

15.03.2011 – 07:34 Uhr

EANS-Adhoc: Österreichische Post AG /

Ad-hoc-Mitteilung übermittelt durch euro adhoc mit dem Ziel einer europaweiten Verbreitung. Für den Inhalt ist der Emittent verantwortlich.

Jahresgeschäftsbericht

15.03.2011

ÖSTERREICHISCHE POST 2010: UMSATZ AUF VERGLEICHBARER BASIS SOWIE ERGEBNIS VERBESSERT (EBIT +5,0%) DIVIDENDENVORSCHLAG VON 1,60 EUR/AKTIE

- Umsatz verbessert - Umsatz auf vergleichbarer Basis um 0,3% über Vorjahresniveau - Division Brief -0,5%, Paket & Logistik +4,4% - Ergebnis gesteigert - EBITDA von 262,1 Mio EUR (Marge von 11,1%) - EBIT +5,0% auf 156,9 Mio EUR - Free Cashflow ermöglicht attraktive Dividende - Free Cash-Flow von 153,6 Mio EUR (2,3 EUR/Aktie) - Dividendenvorschlag an die Hauptversammlung: 1,60 EUR/Aktie - Ausblick 2011 mit Wachstumsziel - Umsatzwachstum 2011 von 1-2% angepeilt - EBITDA-Marge am oberen Ende der Zielbandbreite 10-12%

DIE ÖSTERREICHISCHE POST IM ÜBERBLICK Das Jahr 2010 ist für Österreichische Post sehr zufriedenstellend verlaufen. Das zeigt sich einerseits an der Entwicklung der Kennzahlen, andererseits aber auch daran, dass die grundlegende Strategie aufgegangen ist. Die tendenziell rückläufigen Volumina an adressierten Briefen konnten durch zusätzliche Erlöse - vor allem aus dem Paket- und Logistikgeschäft - mehr als kompensiert werden. Mit einer Steigerung des Umsatzes um 0,3% auf 2.351,1 Mio EUR - auf vergleichbare Basis bereinigt um die geänderte Verrechnung von Prepaid- Telefonwertkarten - ist das Geschäft der Österreichischen Post 2010 früher auf den Wachstumspfad eingeschwenkt als vorhergesehen.

Der Umsatz der Division Brief verzeichnete 2010 einen Rückgang von lediglich 0,5%. Der Trend der elektronischen Substitution von Briefen sowie der Rückgang bei hochwertigen Briefsendungen hielten an. Intensive Anstrengungen zur Kundengewinnung, aber auch Sondereffekte durch zahlreiche Wahltermine und einen zusätzlichen Arbeitstag im Jahr 2010 wirkten diesem Trend jedoch ebenso entgegen wie eine positive Entwicklung bei Werbesendungen.

Positiv zeigte sich das Bild 2010 in der Division Paket & Logistik. Obwohl die Preissituation angespannt blieb, konnten hier sowohl die Sendungsvolumina gesteigert als auch neue Kunden gewonnen werden. Dadurch gelang es einerseits, den Umsatz um insgesamt 4,4%, in Österreich sogar um 9,6% und in Deutschland auf vergleichbarer Basis um 8,5% zu steigern, und andererseits mit einem EBIT von 10,5 Mio EUR nach minus 9,3 Mio EUR in 2009 einen Turnaround zu erzielen. In der Division Filialnetz spiegelt sich das geänderte Konsumentenverhalten sowohl im Rückgang des Briefvolumens in den Postfilialen als auch bei Telekommunikationsprodukten und Bankdienstleistungen wider. Plangemäß fortgesetzt wurde daher der Umbau des Filialnetzes mit einer Ausweitung von 1.552 auf 1.850 Standorte und davon bereits 1.117 Post Partner nach 418 zum Jahresanfang 2010.

Angesichts des externen Drucks auf die Umsatzentwicklung ist die Disziplin beim Personal- und Sachaufwand des Konzerns von großer Bedeutung. Durch entsprechende Kostenreduktionen erhöhte sich das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) um 5,0% auf 156,9 Mio EUR. Die Ertragskraft mit einer EBITDA Marge von 11,1%, eine solide Bilanz und hoher Free Cash Flow ermöglichen auch weiterhin eine attraktive Dividendenpolitik. Der Vorstand schlägt daher der Hauptversammlung für 2010 die Zahlung einer Dividende von 1,60 EUR pro Aktie vor (plus 6,7%).

