

ÖSTERREICHISCHE POST

Investorenpräsentation

Q1 2020



Georg Pölzl, CEO
Walter Oblin, CFO
Wien, 14. Mai 2020





1. HIGHLIGHTS UND ÜBERBLICK



2. Strategieumsetzung

3. Konzernergebnis Q1 2020

4. Ausblick 2020

ÖSTERREICHISCHE POST IM ÜBERBLICK

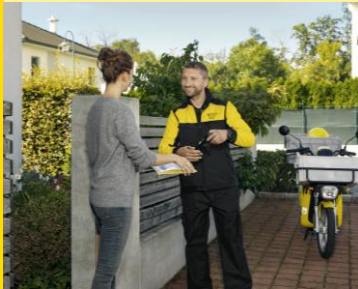
Neue divisionale Struktur erhöht Transparenz



Brief & Werbepost

- Briefpost
- Werbesendungen
- Zeitungen & Magazine

Umsatz 2019:
1.320 Mio EUR



Paket & Logistik

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

Umsatz 2019:
632 Mio EUR



Filiale & Bank

- Filialdienste
- Finanzdienstleistungen
- Kundenservices

Umsatz 2019:
80 Mio EUR

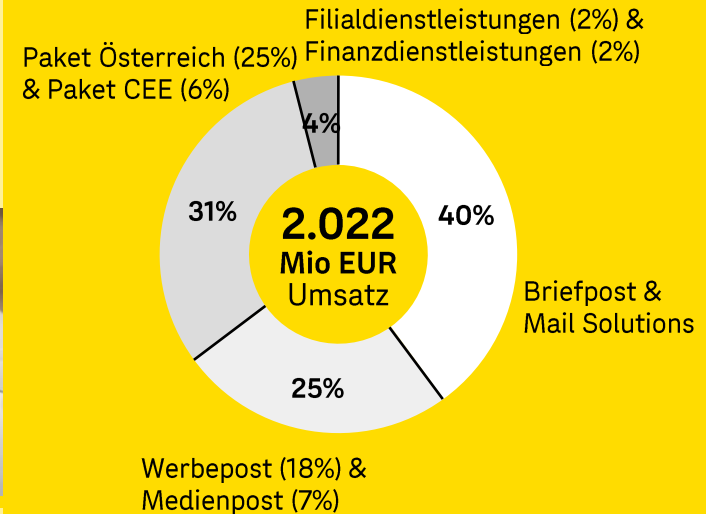


Konzern

Umsatz 2019: 2.022 Mio EUR

EBIT 2019: 201 Mio EUR

Umsatzmix 2019



Prioritäten 2020 neu definiert: **Gesundheit/Sicherheit + Aufrechterhaltung Servicelevel + Wirtschaftlichkeit**



Aufrechterhaltung eines österreichweit flächendeckenden Logistik- und Filialnetzwerks, der einzigen physischen Verbindung aller österreichischen Haushalte & Betriebe während COVID-19-Hochphase



Aufrechterhaltung des Universaldienstes an klassischen Brief- und Paketdienstleistungen österreichweit, auch in den Quarantänegebieten



Bereitstellung weiterer kritischer Versorgungstätigkeiten

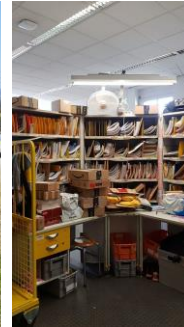
- **Bargeldlogistik** zur Versorgung von Banken, Bankomaten und Handel
- Zustellung und Auszahlung von **Pensionen** und **Arbeitslosenentgelten**
- Fulfillment und weitere **systemlogistische Aufgaben**
- **Druckdienstleistungen**
- **Digitalisierung** von Prozessen
- **E-Commerce**-Plattform für österreichische Händler und Produzenten

COVID-19 – ÖSTERREICHISCHE POST ALS TEIL DER KRITISCHEN INFRASTRUKTUR

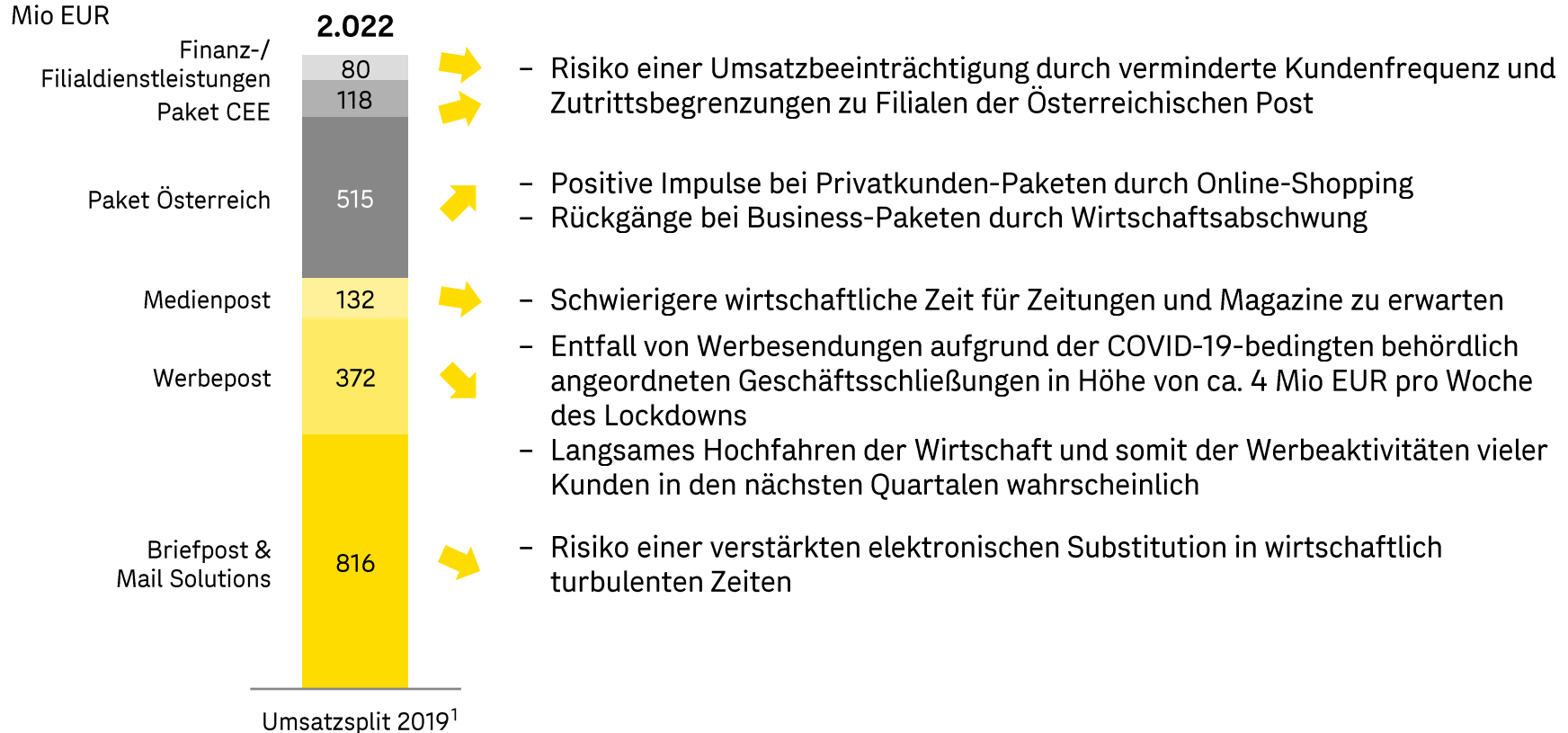


- Sicherheitsmaßnahmen und Verhaltensregeln zum Schutz von Mitarbeitern und Kunden
- Sicherstellung der **flächendeckende Zustellung** in Österreich
- Österreichweiter Filialbetrieb von 412 Filialen flächendeckend beibehalten
- **9 Paketzentren und 282 Zustellbasen** arbeiten unter höchster Auslastung
- **Herausragende Brief- und Paketzustellung** unter schwierigen Rahmenbedingungen (Grenzschließungen)

Versorgungspflichten des Universaldienstes verursachen signifikante Mehrkosten im operativen Betrieb



COVID-19 – RISIKEN DER UMSATZBEEINTRÄCHTIGUNG



¹angepasst an die neue Segmentstruktur ab 1.1.2020

HIGHLIGHTS Q1 2020



Brief & Werbepost



Briefpost

Entwicklung im klassischen Briefgeschäft vor COVID-19 Pandemie wie erwartet: Volumnrückgang durch elektronische Substitution mit ersten COVID-19 Effekten; keine positiven Preiseffekte im ersten Quartal



Werbe- & Medienpost

Entwicklung Q1 bereits geprägt von Umsatzentfall durch Geschäftsschließungen außerhalb des Lebensmittelhandels seit Mitte März

Paket & Logistik



Paket Österreich und Paket CEE

Umsatzwachstum in Österreich von 26,7% getragen von

- Kooperation mit der Deutsche Post DHL Group seit August 2019
- gutem organischem Wachstum im oberen einstelligen Bereich



Logistik

Operativer Betrieb konnte und kann sehr gut aufrecht erhalten werden, diverse COVID-19 bedingte operative Mehrkosten

