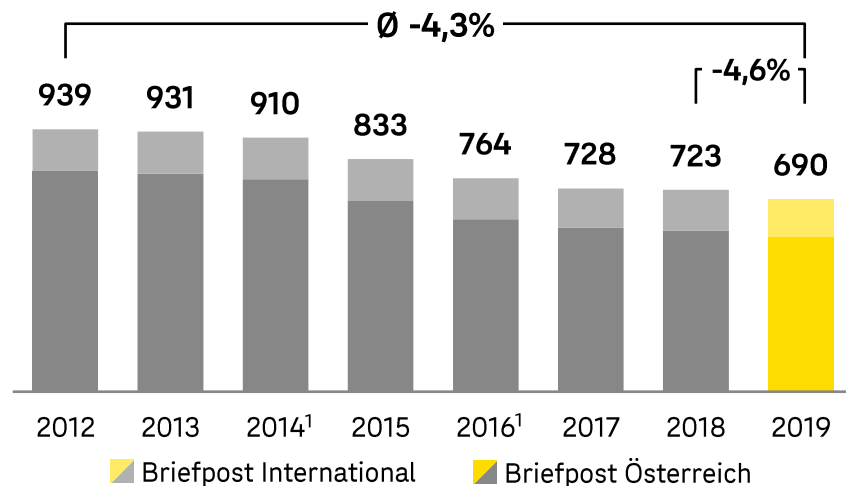
04 Kundenorientierung und Innovation

Forcierung von Selbstbedienungslösungen und Serviceverbesserungen

01 BRIEFPOST



Briefvolumen (Mio Sendungen)



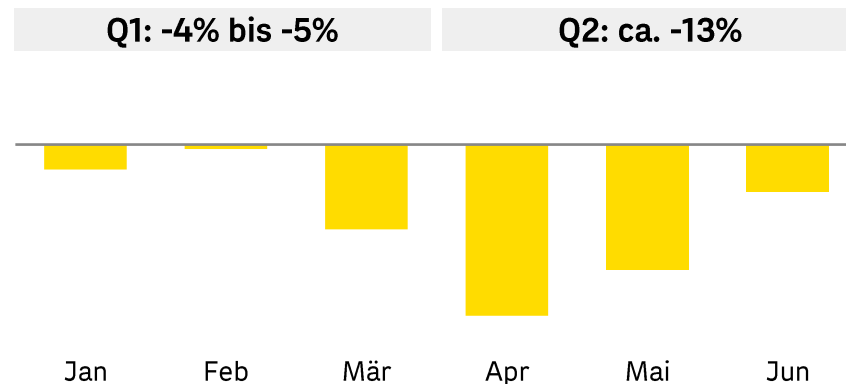
¹ angepasste Darstellung aufgrund automatisierter Zählmethodik

Briefpost H1 2020

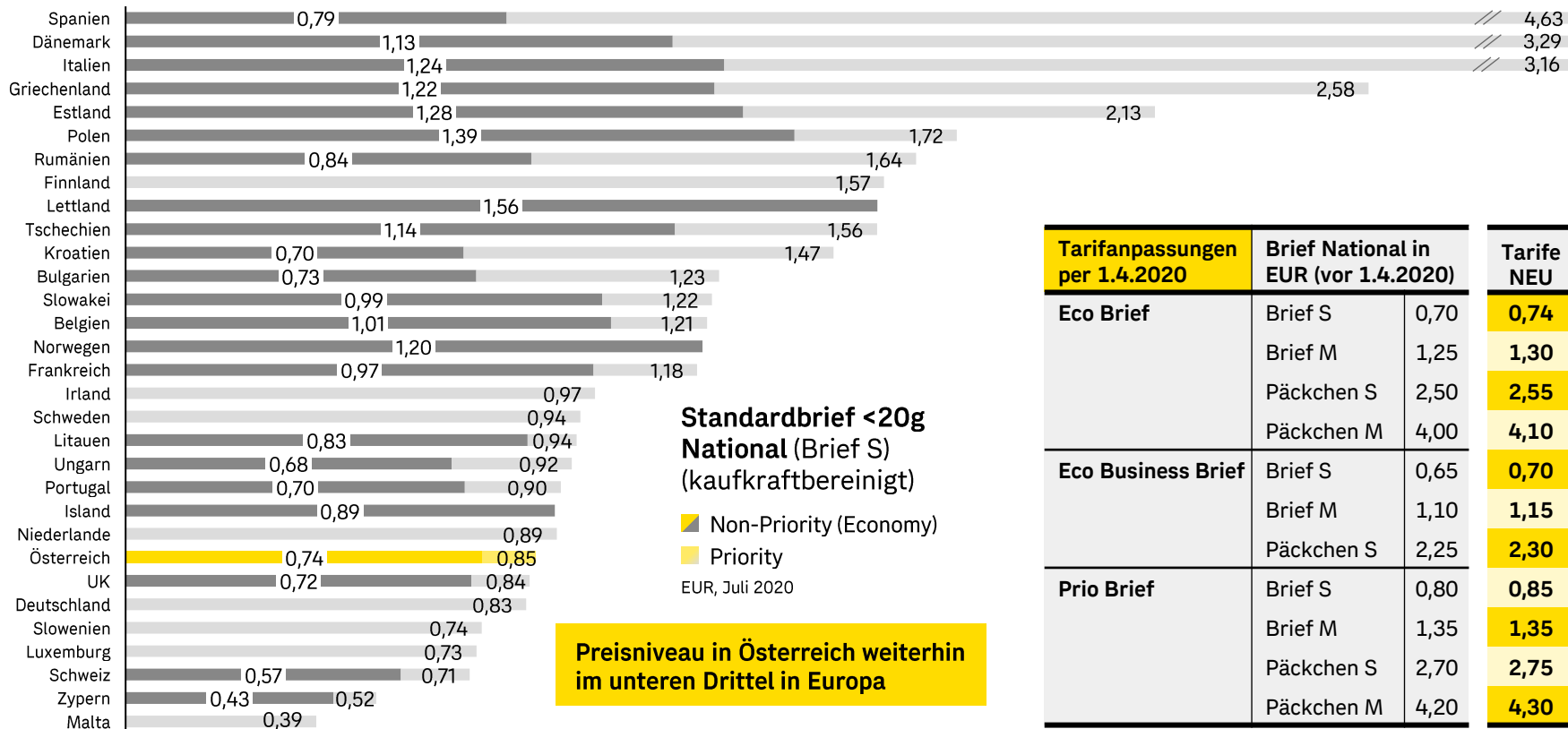
- Rückgang in Österreich in Q1 von 4%-5% mit geringen COVID-19 Effekten
- Rückgang in Q2 in Österreich von ca. 13% (9% in H1) bedingt durch Schließung vieler Ämter, Behörden und Unternehmen sowie reduzierter Wirtschaftsleistung

Briefvolumen Österreich 2020

(auf Tagesbasis)



01 TARIFANPASSUNG ÖSTERREICHISCHE POST PER 1. APRIL 2020



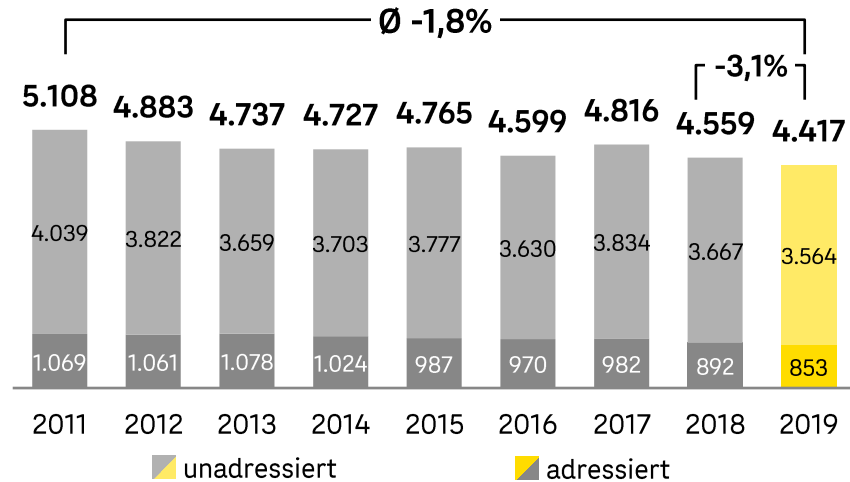
Preisniveau in Österreich weiterhin im unteren Drittel in Europa

Tarifanpassungen per 1.4.2020	Brief National in EUR (vor 1.4.2020)	Tarife NEU
Eco Brief	Brief S	0,70
	Brief M	1,25
	Päckchen S	2,50
	Päckchen M	4,00
Eco Business Brief	Brief S	0,65
	Brief M	1,10
	Päckchen S	2,25
Prio Brief	Brief S	0,80
	Brief M	1,35
	Päckchen S	2,70
	Päckchen M	4,20

