15.11.2017 – 07:36 Uhr

EANS-News: Österreichische Post AG Q1?3 2017: ANSTIEG BEI UMSATZ UND ERGEBNIS

Corporate News übermittelt durch euro adhoc. Für den Inhalt ist der Emittent verantwortlich.

Geschäftszahlen/Bilanz

Wien -
Umsatzanstieg getragen von dynamischem Paketwachstum
- Umsatzanstieg um 2,1 % auf 1.404,7 Mio EUR (exkl. trans-o-flex)
- Briefrückgang (-2,2 %) durch Paketwachstum (+17,8 %) mehr als kompensiert
Ausbau des Serviceangebots und der Logistikstrukturen
- Umfangreiche österreichweite Kapazitätserweiterungen in der Paketlogistik
- Weiterentwicklung des Leistungsportfolios gemäß aktueller Kundenbedürfnisse
Ergebnisanstieg auf Basis der guten Umsatzentwicklung
- EBIT um 3,3 % auf 139,9 Mio EUR verbessert
- Anstieg des Ergebnisses je Aktie auf 1,57 EUR
Ausblick 2017 und 2018
- Leicht steigender Konzernumsatz 2017 prognostiziert (2016: 1.895,6 Mio EUR)
- EBIT 2017 zumindest auf dem Niveau des Vorjahres angepeilt
- Auch 2018 Stabilität hinsichtlich Umsatz- und EBIT-Entwicklung angestrebt

Der Konzernumsatz der Österreichischen Post erreichte in den ersten drei Quartalen des laufenden Geschäftsjahres 1.404,7 Mio EUR. Bereinigt um die im April 2016 verkaufte trans-o-flex entspricht das einem Anstieg um 2,1 %. Auf Basis der guten Umsatzentwicklung und gepaart mit konsequenter Kostendisziplin lag das Betriebsergebnis (EBIT) mit 139,9 Mio EUR um 3,3 % über dem Niveau des Vorjahres. "Wir sind sehr zufrieden mit der Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten, die vor allem vom dynamischen Paketwachstum getragen wurde. Wir konnten unsere starke Wettbewerbsposition in diesem hart umkämpften Markt - aufgrund der ausgezeichneten Zustellqualität und des breiten Angebots an individuellen Kundenlösungen - auch in der Berichtsperiode gut behaupten. Die solide Ertragsentwicklung ist ein Beleg dafür, dass die Strategie, Synergien in der Zustellung von Briefen und Paketen intensiver zu nutzen, richtig ist", kommentiert Generaldirektor DI Dr. Georg Pölzl.

Zwtl.: Rückgang im Brief durch Paketwachstum kompensiert

Der Umsatz der Division Brief, Werbepost & Filialen verringerte sich im Berichtszeitraum um 2,2 % auf 1.054,6 EUR. Die rückläufige Umsatzentwicklung in den ersten neun Monaten 2017 war vor allem auf den anhaltenden Trend der elektronischen Substitution des klassischen Briefs zurückzuführen. Im österreichischen Werbegeschäft ist ein Anstieg im unadressierten Bereich zu verzeichnen, während sich der Umsatz mit adressierten Werbesendungen reduzierte. Der Umsatz der Division Paket & Logistik erhöhte sich in den ersten drei Quartalen des laufenden Geschäftsjahres um 17,8 % auf 350,0 Mio EUR (exkl. trans-o-flex). Dieses starke Wachstum ist vor allem auf den anhaltenden E-Commerce-Trend zurückzuführen, der zu einem deutlichen Anstieg bei Privatkundenpaketen führte. Der Umsatzbasistrend in den ersten neun Monaten 2017 wird mit etwas über 10 % eingeschätzt. In der Berichtsperiode umsatzerhöhend wirkten Zusatzumsätze durch die neue Produktstruktur rund um das "Päckchen", ein speziell auf die Anforderungen von Online-Bestellungen ausgerichtetes Leistungsangebot, das von den Kunden sehr gut angenommen wird.