Filiale & Bank



Finanz- und Filialdienstleistungen

Erfolgreicher Start der bank99: bereits über 20.000 Kunden in den ersten sechs Wochen; Anlaufkosten im ersten Quartal sichtbar

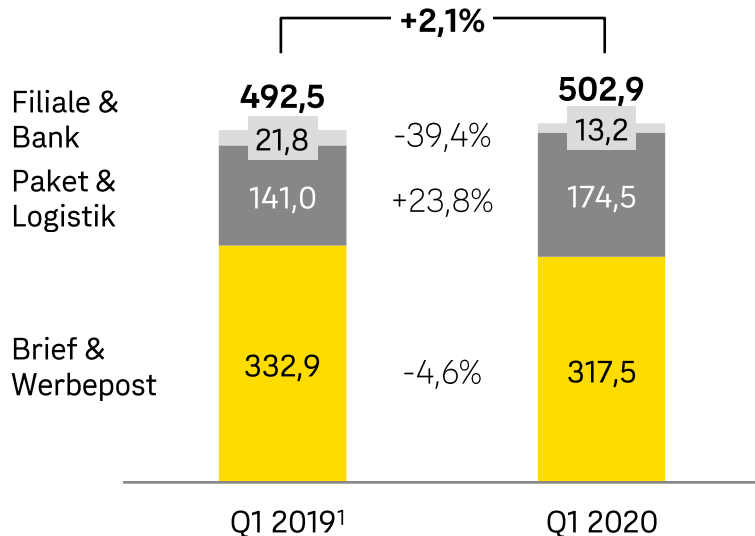
UMSATZSTEIGERUNG VON +2,1% IN Q1 2020

Starkes Paketwachstum steigert Umsatz in Q1



Umsatzentwicklung

Mio EUR



Konzern: +2,1%

Starker Umsatzanstieg im Paketbereich, klassische Volumenrückgänge in Brief und Werbung sowie COVID-19-Effekt ab zweiter März-Hälfte

Filiale & Bank: -39,4%

- Wegfall Servicevergütungen ehemaliger Bankpartner in Q1 in Höhe von 9,4 Mio EUR; Start der bank99 mit April 2020

Paket & Logistik: +23,8%

- Weiterhin starkes Online-Geschäft; Wachstumsschub durch DHL-Kooperation seit August 2019

Brief & Werbepost: -4,6%

- Mengenrückgang der Briefpost in Österreich bei 4-5%, keine Tarif- und Preiseffekte im ersten Quartal
- Werbemarkt durch COVID-19 bedingten behördlich angeordneten Geschäftsschließungen ab zweiter März-Hälfte 2020 stark beeinträchtigt

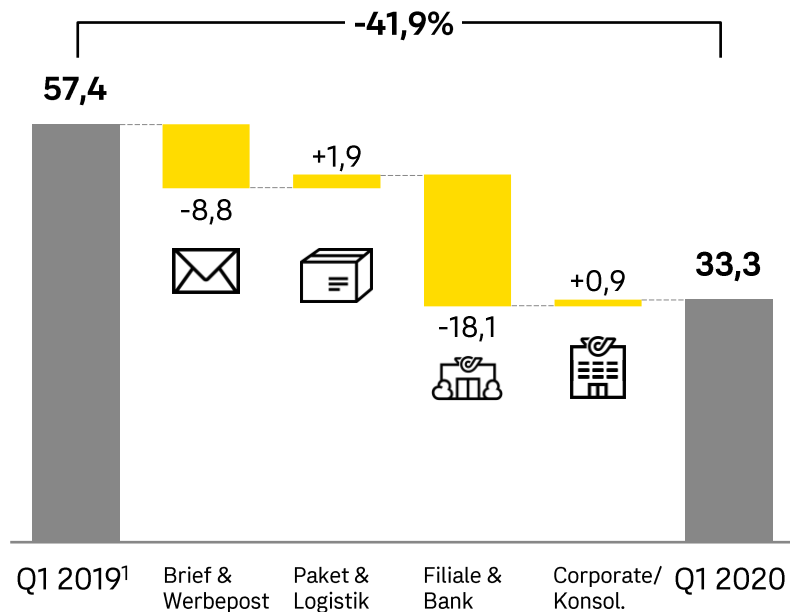
¹angepasst an die neue Segmentstruktur ab 1.1.2020

AUSGEWIESENES EBIT Q1 2020 UNTER VORJAHR



EBIT-Entwicklung

Mio EUR



¹ angepasst an die neue Segmentstruktur ab 1.1.2020

INVESTORENPRÄSENTATION Investor Relations Wien, 14. Mai 2020

Brief & Werbepost:

- Rückgang Briefvolumen aufgrund elektronischer Substitution
- Entfall von Werbesendungen durch COVID-19 (rund 4 Mio EUR pro Woche während Lockdown)
- EBIT-Rückgang von 55,7 Mio EUR auf 46,9 Mio EUR

Paket & Logistik:

- EBIT-Verbesserung um 1,9 Mio EUR in Q1 2020 durch starkes Umsatzwachstum bei hohem Wettbewerbs- und Margendruck
- EBIT-Marge weiter beeinträchtigt durch Mehraufwände im Logistiknetz zur Vermeidung von Kapazitätsengpässen

Filiale & Bank:

- Wegfall Servicevergütungen ehemaliger Bankpartner in Höhe von 9,4 Mio EUR in Q1 2020
- Start der neuen bank99 mit 1. April 2020, im ersten Quartal Aufbaukosten der Infrastruktur enthalten

Corporate/Konsolidierung:

- Leichte EBIT-Verbesserung in Q1 2020 um 0,9 Mio EUR durch konsequentes Kostenmanagement



-
1. Highlights und Überblick
 - 2. STRATEGIEUMSETZUNG**
 3. Konzernergebnis Q1 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 Performance-Steigerung

03 Effizienzsteigerung und Flexibilisierung der Kostenstruktur



Logistikinfrastruktur und Prozessoptimierung



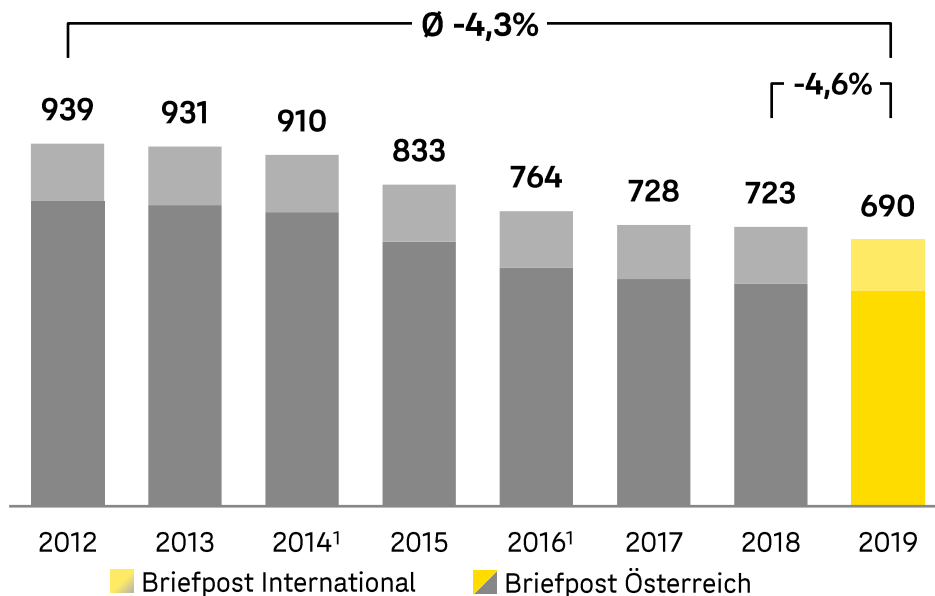
04 Kundenorientierung und Innovation

Forcierung von Selbstbedienungslösungen und Serviceverbesserungen

01 BRIEFPOST



Briefvolumen (Mio Sendungen)



