

14.11.2019 – 07:31 Uhr

**EANS-News: ÖSTERREICHISCHE POST AG / POSITIVE UMSATZENTWICKLUNG IN DEN ERSTEN NEUN MONATEN 2019 VON +3,2%**

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

## Quartalsbericht

Wien, am 14. November 2019 -

## Umsatz

- \* Umsatzanstieg um 3,2 % auf 1.462,2 Mio EUR
- \* Gutes Paketwachstum (+11,3 %) und leichter Anstieg in der Division Brief, Werbepost & Filialen (+0,6 %)

## Ergebnis

- \* Positive EBIT-Entwicklung im Kerngeschäft
- \* Ausgewiesenes EBIT um 8,4 % auf 130,0 Mio EUR durch Datenschutz-Rückstellung im dritten Quartal reduziert
- \* Ergebnis je Aktie von 1,48 EUR nach 1,56 EUR im Vorjahresvergleich

## Cashflow und Bilanz

- \* Operativer Free Cashflow auf 153,2 Mio EUR gestiegen
- \* Bilanzsumme nach Aktivierung Nutzungsrechte aus Leasingverhältnissen gem. IFRS 16 auf 1.975,4 Mio EUR erhöht

## Ausblick 2019 und 2020

- \* Österreichische Post prognostiziert Umsatzanstieg sowohl für 2019 als auch für 2020
- \* Ausblick im Ergebnis (EBIT): Stabilität im operativen Ergebnis 2019 (vor Datenschutz-Rückstellung) und auch Stabilität im operativen Ergebnis 2020 (vor Anlaufkosten neuer Finanzdienstleistungen) angestrebt

Der Konzernumsatz der Österreichischen Post hat sich in den ersten drei Quartalen des laufenden Geschäftsjahres mit 1.462,2 Mio EUR sehr zufriedenstellend entwickelt. Das entspricht einem Anstieg von 3,2 % gegenüber dem Vorjahr. Sowohl die Division Paket & Logistik (+11,3 %) als auch die Division Brief, Werbepost & Filialen (+0,6 %) zeigten in der Berichtsperiode eine gute Entwicklung.

Der Briefbereich (+0,6% auf 1.033,5 Mio EUR) ist weiterhin von der anhaltenden Substitution klassischer Briefe durch elektronische Kommunikationsformen geprägt und wie das adressierte Werbevolumen - auch beeinflusst durch Verunsicherung aufgrund der Datenschutz-Grundverordnung - einem strukturellen Rückgang ausgesetzt. Der Umsatz mit Finanzdienstleistungen in den Filialen der Österreichischen Post wird infolge der Beendigung der Kooperation mit der BAWAG P.S.K. kontinuierlich reduziert. Positive Umsatzeffekte verzeichnete die

Division im ersten Halbjahr durch ein neues Produkt- und Tarifmodell als auch durch Sonderaussendungen und Wahlen im Jahresverlauf.

Im Paketbereich (+11,3% auf 437,2 Mio EUR) konnten im Berichtszeitraum deutliche Steigerungsraten erzielt werden. Die Österreichische Post profitiert hier von einem dynamischen Marktwachstum durch den anhaltenden Online-Shopping-Trend. Allerdings bleiben Wettbewerbsintensität und Preisdruck weiterhin hoch. Das Umsatzwachstum im Paketgeschäft wurde primär vom Trend zum E-Commerce und den damit einhergehenden steigenden Paketmengen in Österreich getrieben. "Die Partnerschaft mit der Deutsche Post DHL Group zur Paketzustellung in Österreich ist sehr gut angelaufen. Seit 1. August 2019 erfolgt die Zustellung von Paketen in Österreich durch die Österreichische Post, wodurch das gesamte monatliche Transport- und Zustellvolumen nunmehr um ca. 25 % steigt.", erklärt Generaldirektor DI Dr. Georg Pölzl.

Vor dem Hintergrund dieser Paketmengenentwicklung intensiviert die Österreichische Post die Kapazitätserweiterung der Paketlogistik. Mit Vollbetrieb des Paket-Logistikzentrums Niederösterreich (Hagenbrunn) wurde ab September 2019 die Kapazität bereits signifikant erhöht. Die nächsten Meilensteine sind die Fertigstellung des Paket-Logistikzentrums Steiermark (Kalsdorf) sowie der Zustellbasis Thalgau/Salzburg Mitte nächsten Jahres.

Ergebnisseitig zeigt das EBIT der ersten neun Monate 2019, wie schon in den letzten beiden Quartalen, eine steigende operative Tendenz. Das ausgewiesene EBIT ist mit 130,0 Mio EUR um 8,4 % unter dem Vorjahr, da im dritten Quartal 2019 eine Datenschutz-Rückstellung in Höhe von 19,8 Mio EUR gebildet wurde. Das Ergebnis pro Aktie betrug 1,48 EUR nach 1,56 EUR in den ersten drei Quartalen des Vorjahres.

