



ÖSTERREICHISCHE POST Q1–3 2022: Gute Quartalsentwicklung bei schwierigem Marktumfeld

Geschäftsumfeld Q1–3 2022

- Inflation und Faktorkostensteigerungen als bestehende Herausforderung
- Paketvolumen Österreich fast wieder auf den lockdownbedingt starken Mengen des Vorjahres
- Briefpost mit verbessertem Trend durch Sonderaussendungen

Volumen Q1–3 2022

- Briefvolumen Österreich operativ -4%, inkl. Sondereffekte ±0%
(Q3: operativ -6%, inkl. Sondereffekte -1%)
- Werbe- und Medienpostvolumen um 3% höher als im Vorjahr (Q3: -5%)
- Paketvolumen nach starkem Vorjahr in Österreich -1%, Türkei -14% und CEE/SEE +11%
(Q3: Österreich +6%, Türkei +1%, CEE/SEE +14%)

Umsatz Q3 2022 mit Wachstum in allen Divisionen

- Brief & Werbepost Q1–3 2022 -0,7% auf 886,9 Mio EUR (Q3: +0,8%)
- Paket & Logistik Q1–3 2022 -4,5% auf 865,3 Mio EUR bzw. +1,2% exkl. Paket Türkei
(Q3: +5,6% bzw. +5,4% exkl. Paket Türkei)
- Filiale & Bank Q1–3 2022 +62,2% auf 85,2 Mio EUR (Q3: +91,0%)

Ergebnis Q1–3 2022 unter Vorjahr

- EBITDA -3,1% auf 258,0 Mio EUR (Q3: -4,1%)
- EBIT -13,0% auf 125,3 Mio EUR (Q3: -15,5%)

Ausblick 2022 und 2023

- Umsatz 2022 wieder auf Niveau des Vorjahres angepeilt (Umsatzerlöse 2021: 2,5 Mrd EUR)
- EBIT 2022 zumindest in der Mitte der bereits kommunizierten Bandbreite (EBIT 2021: 205 Mio EUR, EBIT 2020: 161 Mio EUR) prognostiziert
- Ziel für 2023 ist Umsatzwachstum bei Kostenauftrieb und somit ein möglichst stabiles Ergebnis

Die ersten neun Monate 2022 waren für die Österreichische Post von herausfordernden Rahmenbedingungen geprägt. Die Unterbrechung der internationalen Wertschöpfungsketten resultierten in einem Kostenauftrieb, der sich durch die Kriegshandlungen in der Ukraine verstärkt hat und nun einen konjunkturellen Abschwung sehr wahrscheinlich macht. „Vor diesem Hintergrund ist das dritte Quartal und somit auch das bisherige Geschäftsjahr sehr zufriedenstellend verlaufen,“ sagt Generaldirektor DI Dr. Georg Pözl. „In allen Divisionen war im dritten Quartal eine positive Umsatzentwicklung zu verzeichnen,“ so Georg Pözl weiter. Im Briefbereich haben Sonderaussendungen und in der Division Filiale & Bank die Übernahme des Privatkund*innengeschäfts der ING sehr gut zur Umsatzentwicklung beigetragen. Das Paketgeschäft hat sich im dritten Quartal in allen Regionen positiv entwickelt. Insbesondere der österreichische Markt zeigt mit 8,6% im dritten Quartal einen stark verbesserten Umsatztrend und das Mengenwachstum in Südost- und Osteuropa führte zu einem Umsatzanstieg von 5,5% im Vorjahresvergleich. Auch der besonders im heurigen Jahr unter schwierigen makroökonomischen



INVESTORENINFORMATION

11. November 2022

Bedingungen agierende türkische Paketmarkt zeigte eine Erholung und somit einen Umsatzzanstieg von 6,4% im Vergleich zum Vorjahresquartal.

In den ersten drei Quartalen 2022 lagen die Umsatzerlöse des Konzerns bei 1.815,9 Mio EUR (-1,0%), im dritten Quartal betrug der Umsatzzanstieg 5,7% im Vergleich zur Vorjahresperiode. Das Paketgeschäft in der Türkei zeigt sich aktuell nach einem außerordentlich erfolgreichen Jahr 2021 durch Inflation und Währungseffekte stark beeinträchtigt. Exklusive dem Türkei-Geschäft ist der Umsatz in den ersten drei Quartalen 2022 um 1,9% gestiegen. Die Division Brief & Werbepost verzeichnete in den ersten neun Monaten einen Umsatzrückgang von 0,7%, die Division Paket & Logistik einen Rückgang von 4,5%, exklusive dem Türkei-Geschäft betrug der Umsatzzanstieg 1,2%. Positiv entwickelte sich die Division Filiale & Bank mit einem Umsatzplus von 62,2% auf 85,2 Mio EUR in den ersten neun Monaten 2022.