"In Fortsetzung unserer Strategie werden wir auch weiterhin alles daran setzen, den aus der elektronischen Substitution im Briefbereich resultierenden Umsatzdruck durch Wachstum in anderen Geschäftsfeldern zu kompensieren", so Generaldirektor Dr. Georg Pözl. "In Summe peilen wir 2011 ein Umsatzwachstum von 1-2% an, und die EBITDA Marge sollte am oberen Ende unserer Zielbandbreite von 10-12% liegen".

Umsatzentwicklung der Divisionen (Mio EUR): Umsatz gesamt* 2009: 2.356,9; 2010: 2.351,1 (-0,2%) Umsatz vergleichbare Basis 2009: 2.343,5; 2010 2.351,1 (+0,3%) Brief 2009: 1.396,8; 2010 1.389,4 (-0,5%)

Paket&Logistik 2009: 768,4; 2010 802,0 (4,4%) Filialnetz* 2009: 189,6; 2010: 157,9 (-16,7%) Corporate 2009: 4,4; 2010 5,1 (15,7%) Konsolidierung 2009: -2,2; 2010: -3,1 (40,5%) Werktage in Österreich**: 2009: 251; 2010: 252

*) Umsatzdarstellung 2009 mit 13,3 Mio EUR Umsatz für Prepaid-Telefonwertkarten **) Kalenter-Werktage

Die Umsatzentwicklung der Österreichischen Post war 2010 positiv. Es ist gelungen den Umsatz auf vergleichbarer Basis um 0,3% oder 7,6 Mio EUR auf 2.351,1 Mio EUR zu steigern. Im Jahr 2009 waren gemäß der ursprünglichen Umsatzdarstellung noch 13,3 Mio EUR Umsatz mit Prepaid-Telefonwertkarten gebucht worden. Während das Briefgeschäft wie erwartet rückläufig war, konnte im Bereich Paket & Logistik über den Jahresverlauf ein stetiges Wachstum verzeichnet werden und den Rückgang mehr als ausgleichen. In der Division Brief reduzierte sich der Umsatz 2010 lediglich um 0,5%. Die Trends der elektronischen Substitution von Briefen, des Rückgangs hochwertiger Briefsendungen und der reduzierten Sendungsgewichte hielten weiter an und führten bei der Briefpost zu einem Rückgang um 2,5%. Intensive Anstrengungen zur Kundengewinnung, Sondereffekte durch zahlreiche Wahltermine und ein zusätzlicher Arbeitstag in 2010 sowie eine positive Entwicklung bei Werbesendungen (plus 1,8%) wirkten diesem Trend entgegen. In der Division Paket & Logistik war 2010 ein stetiger Volumensanstieg festzustellen. Obwohl die Preissituation angespannt blieb, konnten eine Steigerung der Mengenentwicklung und ein Zuwachs an Neukunden verzeichnet werden. Die Umsatzsteigerung lag trotz der Beendigung unrentabler Geschäfte der Transportlogistik bei 4,4%, in Österreich verbesserte sich der Umsatz sogar um 9,6%, in Deutschland lag die Steigerung auf vergleichbarer Basis bei 8,5%.

Die Umsatz- und Organisationsstruktur im Filialnetz unterliegt aktuell einem Wandel. Der Umsatz verringerte sich vor diesem Hintergrund um 31,7 Mio EUR, die Gesamtkosten wurden gleichzeitig um 34,7 Mio EUR reduziert. In der Umsatzdarstellung 2009 waren noch 13,3 Mio EUR Umsatz Prepaid-Telefonwertkarten inkludiert. Auch die Innenumsätze reduzierten sich wegen der verstärkten Direktabholung von Briefen und Paketen bei Großkunden um 13,7 Mio EUR.