Neben der Investitionsinitiative zur Sicherstellung der Kapazität und Qualität vor dem Hintergrund des Paketwachstums haben die Weiterentwicklung des Produktportfolios und der Aufbau der Bank der Post oberste Priorität für die nächsten Quartale.

Im Briefbereich wird das Produktportfolio an ECO- und PRIO-Produkten adaptiert, um Kundenanforderungen entgegenzukommen und einem rückläufigen Volumen und Kostensteigerungen zu begegnen. Mit April 2020 werden Neuerungen im Produktsortiment eingeführt und auch das Preisniveau moderat im Rahmen eines Inflationsausgleichs angepasst. Der ECO-Tarif etwa für Standardbriefsendungen im Universaldienst wird von 0,70 EUR auf 0,74 EUR angehoben, der PRIO-Tarif von 0,80 EUR auf 0,85 EUR. Tarife für kleine Päckchen (Päckchen S) betragen im ECO-Service 2,55 EUR nach 2,50 EUR zuvor.

Für das zweite Quartal 2020 ist auch ein neues eigenständiges Finanzdienstleistungsangebot vorgesehen. Nach dem positiven Entscheid der Europäischen Zentralbank gilt es nun alle technischen und operativen Vorkehrungen zu treffen, um in wenigen Monaten ein fokussiertes und risikoavers gestaltetes Leistungsportfolio, sowohl online als auch physisch, über die rund 1.800 Geschäftsstellen der Post anzubieten. Im Zentrum der Dienstleistungen werden Konto und Zahlungsverkehr stehen, ergänzt um Finanzdienstleistungen und Versicherungsprodukte externer Kooperationspartner.

Für das Gesamtjahr 2019 geht die Österreichische Post beim Umsatz, wie bereits in der bisherigen Entwicklung, von einem Anstieg aus. Basierend auf den guten Trends im Kerngeschäft wird ein stabiles operatives Ergebnis (EBIT) angepeilt, welches diverse Anlaufkosten zum Aufbau des Finanzdienstleistungsgeschäfts inkludiert. Nicht inkludiert ist die Rückstellung für eine Verwaltungsstrafe der Datenschutzbehörde. Auch für das Jahr 2020 prognostiziert die Post einen stabilen bis leicht steigenden Umsatz und plant weiterhin eine weitgehende Stabilität im operativen Ergebnis (EBIT). Daneben sind im Zuge des Aufbaus des neuen Finanzdienstleistungsgeschäfts Anlaufkosten zu erwarten. "Der Österreichischen Post ist es durch den hohen Bestand an Finanzmitteln möglich, die zielgerichteten Wachstumsinvestitionen in der Logistikinfrastruktur und in die neuen Finanzdienstleistungen selbst zu finanzieren. Der operativ

erwirtschaftete Cashflow wird daher weiterhin für die Investitionen der operativen Bereiche sowie für die Beibehaltung der attraktiven Dividendenpolitik verwendet", ergänzt Pölzl.

Der komplette Bericht ist im Internet unter [post.at/ir](http://post.at/ir) --> Reporting verfügbar.