Zwtl.: Konsequente Ausrichtung auf Kundenbedürfnisse

Die Österreichische Post ist unangefochtener Marktführer in der Zustellung von

Briefen, Werbesendungen und Paketen. "Wir müssen weiterhin unser Leistungsangebot kontinuierlich verbessern und an unseren hohen Qualitätsstandards arbeiten, um unseren Wettbewerbsvorsprung auch zukünftig zu halten bzw. auszubauen", so Georg Pölzl. Im Paketbereich profitiert die Österreichische Post von einem dynamischen Marktwachstum. Die damit verbundene Wettbewerbsintensität und der Preisdruck werden weiterhin hoch bleiben, gleichzeitig steigen die Kundenanforderungen hinsichtlich Qualität und Zustellgeschwindigkeit. So wird die Ausweitung des Serviceangebots mit Selbstbedienungs- und Online-Lösungen, die den Paketversand und -empfang noch einfacher und bequemer machen, kontinuierlich vorangetrieben. Beispielsweise soll die Anzahl an Selbstbedienungs-Lösungen mittelfristig mehr als verdoppelt werden. Auch im Bereich Paketlogistik hat die Österreichische Post viel vor: "Um das stark wachsende Paketvolumen auch in Zukunft zu meistern, bereiten wir ein österreichweites Kapazitätserweiterungsprogramm vor. Mittelfristig soll die Sortierleistung auf 100.000 Pakete pro Stunde mehr als verdoppelt werden", ergänzt Georg Pölzl.

Auch im Briefbereich ist die Österreichische Post gefordert, ihr Leistungsangebot an aktuelle Kundenbedürfnisse anzupassen. Die Kunden fordern ein breites Leistungsspektrum mit einem hohen Maß an Wahlfreiheit auch hinsichtlich der Zustellgeschwindigkeit. Das stationäre Finanzdienstleistungsgeschäft ist strukturell rückläufig, umso mehr gilt es daher den Kundenbedürfnissen entsprechende zeitgemäße Finanzdienstleistungen zu definieren. "Wir evaluieren derzeit strategische Optionen und potenzielle Partnerschaften im Finanzdienstleistungsgeschäft, um ein nachhaltig zukunftsfähiges Angebot zu gestalten", so Georg Pölzl und ergänzt: "Wir sehen das Finanzdienstleistungsgeschäft weiterhin als wichtigen Bestandteil unserer Geschäftstätigkeit, da es eine sinnvolle und effiziente Ergänzung zum Postdienstleistungsangebot darstellt."

Zwtl.: Klare Positionierung: Verlässlichkeit und Stabilität

Die solide Entwicklung in den ersten neun Monaten 2017 sollte es der Österreichischen Post ermöglichen, ihrer klaren Kapitalmarktpositionierung als verlässlicher Dividendentitel treu zu bleiben. So rechnet die Österreichische Post für das Gesamtjahr 2017 mit einer leicht positiven Umsatzentwicklung und peilt ein operatives Ergebnis an, das zumindest auf dem Niveau des Vorjahres liegen sollte. "Auch für das Jahr 2018 streben wir Stabilität hinsichtlich Umsatz- und Ergebnisentwicklung an", so Georg Pölzl abschließend.

Die Vollversion des Ausblicks sowie Detailinformationen (Auszüge) aus dem Zwischenbericht Q1-3 2017 finden Sie im Anschluss an die Kennzahlentabelle. Der komplette Bericht ist im Internet unter www.post.at/ir --> Reporting verfügbar.

Zwtl.: KENNZAHLEN

			Veränderung			
Mio EUR	Q1-3 2016	Q1-3 2017	%	Mio EUR	Q3 2016	Q3 2017
Umsatz ohne trans-o-flex	1.375,5	1.404,7	2,1 %	29,1	439,3	451,0
Umsatz	1.510,4	1.404,7	-7,0 %	-105,7	439,3	451,0
davon Division Brief, Werbepost & Filialen	1.078,3	1.054,6	-2,2 %	-23,7	341,6	333,7
davon Division Paket & Logistik	432,0	350,0	-19,0 %	-82,0	97,7	117,2
Division Paket & Logistik exkl. trans-o-flex	297,2	350,0	17,8 %	52,8	97,7	117,2
davon Corporate	0,0	0,1	-	0,1	0,0	0,1
Sonstige betriebliche Erträge	50,1	40,4	-19,4 %	-9,7	14,0	12,7
Materialaufwand und Aufwand für bezogene	-384,0	-296,5	22,8 %	87,5	-97,7	-100,2

