

15.11.2018 - 07:31 Uhr

EANS-News: ÖSTERREICHISCHE POST Q1?3 2018: PAKETWACHSTUM KOMPENSIERTE BRIEFRÜCKGANG

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

Quartalsbericht

Wien, 15. November 2018 -

Umsatz

- * Umsatzanstieg um 0,8 % in den ersten drei Quartalen 2018 auf 1.416,4 Mio EUR
- * Paketwachstum (+11,5 %) kompensiert Rückgang der Division Brief, Werbepost & Filialen (-2,6 %)

Ergebnis

- * EBIT um 1,5 % auf 141,9 Mio EUR gesteigert
- * Ergebnis je Aktie von 1,56 EUR (-0,8 %)

Cashflow und Bilanz

- * Cashflow durch Sonderzahlung BAWAG P.S.K. erhöht
- * Konservative Bilanzstruktur mit geringen Finanzverbindlichkeiten

Ausblick 2018 und 2019

- * Stabilität bei Umsatz und operativem Ergebnis angepeilt

Die Umsatzerlöse der Österreichischen Post verbesserten sich in den ersten drei Quartalen 2018 auf 1.416,4 Mio EUR. Das entspricht einem leichten Anstieg von 0,8 %, wobei das Wachstum im Paketgeschäft (+11,5 %) den Rückgang der Division Brief, Werbepost & Filialen (-2,6 %) kompensieren konnte.

Der Anteil der Division Brief, Werbepost & Filialen am Konzernumsatz der Österreichischen Post betrug 72,3 %. Der Briefbereich war in der Berichtsperiode geprägt von dem grundsätzlichen Rückgang des adressierten Briefvolumens durch die elektronische Substitution, einem geringeren Werbeumsatz verglichen mit dem starken Werbebusiness des Vorjahres sowie vom strukturell rückläufigen Finanzdienstleistungsgeschäft. Positiv auf die Umsatzentwicklung wirkte sich das neue Produkt- und Tarifmodell aus, das von den Kunden sehr gut angenommen wurde. Es bietet seit dem 1. Juli 2018 den Kunden die Wahlmöglichkeit zwischen zeitkritischen und nicht zeitkritischen Sendungen.

Die Division Paket & Logistik erwirtschaftete im Berichtszeitraum einen Anteil von 27,7 % am Konzernumsatz mit einem weiterhin positiven Trend. Das Umsatzwachstum von 11,5 % wurde primär vom organischen Mengenwachstum in Österreich getrieben. Die Österreichische Post profitiert hier von einem dynamischen Marktwachstum durch den anhaltenden Online-Shopping-Trend. Die damit verbundene Wettbewerbsintensität und der Preisdruck bleiben weiterhin hoch. "Wir sind optimistisch, unsere starke Wettbewerbsposition in diesem hart umkämpften Markt - aufgrund der ausgezeichneten Zustellqualität und des breiten Angebots an individuellen Kundenlösungen - weiterhin gut behaupten zu können", so Generaldirektor DI Dr. Georg Pözl. Um das stark wachsende Paketvolumen auch zukünftig zu meistern, wurde ein Kapazitätserweiterungsprogramm gestartet. Die bestehenden Sortierkapazitäten sollen so rasch wie möglich erweitert werden. Der

Spatenstich für das neue Paketzentrum in Hagenbrunn, nördlich von Wien, erfolgte bereits im Juli 2018. Der Bau eines neuen Logistikzentrums in Kalsdorf bei Graz ist in Vorbereitung. Zudem wird die Ausweitung des Serviceangebots mit Selbstbedienungs- und Online-Lösungen, die den Paketversand und -empfang noch einfacher und bequemer machen, kontinuierlich vorangetrieben.