Gewinn- und Verlustrechnung (Mio EUR): Umsatzerlöse 2009: 2.356,9; 2010: 2.351,1 (-0,2%) EBITDA 2009: 269,2; 2010: 262,1 (-2,6%) EBIT 2009: 149,4; 2010: 156,9 (5,0%) Periodenergebnis 2009: 79,7; 2010 118,4 (48,5%) Ergebnis je Aktie (EUR) 2009: 1,18; 2010 1,75 (48,5%)

Um dem Umsatzdruck entgegenzuwirken, steht die Österreichische Post vor der Herausforderung, ihre Produktivität und Effizienz stetig zu verbessern. Die größte Aufwandsposition der Österreichischen Post ist mit etwa 50% des Umsatzes der Personalaufwand, der mit 1.120,7 Mio EUR im Jahresvergleich um 1,6% bzw. 18,6 Mio EUR reduziert werden konnte.

Der operative Personalaufwand - vor Restrukturierungsaufwendungen und vor Rückstellungen für Unterauslastung - konnte 2010 um mehr als 30 Mio EUR reduziert werden. Einsparungen ergaben sich hier aus der Ausnutzung der Fluktuation im Unternehmen sowie durch einen neuen Kollektivvertrag, der bereits seit August 2009 gültig ist. Im Jahresdurchschnitt erfolgte 2010 eine Personalreduktion um 952 auf 24.969 Mitarbeiter. Mit dieser Veränderung in Zusammenhang stehen diverse Restrukturierungsaufwendungen von ca. 65 Mio EUR. Darin inkludiert sind etwa Aufwendungen für Personalabfindungen für Mitarbeiter, die die Möglichkeit der Übergangskarenzierung bis zum Pensionsantritt angenommen haben, sowie Abfertigungen und Restrukturierungsrückstellungen. Das EBITDA des Österreichischen Post Konzerns lag 2010 bei 262,1 Mio EUR und mit einer EBITDA-Marge von 11,1% somit in der Zielbandbreite von 10-12%. Da der eingetretene Umsatzrückgang kostenseitig mehr als kompensiert werden konnte, verbesserte sich das EBIT der Österreichischen Post 2010 um 5,0% auf 156,9 Mio EUR. Die EBIT-Marge beträgt 6,7%. Freiwillige Personalabfindungsaufwendungen werden seit dem Geschäftsjahr 2010 im jeweiligen Segment erfasst. Zuvor wurden sie im Segment "Corporate" dargestellt. Zur besseren Vergleichbarkeit wird die Entwicklung der Divisionsergebnisse vor diesen Aufwendungen erläutert: Die Division Brief erwirtschaftete 2010 einen EBIT-Anstieg um 17,1 Mio EUR auf 238,2 Mio EUR, in der Division Paket & Logistik konnte das EBIT um 20,3 Mio EUR auf 11,0 Mio EUR gesteigert werden, und die Division Filialnetz verzeichnete einen Rückgang um 11,0 Mio EUR auf minus 20,2 Mio EUR. In Summe sind im Konzern freiwillige

Personalabfindungsaufwendungen von 17,8 Mio EUR angefallen, der größte Anteil davon entfiel mit 10,6 Mio EUR auf die Division Filialnetz. Das EBIT des Bereichs Corporate hat sich vor freiwilligen Personalabfindungsaufwendungen von minus 44,2 Mio EUR auf minus 54,3 Mio EUR verändert. Hier sind unter anderem nicht weiter verrechnete Aufwendungen zentraler Abteilungen, Aufwendungen im Zusammenhang mit leer stehenden Immobilien sowie die Veränderung von Personalarückstellungen enthalten. Die Ergebnisreduktion ist primär durch eine Restrukturierungsrückstellung für die Redimensionierung des Filialnetzes verursacht.

Das sonstige Finanzergebnis des Österreichischen Post Konzerns betrug 2010 minus 8,2 Mio EUR nach minus 24,6 Mio EUR im Jahr 2009. Im Finanzergebnis des Vorjahres war eine Wertminderung des Anteils am Konsortium der BAWAG P.S.K. in Höhe von 20,0 Mio EUR enthalten. Das Ergebnis vor Steuern erhöhte sich von 124,8 Mio

EUR auf 148,7 Mio EUR. Nach Abzug von Steuern im Ausmaß von 30,3 Mio EUR ergibt sich ein Periodenergebnis (Ergebnis nach Steuern) von 118,4 Mio EUR. Dies entspricht 1,75 EUR je Aktie für das Geschäftsjahr 2010 (2009: 1,18 EUR je Aktie).