Die Ergebniskennzahlen lagen in den ersten drei Quartalen 2022 unter dem Vorjahr und waren geprägt vom aktuell herausfordernden Marktumfeld. Das EBITDA reduzierte sich in den ersten drei Quartalen um 3,1% auf 258,0 Mio EUR und das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) entwickelte sich von 144,0 Mio EUR auf 125,3 Mio EUR (-13,0%). Dabei erreichte die Division Brief & Werbepost ein EBIT von 110,7 Mio EUR nach 110,8 Mio EUR im Vorjahr. Die gute Umsatzentwicklung, verstärkt durch Sondereffekte von Einmalaussendungen, führte zu positiven Impulsen. Die Division Paket & Logistik erwirtschaftete ein EBIT von 58,6 Mio EUR in den ersten drei Quartalen 2022 nach 81,3 Mio EUR in der Vorjahresperiode. Der Rückgang ist hauptsächlich auf das schwierige Umfeld am türkischen Markt zurückzuführen. Die Division Filiale & Bank erzielte ein EBIT von minus 24,8 Mio EUR in den ersten drei Quartalen 2022 nach minus 33,9 Mio EUR im Jahr zuvor und zeigte somit eine Ergebnisverbesserung von 26,8%. Positiv wirkte der Hochlauf des Finanzdienstleistungsgeschäfts durch die Übernahme des Privatkund*innengeschäfts der ING mit Ende 2021, negativ wirkten höhere Kosten durch Integrations- sowie IT-Aufwendungen.

Es ist zu erwarten, dass die schwierigen Rahmenbedingungen auch weiterhin anhalten werden. Die sich auf hohem Niveau verfestigende Inflation bedeutet eine enorme Kostenbelastung bei Energie und Personal bei gleichzeitiger konjunktureller Abkühlung. Auf Seiten der Österreichischen Post gilt es, diesen ungünstigen Rahmenbedingungen sowohl umsatz- als auch kostenseitig zu begegnen. Gemäß aktuellen Einschätzungen geht das Unternehmen davon aus, dass die kurzfristige Visibilität gewährleistet ist und für das Gesamtjahr 2022 mit einem Umsatz auf dem Niveau des Vorjahres von 2,5 Mrd EUR zu rechnen ist. Unter der Voraussetzung einer weiterhin berechenbaren Energieversorgung prognostiziert die Österreichische Post ein Ergebnis zumindest in der Mitte der bereits kommunizierten Bandbreite (EBIT 2021: 205 Mio EUR, EBIT 2020: 161 Mio EUR).

Die aktuellen makroökonomischen Themen werden durch hohe Faktorkostensteigerungen bei gleichzeitig konjunkturellem Gegenwind in 2023 noch herausfordernder als im aktuellen Geschäftsjahr. Die Ertragsstärke muss auch weiterhin den hochwertigen operativen Betrieb gewährleisten als auch die notwendigen Investitionen in den Kapazitätsausbau und in den Umbau in eine nachhaltige, klimaneutrale Zustellung. Das angepeilte Ziel des Unternehmens für 2023 ist es daher, mit einem Umsatzwachstum dem Kostenauftrieb zu begegnen und ein möglichst stabiles Ergebnis zu erzielen.

Die Vollversion des Ausblicks sowie Detailinformationen (Auszüge) aus dem Konzernlagebericht für die ersten drei Quartale 2022 finden Sie ab Seite 4. Der komplette Bericht ist im Internet unter post.at/ir im Reporting-Downloadcenter verfügbar.