Neben dem operativen Brief- und Paketgeschäft ist es wichtig, bis Anfang 2020 ein neues flächendeckendes Finanzdienstleistungsgeschäft aufzubauen. Ein wichtiger Schritt dabei wird die Umsetzung eines Banken-Joint-Ventures zusammen mit der FinTech Group AG sein.

Mit diesen zielgerichteten Wachstumsinvestitionen wird die Österreichische Post ihre strategische Positionierung absichern, während der Cashflow aus dem operativen Geschäft auch weiterhin für die Investitionen des operativen Betriebes und die Fortsetzung der attraktiven Dividendenpolitik verwendet wird.

Auf Basis der soliden Umsatzentwicklung und gepaart mit konsequenter Kostendisziplin lag das Konzern-EBIT mit 141,9 Mio EUR um 1,5 % über dem Niveau des Vorjahres. Die solide Entwicklung in den ersten neun Monaten 2018 sollte es der Österreichischen Post ermöglichen, ihrer klaren Kapitalmarktpositionierung als verlässlicher Dividendentitel treu zu bleiben. "Im Fokus unserer strategischen Aktivitäten stehen Verlässlichkeit und Beständigkeit gegenüber den Eigentümern und sonstigen Stakeholdern unseres Unternehmens - und diesen eingeschlagenen Weg wollen wir auch weiter fortsetzen", erklärt Pözl. So peilt die Österreichische Post für das Gesamtjahr 2018 sowohl in Bezug auf den Umsatz als auch in Bezug auf das operative Ergebnis eine stabile Entwicklung auf dem Niveau des Vorjahres an.

Der komplette Bericht ist im Internet unter www.post.at/ir --> Reporting verfügbar.

KENNZAHLEN

Mio EUR	Veränderung				Mio EUR	Q3 2017		Q3 2018	
	Q1-3 2017	Q1-3 2018	%	11,7		451,0	461,1		
Umsatzerlöse	1.404,7	1.416,4	0,8%	11,7	451,0	461,1			
Brief, Werbepost & Filialen	1.055,3	1.027,3	-2,6%	-28,0	333,9	332,3			
Paket & Logistik	352,4	392,9	11,5%	40,4	118,1	130,2			
Corporate/ Konsolidierung	-3,1	-3,8	-24,1%	-0,7	-1,0	-1,4			
Sonstige betriebliche Erträge	43,2	73,9	71,1%	30,7	15,5	22,9			
Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen	-296,5	-313,3	-5,7%	-16,8	-100,2	-107,0			
Personalaufwand	-744,8	-756,9	-1,6%	-12,1	-230,4	-240,4			
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-206,7	-211,3	-2,2%	-4,6	-80,0	-73,4			
Ergebnis aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen	-1,1	-1,7	-57,1%	-0,6	-0,4	-0,5			
EBITDA	198,7	207,1	4,2%	8,4	55,4	62,8			
Abschreibungen	-58,8	-65,2	-10,8%	-6,3	-17,7	-25,9			
EBIT	139,9	141,9	1,5%	2,0	37,7	36,9			
Brief, Werbepost & Filialen	200,0	199,0	-0,5%	-1,0	55,1	60,3			
Paket & Logistik	28,9	26,6	-8,0%	-2,3	10,0	6,3			
Corporate/ Konsolidierung	-89,1	-83,7	6,0%	5,3	-27,3	-29,7			
Sonstiges Finanzergebnis	0,6	4,2	>100%	3,6	0,7	1,0			
Ergebnis vor Steuern	140,6	146,2	4,0%	5,6	38,5	37,9			

Ertragsteuern	-34,7	-40,9	-17,9%	-6,2	-8,8	-8,5
Periodenergebnis	105,9	105,3	-0,6%	-0,6	29,7	29,4
Ergebnis je Aktie (EUR)2	1,57	1,56	-0,8%	-0,01	0,44	0,43
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	166,5	252,5	51,6%	85,9	57,6	79,1
Investitionen in Sachanlagen (CAPEX)	-49,5	-86,2	-74,3%	-36,8	-21,5	-18,9
Free Cashflow	115,9	129,6	11,9%	13,7	52,0	25,6
Free Cashflow vor Akquisitionen/ Wertpapieren und Growth CAPEX3	135,2	196,9	45,6%	61,7	42,1	62,8

1 Anpassung der Umsatzerlöse in der Segmentberichterstattung und Anpassung des Ausweises von Gewinnen und Verlusten aus dem Abgang von nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen, Ausweis unter sonstigen betrieblichen Erträgen bzw. Aufwendungen.