SOLIDE BILANZ MIT HÖHEREM ZAHLUNGSMITTELBESTAND Die Österreichische Post folgt einer risikoaversen Geschäftsgebarung. Dies zeigt sich an der hohen Eigenkapitalquote, den geringen Finanzverbindlichkeiten und dem hohen Zahlungsmittelbestand. In Summe verfügt der Österreichische Post Konzern zum 31. Dezember 2010 über Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente von insgesamt 313,1 Mio EUR und über Finanzinvestitionen in Wertpapiere von 48,3 Mio EUR. Somit ist der Bestand an Finanzmitteln im Jahr 2010 von 350,5 Mio EUR auf 361,3 Mio EUR gestiegen. Die Finanzverbindlichkeiten betragen lediglich 79,1 Mio EUR.

CASH-FLOW Die Vergleichbarkeit des Cashflows aus dem Ergebnis der Jahre 2010 und 2009 ist durch Sondereffekte stark beeinträchtigt. Es fielen in diesen Jahren unterschiedlich hohe Steuerzahlungen an. Darüber hinaus erfolgte 2010 eine Umgliederung von langfristigen Rückstellungen in Verbindlichkeiten und in kurzfristige Rückstellungen. Diese Umbuchungsvorgänge bedingten gleichzeitig auch den starken Anstieg des Cashflows aus der Veränderung des Nettoumlaufvermögens im Jahr 2010 auf 44,9 Mio EUR. In Summe wurde 2010 ein Cashflow aus Geschäftstätigkeit in Höhe von 178,9 Mio EUR nach 230,0 Mio EUR im Vergleichszeitraum des Vorjahres erzielt. Lässt man die Steuerzahlungen außer Acht - diese waren 2010 durch hohe Einmaleffekte geprägt - so lag der Cashflow aus der Geschäftstätigkeit vor Steuern bei 240,8 Mio EUR (nach 254,8 Mio EUR im Jahr 2009). Diese Differenz inkludiert den erhöhten Finanzmittelbedarf für Restrukturierungsausgaben in 2010. Der ausgewiesene Free Cashflow beträgt 153,6 Mio EUR bzw. 2,3 EUR/Aktie. Die vorgeschlagene Dividende von 1,60 EUR je Aktie entspricht in Summe 108,1 Mio EUR.

MITARBEITER Die durchschnittliche Zahl der Mitarbeiter (umgerechnet in Vollzeitkräfte) des Österreichischen Post Konzerns verringerte sich im Berichtszeitraum gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 3,7% oder 952 Mitarbeiter auf nunmehr 24.969. Dabei war in allen Divisionen außer Paket & Logistik ein Rückgang an Mitarbeitern zu verzeichnen. Der weitaus größte Teil der Konzernmitarbeiter (in Vollzeitkräften) ist in der Österreichischen Post AG beschäftigt (20.695). Nahezu 4.300 Mitarbeiter arbeiten in den Tochtergesellschaften.

AUSBLICK Für das Jahr 2011 ist mit denselben internationalen makroökonomischen Trends zu rechnen, die bereits 2010 bestanden hatten. Die elektronische Substitution von Briefen, Liberalisierungseffekte sowie Volumenswachstum bei Paketdienstleistungen werden die Geschäftsentwicklung wesentlich beeinflussen.

Die Österreichische Post geht für 2011 davon aus, dass das Sendungsvolumen bei adressierten Briefen im Einklang mit internationalen Trends auch in Österreich um 3% bis 5% rückgängig sein wird. Dies wird primär durch elektronische Substitution von Briefen bei tendenziell steigenden Mengen an Werbesendungen bedingt.

In der Division Paket & Logistik wird aufgrund der sich verbessernden internationalen Rahmenbedingungen mittelfristig und auch im Jahr 2011 mit einem Wachstum von über 6% pro Jahr gerechnet. Basierend auf diesen Volumenschätzungen peilt die Österreichische Post 2011 auf Konzernebene einen Umsatzzuwachs von 1% bis 2% an. Unter Berücksichtigung der nunmehrigen at equity Konsolidierung der 65%-Beteiligung MEILLERGHF sollte es - auf vergleichbarer Basis - somit möglich sein, den Volumensdruck aus der elektronischen Briefsubstitution zu kompensieren.