INVESTORENINFORMATION
11. November 2022

KENNZAHLEN

Mio EUR	Q1–3 2021 ¹	Q1–3 2022	Veränderung		Q3 2021 ¹	Q3 2022
			%	Mio EUR		
Umsatzerlöse	1.834,2	1.815,9	-1,0 %	-18,3	571,6	604,1
Brief & Werbepost	893,4	886,9	-0,7 %	-6,5	285,2	287,4
Paket & Logistik	905,6	865,3	-4,5 %	-40,4	277,6	293,2
Filiale & Bank	52,5	85,2	62,2 %	32,7	16,2	31,0
Corporate/Konsolidierung	-17,4	-21,5	-24,0 %	-4,2	-7,4	-7,6
Sonstige betriebliche Erträge	59,3	78,9	33,0 %	19,6	16,2	19,7
Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen	-516,9	-531,2	-2,8 %	-14,2	-161,9	-181,7
Aufwand für Finanzdienstleistungen	-3,7	-9,5	<-100 %	-5,8	-1,4	-3,1
Personalaufwand	-847,5	-845,4	0,2 %	2,1	-259,9	-273,6
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-259,3	-250,0	3,6 %	9,3	-82,5	-84,9
Equity-Ergebnis	0,3	-0,2	<-100 %	-0,5	-0,1	-0,3
Verlust aus der Nettoposition monetärer Posten	0,0	-0,4	<-100 %	-0,4	0,0	-1,6
EBITDA	266,3	258,0	-3,1 %	-8,3	81,9	78,6
Abschreibungen	-122,3	-132,7	-8,5 %	-10,4	-41,3	-44,2
EBIT	144,0	125,3	-13,0 %	-18,7	40,6	34,3
Brief & Werbepost	110,8	110,7	-0,1 %	-0,1	28,4	27,8
Paket & Logistik	81,3	58,6	-27,9 %	-22,7	21,6	13,2
Filiale & Bank	-33,9	-24,8	26,8 %	9,1	-6,9	-4,4
Corporate/Konsolidierung ²	-14,2	-19,2	-35,4 %	-5,0	-2,5	-2,3
Finanzergebnis	1,6	-21,1	<-100 %	-22,7	-3,0	-7,6
Ergebnis vor Ertragsteuern	145,6	104,2	-28,4 %	-41,4	37,6	26,7
Ertragsteuern	-35,1	-19,5	44,6 %	15,7	-11,2	3,2
Periodenergebnis	110,5	84,8	-23,3 %	-25,7	26,3	30,0
Ergebnis je Aktie (EUR)³	1,57	1,25	-20,5 %	-0,32	0,39	0,41
Cashflow aus dem Ergebnis	317,9	233,9	-26,4 %	-84,1	90,5	71,9
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	412,7	-145,5	<-100 %	-558,2	131,2	-190,5
CAPEX	93,9	99,5	5,9 %	5,6	46,9	40,8
Free Cashflow	370,0	-279,9	<-100 %	-649,9	102,9	-225,7
Operativer Free Cashflow⁴	196,4	147,6	-24,8 %	-48,7	57,3	41,8

¹ Angepasste Darstellung

² Umfasst auch das konzerninterne Umlageverfahren

³ Unverwässertes Ergebnis je Aktie, bezogen auf 67.552.638 Stück Aktien

⁴ Free Cashflow vor Akquisitionen/Wertpapieren/Geldmarktveranlagungen, Growth CAPEX und Core Banking Assets

RÜCKFRAGEHINWEIS

Österreichische Post AG
Mag. Ingeborg Gratzner
Leitung Presse & Interne Kommunikation
Tel.: +43 (0) 57767-32010
presse@post.at

Österreichische Post AG
DI Harald Hagenauer
Leitung Investor Relations, Konzernrevision & Compliance
Tel.: +43 (0) 57767-30400
investor@post.at

Wien, am 11. November 2022



AUSZÜGE AUS DEM KONZERNLAGEBERICHT Q1–3 2022

UMSATZENTWICKLUNG IM DETAIL

Die Umsatzerlöse des Österreichischen Post-Konzerns verringerten sich in den ersten drei Quartalen 2022 um 1,0% auf 1.815,9 Mio EUR. Ein sehr positiver Trend war im dritten Quartal mit einem Umsatzanstieg von 5,7% auf 604,1 Mio EUR zu verzeichnen. Das Paketgeschäft in der Türkei zeigte sich nach einem außerordentlich erfolgreichen Jahr 2021 durch Inflation und Währungseffekte stark beeinträchtigt. Exklusive dem Türkei-Geschäft (Paket Türkei) ist der Umsatz in den ersten drei Quartalen 2022 um 1,9% gestiegen.

Die Division Brief & Werbepost verzeichnete in den ersten neun Monaten einen Umsatzrückgang von 0,7%, die Division Paket & Logistik einen Rückgang von 4,5%, exklusive dem Türkei-Geschäft (Paket Türkei) betrug der Umsatzanstieg 1,2%. Positiv entwickelte sich die Division Filiale & Bank mit einem Umsatzplus von 62,2% auf 85,2 Mio EUR in den ersten neun Monaten 2022.

Der Anteil der Division Brief & Werbepost am Umsatz der Österreichischen Post betrug in den ersten drei Quartalen 2022 48,3%. Der Umsatzrückgang von 0,7% resultierte aus dem strukturellen Rückgang des adressierten Briefvolumens durch die elektronische Substitution und durch weniger internationale Briefvolumen. Dem entgegen wirkten positive Sondereffekte bei klassischen Briefen ebenso wie Anpassungen in der Preisstruktur im aktuell zurückhaltenden Werbegeschäft.