2 Unverwässertes Ergebnis je Aktie, bezogen auf 67.552.638 Stück Aktien

3 Q1-3 2017, Q3 2017: Free Cashflow vor Akquisitionen/Wertpapieren und neuer Unternehmenszentrale

AUSZÜGE AUS DEM KONZERN-LAGEBERICHT:

UMSATZENTWICKLUNG IM DETAIL

Die Umsatzerlöse der Österreichischen Post verbesserten sich in den ersten neun Monaten 2018 um 0,8 % auf 1.416,4 Mio EUR. Das Wachstum im Paketgeschäft mit einem Umsatzanstieg von 11,5 % konnte den Rückgang der Umsatzerlöse von 2,6 % in der Division Brief, Werbepost & Filialen kompensieren.

Der Anteil der Division Brief, Werbepost & Filialen am Konzernumsatz der Österreichischen Post betrug 72,3 %. Der Umsatzrückgang in den ersten drei Quartalen 2018 resultierte aus dem grundsätzlichen Rückgang des adressierten Briefvolumens durch die elektronische Substitution, einem geringeren Werbeumsatz verglichen mit dem starken Werbegeschäft des Vorjahres sowie aus dem strukturell rückläufigen Finanzdienstleistungsgeschäft. Umsatzerhöhend wirkten die neue Produktstruktur, Zuwächse im Bereich Mail Solutions sowie Wachstum durch vermehrtes internationales E-Commerce-Volumen. Die Division Paket & Logistik erwirtschaftete im Berichtszeitraum einen Anteil von 27,7 % am Konzernumsatz mit einem weiterhin positiven Trend. Das Umsatzwachstum von 11,5 % wurde primär vom organischen Mengenwachstum in Österreich getrieben.

Der Umsatz der Division Brief, Werbepost & Filialen von 1.027,3 Mio EUR stammte zu 57,0 % aus dem Bereich Briefpost & Mail Solutions, zu 27,0 % aus Werbepost und zu 9,0 % aus Medienpost, also der Zustellung von Zeitungen und Magazinen. Zudem wurden 7,0 % des Umsatzes mit Filialdienstleistungen erwirtschaftet. Im Bereich Briefpost & Mail Solutions lag der Umsatz mit 585,2 Mio EUR in den ersten drei Quartalen 2018 um 1,9 % über dem Niveau des Vorjahres. Im dritten Quartal 2018 erhöhte sich der Umsatz in diesem Bereich um 9,1 % auf 194,2 Mio EUR. Die rückläufige Volumenentwicklung infolge der Substitution von Briefen durch elektronische Kommunikationsformen setzte sich fort. Der Umsatz wurde aber insbesondere im dritten Quartal 2018 von diversen Sondereffekten beeinflusst. Die transportierten Mengen wurden durch zahlreiche Einmalaussendungen von Banken gestützt. Dank der Einführung der neuen Produktstruktur per 1. Juli 2018 wurde darüber hinaus ein positiver Tarifeffekt erzielt. Zudem gab es im Bereich Briefpost Zusatzumsätze in Höhe von 12,0 Mio EUR durch vermehrtes internationales E-Commerce-Volumen, das im Vorjahr größtenteils noch unter Werbepost ausgewiesen wurde. Ebenso umsatz erhöhend wirkten neue Dienstleistungen rund um den klassischen Brieftransport. Der Bereich Mail Solutions verzeichnete, vor allem in der Dokumentenlogistik und im Outputmanagement, Zuwächse in Höhe von 4,0 Mio EUR. Umsatzmindernd wirkten der Segmentwechsel der kroatischen Tochtergesellschaft Weber Escal d.o.o., die seit 1. Jänner 2018 in der Division Paket & Logistik dargestellt wird, und der Rückzug aus dem Briefgeschäft in Südost- und Osteuropa. Der Bereich Werbepost verzeichnete in den ersten neun Monaten 2018 einen Umsatzrückgang von 6,8 % auf 277,9 Mio EUR, im dritten Quartal 2018 reduzierte sich der Umsatz um 8,7 %. Dieser Rückgang setzte sich