01 WERBE-/MEDIENPOST IN ÖSTERREICH



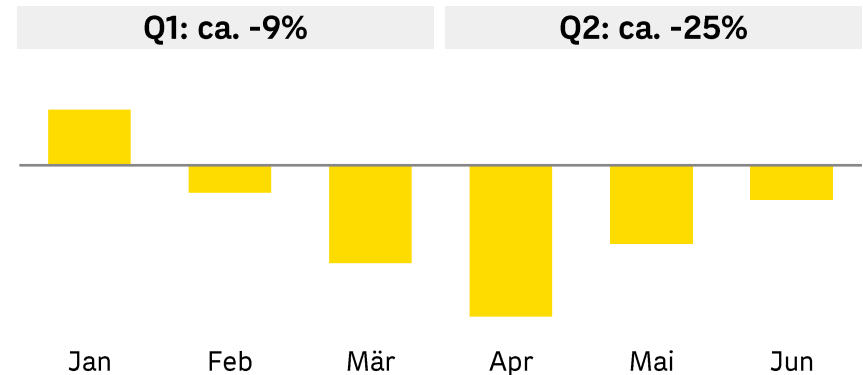
Werbe-/Medienpost (Mio Sendungen)



Werbe-/Medienpost H1 2020

- Werbe-/Medienpost mit starken Rückgängen von 50% in Lockdown Periode
- Q1 mit Rückgang von ca. 9% in Österreich
- Q2 mit Rückgang von ca. 25% in Österreich (15% in H1)
- Volatile Entwicklung auch weiterhin

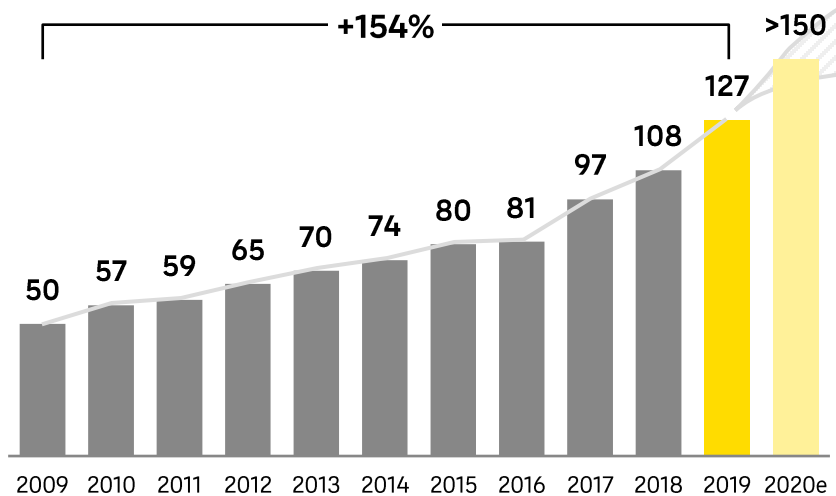
Werbe-/Medienpostvolumen Österreich 2020 (auf Tagesbasis)



01 PAKET ÖSTERREICH: 150 MIO PAKETE BEREITS 2020 ERWARTET



Paketvolumen (Mio Pakete)

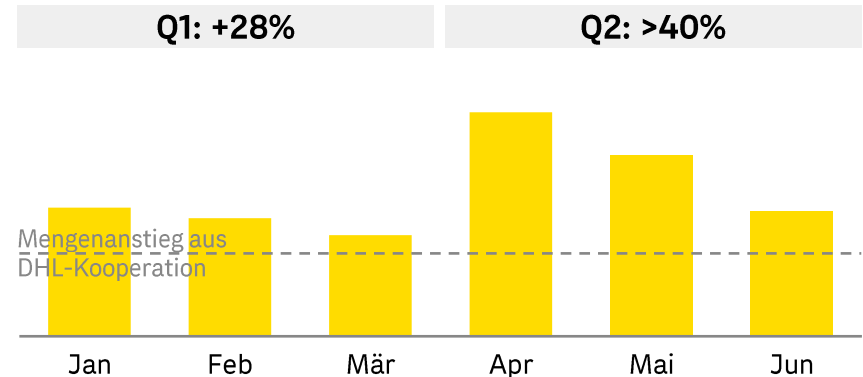


Aktuelle Trends Paketgeschäft H1 2020

- Unerwartet starkes Wachstum in Q2 von >40%; H1 somit 35% über Vorjahrsvolumen
- Wachstum inkludiert Effekte aus Kooperation mit Deutsche Post DHL Group seit August 2019
- Prognose von 150 Mio Pakete bereits 2020 erwartet

Volumen Paketgeschäft 2020 (auf Tagesbasis)

(auf Tagesbasis)



02 WACHSTUM IN DEFINIERTEN MÄRKTEN

Wachstumsfokus auf Paket & Logistik



DEUTSCHLAND

AEP (51,5% Anteil, at-equity konsolidiert)

- Joint-Venture im Pharmagroßhandel
- Umsatz H1 2020 +16% auf 272 Mio EUR
- Positives EBIT H1 2020

Austrian Post International Deutschland

- Starker Wettbewerb im internationalen Briefgeschäft, Umsatz 28 Mio EUR (+14%) in H1 2020

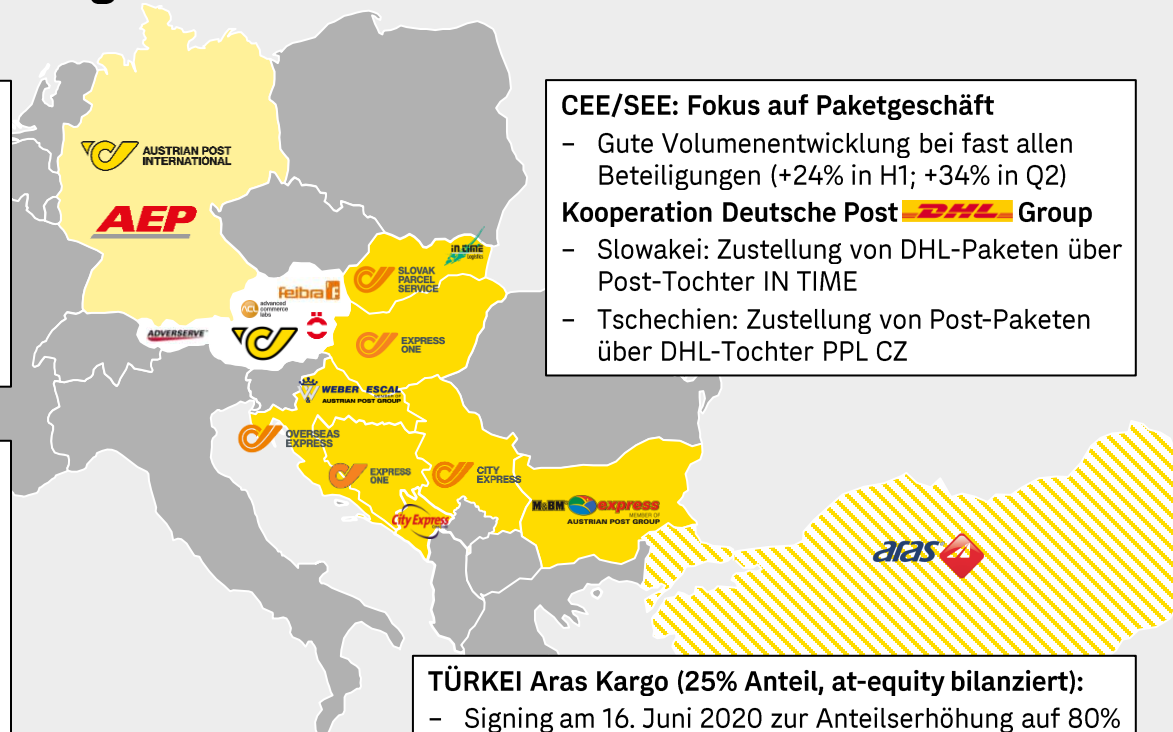
ÖSTERREICH

ACL advanced commerce labs

- Anbieter von E-Commerce Solutions
- Umsatz H1 2020 von 5 Mio EUR (+22%)

adverserve

- Experte auf den Gebieten Ad Technologies und Digital Advertising
- Umsatz H1 2020 3 Mio EUR (Vollkonsolidierung seit 1. August 2019)



CEE/SEE: Fokus auf Paketgeschäft

- Gute Volumenentwicklung bei fast allen Beteiligungen (+24% in H1; +34% in Q2)