¹ angepasste Darstellung aufgrund automatisierter Zählmethodik



Aktuelle Trends Briefpost Q1 2020

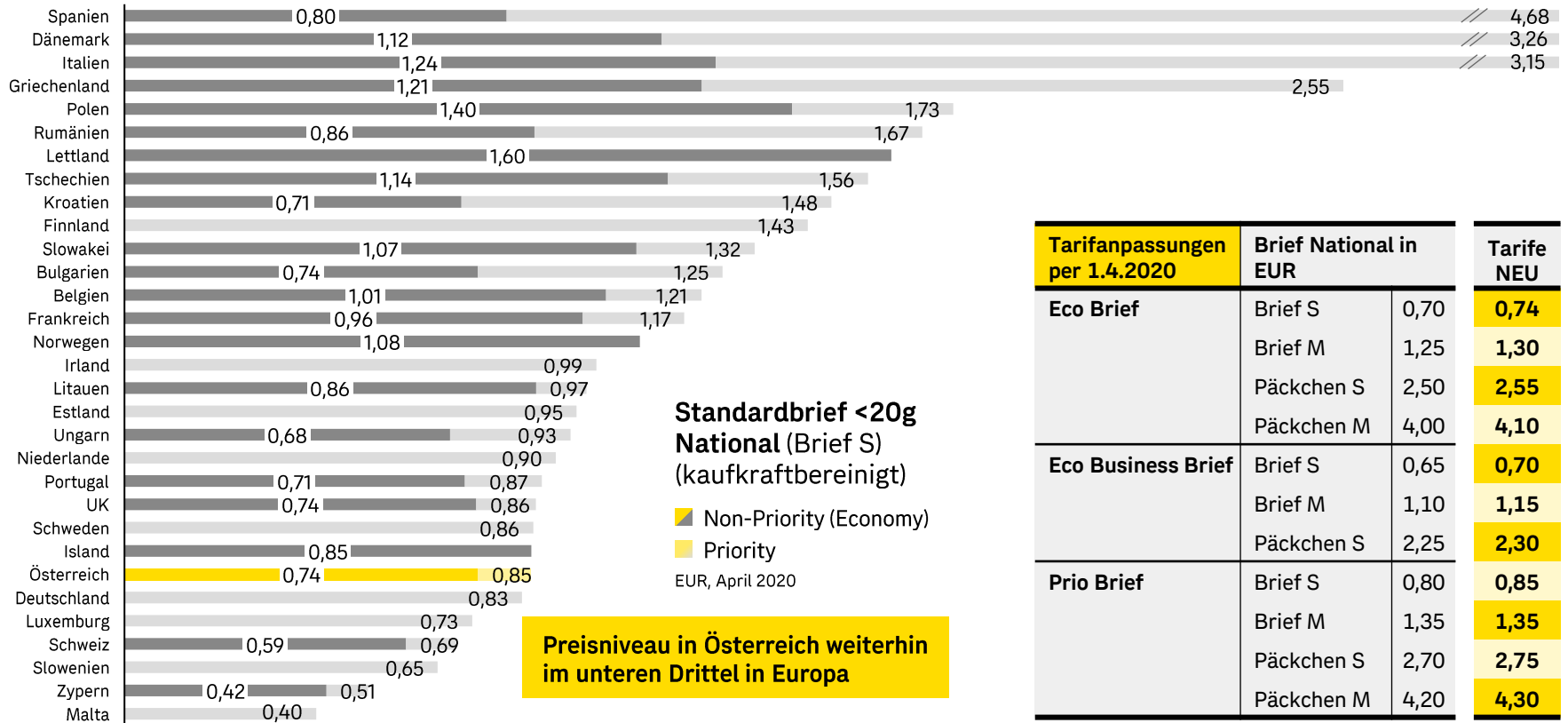
Rückgang der internationalen Briefvolumen in Höhe von ca. 10% in Q1 2020

Volumen der Briefpost in Österreich durch E-Substitution weiter rückläufig (4-5% in Q1 2020)

Auswirkungen COVID-19:

- Briefpost in Lockdown-Periode mit verstärktem Rückgang
- Verringertes Volumen im Jahresverlauf möglich

01 TARIFANPASSUNG ÖSTERREICHISCHE POST PER 1. APRIL 2020

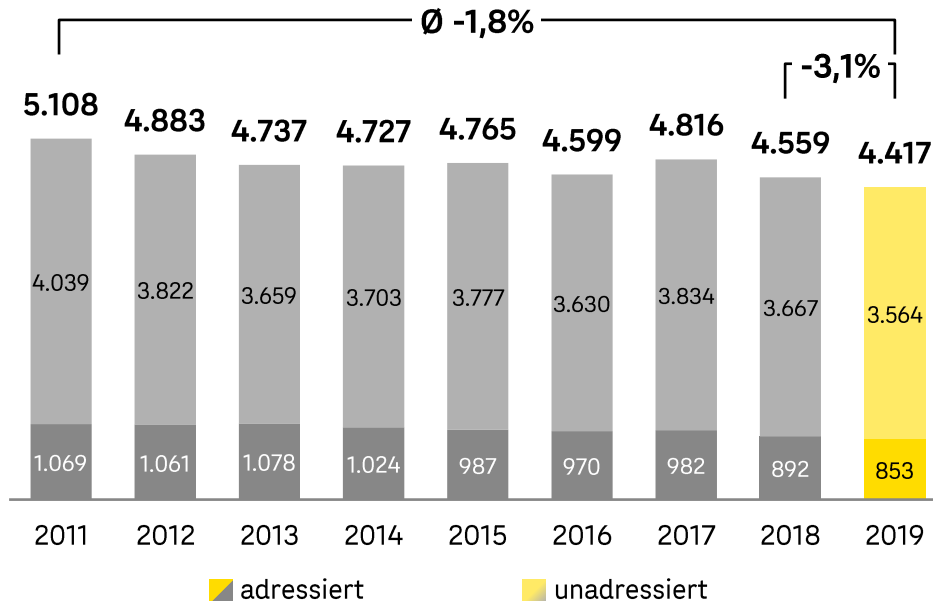


Tarifanpassungen per 1.4.2020	Brief National in EUR	Tarife NEU
Eco Brief	Brief S	0,70
	Brief M	1,25
	Päckchen S	2,50
	Päckchen M	4,00
Eco Business Brief	Brief S	0,65
	Brief M	1,10
	Päckchen S	2,25
Prio Brief	Brief S	0,80
	Brief M	1,35
	Päckchen S	2,70
	Päckchen M	4,20

01 WERBE-/MEDIENPOST IN ÖSTERREICH



Werbe-/Medienpost (Mio Sendungen)



Aktuelle Trends Werbe-/Medienpost Q1 2020

Unadressierte Sendungen in Q1 um ca. 8% unter Vorjahresniveau

Adressierte Sendungen in Q1 um ca. 11% unter Vorjahr

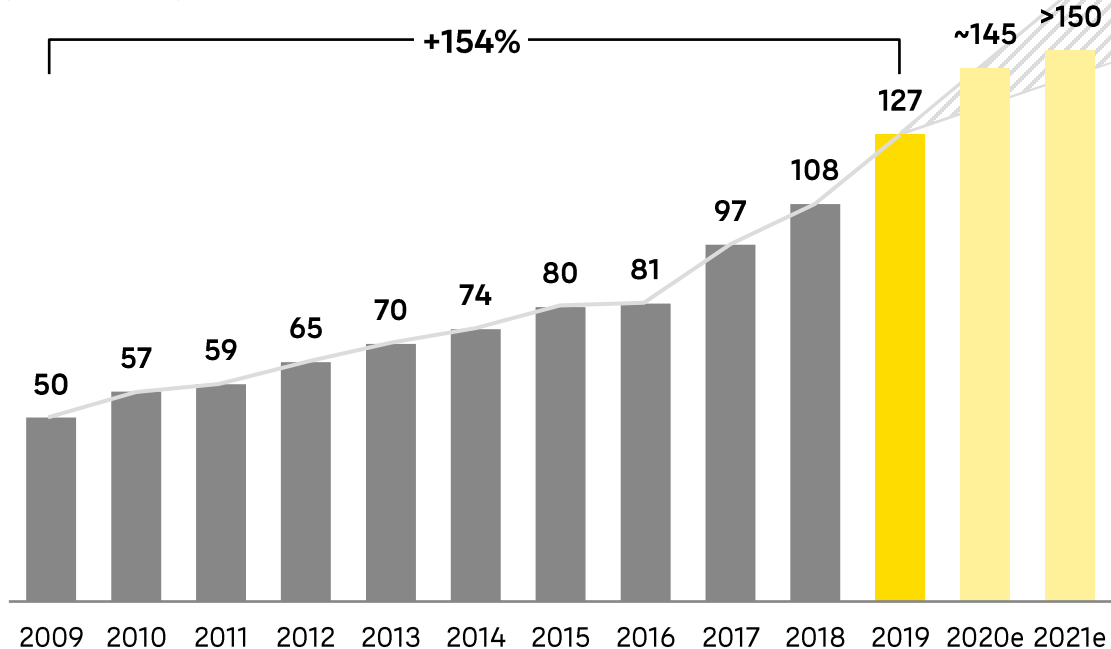
Auswirkungen COVID-19:

- Reduziertes Werbevolumen in Lockdown-Periode seit Mitte März von 50% (Wegfall der Non-Food-Werbung)
- Verringeretes Sendungsvolumen bei Werbe-/Medienpost im Jahresverlauf 2020 wahrscheinlich

01 PAKETGESCHÄFT ÖSTERREICH: WACHSTUMSPROGNOSE AUFRECHT



Paketmengenprognose der Österreichischen Post
(Mio Pakete)



Aktuelle Trends Paketvolumen Q1 2020

- Q1 2020 +28% durch Kooperation mit Deutsche Post DHL Group seit August 2019 sowie organisches Wachstum im oberen einstelligen Bereich
- Positive Impulse durch vermehrte Online-Bestellungen seit Mitte März

02 WACHSTUM IN DEFINIERTEN MÄRKTEN

Wachstumsfokus auf Paket & Logistik



DEUTSCHLAND

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

- Joint-Venture im Pharmagroßhandel
- Umsatz Q1 2020 +27% auf 144 Mio EUR
- EBIT Break-even erreicht

Austrian Post International Deutschland

- Starker Wettbewerb im internationalen Briefgeschäft, Umsatz 15 Mio EUR (+13%) in Q1 2020