aus einem operativen Umsatzminus von ca. 2 % bis 3 % und der beschriebenen veränderten Produktzuordnung internationaler Sendungen zusammen. Zudem gab es bei den Werbevolumen im Vorjahr höhere Wahleffekte und einen starken Anstieg aufgrund von neuen Vertriebsinitiativen, während in der Berichtsperiode das Werbevolumen rückläufig war. Bei adressierten Sendungen zeigt sich bei einigen Kunden auch Verunsicherung hinsichtlich der neuen Datenschutz-Grundverordnung. Ebenso umsatzmindernd wirkte der Rückzug aus dem südost- und osteuropäischen Werbegeschäft. Der Umsatz mit Medienpost reduzierte sich im Periodenvergleich um 4,1 % auf 92,8 Mio EUR. Im dritten Quartal 2018 verzeichnete der Bereich Medienpost einen Umsatzrückgang von 5,0 %. Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf das rückläufige Abonnement-Geschäft von Zeitungen und Magazinen zurückzuführen. Die Umsätze aus Filialdienstleistungen lagen in den ersten neun Monaten 2018 mit 71,5 Mio EUR um 17,0 % unter dem Niveau des Vorjahres. Im dritten Quartal 2018 reduzierten sich die Umsätze um 8,0 Mio EUR. Gemäß der Vereinbarung mit dem Bankpartner BAWAG P.S.K. erfolgt eine schrittweise Entflechtung der Kooperation im Wesentlichen bis Ende 2019. Der Umsatz mit Beratungsleistungen wird dabei kontinuierlich reduziert, die Schaltertransaktionen bleiben bestehen. Ebenso umsatzmindernd wirkte sich die geänderte Bilanzierung des Vertriebs von Mobilfunkprodukten und Services aufgrund IFRS 15 aus, dem aber ein Rückgang in der entsprechenden Aufwandsposition gegenübersteht.

Der Umsatz der Division Paket & Logistik verbesserte sich in den ersten neun Monaten 2018 um 11,5 % von 352,4 Mio EUR auf 392,9 Mio EUR. In der Berichtsperiode umsatz erhöhend wirkte der Segmentwechsel der kroatischen Tochtergesellschaft Weber Escal d.o.o. mit 1. Jänner 2018, die in der Vergleichsperiode des Vorjahres noch in der Division Brief, Werbepost & Filialen erfasst wurde. Bereinigt um die Weber Escal d.o.o. erhöhte sich der Umsatz der Division Paket & Logistik um 9,1 %. Das starke Wachstum im Paketgeschäft ist vor allem auf den anhaltenden E-Commerce-Trend in Österreich zurückzuführen. Die Österreichische Post konnte auch in dieser Berichtsperiode am Marktwachstum partizipieren, der nationale Umsatzbasistrend zeigte in den ersten drei Quartalen 2018 Wachstum um die 10 %. 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 2018 80,0 % der Divisionsumsätze in Österreich erzielt wurden, 20,0 % der Umsätze entfielen auf Tochtergesellschaften in Südost- und Osteuropa. In Österreich wurde in den ersten neun Monaten 2018 ein Umsatzanstieg von 11,3 % erzielt. Für den wettbewerbsintensiven Raum Südost- und Osteuropa wurde im Berichtszeitraum ein Umsatzplus von 12,0 % ausgewiesen, wobei davon 8,3 Mio EUR auf den Segmentwechsel der Weber Escal d.o.o., Kroatien, entfielen.