Leistungen						
Personalaufwand	-784,8	-744,8	5,1 %	40,0	-239,5	-230,4
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-200,2	-206,7	-3,2 %	-6,5	-61,1	-80,0
Ergebnis aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen	0,3	1,7	>100 %	1,4	-0,3	2,4
EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen)	191,8	198,7	3,6 %	7,0	54,6	55,4
Abschreibungen	-56,3	-58,8	-4,5 %	-2,5	-17,8	-17,7
EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern)	135,5	139,9	3,3 %	4,4	36,8	37,7
davon Division Brief, Werbepost & Filialen	197,6	200,0	1,2 %	2,4	54,4	55,1
davon Division Paket & Logistik	24,7	28,9	17,0 %	4,2	7,8	10,0
davon Division Corporate/ Konsolidierung	-86,9	-89,1	-2,5 %	-2,2	-25,4	-27,3
Sonstiges Finanzergebnis	-1,3	0,6	>100 %	1,9	-0,8	0,7
EBT (Ergebnis vor Steuern)	134,2	140,6	4,7 %	6,3	36,1	38,5
Ertragsteuern	-33,8	-34,7	-2,6 %	-0,9	-9,4	-8,8
Periodenergebnis	100,5	105,9	5,4 %	5,4	26,7	29,7
Ergebnis je Aktie (EUR)1	1,49	1,57	5,6 %	0,08	0,39	0,44
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	158,9	166,5	4,8 %	7,6	49,6	57,6
Investitionen in Sachanlagen (CAPEX)	-56,3	-49,5	12,2 %	6,8	-17,8	-21,5
Operativer Free Cashflow2	131,3	135,2	3,0 %	3,9	40,1	42,1

1 Unverwässertes Ergebnis je Aktie, bezogen auf 67.552.638 Stück Aktien
2 Free Cashflow vor Akquisitionen/Wertpapieren und vor neuer Unternehmenszentrale

Zwtl.: Auszüge aus dem Konzern-Lagebericht:

UMSATZENTWICKLUNG IM DETAIL
Der Konzernumsatz der Österreichischen Post reduzierte sich in den ersten drei Quartalen 2017 gegenüber dem Vergleichswert des Vorjahres um 105,7 Mio EUR auf 1.404,7 Mio EUR. Dieser Rückgang ist auf den Verkauf des Tochterunternehmens trans-o-flex im April 2016 zurückzuführen. Bereinigt um trans-o-flex erhöhte sich der Umsatz um 29,1 Mio EUR bzw. 2,1 %. Im dritten Quartal 2017 lag der Konzernumsatz mit 451,0 Mio EUR um 2,7 % über dem Vorjahr. Das dynamische Paketwachstum konnte die Umsatzrückgänge im Briefgeschäft in der Berichtsperiode mehr als kompensieren. Umsatzerhöhend wirkte zudem die Einführung einer vereinfachten Produktstruktur mit 1. Jänner 2017, die insbesondere ein den Anforderungen des E-Commerce-Marktes entsprechendes Sendungsangebot rund um das "Päckchen" umfasst. Demgegenüber standen im Vorjahresvergleich geringere Umsatzbeiträge aus Wahlen. In der separaten Betrachtung des dritten Quartals lagen die Wahlumsätze im Jahr 2017 aufgrund der Nationalratswahl über dem Vorjahr. Da im ersten Halbjahr 2017 keine wesentlichen Wahlen stattfanden, wurden in der gesamten Berichtsperiode jedoch bedeutend geringere Umsatzbeiträge aus Wahlen als noch im Vorjahr erzielt.
Der Umsatz der Division Brief, Werbepost & Filialen von 1.054,6 Mio EUR stammte zu 54,4 % aus dem Bereich Briefpost & Mail Solutions, zu 28,3 % aus Werbepost und zu 9,2 % aus Medienpost, also der Zustellung von Zeitungen und Magazinen. Zudem wurden 8,2 % des Umsatzes mit Filialdienstleistungen erwirtschaftet. Im