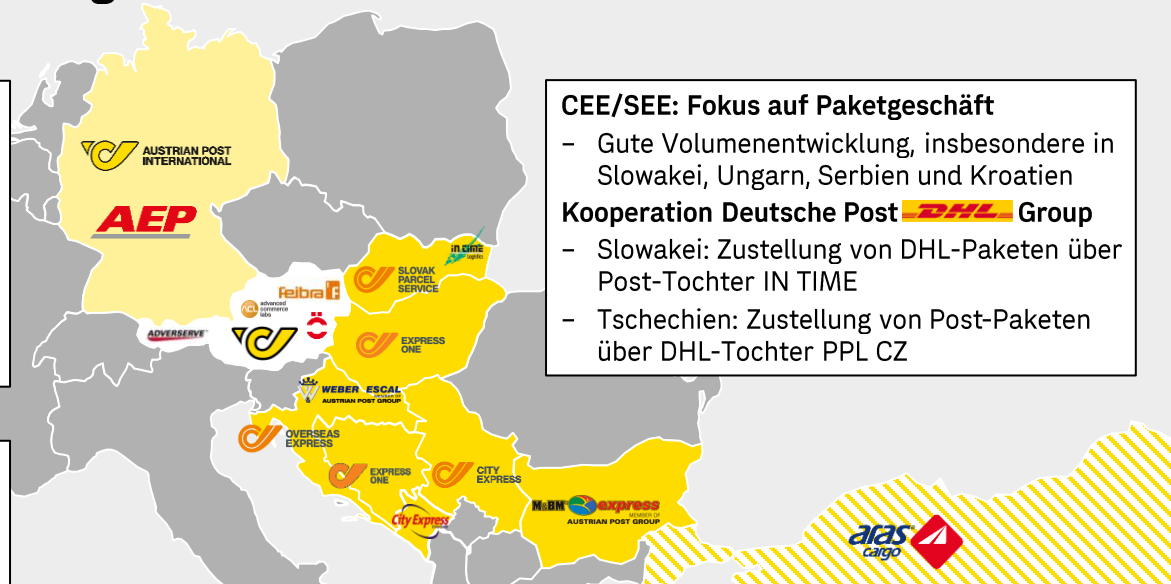
ÖSTERREICH

ACL advanced commerce labs

- Anbieter von E-Commerce Solutions
- Umsatz Q1 2020 +13% auf 2 Mio EUR

adverserve

- Experte auf den Gebieten Ad Technologies und Digital Advertising
- Umsatz Q1 2020: 2 Mio EUR (Vollkonsolidierung ab 1. August 2019)



CEE/SEE: Fokus auf Paketgeschäft

- Gute Volumenentwicklung, insbesondere in Slowakei, Ungarn, Serbien und Kroatien

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, nicht konsolidiert):

- Umsatz Q1 2020 426 Mio TRY (+40%), entspricht rund 64 Mio EUR (+28%)
- Gute Geschäftsentwicklung mit positivem Ergebnis unter schwierigen Rahmenbedingungen
- Laufende Gespräche mit der Eigentümerfamilie

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



Produktangebot umfasst

- Fokussiertes Eigenangebot (Zahlungsverkehr, Girokonto, Sparprodukte)
- Provisionsbasierte Partnerlösungen in Vorbereitung (Konsumfinanzierungen, Wohnfinanzierungen, Versicherungsprodukte, Kreditkarte, Vorsorgeprodukte)

Große Stärken

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

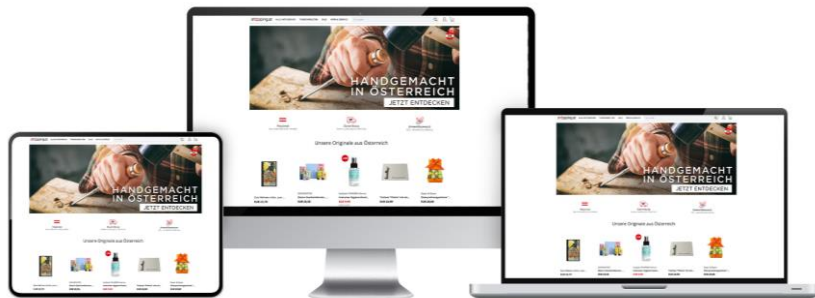
Neu

- Österreichweit: Barauszahlungen für Dritte (z.B. Pensionen) erfolgreich gestartet
- Kooperation mit Ria Money Transfer für Bargeldüberweisungen



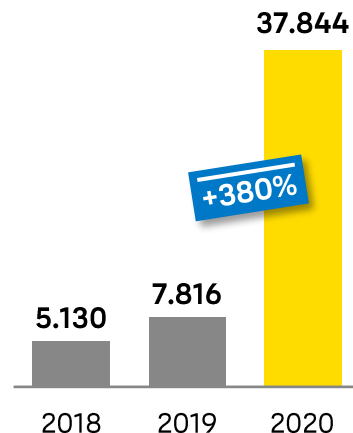
Bereits
20.000
Kunden nach
6 Wochen

02 shöpping.at – MIT STARKEM WACHSTUM

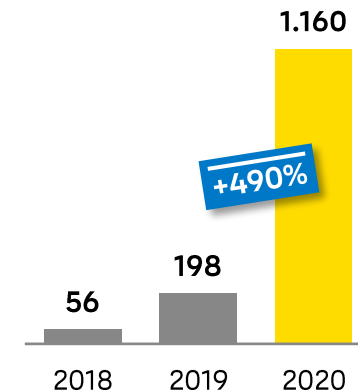


- Über 4,5 Mio Zugriffe auf die Plattform shöpping.at von Jänner bis April 2020
- Versand von über 140.000 Paketen von Jänner bis April 2020
- Über 2 Mio Produkte im Angebot, 700 aktive Händler
- Steigende Nachfrage aufgrund COVID-19 Maßnahmen führt zu Anstieg bei Bestellungen und Händler- und Kooperationsanfragen

Zugriffe Jän-Apr
(Ø Zugriffe pro Tag)



Paketmengen Jän-Apr
(Ø Stück pro Tag)



02 BEST OF SHÖPPING.AT

Mehr als 700 Händler aus Österreich



Makita
Elektronik-Schrauber
Schmidt's

4betterdays
Desinfektionsmittel
4betterdays

Gebol
Hygienemasken
Aronia

Scoot & Ride
Kinderroller
kindermaXX

Puma
Österreich Trikot
geomix

Apple
iPhone 11 Pro
Di-Life

Gugumuck
Weinbergsschnecken
Gugumuck

Sonnentor
Kurkuma Tee
Sonnentor
Klagenfurt

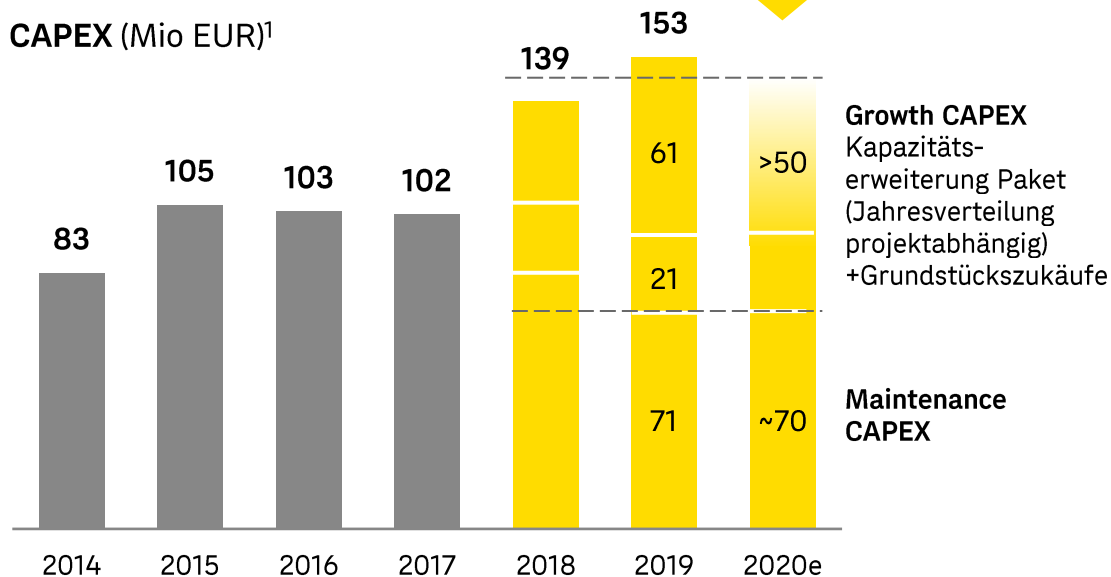
Etl
St. Laurent
Weingut Etl

03 KAPAZITÄTSOFFENSIVE BASIEREND AUF WACHSTUMSPROGNOSEN



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

CAPEX (Mio EUR)¹



Growth CAPEX
Kapazitätserweiterung Paket (Jahresverteilung projektabhängig) + Grundstückszukäufe

Maintenance CAPEX

Logistikzentrum Niederösterreich (Hagenbrunn)

70.000m² Grundstück, 13.500 Pakete/h



VOLLBETRIEB SEIT SEPTEMBER 2019

Logistikzentrum Steiermark (Kalsdorf)