AUFWANDS- UND ERGEBNISENTWICKLUNG

Bezogen auf die Umsatzerlöse der Österreichischen Post sind die größten Aufwandspositionen der Personalaufwand (53,4 %), der Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen (22,1 %) sowie sonstige betriebliche Aufwendungen (14,9 %), denen sonstige betriebliche Erträge gegenüberstehen.

Der Personalaufwand belief sich in den ersten neun Monaten 2018 auf 756,9 Mio EUR, was einem Anstieg von 1,6 % entspricht. Die im Personalaufwand inkludierten operativen Personalaufwendungen für Löhne und Gehälter blieben im Vergleich zum Vorjahr weitgehend stabil. Stetige Effizienzsteigerungen und struktureller Umbau machten es möglich, kollektivvertragliche Gehaltssteigerungen zu kompensieren. 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. In den ersten drei Quartalen 2018 lag der nicht-operative Personalaufwand inklusive Rückstellungsveränderungen durch diverse Parameteranpassungen über dem Niveau der Vergleichsperiode des Vorjahres. Den größten Anteil bildeten Rückstellungen für die Redimensionierung im Finanzdienstleistungsbereich in Höhe von 21,6 Mio EUR. Zudem gab es einen negativen Effekt durch die Anpassung der Rechnungsgrundlagen der versicherungsmathematisch berechneten Rückstellungen für Jubiläumsgelder in Höhe von 9,2 Mio EUR. Gegenläufig wirkten verminderte Aufwendungen für Sozialplanmodelle.

Der Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen erhöhte sich um 5,7 % auf 313,3 Mio EUR, primär bedingt durch vermehrte Transportaufwendungen hervorgerufen durch die gestiegenen Paketmengen. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen um 2,2 % auf 211,3 Mio EUR. Dieser Anstieg ist vor allem auf höhere IT- und Instandhaltungsaufwendungen zurückzuführen.

Die sonstigen betrieblichen Erträge betragen in den ersten drei Quartalen 2018 73,9 Mio EUR nach 43,2 Mio EUR im Vorjahr. Darin inkludiert ist ein Einmalertrag aus dem ersten Quartal 2018 in Höhe von 20,1 Mio EUR als pauschale Abgeltung seitens des Bankpartners BAWAG P.S.K. für die Verkürzung der Vertragsdauer. Das Ergebnis aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen enthält anteilige Periodenergebnisse von Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Unternehmen und belief sich auf minus 1,7 Mio EUR.

Ergebnisseitig zeigt sich ein stabiles bis leicht positives Bild. Das EBITDA lag mit 207,1 Mio EUR um 4,2 % über dem Vergleichswert des Vorjahres, das entspricht einer EBITDA-Marge von 14,6 %. Die Abschreibungen lagen mit 65,2 Mio EUR um 6,3 Mio EUR über dem Vorjahr. Dabei fielen insbesondere die Abschreibungen und Wertminderungen von Immobilien höher aus als in der Vergleichsperiode des Vorjahres. Das EBIT in Höhe von 141,9 Mio EUR verbesserte sich somit um 1,5 % gegenüber dem Vorjahr. Die EBIT-Marge betrug 10,0 %.

Das sonstige Finanzergebnis von 4,2 Mio EUR inkludierte einen positiven Beitrag von 3,4 Mio EUR an Beschwerdezinsen aus der Rückforderung der in Vorperioden bezahlten Lohnnebenkosten. Die Ertragsteuern lagen aufgrund erhöhter Steueraufwände aus Vorjahren um 6,2 Mio EUR über dem Niveau der Vergleichsperiode des Vorjahres. Somit ergab sich nach Abzug der Ertragsteuern ein Periodenergebnis von 105,3 Mio EUR (-0,6 %). Das Ergebnis pro Aktie betrug 1,56 EUR.