## KENNZAHLEN

| Mio EUR                     | Veränderung |           |        |         |         |         |
|-----------------------------|-------------|-----------|--------|---------|---------|---------|
|                             | Q1-3 2018   | Q1-3 2019 | %      | Mio EUR | Q3 2018 | Q3 2019 |
| Umsatzerlöse                | 1.416,4     | 1.462,2   | 3,2%   | 45,8    | 461,1   | 481,1   |
| Brief, Werbepost & Filialen | 1.027,3     | 1.033,5   | 0,6%   | 6,2     | 332,3   | 329,6   |
| Paket & Logistik            | 392,9       | 437,2     | 11,3%  | 44,4    | 130,2   | 154,2   |
| Corporate/Konsolidierung    | -3,8        | -8,5      | -      | -4,7    | -1,4    | -2,7    |
| Sonstige betriebliche       | 73,9        | 113,9     | 54,1%  | 40,0    | 22,9    | 71,7    |
| Erträge                     |             |           |        |         |         |         |
| Materialaufwand und Aufwand | -313,3      | -333,6    | -6,5%  | -20,3   | -107,0  | -114,8  |
| für bezogene Leistungen     |             |           |        |         |         |         |
| Personalaufwand             | -756,9      | -744,7    | 1,6%   | 12,2    | -240,4  | -237,4  |
| Sonstige betriebliche       | -211,3      | -281,6    | -33,3% | -70,3   | -73,4   | -146,9  |
| Aufwendungen                |             |           |        |         |         |         |
| Ergebnis aus nach der       |             |           |        |         |         |         |
| Equity-Methode bilanzierten | -1,7        | -0,3      | 85,6%  | 1,5     | -0,5    | 0,2     |
| Finanzanlagen               |             |           |        |         |         |         |
| EBITDA                      | 207,1       | 215,9     | 4,2%   | 8,8     | 62,8    | 53,7    |
| Abschreibungen              | -65,2       | -85,9     | -31,8% | -20,7   | -25,9   | -31,4   |
| EBIT                        | 141,9       | 130,0     | -8,4%  | -11,9   | 36,9    | 22,3    |
| Brief, Werbepost & Filialen | 199,0       | 187,1     | -6,0%  | -11,9   | 60,3    | 44,8    |
| Paket & Logistik            | 26,6        | 27,5      | 3,3%   | 0,9     | 6,3     | 7,1     |
| Corporate/Konsolidierung    | -83,7       | -84,6     | -1,0%  | -0,8    | -29,7   | -29,5   |
| Sonstiges Finanzergebnis    | 4,2         | 13,6      | >100%  | 9,4     | 1,0     | 12,8    |
| Ergebnis vor Ertragsteuern  | 146,2       | 143,6     | -1,7%  | -2,5    | 37,9    | 35,1    |
| Ertragsteuern               | -40,9       | -43,6     | -6,6%  | -2,7    | -8,5    | -14,4   |
| Periodenergebnis            | 105,3       | 100,1     | -5,0%  | -5,2    | 29,4    | 20,7    |
| Ergebnis je Aktie (EUR) 1   | 1,56        | 1,48      | -5,0%  | -0,08   | 0,43    | 0,31    |
| Cashflow aus                | 252,5       | 228,6     | -9,5%  | -23,9   | 79,1    | 105,0   |
| Geschäftstätigkeit          |             |           |        |         |         |         |
| Investitionen in            | -86,2       | -100,1    | -16,1% | -13,9   | -18,9   | -30,2   |
| Sachanlagen (CAPEX)         |             |           |        |         |         |         |
| Free Cashflow               | 129,6       | 49,8      | -61,6% | -79,8   | 25,6    | 23,6    |
| Operativer Free Cashflow 2  | 119,6/196,9 | 153,2     | -      | -       | 62,8    | 83,9    |

1 Unverwässertes Ergebnis je Aktie, bezogen auf 67.552.638 Stück Aktien

2 Free Cashflow vor Akquisitionen/Wertpapieren und Growth CAPEX: Q1-3 2019:

153,2 Mio EUR exklusive Einzahlungen aus dem Immobilienprojekt Neutorgasse 30,3

Mio EUR; Q1-3 2018: 196,9 Mio EUR inklusive Sondereffekt iHv 77,3 Mio EUR

(Sonderzahlung BAWAG P.S.K. 107,0 Mio EUR abzüglich erbrachter

Finanzdienstleistungen 29,7 Mio EUR)

## AUSZÜGE AUS DEM KONZERN-LAGEBERICHT:

### UMSATZENTWICKLUNG IM DETAIL

Die Umsatzerlöse der Österreichischen Post erhöhten sich in den ersten neun Monaten 2019 um 3,2 % auf 1.462,2 Mio EUR. Dabei wirkten sich der dynamisch wachsende Paketmarkt mit einem Umsatzanstieg von 11,3 % sowie ein leichter Anstieg in der Division Brief, Werbepost & Filialen in Höhe von 0,6 % positiv aus.

Der Anteil der Division Brief, Werbepost & Filialen am Konzernumsatz der Österreichischen Post betrug 70,3 %. Die Umsatzentwicklung in den ersten drei Quartalen resultierte aus der grundsätzlichen Abnahme des adressierten Briefvolumens durch die elektronische Substitution, einem geringeren Werbeumsatz sowie der schrittweisen Redimensionierung des Finanzdienstleistungsgeschäfts im Jahr 2019. Umsatzerhöhend wirkten die neue Produktstruktur, Zusatzumsätze durch Wahlen und Einmalausendungen von Banken und Versicherungen.

Die Division Paket & Logistik erwirtschaftete im Berichtszeitraum einen Anteil von 29,7 % am Konzernumsatz mit einem weiterhin positiven Trend. Das Wachstum von 11,3 % war primär vom organischen Mengenwachstum in Österreich getrieben.