Im Rahmen des Strategieprogramms werden auch weiterhin eine Reihe operativer Maßnahmen umgesetzt, um sowohl umsatzseitige Wachstumschancen zu nutzen als auch kostenseitige Einsparungspotenziale zu realisieren. Ziel ist es, die hohe Ertragskraft zu erhalten und eine nachhaltige EBITDA-Marge von 10% bis 12% zu erzielen. Auch für das Jahr 2011 ist diese Bandbreite gültig. Nach der veränderten Konsolidierungsform der Gesellschaft MEILLERGHF wird das obere Ende dieser Bandbreite angestrebt. Der erwirtschaftete operative Cashflow wird auch weiterhin primär für Zukunftsinvestitionen und Dividendenzahlungen verwendet. Die erwarteten Finanzierungserfordernisse sehen in den nächsten Jahren

Anlageninvestitionen von etwa 80 bis 90 Mio EUR vor. Dies sind primär Ersatzinvestitionen in bestehende Anlagen sowie Investitionen in neue, effizienzsteigernde Sortieranlagen. In der internationalen Ausrichtung haben die Performancesteigerung und der Ausbau bestehender Netze oberste Priorität. Eventuelle Akquisitionen sind nur im Kerngeschäft der Österreichischen Post und auch nur für Unternehmen mit wachstumsbasierten Geschäftsmodellen vorgesehen. Aktuell sind keine großen Akquisitionsziele absehbar.

Für das Geschäftsjahr 2010 wird der Vorstand der Österreichischen Post der nächsten Hauptversammlung am 28. April 2011 eine Dividende von 1,60 EUR je Aktie vorschlagen. Basierend auf einer soliden Bilanzstruktur und der Erwirtschaftung entsprechender Cashflows soll die bestehende attraktive Dividendenpolitik auch mittelfristig fortgesetzt werden: Unter der Voraussetzung einer weiterhin guten Geschäftsentwicklung wird die Österreichische Post zumindest 75% des Nettoergebnisses (Periodenergebnis) an die Aktionäre ausschütten. Die Dividende soll sich mit dem Konzernergebnis weiterentwickeln.

GESCHÄFTSENTWICKLUNG DER DIVISIONEN DIVISION BRIEF

Der Außenumsatz der Division Brief reduzierte sich 2010 gegenüber 2009 um 0,5% auf 1.389,4 Mio EUR und zeigt damit eine bessere Entwicklung, als noch zu Jahresbeginn angenommen. Intensive Anstrengungen zur Kundengewinnung wirkten dem rückläufigen Volumenstrend aus der elektronischen Substitution von Briefen ebenso entgegen wie positive Sondereffekte durch zahlreiche Wahlen und einen Arbeitstag mehr im Jahr 2010.

Das Geschäftsfeld Briefpost verzeichnete wie prognostiziert einen Umsatzrückgang, und zwar um 2,5% oder 18,9 Mio EUR. Der Trend zur Substitution von Briefen durch elektronische Medien hält weiterhin an, so etwa in den Kundensegmenten Finanz und Telekommunikation. Darüber hinaus sind in einigen Bereichen - auch im öffentlichen Sektor - geringere Mengen an eingeschriebenen Briefen festzustellen. Als positive Einmaleffekte sind der Versand von Reisepässen und Sozialversicherungskarten zu nennen. Im Geschäftsfeld Infomail (adressierte und unadressierte Werbesendungen) erhöhte sich der Umsatz 2010 hingegen um 1,8% oder 9,6 Mio EUR. Die Anstrengungen zur Gewinnung von Neukunden waren erfolgreich und konnten Ausfälle von Großkunden aus dem Jahr 2009 mehr als kompensieren. Impulse kommen darüber hinaus vom Versandhandel und durch die Wahlen des Jahres 2010. In Summe war eine positive Volumensentwicklung - allerdings mit geringeren durchschnittlichen Sendungsgewichten - zu registrieren. Der Direct Mail- Produzent meiller direct entwickelt sich umsatzmäßig 2010 nahezu stabil. Das Unternehmen wurde Ende 2010 in ein Joint-Venture mit der Schweizerischen Post eingebracht. Das neu entstandene Unternehmen MEILLERGHP - die Österreichische Post hält daran 65% - wird seit 20. Dezember 2010 at equity konsolidiert.