Nach Divisionen betrachtet, verzeichnete die Division Brief, Werbepost & Filialen in den ersten neun Monaten 2018 ein EBITDA von 214,0 Mio EUR. Dies entspricht einem Rückgang von 1,7 %. Das Divisions-EBIT reduzierte sich um 0,5 % auf 199,0 Mio EUR. Positiv wirkten die hohe Kostendisziplin sowie die Nutzung weiterer Synergien durch die vermehrte Zustellung von Paketen und Päckchen über die Brieflogistik. Die Division Paket & Logistik zeigte Umsatzwachstum bei hohem Wettbewerbs- sowie Margendruck und erwirtschaftete ein EBITDA von 34,8 Mio EUR (-11,8 %) und ein EBIT von 26,6 Mio EUR (-8,0 %) in den ersten neun Monaten 2018. Dieser Rückgang ist vor allem auf Mehraufwände im Logistiknetz zur Vermeidung von Kapazitätsengpässen und gestiegene IT- und Beratungsaufwände zurückzuführen. Das EBIT der Division Corporate (inkl. Konsolidierung) verbesserte sich um 6,0 % auf minus 83,7 Mio EUR vor allem durch geringere Aufwände für Sozialplanmodelle. 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 in den ersten neun Monaten 2018 war von diversen Sondereffekten beeinflusst. Aus einer Sonderzahlung der BAWAG P.S.K. in Höhe von 107,0 Mio EUR in Folge der Beendigung der Zusammenarbeit resultierte, abzüglich der in der Berichtsperiode erbrachten Finanzdienstleistungen in Höhe von 29,7 Mio EUR, ein positiver Sondereffekt im Cashflow von 77,3 Mio EUR. Gegenläufig wirkten erhöhte Maintenance CAPEX und Growth CAPEX, die mit 86,2 Mio EUR über dem Niveau der Vergleichsperiode von 49,5 Mio EUR lagen. Ebenso Cashflow-mindernd waren höhere Zahlungen im Zusammenhang mit Rückstellungen und für Steuern sowie der Erwerb von 6,5 % der Anteile an der FinTech Group AG. Der Cashflow aus dem Ergebnis lag in den ersten neun Monaten 2018 bei 251,0 Mio EUR nach 210,7 Mio EUR in der Vergleichsperiode des Vorjahres. Der Cashflow aus Geschäftstätigkeit erreichte in der Berichtsperiode 252,5 Mio EUR nach 166,5 Mio EUR im Vorjahr. Der Cashflow aus Investitionstätigkeit erreichte in den ersten neun Monaten 2018 einen Wert von minus 122,8 Mio EUR nach minus 50,6 Mio EUR in der Vergleichsperiode des Vorjahres. Dieser Anstieg resultierte aus Zahlungen für den Erwerb von Sachanlagen (CAPEX) und ist vor allem auf Investitionen im Rahmen des

Kapazitätserweiterungsprogramms für die Paketlogistik zurückzuführen, die in der aktuellen Berichtsperiode in Summe 29,3 Mio EUR betragen. Zudem reduzierte sich der Cashflow aus Investitionstätigkeit durch den bereits erwähnten Anteilsverkauf an der FinTech Group AG. Der Free Cashflow vor Akquisitionen/Wertpapieren und Growth CAPEX erreichte 196,9 Mio EUR in den ersten neun Monaten 2018 nach 135,2 Mio EUR in der Vergleichsperiode des Vorjahres.

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.