Die Division Paket & Logistik erwirtschaftete im Berichtszeitraum einen Anteil von 47,1% am Konzernumsatz. Insbesondere im Paketgeschäft der Türkei war durch die aktuelle Marktsituation (Inflation und Währungseffekte) ein Rückgang zum erfolgreichen Geschäftsverlauf des Vorjahres zu verzeichnen. In Österreich stieg der Paketumsatz um 1,3% gegenüber dem Vorjahr, in Südost- und Osteuropa gab es einen Anstieg um 6,0%. Der Bereich Logistics Solutions zeigte geringere Umsatzerlöse als in der Vorjahresperiode.

Die Division Filiale & Bank erreichte in den ersten drei Quartalen 2022 einen Anteil am Umsatz von 4,6% mit Umsatzerlösen von 85,2 Mio EUR (+62,2%). Mit Dezember 2021 wurde das Privatkund*innengeschäft der ING übernommen. Dies zeigte positive Effekte beim Zins- sowie Provisionsertrag der bank99.

Der Umsatz der **Division Brief & Werbepost** von 886,9 Mio EUR stammte in den ersten drei Quartalen 2022 zu 62,9% aus dem Bereich Briefpost & Business Solutions, zu 27,0% aus Werbepost und zu 10,1% aus Medienpost.

Im Bereich **Briefpost & Business Solutions** lag der Umsatz mit 557,5 Mio EUR in den ersten drei Quartalen 2022 um 2,2% unter dem Niveau des Vorjahres. Der Basistrend der rückläufigen Volumenentwicklung infolge der Substitution von Briefen durch elektronische Kommunikationsformen bleibt bestehen. Das zweite und dritte Quartal 2022 waren jedoch geprägt von positiven Sondereffekten durch Einmalaussendungen von Behörden und Energieversorgern. Im dritten Quartal 2022 war ein Umsatzanstieg von 2,3% zu verzeichnen. Die Briefvolumen reduzierten sich im aktuellen Berichtszeitraum operativ um 4% im Vergleich zu den ersten drei Quartalen 2021, inklusive Sondereffekte zeigte sich im Volumen eine stabile Entwicklung, welche weiterhin von den schwierigen Rahmenbedingungen geprägt sein wird. Inflationäre Preissteigerungen bei Treibstoffen, Energie und Personal sind zu berücksichtigen. Dies führte zu notwendigen Preisanpassungen: Mit 1. Juli 2022 ist eine Tarifanpassung für Economy-Briefe und mit 1. Oktober 2022 eine Anpassung der Tarife für Priority-Sendungen in Kraft getreten. Die internationale Briefpost zeigte Rückgänge, der Bereich Business Solutions eine stabile Entwicklung.



Die **Werbepost** generierte in den ersten drei Quartalen 2022 einen Umsatzanstieg von 1,2% auf 239,1 Mio EUR. Im Werbegeschäft hatten sich die COVID-19 bedingten behördlich angeordneten Geschäftsschließungen im Vorjahr besonders negativ ausgewirkt. Das aktuell zurückhaltende Werbeverhalten wurde durch Anpassungen in der Preisstruktur teilweise kompensiert, das dritte Quartal zeigte einen Umsatzrückgang von 1,6% gegenüber dem Vorjahr. Eine erhöhte Volatilität im Werbegeschäft ist aber weiterhin zu erwarten. Der Druck im Werbemarkt wird durch die gestiegenen Energie- und Papierpreise verstärkt.

Der Umsatz mit **Medienpost**, also der Zustellung von Zeitungen und Magazinen, erhöhte sich im Periodenvergleich um 3,7% auf 90,3 Mio EUR. Das dritte Quartal 2022 zeigte rückläufige Volumen und wies im Umsatz einen Rückgang von 2,2% auf.

Der Umsatz der **Division Paket & Logistik** verringerte sich in den ersten drei Quartalen 2022 um 4,5% auf 865,3 Mio EUR. Der Rückgang ist im Wesentlichen auf das **Paketgeschäft in der Türkei** zurückzuführen. Während der Umsatz der türkischen Tochtergesellschaft in lokaler Währung in den ersten neun Monaten 2022 um 47% (nach Bewertung IAS 29 Hochinflation) angestiegen war, musste auf Euro-Basis ein Rückgang von 21,3% verbucht werden. Das Paketvolumen der ersten drei Quartale 2022 reduzierte sich gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahres um 14%, im dritten Quartal 2022 hingegen war bereits eine Erholung bemerkbar (+1%). Die Umsatzerlöse in der Türkei im dritten Quartal 2022 zeigten einen Anstieg von 6,4% im Vergleich zum Vorjahresquartal.

Der Bereich **Paket Österreich** generierte in den ersten drei Quartalen 2022 einen Umsatzanstieg von 1,3% gegenüber dem Vorjahr. Nach außerordentlich hohen Mengenzuwächsen in den Vorjahren (Q1–3 2021: +16%, Q1–3 2020: +29%) ist nun eine Konsolidierung der Paketmengen eingetreten (–1%). Das dritte Quartal 2022 zeigte mit einem Umsatzwachstum von 8,6% aber bereits wieder einen positiven Trend.