Kooperation Deutsche Post Group

- Slowakei: Zustellung von DHL-Paketen über Post-Tochter IN TIME
- Tschechien: Zustellung von Post-Paketen über DHL-Tochter PPL CZ

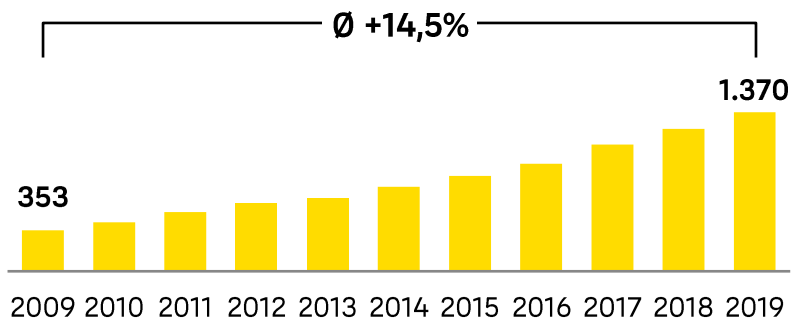
TÜRKEI Aras Kargo (25% Anteil, at-equity bilanziert):

- Signing am 16. Juni 2020 zur Anteilserhöhung auf 80%
- Gute Umsatzentwicklung in H1 2020

02 ARAS KARGO



Umsatzerlöse Aras Kargo (Mio TRY)



Aras Kargo im Porträt

- Zweitgrößter Paketdienstleister in Türkei, gegründet 1979
- 5.100 Mitarbeiter, 28 Logistikstandorte
- 1.000+ Filialen und 4.000+ Fahrzeuge
- 150 Mio Pakete und Dokumente in 2019
- Signing am 16. Juni 2020 zur Anteilserhöhung um 55% auf 80%

Finanzkennzahlen

- Umsatz 2019: 1.370 Mio TRY (rund 215 Mio EUR)
- Wachstum der letzten drei Jahre (2016 – 2019) ca. 15%
- EBIT-Marge der letzten fünf Jahre durchschnittlich 4% – 5%
- Unternehmen ist cash-positiv, keine Finanzverbindlichkeiten
- 25% Anteil derzeit mit 23 Mio EUR bewertet

02 BANK99 – DIE NEUE BANK DER POST SEIT 1. APRIL 2020



Produktangebot:

- Fokussiertes Eigenangebot (Zahlungsverkehr, Girokonto, Sparprodukte, Konsumfinanzierungen)
- Provisionsbasierte Partnerlösungen (Wohnfinanzierungen, Versicherungsprodukte, Kreditkarten, Vorsorgeprodukte)

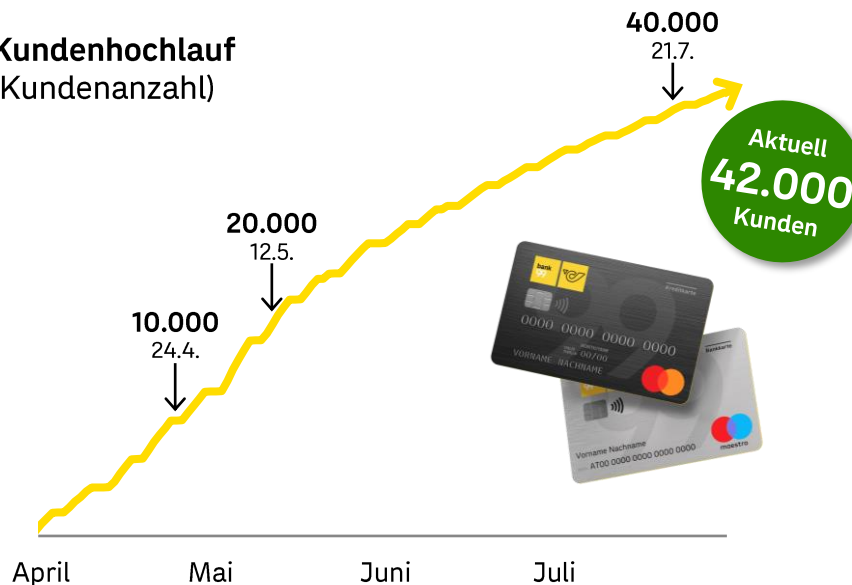
Große Stärken

- Nähe zum Kunden mit rund 1.800 Geschäftsstellen
- Die längsten Öffnungszeiten aller Banken

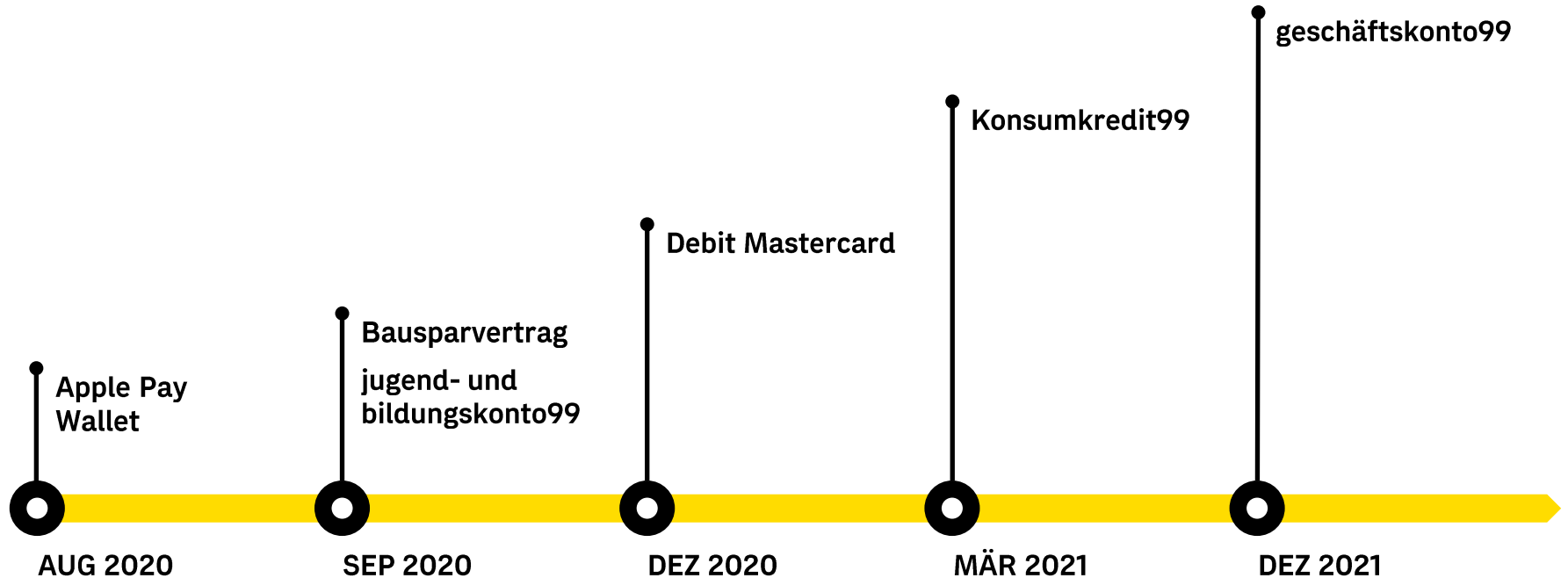
COVID-19 Belastung 2020:

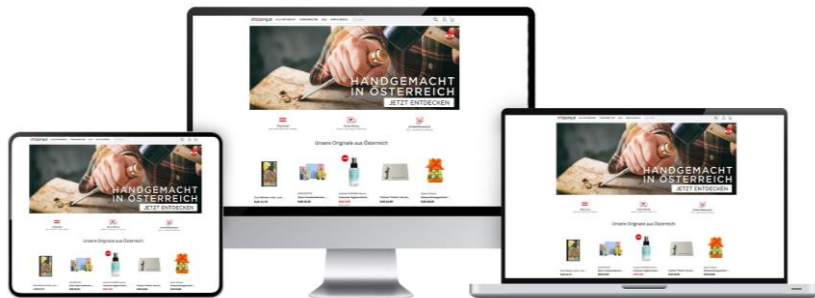
- Geringere Frequenz in Filialen
- Reduzierte Nutzung von Bankomaten und Erlagscheinen

Kundenhochlauf (Kundenanzahl)