Der Umsatz der Division Brief, Werbepost & Filialen von 1.033,5 Mio EUR stammte zu 58,5 % aus dem Bereich Briefpost & Mail Solutions, zu 26,3 % aus Werbepost und zu 9,1 % aus Medienpost. Zudem wurden 6,1 % des Umsatzes mit Filialdienstleistungen erwirtschaftet. Im Bereich Briefpost & Mail Solutions lag der Umsatz mit 604,3 Mio EUR in den ersten drei Quartalen 2019 um 3,3 % über dem Niveau des Vorjahres. Umsatzerhöhend im Bereich Briefpost wirkten die neue Produktstruktur sowie Zusatzumsätze durch Wahlen. Die rückläufige Volumenentwicklung infolge der Substitution von Briefen durch elektronische Kommunikationsformen setzte sich fort. Der Basistrend der Volumenentwicklung in den ersten drei Quartalen 2019 lag bei ca. minus 3,1 % in Österreich. Der Bereich Mail Solutions verzeichnete Umsatzzuwächse in Höhe von 11,3 % vor allem in der Dokumentenlogistik und im Outputmanagement. Der Bereich Werbepost verzeichnete in den ersten neun Monaten 2019 einen Umsatzrückgang von 2,1 % auf 271,9 Mio EUR. Bei adressierten Sendungen zeigte sich bei einigen Kunden weiterhin Verunsicherung hinsichtlich der Datenschutz-Grundverordnung. Die unadressierte Werbepost ist vor allem geprägt durch einen Rückgang im Einzelhandel und einer generellen Reduktion der Sendungsgewichte. Positiv wirkten hier Zusatzumsätze aus Wahlen vor allem im zweiten und dritten Quartal 2019. Der Umsatz mit Medienpost, also der Zustellung von Zeitungen und Magazinen, erhöhte sich im Periodenvergleich leicht um 1,3 % auf 94,0 Mio EUR, positiv beeinflusst durch die Wahlen in den ersten drei Quartalen 2019. Die Umsätze aus Filialdienstleistungen lagen in den ersten drei Quartalen 2019 mit 63,3 Mio EUR um 11,4 % unter dem Niveau der Vergleichsperiode des Vorjahres. Nach erfolgter Beendigung der Kooperation mit dem Bankpartner BAWAG P.S.K. wird der Umsatz mit Finanzdienstleistungen kontinuierlich reduziert.

Der Umsatz der Division Paket & Logistik verbesserte sich in den ersten drei Quartalen 2019 um 11,3 % von 392,9 Mio EUR auf 437,2 Mio EUR. Das Wachstum im Paketgeschäft basiert auf dem anhaltenden E-Commerce-Trend in Österreich. Die Österreichische Post stellt seit August 2019 im Rahmen eines Kooperationsvertrages Pakete der Deutsche Post DHL Group in Österreich zu. Aus diesen Entwicklungen ergeben sich seit August 2019 Mengensteigerungen von ca. 25 %. Trotz der Eigenzustellung eines Großkunden in Wien konnte die Österreichische Post auch in dieser Berichtsperiode am Marktwachstum partizipieren. Es herrscht weiterhin intensiver Wettbewerb und hoher Preisdruck, gleichzeitig nehmen die Anforderungen hinsichtlich Qualität und Zustellgeschwindigkeit zu. Der Trend für das Paketmarktwachstum in Österreich liegt für das Geschäftsjahr 2019 im oberen einstelligen Bereich. Insgesamt entfielen in den ersten neun Monaten 2019 54,8 % des Divisionsumsatzes auf den Premium-Bereich (Zustellung erfolgt am Werktag nach der Aufgabe). Dies entspricht einem Umsatzanstieg von 27,2 % auf 239,5 Mio EUR in den ersten drei Quartalen 2019. Der Anteil des Bereichs Paket Standard am Divisionsumsatz beträgt 35,4 %. In den ersten drei Quartalen 2019 verzeichnete dieser Bereich einen Umsatzrückgang von 5,4 % auf 154,7 Mio EUR. Mengenverschiebungen hin zu einer schnelleren Zustellung von Paketen sind als klarer Trend zu bemerken. Im Bereich Paket Sonstige Leistungen, der diverse Logistik-Zusatzdienstleistungen beinhaltet und auf den 9,8 % am Divisionsumsatz entfallen, wurden in den ersten neun Monaten 2019 Umsätze in Höhe von 43,1 Mio EUR generiert, dies entspricht einem Anstieg von 5,0 %. Eine Betrachtung nach Regionen zeigt, dass in den ersten neun Monaten 2019 80,6 % der Divisionsumsätze in Österreich erzielt wurden, 19,4 % der Umsätze entfielen auf Tochtergesellschaften in Südost- und Osteuropa. In Österreich wurde in den

ersten drei Quartalen 2019 ein Umsatzanstieg von 12,1 % erzielt. Im wettbewerbsintensiven Raum Südost- und Osteuropa lag das Umsatzplus in den ersten neun Monaten 2019 bei 8,1 %.