Das **Paketgeschäft in Südost- und Osteuropa** generiert weiterhin Zuwachsraten und stieg in den ersten neun Monaten 2022 um 6,0% auf 124,9 Mio EUR (Q3 2022: +5,5%).

Der Bereich **Logistics Solutions** (inkl. Konsolidierung), der Sonderlogistikdienstleistungen wie etwa den Transport von COVID-19 Test-Kits durchführt, reduzierte sich in der aktuellen Berichtsperiode um 11,0% auf 49,0 Mio EUR. Die positiven Sondereffekte durch Logistikdienstleistungen des Vorjahres haben sich in der aktuellen Berichtsperiode wesentlich reduziert.

Die Umsatzerlöse der **Division Filiale & Bank** verbesserten sich in den ersten drei Quartalen 2022 um 62,2% von 52,5 Mio EUR auf 85,2 Mio EUR. Die **Filialdienstleistungen** reduzierten sich dabei um 3,9% von 29,9 Mio EUR auf 28,7 Mio EUR im aktuellen Berichtszeitraum. Die **Erträge aus Finanzdienstleistungen** in Höhe von 56,4 Mio EUR in den ersten drei Quartalen 2022 zeigten dagegen einen starken Anstieg aufgrund der Übernahme des Privatkund*innengeschäfts der ING per Ende 2021. Die bank99 bietet ein fokussiertes Portfolio an Finanzprodukten und Finanzdienstleistungen, wie Girokonten, Kredite, Wohnfinanzierungen und Fonds- und Sparprodukte.

ERGEBNISENTWICKLUNG

Bezogen auf die Umsatzerlöse der Österreichischen Post sind die größten Aufwandspositionen der Personalaufwand (46,6%), der Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen (29,3%) sowie sonstige betriebliche Aufwendungen (13,8%). Weiters entfielen 7,3% auf Abschreibungen und 0,5% auf Aufwendungen für Finanzdienstleistungen.



INVESTORENINFORMATION

11. November 2022

Der Personalaufwand belief sich in den ersten drei Quartalen 2022 auf 845,4 Mio EUR, dies entspricht einem Rückgang von 0,2% bzw. 2,1 Mio EUR. Der operative Personalaufwand hat sich im Vergleich zur Vorjahresperiode leicht erhöht. Der Österreichische Post-Konzern beschäftigte in den ersten neun Monaten 2022 durchschnittlich 27.156 Mitarbeiter*innen (Vollzeitkräfte), während in der Vorjahresperiode durchschnittlich 27.303 Mitarbeiter*innen tätig waren (-0,5%). Zusätzlich zu den operativen Personalaufwendungen umfasst der Personalaufwand der Österreichischen Post auch diverse nicht-operative Personalaufwendungen wie Abfertigungen und Rückstellungsveränderungen, die primär auf die spezifische Beschäftigungssituation beamteter Mitarbeiter*innen zurückzuführen sind. Der Nettoeffekt aus der Neubildung bzw. Auflösung von Rückstellungen im nicht-operativen Personalaufwand der ersten drei Quartale 2022 war gering.

Der Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen erhöhte sich um 2,8% auf 531,2 Mio EUR. Der Anstieg ist überwiegend auf die erhöhten Treibstoff- und Energiekosten zurückzuführen sowie dadurch bedingte erhöhte Transportkosten externer Frächter. Gegenläufig wirkte in dieser Position die Währungsumrechnung der türkischen Lira, die in Euro geringere Aufwendungen im Vergleich zum Vorjahr zur Folge hatten.

Die sonstigen betrieblichen Erträge erhöhten sich in den ersten drei Quartalen 2022 um 33,0% auf 78,9 Mio EUR und sind im Wesentlichen auf COVID-19 Rückvergütungen durch den Bund im Zusammenhang mit Krankenständen zurückzuführen sowie auf einen positiven Bewertungseffekt der Optionsverbindlichkeit für die restlichen 20% der Anteile an der Aras Kargo. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen reduzierten sich im Berichtszeitraum um 3,6% auf 250,0 Mio EUR.