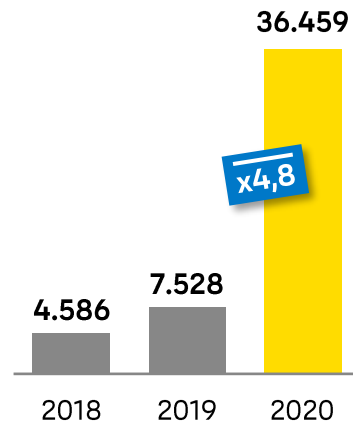
02 ROADMAP DER BANK99 IM FILIALNETZ DER ÖSTERREICHISCHEN POST



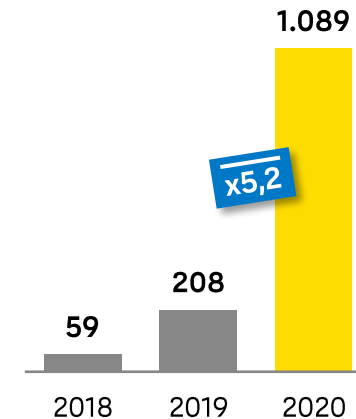


- Über 6,6 Mio Zugriffe auf den Online-Marktplatz shöpping.at von Jänner bis Juni 2020
- Versand von knapp 200.000 Paketen in H1 2020
- Über 2 Mio Produkte im Angebot gelistet, über 900 aktive Händler
- Starkes Wachstum aufgrund des Paket-Booms durch COVID-19 Pandemie

Zugriffe H1 2020
(Ø Zugriffe pro Tag)



Paketmengen H1 2020
(Ø Stück pro Tag)

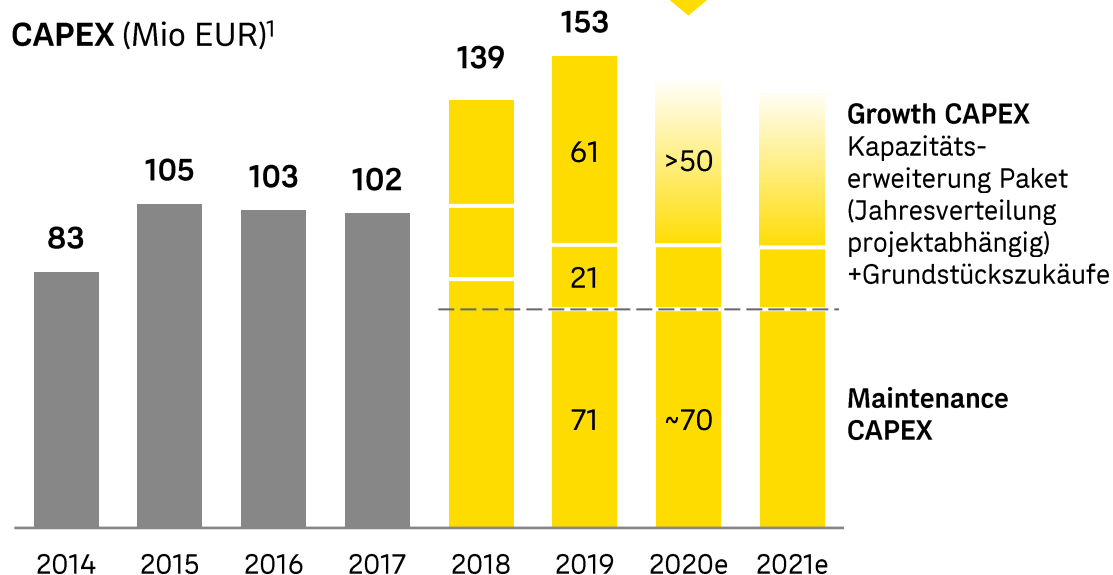


03 KAPAZITÄTSOFFENSIVE BASIEREND AUF WACHSTUMSPROGNOSEN



Investitionsprogramm wird auch 2020 beibehalten um steigendes Volumen zu bewältigen und Effizienzsteigerungen in den nächsten Jahren zu ermöglichen; CAPEX weiter auf hohem Niveau:

- Maintenance CAPEX von 20,9 Mio EUR in H1 2020
- Growth CAPEX (inkl. Grundstücke) in H1 2020 von 16,8 Mio EUR



¹ 2014-2017 inklusive CAPEX neue Unternehmenszentrale

Logistikzentrum Steiermark (Kalsdorf)

100.000m² Grundstück, 13.500 Pakete/h



**INBETRIEBNAHME
IN Q2 ERFOLGT**

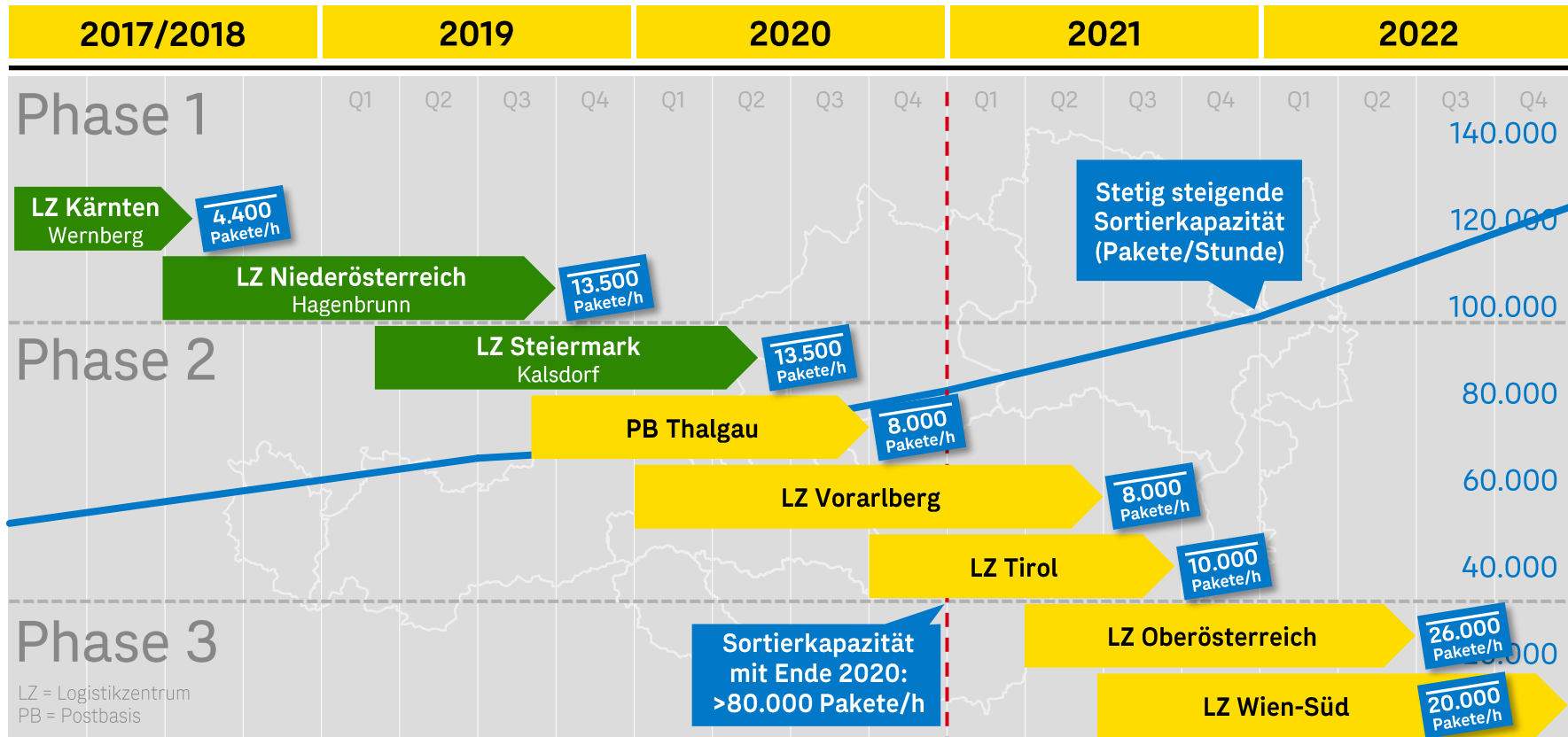
Grünraumkonzept Logistikzentrum Steiermark