Die Bilanzsumme der Österreichischen Post lag per 30. September 2018 bei 1.650,3 Mio EUR. Aktivseitig bilden Sachanlagen in Höhe von 639,3 Mio EUR die größte Bilanzposition, zudem gab es immaterielle Vermögenswerte von 29,4 Mio EUR. Die Geschäfts- oder Firmenwerte aus Unternehmenserwerben sind per Ende des dritten Quartals 2018 mit 62,9 Mio EUR ausgewiesen. Die anderen finanziellen Vermögenswerte belaufen sich auf 148,7 Mio EUR, dazu zählen der im dritten Quartal 2018 erworbene Anteil an der FinTech Group AG in Höhe von 36,7 Mio EUR sowie der Anteil an Aras Kargo der, nach 36,0 Mio EUR zum 30. Juni 2018, zum 30. September 2018 mit 26,7 Mio EUR ausgewiesen wurde. Im kurzfristigen Vermögen nehmen Forderungen in Höhe von 278,4 Mio EUR eine der größten Bilanzpositionen ein. Zudem verfügt die Österreichische Post mit 276,2 Mio EUR über einen hohen Bestand an Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten. Die Passivseite der Bilanz ist von einer hohen Eigenkapitalquote geprägt, die per 30. September 2018 bei 39,6 % lag. Dies entspricht einem Eigenkapital in Höhe von 653,4 Mio EUR.

Die langfristigen Schulden von insgesamt 428,4 Mio EUR beinhalten im Wesentlichen Rückstellungen in Höhe von 392,0 Mio EUR (davon Rückstellungen für Unterauslastung in Höhe von 207,7 Mio EUR). Zu den kurzfristigen Schulden von 568,5 Mio EUR zählen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen mit 202,7 Mio EUR. Die Analyse der Finanzpositionen des Unternehmens zeigt einen hohen Bestand an kurzfristigen und langfristigen Finanzmitteln in Höhe von insgesamt 355,8 Mio EUR. Hierzu zählen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 276,2 Mio EUR sowie Finanzinvestitionen in Wertpapiere von 79,6 Mio EUR. Den Finanzmitteln stehen Finanzverbindlichkeiten von lediglich 4,6 Mio EUR gegenüber.

AUSBLICK 2018 und 2019

Die aktuellen Trends im Jahr 2018 bestätigen die Prognosen der Österreichischen Post hinsichtlich der Entwicklung der nächsten Quartale. Die grundsätzlichen Marktentwicklungen am Brief-, Werbe-, aber auch Paketmarkt sollten unverändert bleiben. Trotz positiver Effekte im letzten Quartal muss bei adressierten Briefmengen mittelfristig mit Volumenrückgängen von etwa 5 % p.a. gerechnet werden. Werbemengen sind der Dynamik der jeweiligen Kundenbranchen unterworfen. Demgegenüber stärkt der stetig zunehmende Internethandel die Volumenentwicklung bei Privatkundenpaketen, begleitet von hohen Anforderungen hinsichtlich Zustellqualität und -geschwindigkeit.

Stabile Prognose für 2018 bleibt aufrecht

Für das Geschäftsjahr 2018 prognostiziert die Österreichische Post auch weiterhin eine stabile bis leicht steigende Umsatzentwicklung im Konzern (Vergleichsbasis Umsatz 2017: 1.938,9 Mio EUR). Diese Stabilität sollte sich auch im Ergebnis 2018 widerspiegeln (Vergleichsbasis EBIT 2017: 207,8 Mio EUR). Dabei wird davon ausgegangen, dass das neue Produkt- und Tarifmodell auch weiterhin gut angenommen wird. Es bietet die Wahlmöglichkeit zwischen zeitkritischen (z. B. Dokumente, dringende Briefe und Pakete) und nicht zeitkritischen Sendungen (z. B. Telefonrechnungen, Kontoauszüge).