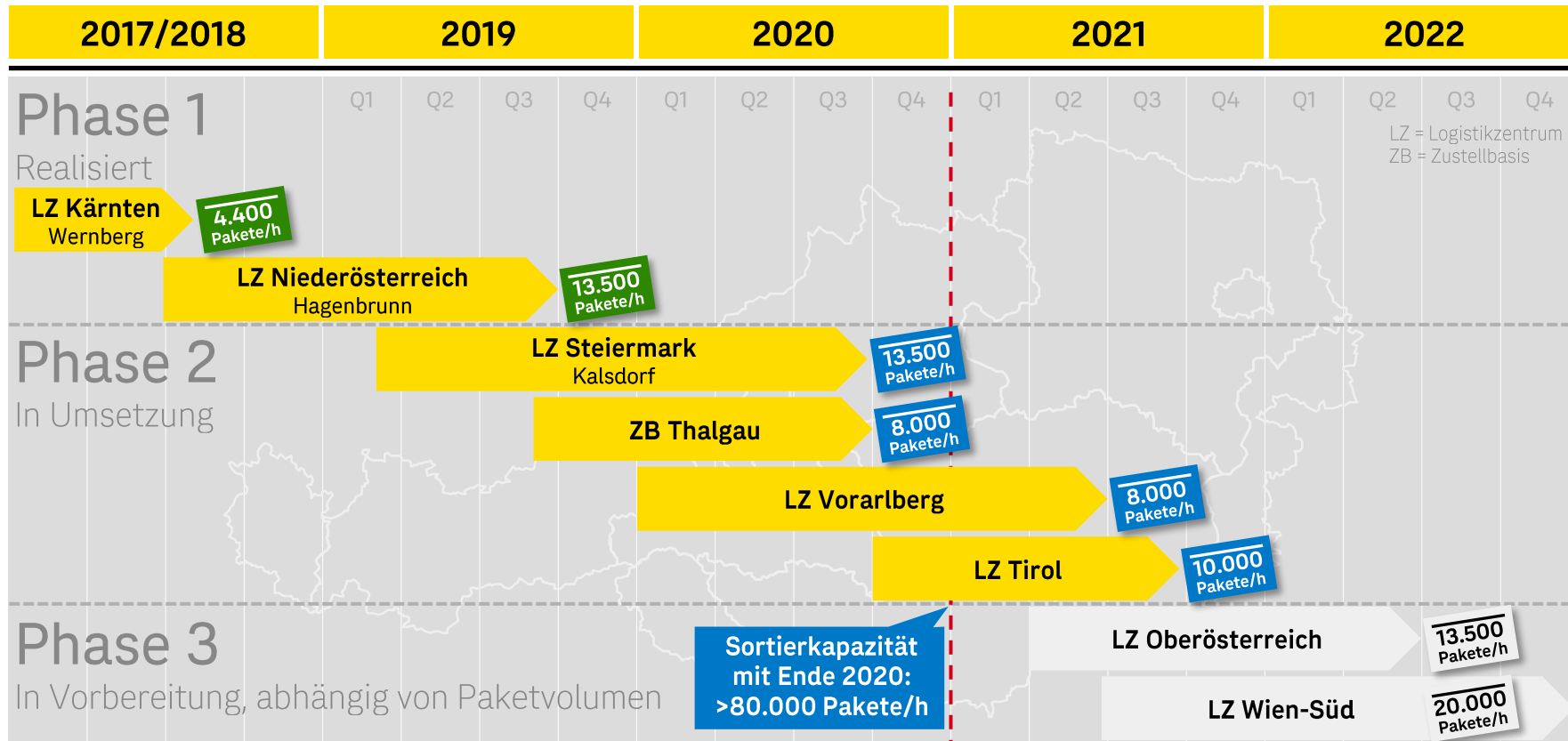
100.000m² Grundstück, 13.500 Pakete/h



INBETRIEBNAHME IN Q3 2020

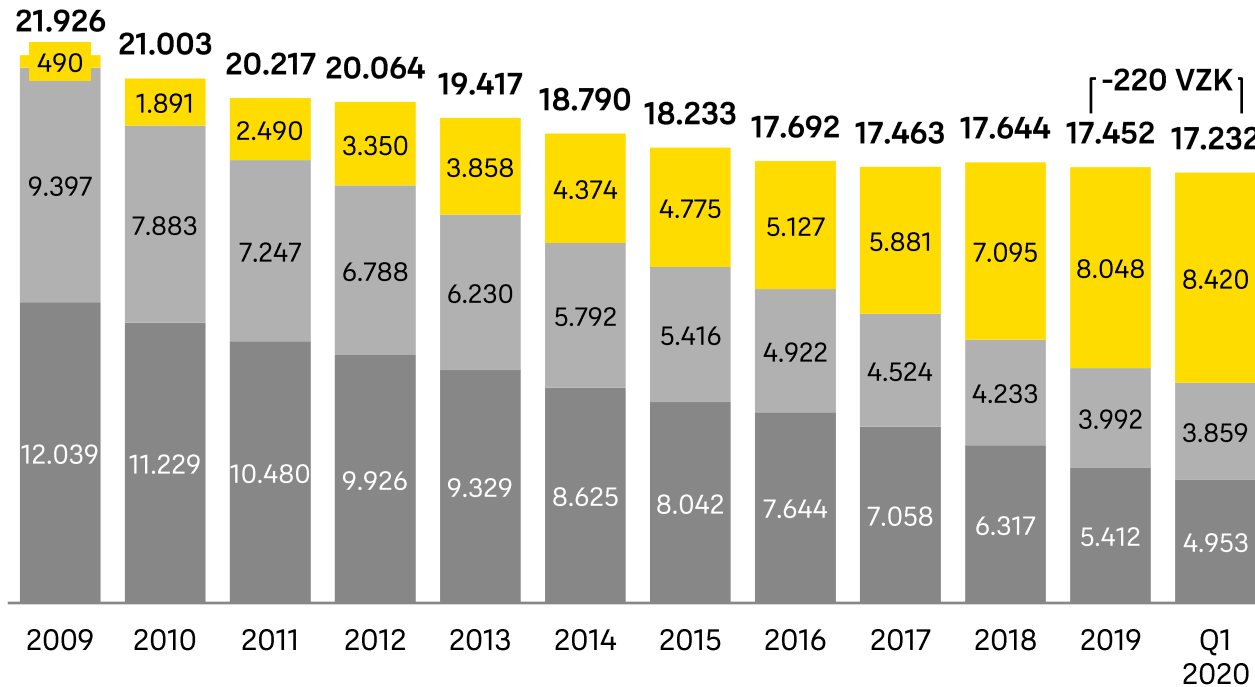
¹ 2014-2017 inklusive CAPEX neue Unternehmenszentrale

03 AUSBAU DER LOGISTIKINFRASTRUKTUR IN ÖSTERREICH



03 PERSONALSTRUKTUR IN ÖSTERREICH

Vollzeitkräfte im Kerngeschäft in Österreich (Periodendurchschnitt)



Veränderung FY 2019/Q1 2020

-459 Beamte
 -133 Mitarbeiter KV alt
 +372 Mitarbeiter KV neu

-220 Mitarbeiter

Mittelfristige Tendenz:

Weiterhin struktureller Wandel zu Mitarbeitern im neuen Kollektivvertrag

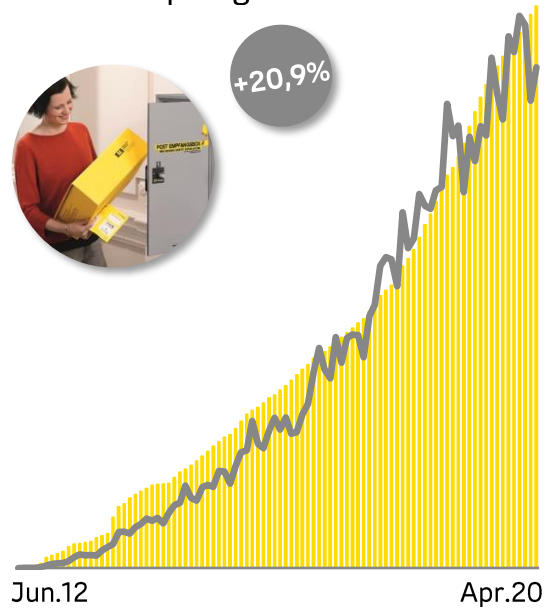
- Neuer Kollektivvertrag (KV) seit 2009
- Alter Kollektivvertrag vor 2009
- Beamte