03 NEUES LOGISTIKZENTRUM STEIERMARK (KALSDORF)

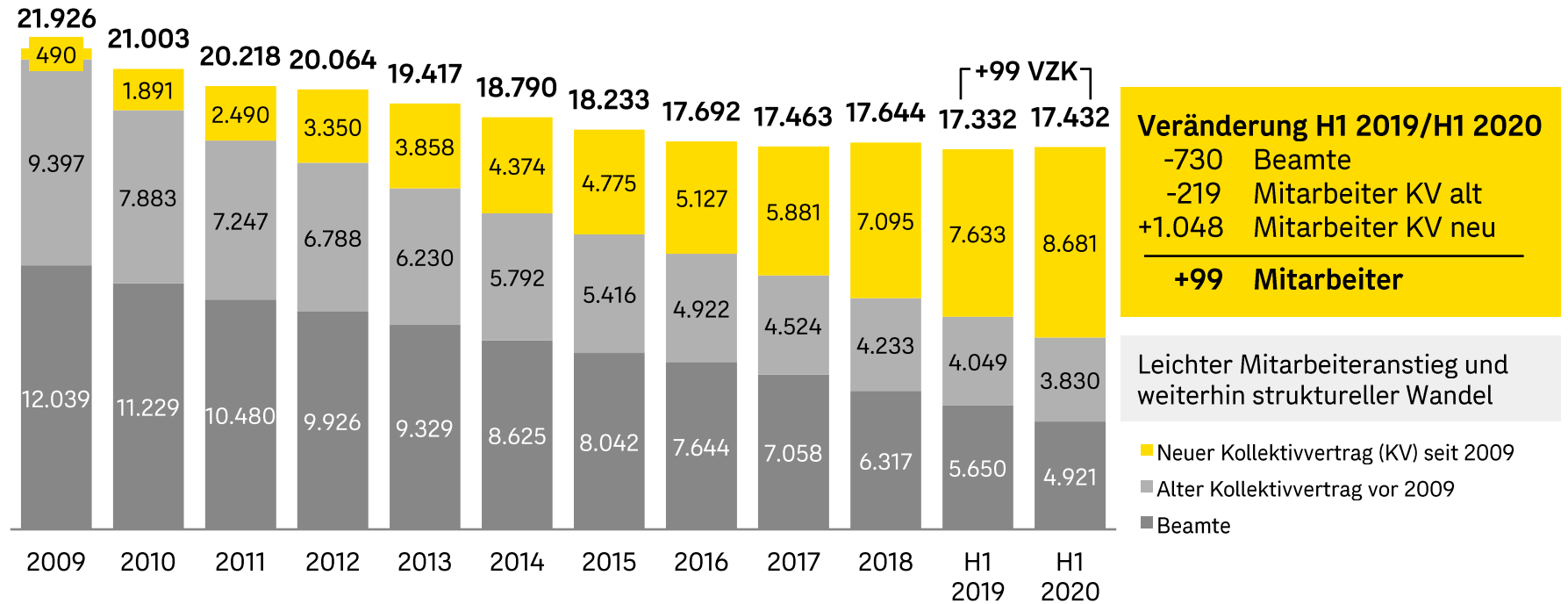


03 AUSBAU DER LOGISTIKINFRASTRUKTUR IN ÖSTERREICH



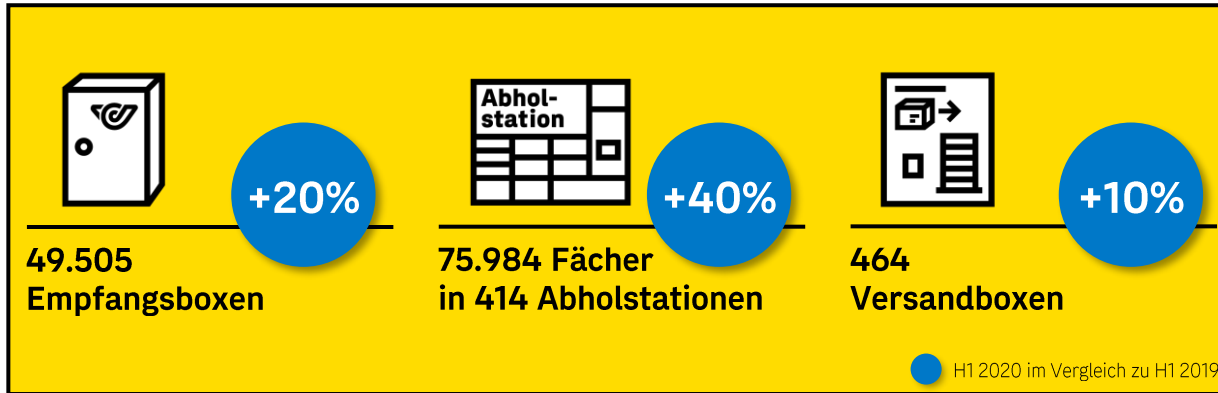
03 PERSONALSTRUKTUR IN ÖSTERREICH

Vollzeitkräfte im Kerngeschäft in Österreich (Periodendurchschnitt)



04 SB-KUNDENLÖSUNGEN ALS WETTBEWERBSVORTEIL

Stetiger Anstieg der Nutzung



Abholservice

Seit 2/2018

Österreichweite Paketumleitung

Seit 9/2018

Kooperation Lebensmittelhandelskette Hofer

Seit 9/2018

AllesPost

Seit 3/2019

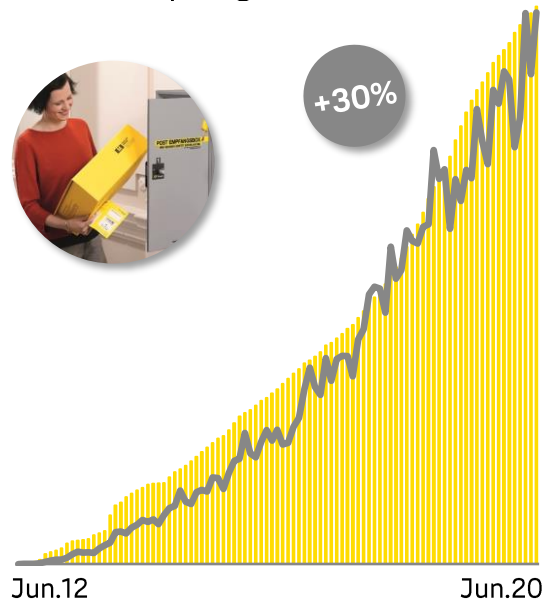
Kooperation Wunschhinterlegung

Neu seit 4/2020

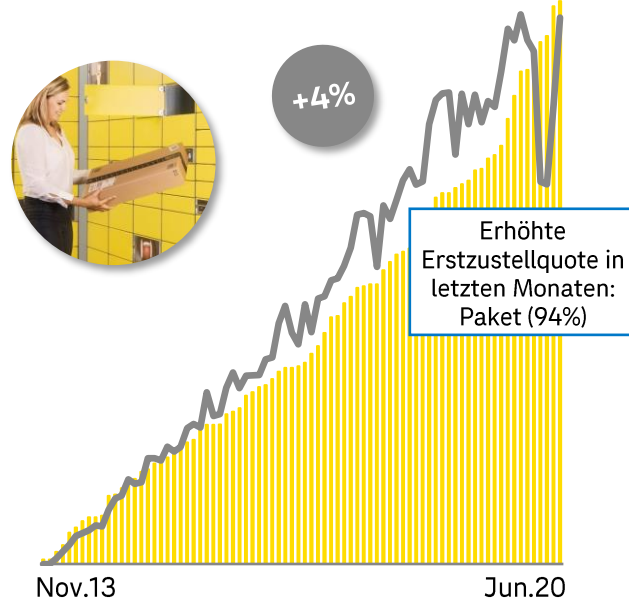
04 SB-KUNDENLÖSUNGEN ALS WETTBEWERBSVORTEIL



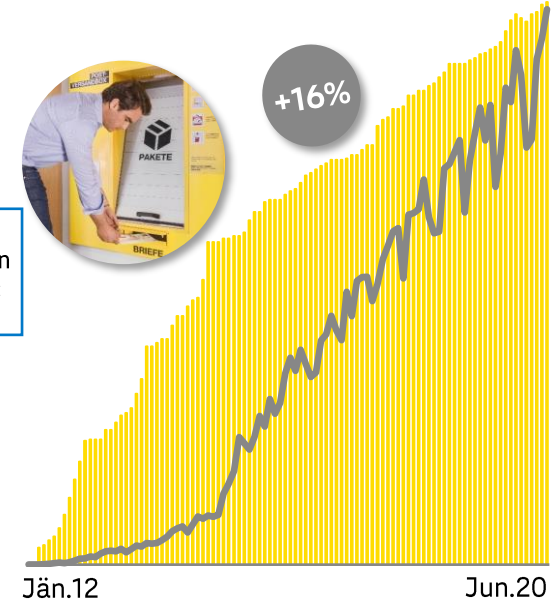
H1 2020: >1,9 Mio Sendungen
49.505 Empfangsboxen



H1 2020: >1,9 Mio Sendungen
75.984 Fächer in Abholstationen



H1 2020: >3,4 Mio Sendungen
464 Versandboxen



04 CRYPTO STAMP 2.0



Die Jagd nach dem goldenen Einhorn hat begonnen



Briefmarkenmotiv 4 Tiere, je 60.000 Stück
Digitaler Zwilling in 5 Farben (7 EUR)