## ERGEBNISENTWICKLUNG

Bezogen auf die Umsatzerlöse der Österreichischen Post sind die größten Aufwandspositionen der Personalaufwand (50,9 %), der Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen (22,8 %) sowie sonstige betriebliche Aufwendungen (19,3 %).

Der Personalaufwand belief sich in den ersten drei Quartalen 2019 auf 744,7 Mio EUR, was einem Rückgang von 1,6 % bzw. 12,2 Mio EUR entspricht. Der operative Personalaufwand blieb gegenüber der Periode des Vorjahres stabil. Die Österreichische Post beschäftigte in den ersten neun Monaten 2019 durchschnittlich 20.367 Mitarbeiter, dies bedeutet eine Reduktion von 1,0 % gegenüber dem Vorjahr. Stetige Effizienzsteigerungen und struktureller Umbau machten es möglich, kollektivvertragliche Gehaltssteigerungen zu kompensieren. Der nicht-operative Personalaufwand beinhaltet Abfertigungen und Rückstellungsveränderungen, die primär auf die spezifische Beschäftigungssituation beamteter Mitarbeiter der Österreichischen Post zurückzuführen sind. Während in dieser Position im Vorjahr noch rund 20 Mio EUR an Rückstellungen für die Redimensionierung im Finanzdienstleistungsbereich angefallen sind, fielen in der aktuellen Berichtsperiode die Aufwendungen entsprechend geringer an, enthielt aber erhöhte Aufwendungen durch Rechnungszinssatzanpassungen.

Der Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen erhöhte sich um 6,5 % auf 333,6 Mio EUR, primär bedingt durch vermehrte Transportaufwendungen hervorgerufen durch die gestiegenen Paketmengen und beschleunigt durch die seit August 2019 gestartete Kooperation mit der Deutsche Post DHL Group.

Sowohl die sonstigen betrieblichen Aufwendungen als auch die sonstigen betrieblichen Erträge erhöhten sich in der Berichtsperiode deutlich. So erreichten die sonstigen betrieblichen Erträge 113,9 Mio EUR nach 73,9 Mio EUR im Vorjahr. In den sonstigen betrieblichen Erträgen waren in der Berichtsperiode Rückforderungsansprüche aus in Vorperioden bezahlten Lohnnebenkosten enthalten. Diese beliefen sich saldiert, also abzüglich Aufwendungen für etwaige Ersatzleistungen, die in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen abgebildet sind, auf 4,9 Mio EUR. Aufgrund dieser Ersatzleistungen sowie zusätzlicher Aufwendungen für Beratung und für die Rückstellung für das Datenschutz-Verwaltungsstrafverfahren in Höhe von 19,8 Mio EUR lagen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen in der aktuellen Berichtsperiode bei 281,6 Mio EUR nach 211,3 Mio EUR im Vorjahr. In den sonstigen betrieblichen Erträgen war im Vorjahr ein Einmalertrag in Höhe von rund 20 Mio EUR als pauschale Abgeltung seitens des Bankpartners BAWAG P.S.K. für die Verkürzung der Vertragsdauer enthalten. Durch die Anwendung des IFRS 16 werden Leasingverhältnisse erweitert abgebildet, was die Darstellung der Ergebnisseite des Konzerns beeinflusst. Der Effekt auf die sonstigen betrieblichen Aufwendungen belief sich auf 26,3 Mio EUR mit entsprechender Auswirkung auf das EBITDA.

Das EBITDA lag somit mit 215,9 Mio EUR um 8,8 Mio EUR über dem Vergleichswert des Vorjahres, das entspricht einer EBITDA-Marge von 14,8 %. Dem gegenüber erhöhten sich die Abschreibungen aufgrund IFRS 16 um 24,8 Mio EUR und der Zinsaufwand um 3,4 Mio EUR. Das EBIT in Höhe von 130,0 Mio EUR verringerte sich um 8,4 % gegenüber dem Vorjahr. Die EBIT-Marge betrug 8,9 %. Im Finanzergebnis des Konzerns von 13,6 Mio EUR wirkte sich die Aufwertung der Anteile an der flatex AG (vormals FinTech Group AG) in Höhe von 10,0 Mio EUR positiv zum Bewertungsstichtag 30. September 2019 aus. Nach Abzug der Ertragssteuern von 43,6 Mio EUR ergab sich somit ein Periodenergebnis von 100,1 Mio EUR (-5,0 %). Das Ergebnis pro Aktie betrug 1,48 EUR nach 1,56 EUR in den ersten drei Quartalen des Vorjahres.

Nach Divisionen betrachtet, verzeichnete die Division Brief, Werbepost & Filialen in den ersten neun Monaten 2019 ein EBITDA von 204,7 Mio EUR. Dies entspricht einem Rückgang von 4,3 %. Das Divisions-EBIT reduzierte sich um 6,0 % auf 187,1 Mio EUR. Positiv wirkten der Umsatzanstieg sowie die hohe Kostendisziplin, gegenläufig Vorsorgen für eine mögliche Strafe im Zusammenhang mit dem Verwaltungsstrafverfahren der Datenschutzbehörde.