Im Filialnetz erfolgen derzeit eine Entflechtung der Finanzdienstleistungs-Kooperation mit dem aktuellen Bankpartner BAWAG P.S.K. sowie Vorbereitungen, um das Finanzdienstleistungsgeschäft in Kooperation mit der FinTech Group AG weiterhin als Bestandteil der Geschäftstätigkeit der Österreichischen Post zu erhalten.

Das Paketgeschäft ist im aktuellen Marktumfeld von intensiverem Wettbewerb, stärkerem Preisdruck und einer partiellen Eigenzustellung eines Großversenders im vierten Quartal 2018 gekennzeichnet. Gerade vor dem Hintergrund des weiteren

Mengenwachstums bei Privatkundenpaketen ist es das Ziel, die Strukturen und Prozesse weiter zu verbessern, die Qualitätsführerschaft in der Brief- und Paketzustellung sowie das Angebot an Hinterlegungsmöglichkeiten für die Kunden stetig auszubauen. Neben den laufenden Basis-Investitionen im Kerngeschäft von rund 70 Mio EUR für 2018 wurde daher ein Wachstumsinvestitionsprogramm im Bereich Paketlogistik gestartet, um die bestehenden Sortierkapazitäten so rasch wie möglich zu erweitern. Dafür werden im Jahr 2018 in Summe Wachstumsinvestitionen von etwa 50 Mio EUR erwartet, die größtenteils für das neue Paketzentrum in Hagenbrunn im Norden Wiens anfallen.

Auch für 2019 stabile Entwicklung angestrebt

In der mittelfristigen Entwicklung ist davon auszugehen, dass sich das adressierte Briefvolumen weiter mit ca. 5 % reduziert, während Paketmengen grundsätzlich steigen. Trotz der Eigenzustellung eines Großversenders im Raum Wien sollte auch 2019 ein Paketwachstum im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich möglich sein.

Angesichts dieses aktuellen Marktumfeldes wird hinsichtlich der Entwicklung des Umsatzes und des operativen Ergebnisses auch im Jahr 2019 Stabilität angestrebt. Als wichtiger Schwerpunkt für das nächste Jahr gilt es, die Service- und Qualitätsführerschaft weiter auszubauen sowie die bestehenden Kapazitätsengpässe aufzulösen. Auch für 2019 sind daher zusätzlich zu den Basis-Investitionen in Höhe von ca. 70 Mio EUR wiederum Wachstumsinvestitionen in Höhe von über 50 Mio EUR geplant, insbesondere zur Fertigstellung des Paketzentrums im Norden Wiens (Hagenbrunn) sowie für die erste Bauphase eines Paketverteilzentrums im Süden Österreichs (Kalsdorf bei Graz). Darüber hinaus sind Erweiterungen bzw. Zukäufe von Grundstücken möglich, etwa beim bestehenden Logistikzentrum im Süden Wiens. Neben dem operativen Brief- und Paketgeschäft ist es wichtig bis Anfang 2020 ein neues flächendeckendes Finanzdienstleistungsgeschäft aufzubauen. Ein wichtiger Schritt dabei wird die Umsetzung eines Banken-Joint-Ventures zusammen mit der FinTech Group AG sein. In der Hochlaufphase dieses 50:50-Joint-Ventures sind negative Ergebnisbeiträge in den ersten drei Jahren zu erwarten.

Mit diesen zielgerichteten Wachstumsinvestitionen wird die Österreichische Post die strategische Positionierung absichern, während der Cashflow aus dem operativen Geschäft auch weiterhin für die Investitionen des operativen Betriebes und die Fortsetzung der attraktiven Dividendenpolitik verwendet wird.

Rückfragehinweis:
Österreichische Post AG

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

Mag. Ingeborg Gratzner
Leitung Presse & Interne Kommunikation
Tel.: +43 (0) 57767-32010
ingeborg.gratzner@post.at

Ende der Mitteilung euro adhoc

Emittent: Österreichische Post AG
Rochusplatz 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/100010715/100822193> abgerufen werden.