600 x Rot
4.000 x Gelb
8.000 x Blau
16.000 x Grün
31.400 x Schwarz

**MARKE BEREITS
AUSVERKAUFT**



**Briefmarke mit dem höchsten Nominalwert
der Welt (500 EUR)**

- Auflagenhöhe: 1.000 Stück
- Erscheinungsdatum 23. Juli 2020



Inkl. 1-Gramm-
Goldbarren
der Münze
Österreich



**NACH 20 MINUTEN
AUSVERKAUFT**



1. Highlights und Überblick



2. Strategieumsetzung

3. KONZERNERGEBNIS H1 2020

4. Ausblick 2020

KENNZAHLENÜBERBLICK



	H1 2019	H1 2020	
Umsatzerlöse (Mio EUR)	981,1	981,9	Stabile Umsätze trotz COVID-19
EBITDA-Marge (%)	16,5	11,4	EBITDA-Marge auf 11,4% zurückgegangen
EBIT-Marge (%)	11,0	4,9/8,1	EBIT-Marge durch COVID-19 unter Vorjahr: EBIT-Marge des Logistikgeschäfts von 8,1%, Konzern-EBIT-Marge von 4,9%
Ergebnis/Aktie (EUR)	1,17	0,66	Ergebnis je Aktie 0,52 EUR unter Vorjahr
Cashflow (Mio EUR)	99,6	45,3	Operativer Free Cashflow unter Vorjahresniveau
Eigenkapitalquote (%)	33,0	27,8	Eigenkapitalquote durch Bilanzverlängerung geschmälert

KENNZAHLEN DER ERTRAGSLAGE



Mio EUR	H1 2019	H1 2020	%	Δ	Q2 2019	Q2 2020	
Umsatzerlöse	981,1	981,9	0,1%	0,8	488,6	479,1	Starkes Paketwachstum kompensiert Rückgang von Brief- und Werbevolumen
Sonstige betriebliche Erträge	42,2	28,4	-32,8%	-13,8	21,2	15,0	Positiver Effekt 2019 durch Wohnungsverkäufe iHv 14 Mio EUR
Materialaufwand/bezogene Leistungen	-218,7	-247,5	-13,1%	-28,7	-108,5	-127,2	Anstieg Transportkosten durch Mehrmengen und zusätzliche Auswehlösungen
Personalaufwand	-507,3	-494,7	2,5%	12,6	-255,6	-241,2	Verbesserter operativer Personalaufwand, keine signifikanten Veränderungen im nicht-operativen Personalaufwand
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-134,7	-156,3	-16,1%	-21,7	-68,3	-79,3	Mehrkosten zur Spitzenabdeckung in der Logistik; erhöhte EDV-Aufwendungen und Ausgaben für Werbung durch Bank
Equity-Ergebnis	-0,5	0,5	>100%	0,9	0,2	0,5	EBIT reduziert durch Umsatzrückgang und COVID-19 Mehrkosten sowie Start-up bank99
EBITDA	162,2	112,3	-30,8%	-49,9	77,6	46,9	
<i>EBITDA-Marge</i>	<i>16,5%</i>	<i>11,4%</i>	-	-	<i>15,9%</i>	<i>9,8%</i>	
Abschreibungen	-54,5	-64,0	-17,6%	-9,6	-27,3	-32,0	
EBIT	107,7	48,2	-55,2%	-59,5	50,3	14,9	
<i>EBIT-Marge</i>	<i>11,0%</i>	<i>4,9%/8,1%¹</i>	-	-	<i>10,3%</i>	<i>3,1%</i>	
Sonstiges Finanzergebnis	0,8	5,1	>100%	4,3	-2,6	4,0	
Ertragssteuern	-29,1	-14,2	51,2%	14,9	-11,6	-5,9	
Periodenergebnis	79,4	39,1	-50,7%	-40,2	36,0	12,9	
Ergebnis je Aktie (EUR)	1,17	0,66	-43,9%	-0,52	0,53	0,24	

¹ EBIT-Marge des Logistikgeschäfts von 8,1% (exkl. Division Filiale & Bank)

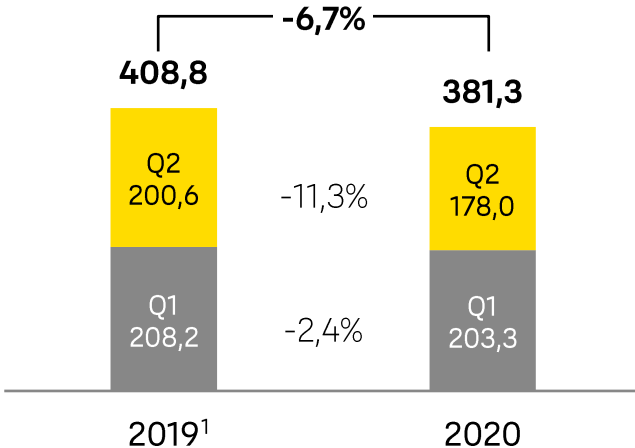


DIVISION BRIEF & WERBEPOST: UMSATZENTWICKLUNG H1 2020



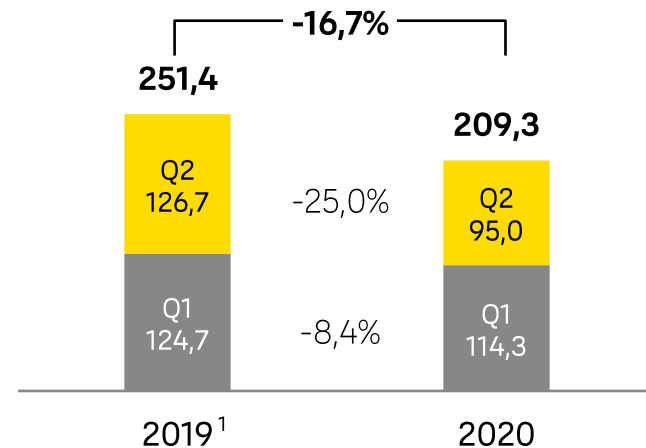
Briefpost & Mail Solutions (Mio EUR)

- Umsatzrückgang von 6,7% in H1 2020 (-2,4% in Q1; -11,3% in Q2)
- Mengenrückgang bei Briefpost in Österreich von ca. 9% in H1 2020, bedingt durch COVID-19 Pandemie



Werbe-/Medienpost (Mio EUR)

- Umsatzrückgang von 16,7% in H1 2020, Volumenrückgang in Österreich von ca. 15%
- Adressierte Sendungen: Struktureller Rückgang in Österreich, hohe temporäre Rückgänge durch COVID-19 Maßnahmen
- Unadressierte Sendungen: starke Rückgänge bei Versendern außerhalb des Lebensmittelhandels (-50% in Lockdown Wochen)



¹Angepasst an die neue Segmentstruktur ab 1.1.2020

DIVISION BRIEF & WERBEPOST: KENNZAHLEN DER ERTRAGSLAGE



Mio EUR	H1 2019 ¹	H1 2020	%	Δ	Q2 2019 ¹	Q2 2020
Umsatzerlöse	660,2	590,6	-10,5%	-69,6	327,3	273,1
• Briefpost & Mail-Solutions	408,8	381,3	-6,7%	-27,5	200,6	178,0
• Werbepost	186,3	152,8	-18,0%	-33,5	92,3	69,0
• Medienpost	65,1	56,5	-13,2%	-8,6	34,4	26,0
Interne Leistungsverrechnung	1,3	1,4	6,1%	0,1	0,6	0,7
Umsatzerlöse gesamt	661,5	592,0	-10,5%	-69,5	327,9	273,8
EBIT	103,5	73,2	-29,3%	-30,3	47,9	26,3
<i>EBIT-Marge²</i>	<i>15,6%</i>	<i>12,4%</i>	-	-	<i>14,6%</i>	<i>9,6%</i>

COVID-19 bedingter verstärkter Rückgang der Briefpost; leichte Zuwächse bei Mail-Solutions

Umsatzrückgänge bei adressierter und unadressierter Werbepost bedingt durch COVID-19 Pandemie und rückläufiger Wirtschaftsleistung

EBIT-Marge mit 12,4% trotz massivem Umsatzrückgang und COVID-19 Mehrkosten gut gehalten