Bereich Briefpost & Mail Solutions lag der Umsatz in den ersten drei Quartalen 2017 mit 573,4 Mio EUR um 1,9 % unter dem Niveau des Vorjahres. Im dritten Quartal 2017 reduzierte sich der Umsatz in diesem Bereich um 1,7 % auf 177,8 Mio EUR. Positiv auf die Umsatzentwicklung wirkten Mix-Effekte durch die neue Produktstruktur und die Tarifanpassung einzelner Produkte wie beispielsweise des Rückscheinbriefs. Zudem waren in der Berichtsperiode vermehrte Einmalaussendungen einzelner Kunden - vor allem aus den Branchen Banken und Versicherungen - zu verzeichnen. Als gegenläufiger umsatzmindernder Effekt ist der Segmentwechsel der bulgarischen Tochtergesellschaft M&BM Express OOD zu nennen, die seit 1. Jänner 2017 in der Division Paket & Logistik dargestellt wird. Zudem zählte die Berichtsperiode einen Werktag weniger als die Vergleichsperiode des Vorjahres. Die rückläufige Volumenentwicklung infolge der Substitution von Briefen durch elektronische Kommunikationsformen setzte sich fort, unter Einbeziehung der erwähnten Umsatzeffekte lag der Basistrend der Volumenentwicklung in der Berichtsperiode bei etwa minus 5 %. Der Bereich Werbepost verzeichnete in den ersten neun Monaten 2017 einen Umsatzrückgang von 2,0 % auf 298,3 Mio EUR, im dritten Quartal 2017 reduzierte sich der Umsatz um 3,0 %. Ein wesentlicher Faktor für den Umsatzrückgang der ersten neun Monate war der Raum Südost- und Osteuropa, da sich die Österreichische Post in dieser Region auf den Paketbereich konzentriert und sich aus dem Briefgeschäft sukzessive zurückzieht. Der Umsatzrückgang im südost- und osteuropäischen Werbegeschäft betrug 3,3 Mio EUR und war vor allem durch die Entkonsolidierung der rumänischen Gesellschaft PostMaster s.r.l. begründet. Im österreichischen Werbegeschäft ist eine Zunahme im unadressierten Bereich (v.a. Lebensmittelhandel) zu verzeichnen, während sich die adressierte Werbepost rückläufig entwickelte. Insgesamt wurden in der Berichtsperiode weniger Werbeumsätze durch Wahlen generiert, wobei im Periodenvergleich des dritten Quartals die Umsatzbeiträge etwas höher ausfielen. Der Umsatz mit Medienpost reduzierte sich im Vergleich zum Vorjahr um 4,9 % auf 96,8 Mio EUR. Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf das rückläufige Abonnementgeschäft von Zeitungen und Magazinen zurückzuführen. Im dritten Quartal lag der Rückgang im Bereich Medienpost bei 5,3 %. Der Umsatz mit Filialdienstleistungen lag in den ersten neun Monaten 2017 mit 86,2 Mio EUR um 1,8 % unter dem Niveau des Vorjahres, im dritten Quartal reduzierte sich der Umsatz um 0,4 %. Bei Handelswaren wurde zwar ein Anstieg verzeichnet, der Umsatz mit Finanzdienstleistungen zeigte hingegen einen strukturell rückläufigen Trend.
Der Umsatz der Division Paket & Logistik reduzierte sich in den ersten drei Quartalen 2017 von 432,0 Mio EUR auf 350,0 Mio EUR. Abzüglich der mit April 2016 entkonsolidierten trans-o-flex, die im Vorjahr Umsatzerlöse von 134,8 Mio EUR beisteuerte, erhöhte sich der Divisionsumsatz um 17,8 %. Der Umsatzbasistrend in den ersten neun Monaten 2017 wird mit über 10 % eingeschätzt. In der Berichtsperiode umsatzerhöhend wirkte die Einführung der vereinfachten Produktstruktur rund um das neue Produkt "Päckchen" - ein speziell auf die Anforderungen von Online-Bestellungen ausgerichtetes Leistungsangebot. Zudem erfolgte mit 1. Jänner 2017 der Segmentwechsel der bulgarischen Tochtergesellschaft M&BM Express OOD, die in der Vergleichsperiode des Vorjahres noch in der Division Brief, Werbepost & Filialen erfasst wurde. Bereinigt um die M&BM Express OOD erhöhte sich der Umsatz der Division Paket & Logistik um 15,3 %.Das starke Wachstum im Paketgeschäft ist vor allem auf den anhaltenden E-Commerce-Trend zurückzuführen, der zu einem deutlichen Anstieg bei Privatkundenpaketen führte. Generell entwickelt sich der Paketmarkt in Österreich sehr dynamisch und zeigt zweistellige Wachstumsraten. Die Österreichische Post konnte auch in der Berichtsperiode am Marktwachstum partizipieren. Es herrscht weiterhin intensiver Wettbewerb, gleichzeitig nehmen die Anforderungen hinsichtlich Qualität und Zustellgeschwindigkeit sowie der Preisdruck zu. Eine Betrachtung nach Regionen zeigt, dass in den ersten drei Quartalen 80,0 % der Divisionsumsätze in Österreich erzielt wurden, 20,0 % der Umsätze entfielen auf die Tochtergesellschaften in Südost- und Osteuropa. Sowohl das Geschäft in Österreich als auch in den CEE-/SEE-Märkten zeigte deutliche Steigerungsraten. In Österreich wurde in den ersten neun Monaten 2017 ein Umsatzanstieg von 16,6 % und im dritten Quartal von 19,2 % erzielt. Für den Raum Südost- und Osteuropa wurde in den ersten neun Monaten ein Umsatzplus von 22,8 % ausgewiesen, wobei davon 7,4 Mio EUR auf den Segmentwechsel der M&BM Express OOD, Bulgarien, entfielen. Auf vergleichbarer Basis verbuchte der CEE-/SEE-Raum in den ersten drei Quartalen 2017 einen Umsatzanstieg von 9,8 %.