Das EBITDA lag in den ersten drei Quartalen 2022 mit 258,0 Mio EUR um 3,1% unter dem Niveau des Vorjahres von 266,3 Mio EUR, das entspricht einer EBITDA-Marge von 14,2%. Die Abschreibungen lagen in den ersten neun Monaten 2022 mit 132,7 Mio EUR um 8,5% bzw. 10,4 Mio EUR über dem Vorjahr. Der Anstieg ist im Wesentlichen auf erfolgte Investitionen in neue Standorte für die Paket-Logistikinfrastruktur zurückzuführen. Durch die Anwendung des Bilanzierungsstandards IAS 29 (Rechnungslegung in Hochinflationen) für die türkische Beteiligung wurden alle Posten der Ertragslage anhand eines allgemeinen Preisindexes ab dem Zeitpunkt, in dem sie das erste Mal erfasst wurden (somit ab 1. Jänner 2022), angepasst. Der Gewinn bzw. Verlust aus der Nettoposition monetärer Posten wird in der Ertragslage als eigener Posten dargestellt. Der Verlust aus der Nettoposition monetärer Posten belief sich zum Ende des dritten Quartals 2022 auf 0,4 Mio EUR. Das EBIT erreichte 125,3 Mio EUR in den ersten drei Quartalen 2022 nach 144,0 Mio EUR im Vorjahr. Die EBIT-Marge betrug 6,9%. Im EBIT des zweiten Quartals 2022 waren positive Sondereffekte in Höhe von 10,9 Mio EUR im Zusammenhang mit der türkischen Beteiligung Aras Kargo enthalten (Bewertung Option restliche 20%, IAS 29 Hochinflation), das EBIT des dritten Quartals 2022 inkludierte einen negativen Effekt von 2,0 Mio EUR aufgrund der Folgebewertung gem. IAS 29 Hochinflation.

Das Finanzergebnis des Konzerns betrug minus 21,1 Mio EUR nach 1,6 Mio EUR im Vorjahr und inkludierte negative Bewertungseffekte der Optionsverbindlichkeit für die restlichen 20% der Anteile an der Aras Kargo in Höhe von 16,6 Mio EUR. Nach Abzug der Ertragssteuern von 19,5 Mio EUR ergab sich somit ein Periodenergebnis für die ersten neun Monate 2022 von 84,8 Mio EUR nach 110,5 Mio EUR in den ersten drei Quartalen des Vorjahres. Das unverwässerte Ergebnis je Aktie betrug 1,25 EUR im Vergleich zu 1,57 EUR in der Vorjahresperiode.



ERGEBNIS NACH DIVISIONEN

Das Konzern-EBIT für die ersten drei Quartale 2022 reduzierte sich von 144,0 Mio EUR auf 125,3 Mio EUR und war geprägt vom aktuell herausfordernden Marktumfeld. Insbesondere der Ergebnisbeitrag des türkischen Paketgeschäfts hat sich nach einem außerordentlich erfolgreichen Jahr 2021 in den ersten drei Quartalen 2022 durch Inflation und Währungsdruck reduziert.

Nach Divisionen betrachtet verzeichnete die Division Brief & Werbepost in den ersten neun Monaten 2022 ein EBIT von 110,7 Mio EUR nach 110,8 Mio EUR im Vorjahr. Die gute Umsatzentwicklung, verstärkt durch Sondereffekte von Einmalaussendungen, führten zu einem stabilen Ergebnisbeitrag in der Division.

Die Division Paket & Logistik erwirtschaftete ein EBIT von 58,6 Mio EUR in den ersten drei Quartalen 2022 nach 81,3 Mio EUR in der Vorjahresperiode. Das entspricht einem Rückgang von 27,9% und ist hauptsächlich auf das schwierige Umfeld am türkischen Markt zurückzuführen. In den ersten drei Quartalen 2022 führte dies zu einem positiven, aber reduzierten Ergebnisbeitrags der türkischen Tochtergesellschaft.

Die Division Filiale & Bank verzeichnete ein EBIT von minus 24,8 Mio EUR in den ersten drei Quartalen 2022 nach minus 33,9 Mio EUR im Jahr zuvor und zeigte somit eine Ergebnisverbesserung von 26,8% bzw. 9,1 Mio EUR. Positiv wirkte der Hochlauf des Finanzdienstleistungsgeschäfts durch die Übernahme des Privatkund*innengeschäfts der ING mit Ende 2021, negativ wirkten höhere Kosten durch die Integration sowie IT-Aufwendungen.

Das EBIT der Division Corporate (inkl. Konsolidierung und konzerninternes Umlageverfahren) veränderte sich von minus 14,2 Mio EUR auf minus 19,2 Mio EUR. Die Division Corporate erbringt nicht-operative Dienstleistungen, wie sie typischerweise für Zwecke der Verwaltung und Steuerung eines Konzerns erbracht werden. Diese Tätigkeiten umfassen neben den klassischen Governance-Aufgaben die Verwaltung und Entwicklung der nicht-betriebsnotwendigen Immobilien, die Verwaltung wesentlicher Finanzbeteiligungen, die Erbringung von IT-Dienstleistungen, die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle sowie die Administration des Post-Arbeitsmarkts.