04 SB-KUNDENLÖSUNGEN ALS WETTBEWERBSVORTEIL

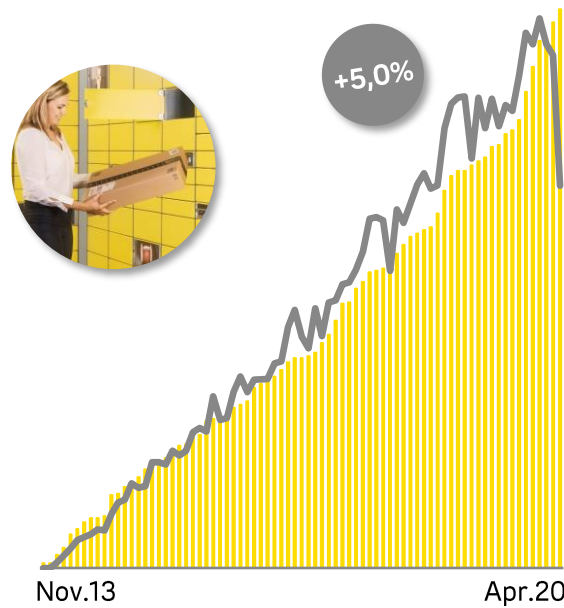


2019 gesamt >13 Mio
Sendungen über Selbstbedienungs-Lösungen

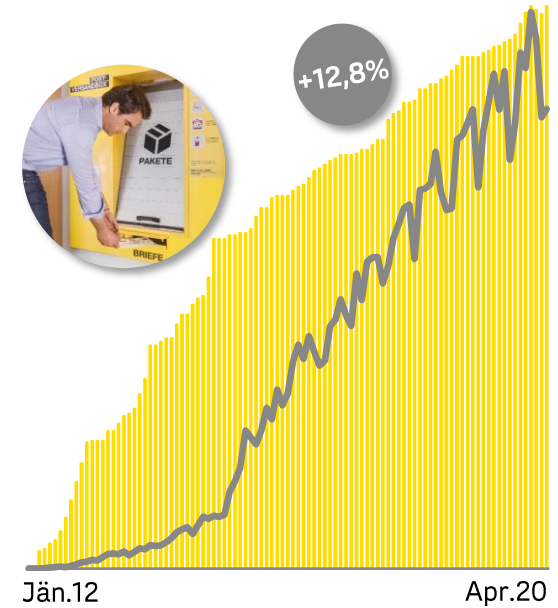
Q1 2020: >886.000 Mio Sendungen
47.870 Empfangsboxen



Q1 2020: >970.000 Sendungen
70.449 Fächer in Abholstationen



Q1 2020: >1,6 Mio Sendungen
454 Versandboxen



TOP PRIORITÄTEN 2020/2021



Brief & Werbepost



Paket & Logistik



Filiale & Bank

Sicherstellung des operativen Betriebs im COVID-19 Umfeld

Servicequalität

Zustellgeschwindigkeit

Kundengewinnung

Investitionen zur Kapazitätserweiterung und Effizienzsteigerung

Ergebnisverbesserung 2021 in allen Divisionen



1. Highlights und Überblick



2. Strategieumsetzung

3. KONZERNERGEBNIS Q1 2020

4. Ausblick 2020

NEUE REPORTING STRUKTUR SEIT 1. JÄNNER 2020 ERHÖHT TRANSPARENZ¹



Mio EUR	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	FY 2019
Umsatz	492,5	488,6	481,1	559,3	2.021,6
Brief & Werbepost	332,9	327,3	310,0	349,9	1.320,1
Briefpost & Mail Solutions	208,2	200,6	195,4	211,7	816,0
Werbepost	94,0	92,3	85,6	100,1	372,0
Medienpost	30,7	34,4	28,9	38,1	132,1
Paket & Logistik	141,0	142,0	154,2	195,2	632,5
Filiale & Bank	21,8	21,9	19,6	17,1	80,5
Corporate/Konsolidierung	-3,2	-2,6	-2,7	-2,9	-11,5
EBIT	57,4	50,3	22,3	70,5	200,6
Brief & Werbepost	55,7	47,9	25,5	67,8	196,7
Paket & Logistik	6,8	8,1	6,5	16,4	37,8
Filiale & Bank	1,7	-0,1	-3,5	-2,7	-4,6
Corporate/Konsolidierung	-6,8	-5,6	-6,1	-10,9	-29,4

Inklusive 29,3 Mio EUR Servicevergütung des ehemaligen Bankpartners

¹2019 angepasst an die neue Segmentstruktur ab 1.1.2020

KENNZAHLENÜBERBLICK



	Q1 2019	Q1 2020	
Umsatzerlöse (Mio EUR)	492,5	502,9	Umsatzanstieg um 2,1% dank Paketgeschäft
EBITDA-Marge (%)	17,2	13,0	Marge auf 13,0% zurückgegangen
EBIT-Marge (%)	11,7	6,6	EBIT-Marge unter Vorjahr, auch beeinträchtigt durch COVID-19
Ergebnis/Aktie (EUR)	0,64	0,42	Ergebnis je Aktie auf 0,42 EUR unter Vorjahr
Cashflow (Mio EUR)	60,8	60,4	Stabiler Operativer Free Cashflow
Eigenkapitalquote (%)	37,2	32,5	Eigenkapitalquote reduziert durch Bilanzverlängerung

KENNZAHLEN DER ERTRAGSLAGE



Mio EUR	Q1 2019	Q1 2020	%	Δ	
Umsatzerlöse	492,5	502,9	2,1%	10,4	Starkes Paketwachstum kompensiert Rückgang von Brief- und Werbevolumen
Sonstige betriebliche Erträge	21,0	13,3	-36,6%	-7,7	
Materialaufwand/bezogene Leistungen	-110,3	-120,3	-9,1%	-10,0	Erlöse aus Wohnungsverkäufen Neutorgasse im Vorjahr iHv 4,8 Mio EUR enthalten
Aufwand für Finanzdienstleistungen	0,0	-0,1	-	-0,1	
Personalaufwand	-251,7	-253,5	-0,7%	-1,8	
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-66,3	-77,0	-16,1%	-10,7	Initiale Kosten zum Aufbau der Infrastruktur für die bank99
Equity-Ergebnis	-0,7	0,0	96,8%	0,6	
EBITDA	84,6	65,3	-22,8%	-19,3	
<i>EBITDA-Marge</i>	17,2%	13,0%	-	-	
Abschreibungen	-27,2	-32,0	-17,6%	-4,8	Erhöhte planmäßige Abschreibungen auf Sachanlagen
EBIT	57,4	33,3	-41,9%	-24,1	
<i>EBIT-Marge</i>	11,7%	6,6%	-	-	Rückgang im EBIT durch Aufbaukosten bank99 und ersten Auswirkungen der COVID-19 Pandemie
Sonstiges Finanzergebnis	3,4	1,1	-67,3%	-2,3	
Ertragssteuern	-17,5	-8,3	52,8%	9,2	
Periodenergebnis	43,3	26,2	-39,5%	-17,1	

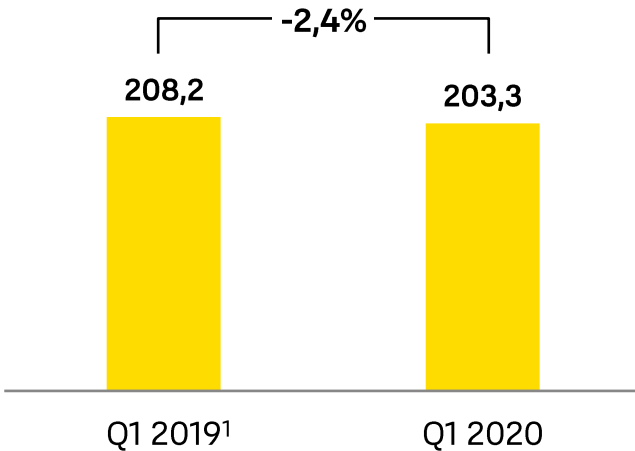


DIVISION BRIEF & WERBEPOST: UMSATZENTWICKLUNG Q1 2020



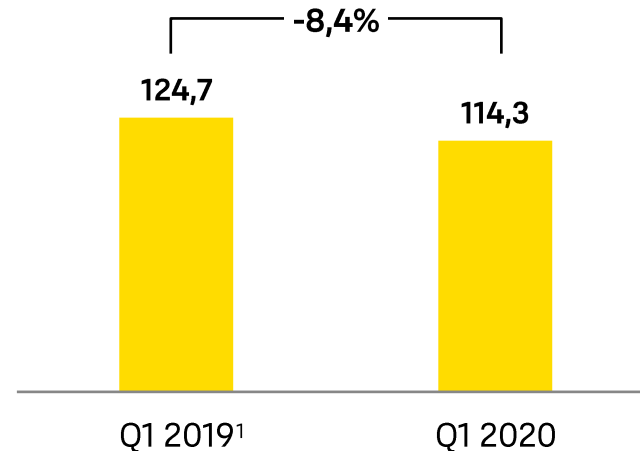
Briefpost & Mail Solutions (Mio EUR)

- Umsatzrückgang in Höhe von 2,4%
- Mengenrückgang bei Briefpost in Österreich von 4–5% im ersten Quartal



Werbe-/Medienpost (Mio EUR)

- Volumenrückgang in Österreich von ca. 9% in Q1 2020
- Adressierte Sendungen: Struktureller Rückgang in Österreich, verstärkt durch COVID-19 Maßnahmen
- Unadressierte Sendungen: positive Umsatzbeiträge durch Lebensmittelhändler und starke Rückgänge bei restlichen Versendern (ca. minus 4 Mio EUR pro Woche aufgrund COVID-19-bedingten behördlich angeordneten Geschäftsschließungen)



¹angepasst an die neue Segmentstruktur ab 1.1.2020



DIVISION BRIEF & WERBEPOST: KENNZAHLEN DER ERTRAGSLAGE



Mio EUR	Q1 2019 ¹	Q1 2020	%	Δ
Umsatzerlöse	332,9	317,5	-4,6%	-15,3
• Briefpost & Mail-Solutions	208,2	203,3	-2,4%	-4,9
• Werbepost	94,0	83,8	-10,9%	-10,2
• Medienpost	30,7	30,5	-0,6%	-0,2
Interne Leistungsverrechnung	0,7	0,7	2,0%	0,0
Umsatzerlöse gesamt	333,6	318,2	-4,6%	-15,3
EBIT	55,7	46,9	-15,8%	-8,8
<i>EBIT-Marge²</i>	<i>16,7%</i>	<i>14,7%</i>	-	-