AUFWANDS- UND ERGEBNISENTWICKLUNG
Der Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen reduzierte sich in der

Berichtsperiode auf 296,5 Mio EUR nach 384,0 Mio EUR im Vorjahr. Unter Berücksichtigung des Verkaufs der trans-o-flex kam es bei dieser Aufwandsposition zu einem Anstieg, der vor allem auf zusätzlich bezogene Transportdienstleistungen durch gestiegene Paketmengen zurückzuführen war.
Der Personalaufwand der Österreichischen Post belief sich in den ersten drei Quartalen 2017 auf 744,8 Mio EUR, was einem Rückgang von 5,1 % entspricht. Auf vergleichbarer Basis, also ohne Berücksichtigung der trans-o-flex, lag der Personalaufwand der Berichtsperiode ebenfalls unter dem Niveau der Vergleichsperiode des Vorjahres. Durch die konsequente Fortführung der Maßnahmen zur Effizienzsteigerung und zur Verbesserung der Personalstruktur konnten die jährlichen kollektivvertraglichen Gehaltssteigerungen und Biennalsprünge kompensiert werden, wodurch der operative Personalaufwand leicht unter dem Vorjahresniveau lag. Zusätzlich zu den operativen Personalkosten umfasst der Personalaufwand der Österreichischen Post auch diverse nicht-operative Personalaufwendungen wie Abfertigungen und Rückstellungsveränderungen, die primär auf die spezifische Beschäftigungssituation beamteter Mitarbeiter der Österreichischen Post zurückzuführen sind. Diese nicht-operativen Personalaufwendungen inklusive Rückstellungsveränderungen durch Rechnungszinssatzanpassungen lagen mit 26,3 Mio EUR unter dem Niveau des Vorjahres. Die nicht-operativen Personalaufwendungen der Berichtsperiode entfielen vor allem auf Aufwendungen für Abfertigungen und Sozialplanmodelle. Gegenläufig wirkte ein positiver Ergebniseffekt in Höhe von 5,5 Mio EUR, der aus einer Anpassung der Rechnungszinssätze diverser Personalrückstellungen auf Basis der Entwicklung der internationalen Zinslandschaft resultierte.
Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen beliefen sich in der aktuellen Berichtsperiode auf 206,7 Mio EUR, was bereinigt um die verkaufte trans-o-flex einem deutlichen Anstieg im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Neben zusätzlichen Aufwendungen in den Bereichen EDV und Beratung war dieser Anstieg auch auf Aufwendungen im Zusammenhang mit periodenfremden Lohnnebenkosten zurückzuführen. Etwaige Ersatzleistungen für Rückforderungsansprüche für in Vorperioden bezahlte Lohnnebenkosten wurden neu bewertet und die korrespondierende Rückstellung um 8,9 Mio EUR erhöht.
Auf Basis der soliden Umsatzentwicklung erhöhte sich das EBITDA in den ersten neun Monaten 2017 um 3,6 % bzw. 7,0 Mio EUR auf 198,7 Mio EUR. Dies entspricht einer EBITDA-Marge von 14,1 %. Die Abschreibungen lagen mit 58,8 Mio EUR um 2,5 Mio EUR über dem Vorjahr. Während in der aktuellen Berichtsperiode Wertminderungen von insgesamt 5,4 Mio EUR durchgeführt wurden, fielen in der Vergleichsperiode des Vorjahres Wertminderungen im Ausmaß von 2,0 Mio EUR an. Damit wurde in den ersten neun Monaten 2017 mit 139,9 Mio EUR ein EBIT erreicht, das um 4,4 Mio EUR bzw. 3,3 % über dem Niveau des Vorjahres lag. Die EBIT-Marge beträgt 10,0 %.