Die Division Paket & Logistik zeigte Umsatzwachstum bei hohem Wettbewerbs- und Margendruck und erwirtschaftete ein EBITDA von 41,9 Mio EUR (+20,5 %) und ein EBIT von 27,5 Mio EUR (+3,3 %) in den ersten drei Quartalen 2019. Das Umsatzwachstum ist geprägt durch die im August 2019 gestartete Kooperation mit der Deutsche Post DHL Group. Das EBIT ist weiterhin vor allem durch Mehraufwände im Logistiknetz zur Vermeidung aktueller Kapazitätsengpässe belastet. Die Mengen- und Umsatzsteigerungen werden mithilfe umfangreicher Logistikmaßnahmen bewältigt.

Das EBIT der Division Corporate (inkl. Konsolidierung) reduzierte sich um 1,0 % auf minus 84,6 Mio EUR aufgrund erhöhter IT- und Beratungsaufwendungen, unter anderem im Zusammenhang mit dem Aufbau des neuen Finanzdienstleistungsgeschäfts. Weiters war ein positiver Nettoeffekt aus Rückforderungsansprüchen aus in Vorperioden bezahlten Lohnnebenkosten in Höhe von 4,9 Mio EUR enthalten. Die Division Corporate erbringt nicht-operative Dienstleistungen, wie sie typischerweise für Zwecke der Verwaltung und Steuerung eines Konzerns erbracht werden. Diese Tätigkeiten umfassen unter anderem die Verwaltung der Konzernimmobilien, die Erbringung von IT-Dienstleistungen, die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle sowie die Administration des Post Arbeitsmarktes.

## CASHFLOW UND BILANZ

Der Cashflow ist aufgrund einer Sonderzahlung der BAWAG P.S.K. von in Summe 107,0 Mio EUR in den ersten drei Quartalen 2018 nur eingeschränkt vergleichbar. Der Cashflow aus dem Ergebnis erreichte in den ersten neun Monaten 2019 215,3 Mio EUR nach 251,0 Mio EUR in der Vergleichsperiode des Vorjahres. Im Vorjahr war in diesem Wert ein Einmalertrag von rund 20 Mio EUR als pauschale Abgeltung seitens des Bankpartners BAWAG P.S.K. inkludiert. Der Cashflow aus Geschäftstätigkeit erreichte in der Berichtsperiode 228,6 Mio EUR nach 252,5 Mio EUR im Vorjahr. In den ersten drei Quartalen des Vorjahres war ein Sondereffekt in Höhe von 77,3 Mio EUR in Folge der Beendigung der Zusammenarbeit mit der BAWAG P.S.K. enthalten (107,0 Mio EUR abzüglich der in den ersten drei Quartalen 2018 erbrachten Finanzdienstleistungen von 29,7 Mio EUR).

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit belief sich in den ersten neun Monaten 2019 auf minus 178,8 Mio EUR nach minus 122,8 Mio EUR in der Vergleichsperiode des Vorjahres. Dieser Anstieg resultierte vorwiegend aus Auszahlungen für Geldmarktveranlagungen, die sich in der Berichtsperiode mit 60,0 Mio EUR im Cashflow auswirkten sowie aus höheren Zahlungen für den Erwerb von Sachanlagen (CAPEX), die in den ersten drei Quartalen 2019 mit 100,1 Mio EUR über dem Wert des Vorjahres von 86,2 Mio EUR lagen. Der Operative Free Cashflow erreichte 153,2 Mio EUR in der aktuellen Berichtsperiode nach 119,6 Mio EUR in den ersten drei Quartalen des Vorjahres bzw. 196,9 Mio EUR inklusive des positiven Sondereffektes in Folge der Beendigung der Zusammenarbeit mit der BAWAG P.S.K. Exkludiert ist in diesem Betrag der Effekt aus Einzahlungen von Wohnungsverkäufen des Immobilienprojektes Neutorgasse in Höhe von 30,3 Mio EUR. Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit enthielt hauptsächlich die Dividendenzahlungen sowie die Tilgung von Leasingverbindlichkeiten und belief sich in den ersten neun Monaten 2019 auf minus 170,9 Mio EUR.