CASHFLOW UND BILANZ

Der Cashflow aus dem Ergebnis erreichte in den ersten drei Quartalen 2022 233,9 Mio EUR nach 317,9 Mio EUR in den ersten drei Quartalen 2021 (-26,4%). Der Cashflow aus Geschäftstätigkeit lag mit minus 145,5 Mio EUR unter dem Vergleichswert des Vorjahres von 412,7 Mio EUR. Hier sind als größte Effekte die Veränderungen der Core Banking Assets der bank99 in Höhe von minus 340,4 Mio EUR zu nennen, die im Vergleichszeitraum des Vorjahres 166,4 Mio EUR betragen. In der Veränderung der Core Banking Assets ist in der aktuellen Berichtsperiode unter anderem der Kauf von Staatsanleihen in Höhe von 479 Mio EUR enthalten. Die Core Banking Assets beinhalten die Veränderung der Bilanzposten Finanzielle Vermögenswerte aus Finanzdienstleistungen und Finanzielle Verbindlichkeiten aus Finanzdienstleistungen exklusive der Zahlungsmittel, Zahlungsmitteläquivalente und Guthaben bei Zentralbanken und fassen somit das Einlagen- und Veranlagungsgeschäft der bank99 zusammen. Der Cashflow aus Geschäftstätigkeit exklusive Core Banking Assets belief sich in den ersten drei Quartalen 2022 auf 194,8 Mio EUR.



INVESTORENINFORMATION

11. November 2022

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit belief sich in den ersten neun Monaten 2022 auf minus 134,4 Mio EUR nach minus 42,7 Mio EUR in der Vorjahresperiode. Die Ausgaben für den Erwerb von Sachanlagen und als Finanzinvestitionen gehaltenen Immobilien (CAPEX) betrug in der Berichtsperiode 99,5 Mio EUR.

Die Österreichische Post setzt auf die Kennzahl des Operativen Free Cashflows, um damit die Finanzkraft des operativen Geschäfts zu betrachten und daraus die Dividende des Geschäftsjahres abzudecken. Der Operative Free Cashflow belief sich ohne Berücksichtigung der Veränderung der Core Banking Assets in der aktuellen Berichtsperiode auf 147,6 Mio EUR im Vergleich zu 196,4 Mio EUR im Jahr zuvor und befindet sich damit auf einem soliden Niveau. Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit erreichte in den ersten neun Monaten 2022 minus 87,0 Mio EUR nach minus 187,5 Mio EUR im Vorjahr.

Die Österreichische Post setzt auf eine solide Bilanz- und Finanzierungsstruktur. Die Bilanzsumme der Österreichischen Post lag per 30. September 2022 bei 5.291,8 Mio EUR. Aktivseitig bildeten Sachanlagen von 1.303,7 Mio EUR eine der größten Bilanzpositionen und inkludierten Nutzungsrechte aus Leasingverhältnissen von 401,5 Mio EUR. Zudem gab es immaterielle Vermögenswerte und Geschäfts- oder Firmenwerte aus Unternehmenserwerben, die per 30. September 2022 mit 161,5 Mio EUR ausgewiesen sind. In der Bilanz sind Forderungen in Höhe von 372,8 Mio EUR ausgewiesen, die anderen finanziellen Vermögenswerte lagen zum 30. September 2022 bei 70,8 Mio EUR. Finanzielle Vermögenswerte aus Finanzdienstleistungen lagen per Ende des dritten Quartals 2022 bei 3.094,6 Mio EUR und resultieren im Wesentlichen aus der Geschäftstätigkeit der bank99.

Auf der Passivseite der Bilanz lag das Eigenkapital des Österreichischen Post-Konzerns zum 30. September 2022 bei 671,4 Mio EUR (Eigenkapitalquote von 12,7%). Die proforma Eigenkapitalquote unter Berücksichtigung der bank99 nach der Equity-Methode betrug per Ende September 2022 29%. Die Rückstellungen lagen mit Ende September 2022 bei 637,7 Mio EUR, die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und Sonstiges betragen 491,7 Mio EUR. Finanzielle Verbindlichkeiten aus Finanzdienstleistungen in Höhe von 2.927,1 Mio EUR resultieren aus der Geschäftstätigkeit der bank99 (Einlagen- und Veranlagungsgeschäft der Kund*innen der bank99).

AUSBLICK 2022 und 2023

Das Jahr 2022 brachte und bringt auch weiterhin enorme Herausforderungen für Unternehmen – speziell in Europa. Beginnend mit der verzögerten Wertschöpfungskette aus der Pandemie mit ihrem preistreibenden Nachfrageüberhang bis hin zu den Kriegshandlungen in der Ukraine mit negativen Auswirkungen auf die Energie- und Rohstoffmärkte. Die sich auf hohem Niveau verfestigende Inflation bedeutet eine enorme Kostenbelastung bei Energie und Personal bei gleichzeitig zu erwartender konjunktureller Abkühlung.