Das Ergebnis vor Steuern erreichte demnach 140,6 Mio EUR im Vergleich zu 134,2 Mio EUR im Vorjahr. Der Steueraufwand betrug 34,7 Mio EUR, dies entspricht einem Anstieg von 0,9 Mio EUR im Vergleich zu den ersten neun Monaten 2016. Nach Abzug der Steuern ergibt sich damit für die Berichtsperiode ein Periodenergebnis (Ergebnis nach Steuern) von 105,9 Mio EUR, nach 100,5 Mio EUR im Vorjahr. Das unverwässerte Ergebnis pro Aktie erreichte demnach 1,57 EUR für die ersten neun Monate 2017 (Q1-3 2016: 1,49 EUR pro Aktie).
Nach Divisionen betrachtet, verzeichnete die Division Brief, Werbepost & Filialen in den ersten neun Monaten 2017 ein EBITDA von 217,8 Mio EUR. Dies entspricht einem Rückgang von 2,7 %. Das Divisions-EBIT verbesserte sich in der Berichtsperiode trotz rückläufiger Umsatzerlöse um 1,2 % auf 200,0 Mio EUR. Positiv auf das Ergebnis wirkten sich in der Berichtsperiode die Intensivierung der Logistiksynergien und die vermehrte Zustellung des neuen Produkts "Päckchen" durch die Brieflogistik aus.
Die Division Paket & Logistik generierte in den ersten neun Monaten 2017 ein EBITDA von 39,5 Mio EUR nach 33,2 Mio EUR im Vorjahr. Das EBIT lag bei 28,9 Mio EUR und damit um 17,0 % über der Vergleichsperiode 2016. Diese hohe Profitabilität ist vor allem auf die gute Auslastung der Logistikinfrastruktur im österreichischen Paketgeschäft zurückzuführen.
Die Division Corporate enthält Aufwendungen zentraler Einheiten des Konzerns, die nicht weiterverrechnet werden, sowie zugeordnete Personalrückstellungen und Vorsorgen. Darüber hinaus beinhaltet die Division die Bereiche Innovationsmanagement und Entwicklung neuer Geschäftsmodelle. Das EBIT der Division Corporate (inkl. Konsolidierung) reduzierte sich um 2,2 Mio EUR auf minus 89,1 Mio EUR. Ergebniserhöhend wirkte eine Anhebung des Rechnungszinssatzes für verzinsliche Personalrückstellungen. Als gegenläufiger Effekt sind erhöhte Aufwendungen für Sozialplanmodelle und im Zusammenhang mit

periodenfremden Lohnnebenkosten zu nennen.

CASHFLOW UND BILANZ

Der Cashflow aus der Geschäftstätigkeit erreichte in der Berichtsperiode 166,5 Mio EUR nach 158,9 Mio EUR im Vorjahr. Dies entspricht einem Anstieg von 7,6 Mio EUR, was zum Teil auf höhere Auszahlungen im Zusammenhang mit Rückstellungen in der Vergleichsperiode des Vorjahres zurückzuführen ist. Die Zahlungen für den Erwerb von Sachanlagen (CAPEX) lagen in den ersten neun Monaten 2017 mit 49,5 Mio EUR unter dem Wert des Vorjahres von 56,3 Mio EUR. Diese Differenz ist vor allem auf geringere Zahlungen im Zusammenhang mit dem Bau der neuen Unternehmenszentrale zurückzuführen, die in der aktuellen Berichtsperiode in Summe 18,8 Mio EUR betrugen. Der operative Free Cashflow erreichte 135,2 Mio EUR nach 131,3 Mio EUR im Vorjahr.