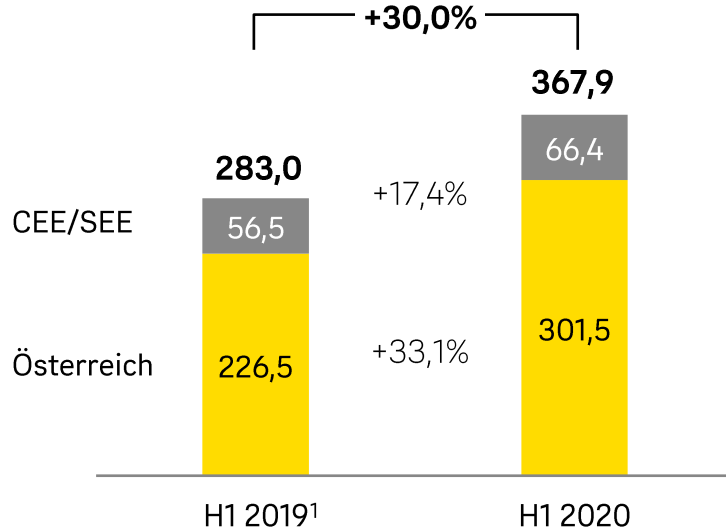
¹Angepasst an die neue Segmentstruktur ab 1.1.2020

²EBIT-Marge: In Bezug auf Umsatzerlöse gesamt



Umsatzentwicklung

Mio EUR



Division Paket & Logistik: +30,0% (Q2: +36,1%)

E-Commerce erfährt Boost durch COVID-19 Pandemie;
DHL-Kooperation sorgt für weiteres Umsatzplus

Südost- und Osteuropa: +17,4% (Q2: +22,8%)

- COVID-19 bedingte E-Commerce Impulse bringen B2C-Wachstum

Österreich: +33,1% (Q2: +39,5%)

- Umsatzplus durch DHL-Kooperation seit August 2019
- Organisches Wachstum im oberen einstelligen Bereich in H1 2020 durch starkes Online-Geschäft und trotz Eigenzustellung eines Großkunden im Osten von Österreich

¹ Angepasst an die neue Segmentstruktur ab 1.1.2020



DIVISION PAKET & LOGISTIK: KENNZAHLEN DER ERTRAGSLAGE



Mio EUR	H1 2019 ¹	H1 2020	%	Δ	Q2 2019 ¹	Q2 2020
Umsatzerlöse	283,0	367,9	30,0%	84,9	142,0	193,4
• Premium	146,7	212,1	44,5%	65,3	77,9	112,0
• Standard	107,4	122,1	13,6%	14,6	49,4	65,3
• Sonstige Leistungen	28,9	33,7	16,9%	4,9	14,7	16,1
Interne Leistungsverrechnung	0,4	0,5	39,4%	0,1	0,2	0,2
Umsatzerlöse gesamt	283,4	368,4	30,0%	85,0	142,2	193,6
EBIT	14,9	18,2	22,1%	3,3	8,1	9,4
<i>EBIT-Marge²</i>	<i>5,2%</i>	<i>4,9%</i>	-	-	<i>5,7%</i>	<i>4,9%</i>

Organisches Umsatzwachstum und Mehrmengen durch DHL-Kooperation

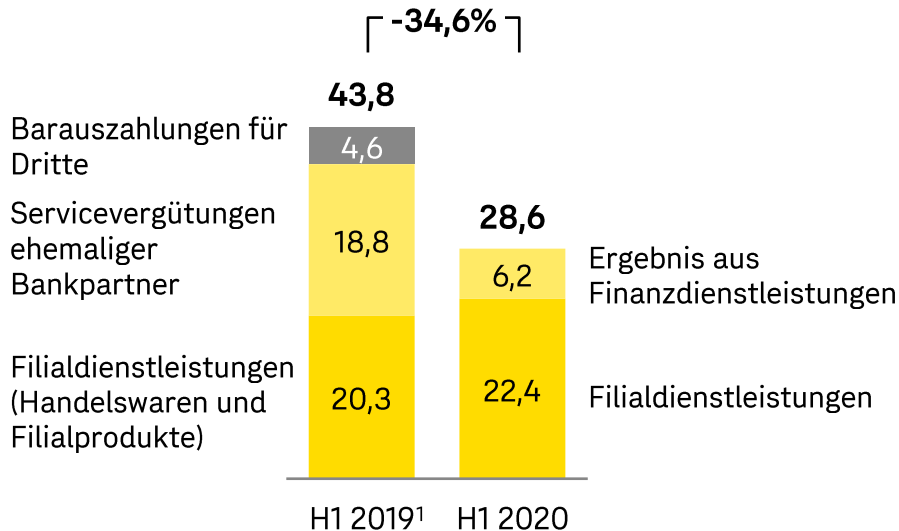
Ergebnis belastet durch COVID-19 Mehrkosten und Zusatzaufwendungen im Logistiknetz zur Bewältigung der hohen Mengen

¹Angepasst an die neue Segmentstruktur ab 1.1.2020

²EBIT-Marge: In Bezug auf Umsatzerlöse gesamt



Umsatzentwicklung Mio EUR



Division Filiale & Bank: -34,6% (Q2: -29,5%)

- Start der bank99 mit April 2020
- Wegfall Servicevergütungen ehemaliger Bankpartner

Ergebnis aus Finanzdienstleistungen

- Wegfall Servicevergütungen ehemaliger Bankpartner iHv 18,8 Mio EUR
- Ergebnis aus Finanzdienstleistungen in Höhe von 6,2 Mio EUR in H1 2020, inkl. Barauszahlungen für Dritte

Filialdienstleistungen

- Anstieg bei Handelswaren und Filialprodukten auf 22,4 Mio EUR

¹Angepasst an die neue Segmentstruktur ab 1.1.2020



DIVISION FILIALE & BANK: KENNZAHLEN DER ERTRAGSLAGE



Mio EUR	H1 2019 ¹	H1 2020	%	Δ	Q2 2019 ¹	Q2 2020	
Umsatzerlöse	43,8	28,6	-34,6%	-15,1	21,9	15,5	
• Filialdienstleistungen	43,7	22,4	-48,7%	-21,3	21,9	11,2	Handelswaren und Filialprodukte iHv 20,3 Mio EUR im H1 2019 enthalten
davon Servicevergütungen ehemaliger Bankpartner	18,8	-	-	-	9,3	-	
davon Barauszahlungen für Dritte (z.B. Pensionen)	4,6	-	-	-	2,3	-	
• Ergebnis aus Finanzdienstleistungen	0,0	6,2	-	6,2	0,0	4,2	Inklusive Barauszahlungen für Dritte (z.B. Pensionen)
Interne Leistungsverrechnung	88,7	87,5	-1,3%	-1,2	44,0	43,8	
Umsatzerlöse gesamt	132,5	116,2	-12,3%	-16,3	66,0	59,3	
EBIT	1,7	-28,7	<-100%	-30,4	-0,1	-12,3	Ergebnisbelastung durch COVID-19 Mehrkosten und Aufbau bank99
<i>EBIT-Marge²</i>	<i>1,3%</i>	<i>-24,7%</i>	-	-	<i>-0,1%</i>	<i>-20,8%</i>	

¹Angepasst an die neue Segmentstruktur ab 1.1.2020

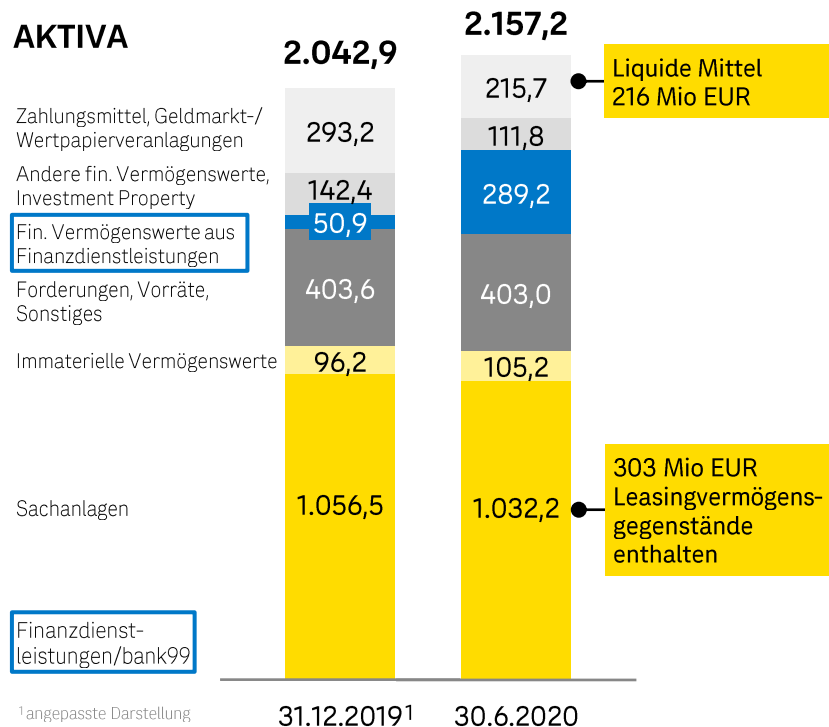
²EBIT-Marge: In Bezug auf Umsatzerlöse gesamt