Umsatzrückgänge in Briefpost und
Zuwächse in Mail Solutions

Umsatzrückgänge bei adressierter
und unadressierter Werbepost
bedingt durch COVID-19

Ergebnisrückgang zeigt hohe
Fixkostenintensität des
Briefgeschäfts

¹angepasst an die neue Segmentstruktur ab 1.1.2020

²EBIT-Marge: In Bezug auf Umsatzerlöse gesamt

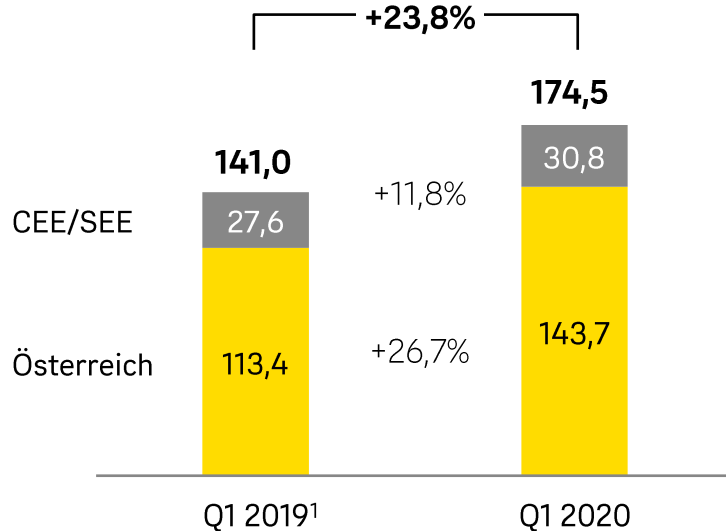


DIVISION PAKET & LOGISTIK: UMSATZENTWICKLUNG Q1 2020



Umsatzentwicklung

Mio EUR



Division Paket & Logistik: +23,8%

- E-Commerce-Trend und DHL-Kooperation sorgen für weiteres Umsatzplus

Südost- und Osteuropa: +11,8%

- Positive Umsatzentwicklung in Slowakei, Ungarn, Serbien und Kroatien

Österreich: +26,7%

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

¹angepasst an die neue Segmentstruktur ab 1.1.2020



DIVISION PAKET & LOGISTIK: KENNZAHLEN DER ERTRAGSLAGE



Mio EUR	Q1 2019 ¹	Q1 2020	%	Δ
Umsatzerlöse	141,0	174,5	23,8%	33,5
• Premium	68,9	100,1	45,4%	31,2
• Standard	58,0	56,8	-2,2%	-1,3
• Sonstige Leistungen	14,1	17,6	25,0%	3,5
Interne Leistungsverrechnung	0,2	0,3	42,7%	0,1
Umsatzerlöse gesamt	141,2	174,8	23,8%	33,6
EBIT	6,8	8,7	28,6%	1,9
<i>EBIT-Marge²</i>	<i>4,8%</i>	<i>5,0%</i>	-	-

Organisches Umsatzwachstum plus Mehrmengen durch DHL-Kooperation; vermehrte Eigenzustellung eines Großkunden im Osten von Österreich

Verbessertes Ergebnis in der Berichtsperiode trotz erhöhter Aufwendungen im Logistiknetz zur Vermeidung von Kapazitätsengpässen

¹angepasst an die neue Segmentstruktur ab 1.1.2020

²EBIT-Marge: In Bezug auf Umsatzerlöse gesamt

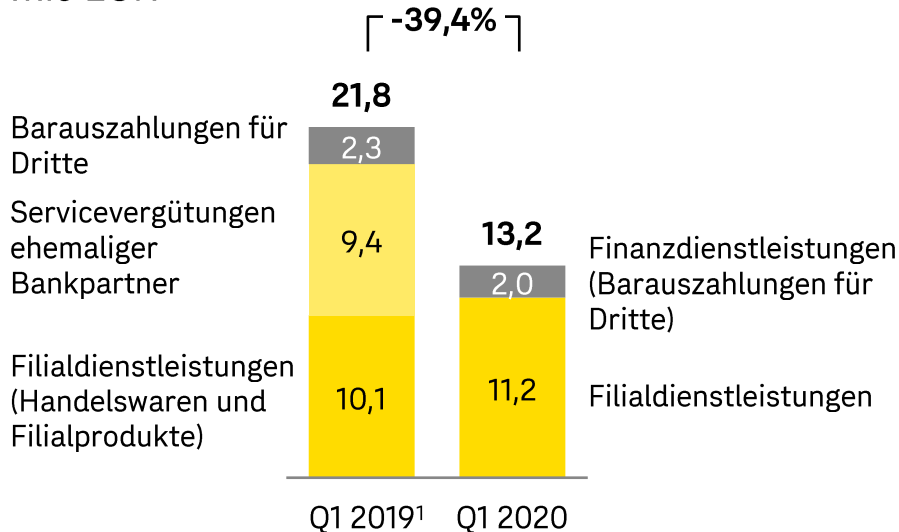


DIVISION FILIALE & BANK: UMSATZENTWICKLUNG Q1 2020



Umsatzentwicklung

Mio EUR



Division Filiale & Bank: -39,4%

- Wegfall Servicevergütungen ehemaliger Bankpartner in Q1 2020
- Start der bank99 mit April 2020

Finanzdienstleistungen

- Barauszahlungen für Dritte (z.B. Pensionen) iHv 2,0 Mio EUR im ersten Quartal 2020 (Vorjahr: 2,3 Mio EUR)
- Wegfall Servicevergütungen ehemaliger Bankpartner iHv 9,4 Mio EUR
- Start der bank99 in April 2020

Filialdienstleistungen

- Leichter Anstieg bei Handelswaren und Filialprodukten

¹angepasst an die neue Segmentstruktur ab 1.1.2020



DIVISION FILIALE & BANK: KENNZAHLEN DER ERTRAGSLAGE



Mio EUR	Q1 2019 ¹	Q1 2020	%	Δ
Umsatzerlöse	21,8	13,2	-39,4%	-8,6
• Filialdienstleistungen	21,8	11,2	-48,6%	-10,6
<i>davon Servicevergütungen ehemaliger Bankpartner</i>	9,4	-	-	-
<i>davon Barauszahlungen für Dritte (z.B. Pensionen)</i>	2,3	-	-	-
• Finanzdienstleistungen	0,0	2,0	-	2,0
Interne Leistungsverrechnung	44,7	43,8	-2,1%	-1,0
Umsatzerlöse gesamt	66,5	57,0	-14,4%	-9,6
EBIT	1,7	-16,4	<-100%	-18,1
<i>EBIT-Marge²</i>	<i>2,6%</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>

In Q1 2019 waren Handelswaren und Filialprodukte iHv 10,1 Mio EUR enthalten

Barauszahlungen für Dritte (z.B. Pensionen) ab Q1 2020 als Finanzdienstleistungen erfasst

Negatives Ergebnis in Q1 2020 (noch kein Umsatz der neuen bank99 bei initialen Kosten zum Aufbau der Bank-Infrastruktur)

¹angepasst an die neue Segmentstruktur ab 1.1.2020

²EBIT-Marge: In Bezug auf Umsatzerlöse gesamt

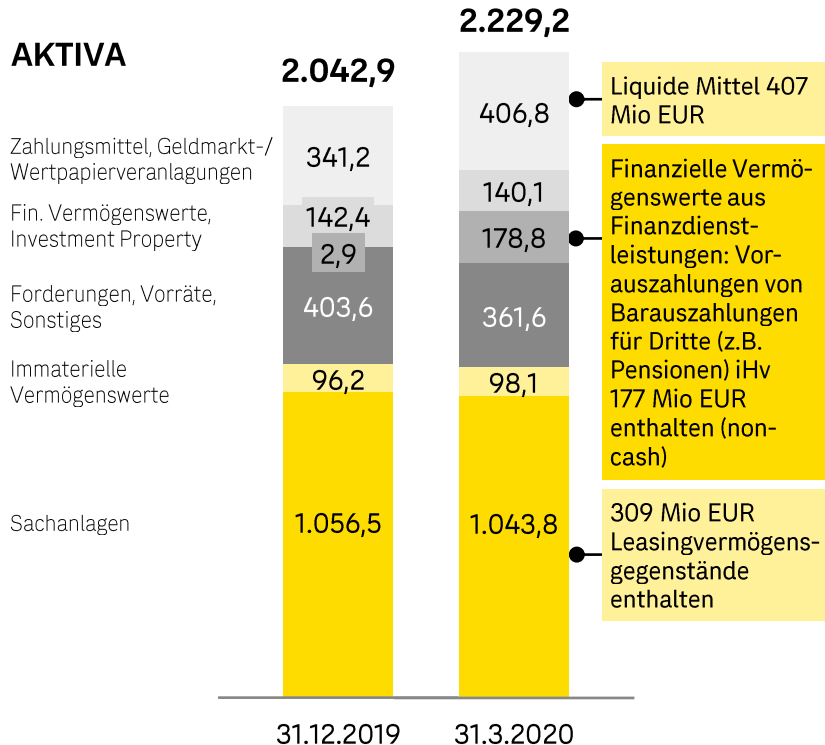
BILANZSTRUKTUR DES ÖSTERREICHISCHEN POST KONZERNS