Umsatzstabilität 2022 angepeilt

Auf Seiten der Österreichischen Post gilt es, diesen ungünstigen Rahmenbedingungen sowohl umsatz- als auch kostenseitig zu begegnen. Preisanpassungen sind daher ebenso notwendig wie Effizienzsteigerungen der internen Abläufe. Gemäß aktuellen Einschätzungen geht das Unternehmen davon aus, dass die kurzfristige Visibilität gewährleistet ist und für das Gesamtjahr 2022 mit einem Umsatz auf dem Niveau des Vorjahres von 2,5 Mrd EUR zu rechnen ist.



INVESTORENINFORMATION

11. November 2022

In der Division Brief & Werbepost wird für 2022 ein stabiler bis leicht rückläufiger Umsatz prognostiziert. Der Basistrend der Mengenentwicklung bei klassischen Briefen wird weiterhin in der Größenordnung von ca. 5% p.a. rückläufig bleiben. In der aktuellen Situation sind aber auch positive Sondereffekte öffentlicher Institutionen und Energieversorgern festzustellen. Auch die Volumen der Werbe- und Medienpost werden weiter unter Druck bleiben. Erhöhte Gas- und Papierpreise belasten die Kostenstruktur vieler Kund*innen. Durch den internationalen Druck der Faktorkostensteigerungen wie etwa bei Treibstoffen, Energie oder Personal ist es notwendig, Preisanpassungen laufend umzusetzen. So wurden im Universaldienst die Tarife für Economy-Briefe für nicht zeitkritische Sendungen per 1. Juli 2022 und für Priority-Sendungen per 1. Oktober 2022 angehoben.

In der Division Paket & Logistik sind zwei unterschiedliche Trends ersichtlich. In den Regionen Österreich und Südost- und Osteuropa sollte die Entwicklung positiv bleiben, sodass im zweiten Halbjahr mit einem Umsatzzuwachs gerechnet wird. Am türkischen Markt, geprägt von Inflation und Währungsunsicherheit, ist eine genaue Prognose schwieriger. Der Divisionsumsatz für das Gesamtjahr 2022 wird somit leicht unter dem Vorjahr erwartet.

Der Umsatz der Division Filiale & Bank wird sich 2022 durch die Übernahme des ING Privatkund*innengeschäfts signifikant erhöhen. Priorität hat nun die Integration der neuen Einheit in die bank99 sowie der weitere Kund*innenhochlauf und die Erweiterung der Produktpalette.

Konzernergebnis 2022

Der Ausblick auf das Ergebnis 2022 bleibt angesichts der konjunkturellen und inflationären Trends unsicher. Unter der Voraussetzung einer weiterhin berechenbaren Energieversorgung prognostiziert die Österreichische Post ein Ergebnis zumindest in der Mitte der bereits kommunizierten Bandbreite (EBIT 2021: 205 Mio EUR, EBIT 2020: 161 Mio EUR).

Marktumfeld 2023

Die beschriebenen Makro-Themen werden durch hohe Faktorkostensteigerungen bei gleichzeitig konjunkturellem Gegenwind noch herausfordernder als im aktuellen Geschäftsjahr. Die Visibilität der Brief- und Paketmärkte ist daher für 2023 stark beeinträchtigt. Unvermeidbare kostenseitige Steigerungen gilt es in der Produkt- und Preisgestaltung zu berücksichtigen. Die Ertragsstärke muss auch weiterhin den hochwertigen operativen Betrieb gewährleisten als auch die notwendigen Investitionen in den Kapazitätsausbau und in den Umbau in eine nachhaltige, klimaneutrale Zustellung.

Das angepeilte Ziel des Unternehmens für 2023 ist es daher, mit einem Umsatzwachstum dem Kostenauftrieb zu begegnen und somit ein möglichst stabiles Ergebnis zu erzielen.

Investitionsprogramm 2022

Das Investitionsprogramm beinhaltet die Finalisierung der Kapazitätserweiterung für Paketdienstleistungen in Österreich sowie den Ausbau des nachhaltigen Fuhrparks in Richtung E-Mobilität. Basis der Investitionstätigkeit 2022 sind Instandhaltungsmaßnahmen (Maintenance CAPEX) in Österreich, Südost- und Osteuropa sowie der Türkei in der Größenordnung von ca. 100 Mio EUR. Darüber hinaus sind auch wieder Wachstumsinvestitionen von etwa 80 Mio EUR in Österreich (Growth CAPEX) vorgesehen.