Die Österreichische Post setzt auf eine konservative Bilanz- und Finanzierungsstruktur. Dies zeigt sich an der hohen Eigenkapitalquote und der soliden Zahlungsmittelveranlagung mit möglichst geringem Risiko. Die Bilanzsumme der Österreichischen Post lag per 30. September 2019 bei 1.975,4 Mio EUR. Die

Sachanlagen erhöhten sich vor allem durch die nunmehrige Aktivierung der Nutzungsrechte aus Leasingverhältnissen aufgrund der Erstanwendung von IFRS 16 um 363,3 Mio EUR auf 1.016,2 Mio EUR zum 30. September 2019 und stellten somit die größte Bilanzposition dar. Weiters gab es immaterielle Vermögenswerte von 90,7 Mio EUR. Die darin enthaltenen Geschäfts- oder Firmenwerte aus Unternehmenserwerben sind per 30. September 2019 mit 61,1 Mio EUR ausgewiesen. Forderungen, die in Summe die zweitgrößte Bilanzpositionen auf der Aktivseite bilden, beliefen sich auf 315,8 Mio EUR. Die Passivseite der Bilanz ist von einer hohen Eigenkapitalquote geprägt, die per 30. September 2019 bei 32,5 % lag. Die Verringerung der Eigenkapitalquote gegenüber dem Vorjahr resultiert überwiegend aus der erstmaligen Anwendung des Bilanzierungsstandards IFRS 16, welcher zum 30. September 2019 einen Effekt auf die Eigenkapitalquote von minus 6,1 %-Punkten hatte. Das Eigenkapital des Österreichischen Post Konzerns lag zum Stichtag bei 642,2 Mio EUR. Die langfristigen Schulden lagen mit Ende der Berichtsperiode bei 682,1 Mio EUR, die kurzfristigen Schulden bei 651,1 Mio EUR.

#### AUSBLICK 2019 UND 2020

Die aktuelle Marktentwicklung des Brief- und Paketgeschäfts in den letzten Monaten bestätigt die Prognosen der nächsten Quartale. Das Kerngeschäft wird somit weiterhin von drei aktuellen Trends geprägt sein: Im klassischen adressierten Briefgeschäft muss mit Volumenrückgängen von ca. 5 % p.a. gerechnet werden. Insbesondere vor dem Hintergrund neuer E-Government Lösungen ist von stetig rückläufigen Volumen auszugehen. Das Werbegeschäft mit adressierten und unadressierten Sendungen ist erfahrungsgemäß volatiler und auch konjunkturellen Zyklen unterworfen. Klar positiv hingegen sind die Wachstumserwartungen im Paketgeschäft, geprägt von weiteren Zuwächsen im Online-Handel.

#### PROGNOSE 2019 MIT STEIGENDEM UMSATZ UND STABILEM ERGEBNIS

In der Umsatzentwicklung für das Gesamtjahr 2019 geht die Österreichische Post analog zum Jahresverlauf von einem Anstieg aus. Trotz rückläufiger Briefmengen sorgen positive Einmaleffekte wie Wahlen und Sonderaussendungen, vor allem aber auch das wachsende Paketgeschäft, für einen positiven Trend. Die Partnerschaft mit der Deutsche Post DHL Group zur Paketzustellung in Österreich ist sehr gut angelaufen. Seit 1. August 2019 erfolgt die Zustellung von Paketen in Österreich durch die Österreichische Post. Das gesamte monatliche Transport- und Zustellvolumen ist nunmehr um ca. 25 % höher als im Jahr zuvor. Vor dem Hintergrund dieser Paketmengenentwicklung hat das Investitionsprogramm zur Kapazitätserweiterung oberste Priorität. Wie bereits kommuniziert sind 2019 zusätzlich zu den Basis-Investitionen in Höhe von ca. 70 Mio EUR Wachstumsinvestitionen in Höhe von über 50 Mio EUR geplant. Darüber hinaus sind Investitionen in Erweiterungen bzw. Zukäufe von Grundstücken in der Größenordnung von 25 Mio EUR zu erwarten. Sortiertechnik im Zusammenhang mit der Kooperation der Deutsche Post DHL Group in Höhe von ca. 15 Mio EUR sind im CAPEX für das Jahr 2019 enthalten. Basierend auf der guten Entwicklung im Kerngeschäft wird für das Jahr 2019 ein stabiles operatives Ergebnis (EBIT) angepeilt, welches diverse Anlaufkosten zum Aufbau des Finanzdienstleistungsgeschäfts inkludiert. Nicht inkludiert ist eine Rückstellung für eine Verwaltungsstrafe in Höhe von 19,8 Mio EUR, die die Datenschutzbehörde gegen die Österreichische Post wegen Verwendung von Marketingdaten ausgesprochen hat. Das Straferkenntnis ist nicht rechtskräftig, die Österreichische Post wird gegen diesen Bescheid erster Instanz Rechtsmittel ergreifen.