Im Geschäftsfeld Medienpost war aufgrund von Zuwächsen bei Firmenzeitungen und durch regionale Wahlen eine Umsatzsteigerung von 1,4% oder 1,9 Mio EUR zu verzeichnen.

In Summe konnte das EBITDA vor freiwilligen Personalabfindungsaufwendungen der Division Brief 2010 um 2,6% auf 278,2 Mio EUR verbessert werden, das EBIT vor diesen Aufwendungen erhöhte sich um 7,7% auf 238,2 Mio EUR. Diese Ergebnisverbesserung ist primär auf Effizienzsteigerungen zurückzuführen, da sowohl Sachkosten als auch Personalkosten reduziert werden konnten. Die freiwilligen Personalabfindungsaufwendungen betrugen 3,3 Mio EUR.

DIVISION PAKET & LOGISTIK Der Außenumsatz der Division Paket & Logistik erhöhte sich 2010 auf Basis einer guten Mengenentwicklung um 4,4% auf 802,0 Mio EUR. Während damit nun wieder erfreuliche Volumenssteigerungen zu verzeichnen sind, bleibt der Preisdruck allerdings nach wie vor hoch.

Mit dem Produktsegment "Premiumpaket" (Paketzustellung innerhalb von 24 Stunden) wurde 2010 ein Umsatz von 630,5 Mio EUR erzielt. Dies bedeutet einen Anstieg um 1,0%, dessen Vergleichbarkeit allerdings durch die Einstellung verlustbringender Aktivitäten der Transportlogistik Mitte 2009 in Deutschland beeinträchtigt ist. Auf bereinigter Umsatzbasis konnte in diesem Produktsegment in Deutschland - im Wesentlichen durch die Gewinnung von Neukunden - ein Anstieg von 8,5% verzeichnet werden. Die deutsche Tochtergesellschaft trans-o-flex erwirtschaftete dabei rund drei Viertel des Premiumpaket-Umsatzes. Sehr positiv entwickelte sich das Geschäftskundenpaket auch weiterhin in Österreich, hier mit einem Marktanteil von 15%, sowie in Südost-/Osteuropa.

Größere Zuwachsraten verzeichnete das Produktsegment "Standardpaket" in Österreich mit einer Umsatzsteigerung um 19,5% auf 160,8 Mio EUR. Organisches Wachstum, neue Versand-handelsmengen seit Juni 2009 sowie Volumensverschiebungen vom Premiumsegment in das Standardsegment waren dafür ausschlaggebend. Das Ergebnis der Division Paket & Logistik verdeutlicht den klaren Turnaround. Mit einem EBIT vor freiwilligen Personalabfindungsaufwendungen von 11,0 Mio EUR wurde eine Verbesserung zum Vorjahr von 20,3 Mio EUR erreicht.

DIVISION FILIALNETZ Die Organisation des Filialnetzes der Österreichischen Post unterliegt einem Wandel, der sich sowohl auf den Umsatz als auch auf die Kostenstruktur auswirkt. Der Außenumsatz der Division verringerte sich entsprechend um 31,7 Mio EUR, die Gesamtkosten wurden um 34,7 Mio EUR reduziert. Gemäß der ursprünglichen Umsatzdarstellung waren 2009 noch 13,3 Mio EUR Umsatz mit Prepaid-Telefonwertkarten inkludiert. Im Geschäftsjahr 2009 wurden das Wertkartennominale im Umsatz und der dazugehörige Wareneinsatz im Materialaufwand ausgewiesen. Seit 2010 wird hingegen nur noch die Provision verbucht. Darüber hinaus hat sich der Umsatz mit Handelswaren rückläufig entwickelt. Insbesondere bei Produkten der Mobiltelefonie ist eine Marktsättigung festzustellen. Bei Finanzdienstleistungen und den damit verbundenen Provisionserträgen war ein Rückgang zu verzeichnen, der auf die reduzierten Margen infolge des derzeit niedrigen Zinsniveaus zurückzuführen ist. Auch die Postdienstleistungen (Innenumsatz) haben sich 2010 um 7,4% bzw. 13,7 Mio EUR weiter reduziert. Das Volumen an Briefen, die über das Filialnetz eingeliefert werden, geht grundsätzlich zurück. Im Sinne verstärkter Serviceaktivitäten werden darüber hinaus vermehrt Briefe bei Großkunden direkt abgeholt.