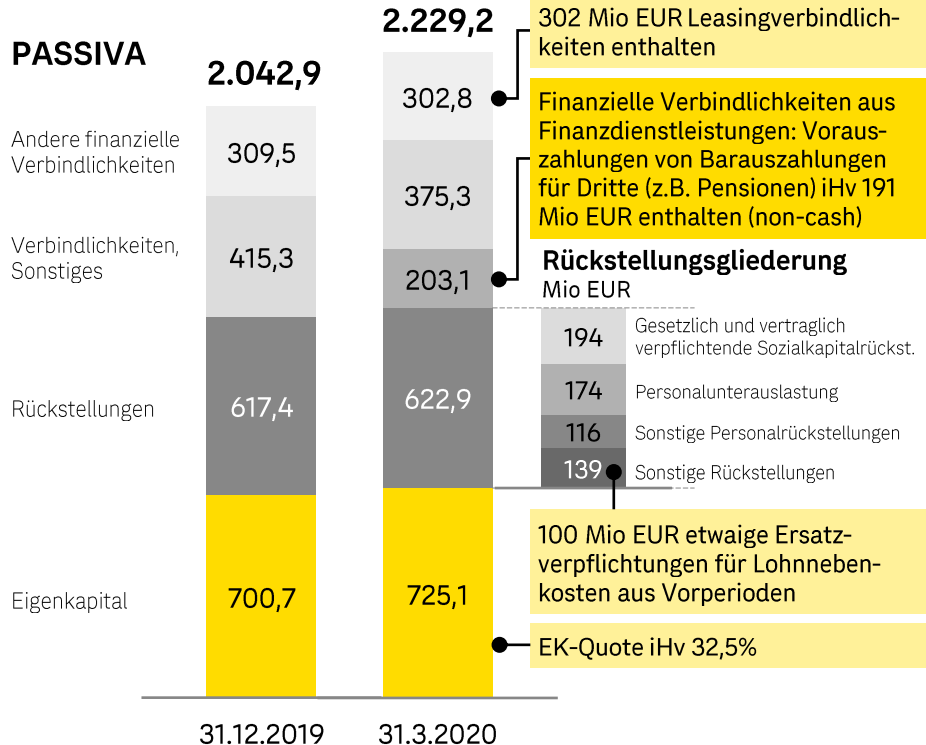
Bilanz per 31. März 2020

Mio EUR

AKTIVA



PASSIVA



Liquide Mittel 407 Mio EUR

Finanzielle Vermögenswerte aus Finanzdienstleistungen: Vorauszahlungen von Barauszahlungen für Dritte (z.B. Pensionen) iHv 177 Mio EUR enthalten (non-cash)

309 Mio EUR Leasingvermögensgegenstände enthalten

302 Mio EUR Leasingverbindlichkeiten enthalten

Finanzielle Verbindlichkeiten aus Finanzdienstleistungen: Vorauszahlungen von Barauszahlungen für Dritte (z.B. Pensionen) iHv 191 Mio EUR enthalten (non-cash)

Rückstellungsgliederung
Mio EUR

- 194 Gesetzlich und vertraglich verpflichtende Sozialkapitalrückst.
- 174 Personalunterauslastung
- 116 Sonstige Personalrückstellungen
- 139 Sonstige Rückstellungen

100 Mio EUR etwaige Ersatzverpflichtungen für Lohnnebenkosten aus Vorperioden

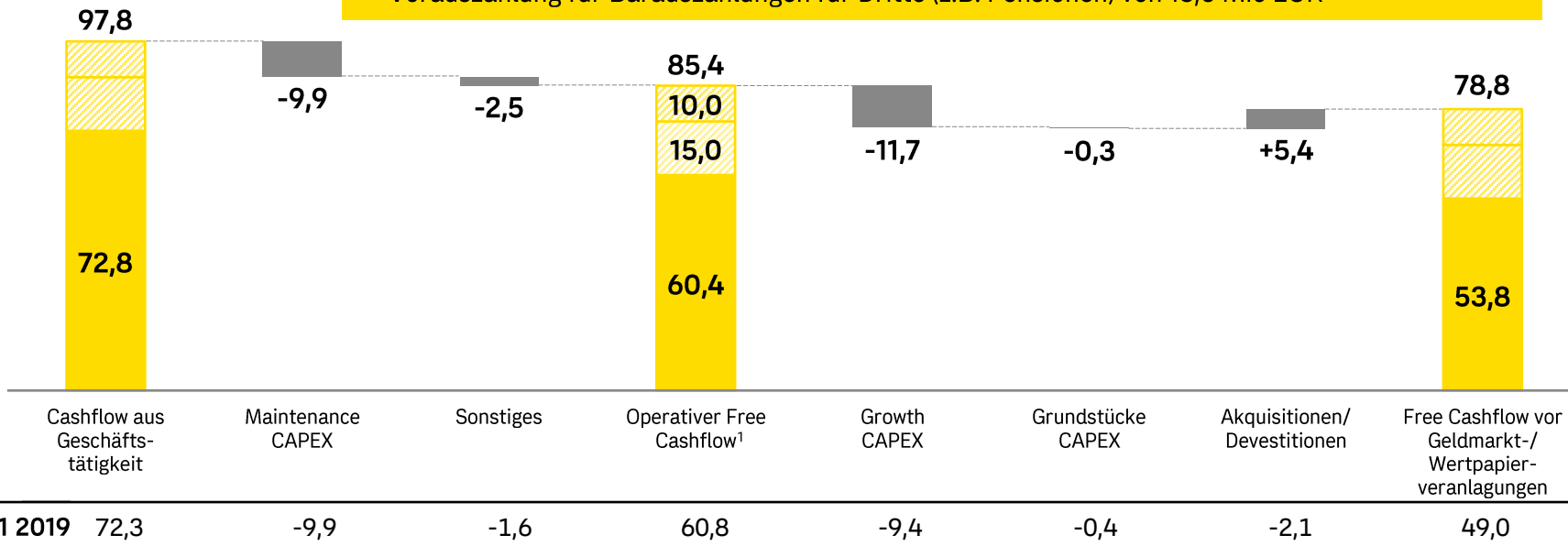
EK-Quote iHv 32,5%

STABILER CASHFLOW Q1 2020

Mio EUR



Operativer Free Cashflow von 60,4 Mio EUR
 Zusätzlich positive Sondereffekte:
 – Darlehen des Joint-Venture-Partners GRAWE Bankengruppe in Höhe von 10,0 Mio EUR an bank99
 – Vorauszahlung für Barauszahlungen für Dritte (z.B. Pensionen) von 15,0 Mio EUR



¹Free Cashflow vor Akquisitionen/Wertpapieren/Geldmarktveranlagungen und Growth CAPEX; Q1 2020: exklusive Darlehen des Joint-Venture-Partners GRAWE Bankengruppe iHv 10,0 Mio EUR an bank99 und Vorauszahlung für Barauszahlungen für Dritte (z.B. Pensionen) iHv 15,0 Mio EUR



-
1. Highlights und Überblick
 2. Strategieumsetzung
 3. Konzernergebnis Q1 2020
 - 4. AUSBLICK 2020**



AUSBLICK 2020 NICHT GENAU PROGNOTIZIERBAR



Marktumfeld

- Negatives wirtschaftliches Umfeld kann Brief- und Werbevolumen auch nachhaltig belasten
- Kurzfristiger negativer Volumenrückgang besonders bei Werbesendungen (minus 50% während der Geschäftsschließungen; danach stufenweise Hochlauf der Werbewirtschaft zu erwarten)
- Positive Impulse bei Privatkunden-Paketen und negative Entwicklung bei Business-Paketen



Umsatz

- Ziel der Österreichischen Post ist es, den Umsatz so stabil wie möglich zu halten
- Mit Umsatzrückgängen im hochmargigen Brief- und Werbebereich im hohen einstelligen Bereich ist zu rechnen (abhängig von Dauer und Folgewirkungen der Krise)
- Paketumsatz 2020 mit Steigerungen von ca. 15% erwartet
- Neustart der Finanzdienstleistungen über bank99 seit 1. April 2020 (im Umsatz 2019 waren entsprechende Servicevergütungen des ehemaligen Bankpartners in Höhe von 29,3 Mio EUR enthalten)



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

- Detaillierte Ergebnisprognose nicht möglich. Ergebnisrückgang 2020 ist abhängig von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung und daraus resultierender Brief-, Werbe- und Paketvolumen sowie dem Hochlauf der Finanzdienstleistungen im Geschäftsjahr 2020
- Für 2021 wieder Ergebnisverbesserung in allen Divisionen angepeilt



Dividende

- Vorschlag der Ausschüttung einer Dividende von 2,08 EUR je Aktie an die Hauptversammlung am 17. Juni 2020
- Attraktive Dividendenpolitik auch weiterhin: Ziel der Ausschüttung von zumindest 75% des Nettoergebnisses



Österreichische Post AG

Investor Relations

Rochusplatz 1, 1030 Wien

Website: post.at/ir

E-Mail: investor@post.at

Telefon: +43 57767-30400

Finanzkalender 2020

17. Juni 2020

29. Juni/1. Juli 2020

7. August 2020

13. November 2020

Hauptversammlung

Ex-Tag/Dividendenzahltag

Halbjahresfinanzbericht 2020

Zwischenbericht 1.-3. Quartal 2020

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.