#### MEILENSTEINE 2020 ZUR SICHERUNG DER LANGFRISTIGEN STABILITÄT

Stabilität ist nicht nur das Ziel für 2019 sondern auch für 2020. Stabilität etwa in der qualitativ hochwertigen und schnellen Zustellung der stark steigenden Paketmengen sowie in der Sicherung des Universaldienstes in der Brieflogistik in Österreich. Aber auch Stabilität im Leistungsangebot des Filialnetzes.

## Paketwachstum erfordert Investitionsschub

Eine qualitativ hochwertige und schnelle Zustellung der Pakete erfordert den raschen Ausbau der Infrastruktur an Sortier- und Verteilzentren. Vor dem Hintergrund von gegenwärtigen Mengensteigerungen von täglich ca. 25 % wird das vorgesehene Investitionsprogramm der Paketlogistik Österreich in Paketverteilzentren intensiviert. Dies ist der Erfolgsgarant, um auch zukünftig das qualitativ beste Netz in Österreich anbieten zu können. Mit Vollbetrieb des Paket-Logistikzentrums Niederösterreich (Hagenbrunn) wurde ab September 2019 die Kapazität bereits um 25 % erhöht. Die nächsten Meilensteine sind die Fertigstellung des Paket-Logistikzentrums Steiermark (Kalsdorf) sowie der Zustellbasis Thalgau/Salzburg Mitte nächsten Jahres. Somit ist auch im Geschäftsjahr 2020 mit einem CAPEX-Programm in der Größenordnung des Jahres 2019 zu rechnen.

## Weiterentwicklung Produktportfolio und moderate Preisanpassungen

Die Wahlmöglichkeit durch die Ausweitung der Produktpalette an Briefen - der ECO-Brief für nicht dringende Sendungen mit einer Laufzeit von 2-3 Tagen und der PRIO-Brief für schnelle Sendungen mit einer Zustellung am nächsten Tag nach der Aufgabe - wurde am Markt gut angenommen. Derzeit werden über 60 % aller Briefsendungen in der nicht zeitkritischen ECO-Variante zugestellt.

Im Einklang mit der internationalen Entwicklung gilt es hier stetig innovative Lösungen zu finden und Produkthanpassungen vorzunehmen, um dem rückläufigen Briefvolumen von ca. 5 % p.a. bei gleichzeitiger Faktorkostensteigerung zu begegnen. Ziel ist es einerseits, neue Kundenlösungen zu schaffen und andererseits, das Preisniveau moderat im Rahmen eines Inflationsausgleichs zu gestalten. Ab 1. April 2020 werden einige Briefpreise moderat im Rahmen eines Inflationsausgleichs erhöht. Der ECO-Tarif etwa für Standardbriefsendungen im Universaldienst wird von 0,70 EUR auf 0,74 EUR angehoben, der PRIO-Tarif von 0,80 EUR auf 0,85 EUR. Tarife für kleine Päckchen (Päckchen S) betragen im ECO-Service 2,55 EUR nach 2,50 EUR zuvor.

An Neuerungen im Produktsortiment wird gearbeitet, wie etwa ein erleichterter Zugang zu ECO-Sendungen oder Vereinfachungen bei Wert- und Gefahrgutsendungen. Gerade im internationalen Vergleich ist damit auch weiterhin sichergestellt, dass in Österreich ein hervorragendes Service mit günstigen Tarifen angeboten werden kann.

Weitere innovative Lösungen werden auch im Paket-Privatkundenbereich geschaffen. So wird im Jahr 2020 die technische Basis für Weiterentwicklungen des Abholservices und des Paket-Abholservices "AllesPost" gelauncht. Der Abholservice kann zukünftig auch über eine App gesteuert werden und die Funktionen für "AllesPost" werden erweitert. Die bereits installierten Selbstbedienungslösungen werden umfangreich genutzt und deutlich ausgebaut. Auch die 10.000 neuen Handhelds für Brief- und Paketzusteller ermöglichen weitere Dienstleistungen.

## Neues Finanzdienstleistungsgeschäft ab Q2 2020

Wichtige Meilensteine wurden gelegt, um ab dem zweiten Quartal 2020 ein fokussiertes Finanzdienstleistungsgeschäft in den Geschäftsstellen der Österreichischen Post anzubieten.

Mit dem positiven Entscheid der Europäischen Zentralbank im Rahmen eines Eigentümerkontrollverfahrens hat sich die Österreichische Post im vierten Quartal 2019 mit 80 % an der Brüll Kallmus Bank AG (vormaliger Alleineigentümer GRAWE Bankengruppe) beteiligt. Die Österreichische Post wird nunmehr - nach erfolgtem Closing - im Zuge einer Kapitalerhöhung rund 55 Mio EUR einbringen.

Ab dem zweiten Quartal 2020 werden neue Finanzdienstleistungen angeboten. Ziel

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100010715/100836641> abgerufen werden.