Die Österreichische Post setzt auf eine konservative Bilanz- und Finanzierungsstruktur. Dies zeigt sich an der hohen Eigenkapitalquote, den geringen Finanzverbindlichkeiten und der soliden Zahlungsmittelveranlagung mit möglichst geringem Risiko. Das Eigenkapital des Österreichischen Post Konzerns lag per 30. September 2017 bei 648,1 Mio EUR, dies ergibt eine Eigenkapitalquote von 43,3 %. Die Analyse der Finanzpositionen des Unternehmens zeigt einen hohen Bestand an Finanzmitteln. Hierzu zählen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 259,4 Mio EUR sowie Finanzinvestitionen in Wertpapiere in Höhe von 61,0 Mio EUR. Diesen Finanzmitteln stehen Finanzverbindlichkeiten von lediglich 6,3 Mio EUR gegenüber.

AUSBLICK 2017 UND 2018

Die Entwicklungen in den ersten drei Quartalen 2017 belegen die generellen Basistrends des Brief- und Paketgeschäfts. Im klassischen adressierten Briefgeschäft rechnet das Unternehmen für das Gesamtjahr 2017 mit Volumenrückgängen von etwa 5 % p.a., wobei die Mengenentwicklungen in den einzelnen Kundensegmenten differieren. Der Bereich Werbesendungen ist stark von den Werbebudgets der Unternehmen sowie vom Konjunkturumfeld abhängig und damit Schwankungen unterworfen. Im Paketbereich entwickeln sich die Mengen durch das zunehmende Online-Shopping positiv. Der E-Commerce-Trend sollte weiterhin zu einem zweistelligen Mengenwachstum bei Privatkundenpaketen führen. Gleichzeitig steigen die Kundenanforderungen hinsichtlich Qualität und Zustellung, bei tendenziell zunehmendem Preisdruck.

Für das Geschäftsjahr 2017 rechnet die Österreichische Post mit einer leicht steigenden Umsatzentwicklung (vergleichbarer Umsatz ohne trans-o-flex 2016: 1.895,6 Mio EUR). Auf Basis der erwarteten umsatzseitigen Entwicklung gepaart mit konsequenter Kostendisziplin peilt das Unternehmen im Jahr 2017 ein operatives Ergebnis an, das zumindest auf dem Niveau des Vorjahres liegt (EBIT 2016: 202,3 Mio EUR). Außerhalb des operativen Bereichs könnten Chancen und Risiken durch Sondereffekte die Ergebnisentwicklung sowohl positiv als auch negativ beeinflussen. In Summe sind im Jahr 2017 operative Sachanlageninvestitionen (CAPEX) in Höhe von 70 bis 80 Mio EUR vor allem in den Bereichen Sortiertechnik, Logistik und Kundenlösungen geplant. Darüber hinaus wurden die Bauarbeiten der neuen Unternehmenszentrale gemäß Plan im Herbst 2017 abgeschlossen.

Auch für das Geschäftsjahr 2018 geht das Unternehmen in Summe von einer weiterhin stabilen Umsatzentwicklung aus. Die erwartete Geschäftsentwicklung beinhaltet diverse Planungsprämissen, wie etwa das Anhalten der Basistrends im Brief- und Paketgeschäft: Während beim adressierten Briefvolumen weiterhin mit Rückgängen von etwa 5 % p.a. gerechnet werden muss, sollte der Umsatz mit Werbesendungen vom prognostizierten Konjunkturaufschwung gestützt werden. Mittelfristig ist die Österreichische Post gefordert, ihr Leistungsangebot im Briefbereich an aktuelle Kundenbedürfnisse anzupassen. Dem internationalen Trend folgend, beabsichtigt das Unternehmen, die Wahlfreiheit für Kunden zu erhöhen. Zusätzlich zu Briefprodukten, die bereits am nächsten Tag zugestellt werden, sollen im Rahmen des Universaldienstes im Laufe des Jahres auch Dienstleistungen angeboten werden, bei denen Kunden eine Zustellung innerhalb von zwei bis drei Werktagen wählen können.