BILANZVERLÄNGERUNG (+5,6%) DURCH NEUES FINANZDIENST-LEISTUNGSGESCHÄFT/BANK99

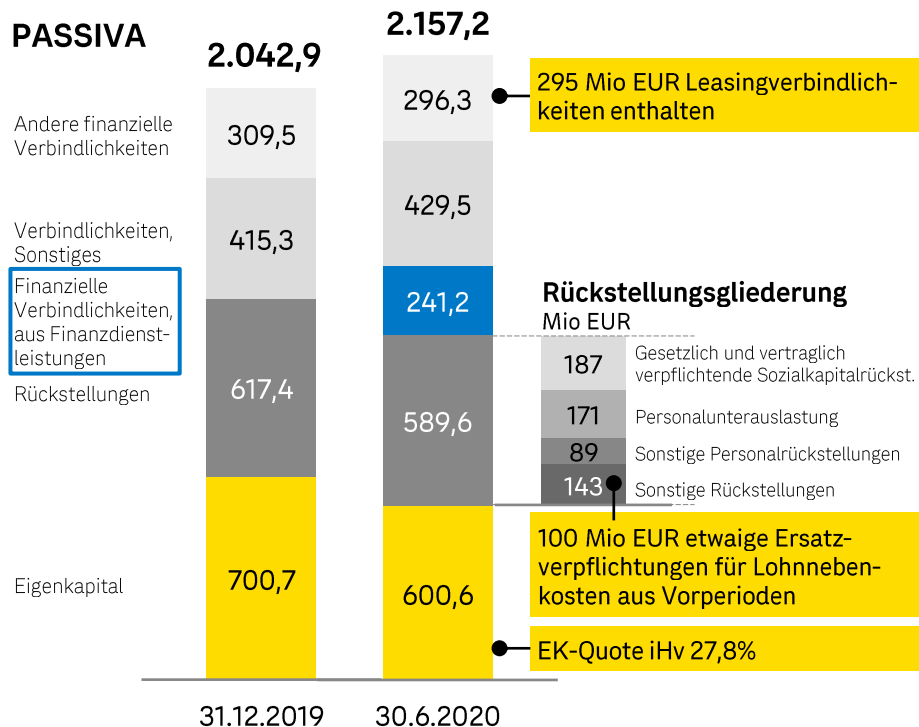


Mio EUR

AKTIVA



PASSIVA

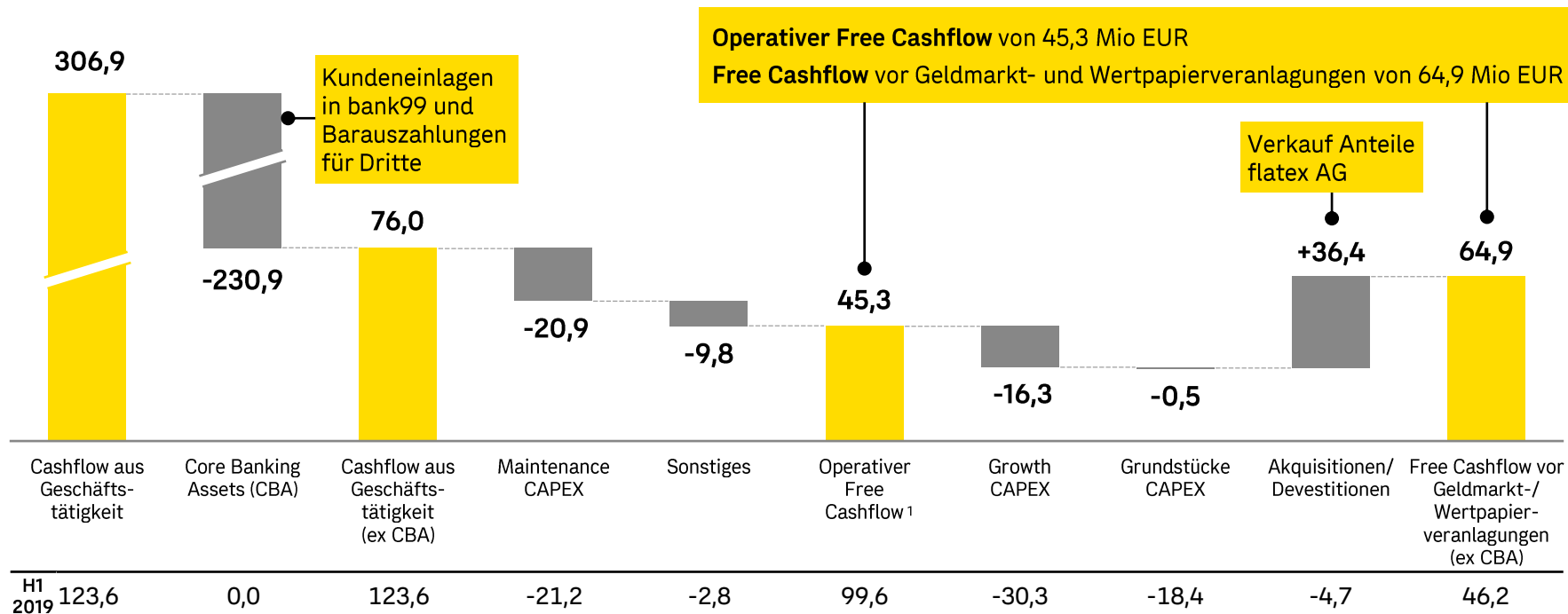


¹ angepasste Darstellung

CASHFLOW H1 2020

Cashflow bereinigt um Core Banking Assets

Mio EUR



¹Free Cashflow vor Akquisitionen/Wertpapieren/Geldmarktveranlagungen, Growth CAPEX und Core Banking Assets



-
1. Highlights und Überblick
 2. Strategieumsetzung
 3. Konzernergebnis H1 2020
 - 4. AUSBLICK 2020**



AUSBLICK 2020 MIT ERSTER VORSICHTIGER PROGNOSE



Marktumfeld

- Annahme einer langsamen und stetigen wirtschaftlichen Erholung im Jahresverlauf
- Volatile und reduzierte Mengenprognosen bei Brief- und Werbepost
- Weiterhin verstärkt positive Entwicklung bei Privatkunden-Paketen



Umsatz

- Weitgehend stabiler Umsatz 2020 prognostiziert (Basis Umsatz 2019: 2.022 Mio EUR)
 - Division Brief & Werbepost mit Rückgang im oberen einstelligen Bereich
 - Division Paket & Logistik mit Umsatzplus von ca. 20%
 - Division Filiale & Bank durch Neustart bank99 unter Vorjahresniveau
- Umsatzwachstum nach Vollkonsolidierung der türkischen Gesellschaft Aras Kargo erwartet



Investitionen/CAPEX

- Investitionsprogramm aufrecht: Sicherung der Marktführerschaft und Basis für nachhaltige Effizienzsteigerung
- Investitionsniveau wie bereits 2018 und 2019: Maintenance CAPEX von ca. 70 Mio EUR und Growth CAPEX von über 50 Mio EUR, darüber hinaus sind Zukäufe von Grundstücken möglich



Ergebnis

- EBIT des Logistikgeschäfts (exkl. Division Filiale & Bank) von zumindest 160 Mio EUR
- Konzern-EBIT 2020 mit positivem Effekt durch Vollkonsolidierung Aras Kargo und negativem Effekt durch Aufbau bank99 (Basis EBIT 2019: 201 Mio EUR)
- Ergebnisverbesserung 2021 in allen Divisionen angepeilt

Österreichische Post AG

Investor Relations

Rochusplatz 1, 1030 Wien

Website: post.at/ir

E-Mail: investor@post.at

Telefon: +43 57767-30400

Finanzkalender 2020/2021

13. November 2020

12. März 2021

15. April 2021

27. April/29. April 2021

12. Mai 2021

12. August 2021

11. November 2021

Zwischenbericht 1.-3. Quartal 2020

Jahresergebnis 2020

Hauptversammlung

Ex-Tag/Dividendenzahltag

Zwischenbericht 1. Quartal 2021

Halbjahresbericht 2021

Zwischenbericht 1.-3. Quartal 2021

Disclaimer

Diese Präsentation enthält zukunftsgerichtete Aussagen, die auf den derzeitigen Überzeugungen und Annahmen des Managements der Österreichischen Post beruhen, die diese 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 unbekannt 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.