Im Filialnetz ist davon auszugehen, dass sich die strukturell bedingten Veränderungen im Finanzdienstleistungsgeschäft fortsetzen. Daher gilt es, zeitgemäße Produkte und Services zu definieren, die auch zukünftig das Serviceangebot im Filialnetz erweitern. Dabei werden alle strategischen Optionen nach dem Ende der Kooperationsvereinbarung mit dem aktuellen Bankpartner BAWAG P.S.K. evaluiert. Diese endet unter Einhaltung der Kündigungsfristen mit 31. Dezember 2020. Das Finanzdienstleistungsgeschäft soll weiterhin ein wichtiger

Bestandteil der Geschäftstätigkeit der Österreichischen Post bleiben, da es eine sinnvolle Ergänzung zum Postdienstleistungsangebot darstellt.
Am österreichischen Paketmarkt sind durch den anhaltenden Online-Shopping-Boom zweistellige Wachstumsraten zu erwarten. Daraus könnte intensiverer Wettbewerb, stärkerer Preisdruck oder eine partielle Eigenzustellung einzelner Großversender resultieren. Basierend auf dem robusten Marktwachstum und potenziellen Marktanteilsverschiebungen sind im Paketgeschäft der Österreichischen Post daher Wachstumsraten im mittleren einstelligen bis zum niedrig zweistelligen Bereich möglich.
Hinsichtlich der Ertragsentwicklung verfolgt die Österreichische Post im Jahr 2018 das Ziel der Stabilität im operativen Ergebnis. Um die Effizienz in allen Leistungsbereichen weiter zu erhöhen, optimiert die Österreichische Post laufend ihre Strukturen und Prozesse. Trotz der rückläufigen Volumenentwicklung rechnet das Unternehmen mit einer guten Auslastung der Brieflogistik, da durch die gemeinsame Zustellung von Briefen und Paketen Kapazitäten effizienter genutzt werden. Demgegenüber ist die Österreichische Post gefordert, den Herausforderungen des strukturell rückläufigen stationären Finanzdienstleistungsgeschäfts zu begegnen und das Produktangebot sowie die Kapazitäten entsprechend anzupassen. Insgesamt sollten diese Maßnahmen zu einer stabilen Ergebnisentwicklung 2018 beitragen.
Die Österreichische Post wird weiterhin konsequent in die Bereiche Effizienzsteigerung und Servicequalität an der Kundenschnittstelle investieren.
Vor dem Hintergrund des anhaltenden Marktwachstums im Bereich der Privatkundenpakete werden Maßnahmen getroffen, um die Kapazitäten entsprechend zu erweitern und die Sortierleistung innerhalb der nächsten vier Jahre zu verdoppeln. So sind mittelfristig steigende Investitionen im Bereich Paketlogistik in Österreich vorgesehen. Neben den laufenden Investitionen im Kerngeschäft von rund 60 Mio EUR pro Jahr sind in den nächsten Jahren zusätzlich Wachstumsinvestitionen von durchschnittlich 40 bis 50 Mio EUR pro Jahr geplant.
Den erwirtschafteten operativen Cashflow wird die Österreichische Post wie bisher umsichtig und zielgerichtet für nachhaltige Zukunftsinvestitionen einsetzen. Es wird weiterhin mit einer soliden Cashflow-Entwicklung gerechnet, die der Österreichischen Post die Fortsetzung ihrer attraktiven Dividendenpolitik mit einer Ausschüttungsquote von zumindest 75 % des Nettoergebnisses ermöglicht.

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

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

Ende der Mitteilung euro adhoc

Emittent: Österreichische Post AG
Haidingergasse 1
A-1030 Wien
Telefon: +43 (0)57767-0
FAX:
Email: investor@post.at
WWW: www.post.at
ISIN: AT0000APOST4
Indizes: ATX
Börsen: Wien
Sprache: Deutsch

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100010715/100809265 abgerufen werden.