

EANS-Adhoc: Österreichische Post AG / Post will mittelfristig wieder wachsen und setzt Konzernumbau konsequent fort Generaldirektor Pölzl setzt auf Kundenorientierung und Innovation

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

Post-Generaldirektor Dr. Georg Pölzl präsentierte heute die mittelfristigen Pläne und Strategien, mit denen er das Unternehmen auch im Hinblick auf die bevorstehende Marktliberalisierung fit für die Zukunft machen will. Vier strategische Eckpunkte geben eine klare Orientierung für die Weiterentwicklung des Konzerns. Neben der Verteidigung der Marktführerschaft bei Brief und Paket in Österreich will die Post auch künftig Wachstumschancen nutzen. Pölzl setzt zudem verstärkt auf Innovation und mehr Kundenorientierung. "Wir haben uns ehrgeizige Ziele gesetzt. Um diese zu erreichen, werden wir das gesamte Unternehmen und besonders unser Geschäft in Österreich weiter von Grund auf neu ausrichten. Kundenorientierung wird dabei noch stärker im Mittelpunkt stehen. Den Risiken aus e-Substitution und Liberalisierung treten wir entschlossen entgegen und werden unsere Wachstumschancen konsequent weiter nutzen.", so Pölzl.

Postmarkt der Zukunft bringt Chancen und Herausforderungen

Die aktuellen Entwicklungen am internationalen Post- und Logistikmarkt stellen die Post vor große Herausforderungen, bringen aber auch neue Chancen. Die wichtigsten Veränderungen resultieren aus der bevorstehenden Marktliberalisierung mit 1. Jänner 2011 sowie der Substitution von Briefen durch elektronische Medien. Aus diesen Trends wird international ein Volumenrückgang bei Briefsendungen von drei bis sieben Prozent pro Jahr prognostiziert. Dem gegenüber stehen die Internationalisierung der Handelsströme und der anhaltende positive Trend zum Internet-Shopping. Diese Entwicklungen treiben auch in Zukunft Wachstum im Bereich Paket. Neben dem Markt haben sich aber auch die Bedürfnisse der Kunden weiterentwickelt und verändert. Einerseits wecken die neuen digitalen Möglichkeiten hohe Erwartungen an Online-Komfort, andererseits werden auch Werte wie Vertraulichkeit, Datensicherheit und Zuverlässigkeit von Dienstleistungen immer wichtiger.

Post will vorhandene Stärken ausbauen

"Die Österreichische Post ist ein Unternehmen mit Tradition und steht für Vertraulichkeit, Zuverlässigkeit und Effizienz. Das sind Werte, die künftig gefragter sein werden denn je", betont Pölzl. Für ihn steht daher außer Frage, dass das Unternehmen rund um das Leistungsangebot noch stärker auf diese Werte setzt. "Wer, wenn nicht wir, kann hohe Datensicherheit und Schutz der Privatsphäre mit Geschwindigkeit, Komfort und leichter Erreichbarkeit vereinen? Genau in diesem vermeintlichen Widerspruch liegt die Chance für uns", so Pölzl. Die Post will daher auf Ihre Kompetenzen bauen und die klare Nummer 1 sein, wenn es darum geht, Sendungen und Informationen zu verschicken oder zu empfangen. Egal ob physisch oder elektronisch. Pölzl möchte das Leistungsangebot für Privat- und Geschäftskunden weiter ausbauen und moderne Technologien stärker nutzen.

Innovation bedeutet für die Post verstärkte Kundenorientierung, Produktvereinfachung und Fokus auf Online-Aktivitäten

Die Österreichische Post AG hat es sich zum klaren Ziel gesetzt, mit einer Serviceoffensive bei all ihren Produkten und Dienstleistungen die Kundenwünsche und -bedürfnisse noch stärker in den Mittelpunkt zu stellen. In erster Linie geht es darum, das Leistungsangebot einfacher und übersichtlicher zu machen, Komplexität zu reduzieren und dem Kunden Dienstleistungen aus einer Hand zu bieten - in der physischen Zustellung genauso wie bei elektronischen Services.

"Der Kunde wird auf dem Online-Portal der Post künftig seine Schriftstücke in der gleichen, geschützten Privatsphäre wie im eigenen Wohnzimmer erhalten", erklärt der Post-Generaldirektor. Als ersten Schritt bietet die Österreichische Post ihren Kunden ab sofort an, diverse Postdienstleistungen, wie Nachsendeauftrag oder Urlaubsfach, bequem und sicher von zu Hause aus zu beauftragen.

"Das ist aber nur der Anfang", betont Pölzl. "Unser Angebot wird künftig noch individueller auf die Kundenwünsche abgestimmt". Der Versender kann zum Beispiel in Zukunft frei wählen, ob er seine Post bereits ausgedruckt und kuvertiert oder als elektronische Datei einliefern und verschicken möchte. Auch der Paketversand kann im Vorfeld online konfiguriert werden - von der Verpackung bis zur elektronischen Paketmarke. Der Empfänger entscheidet, wie und wo er seine persönliche Post bekommen möchte. Ob an die Wohnadresse, zum Arbeitsplatz, in die Wunschfiliale oder zum Abholautomaten. Alternativ kann er sich seine Post auch elektronisch direkt ins sichere Post-Portal schicken lassen. Die Post bietet ihren Kunden damit höchsten Komfort.

Vier strategische Eckpunkte der Österreichischen Post
In den letzten Monaten wurde die Ausrichtung des Unternehmens überprüft und vier strategische Eckpunkte neu definiert.

1. Verteidigung der Marktführerschaft im Kerngeschäft

In Österreich ist die Post unangefochtener Marktführer - sowohl im Briefgeschäft als auch in der Beförderung und Zustellung von Paketen, insbesondere an private Empfänger. Im Jahr 2009 ist es gelungen, trotz Rezession und hartem Preiswettbewerb, in vielen Segmenten Marktanteile zu gewinnen. Diese Position soll auch in der Zukunft abgesichert werden. Im Besonderen gilt dies für den Briefmarkt, der mit 2011 zur Gänze liberalisiert wird.

2. Wachstum in definierten Märkten

Ergänzend zu ihrem Kerngeschäft wird die Post bestehendes Potenzial in Wachstumssegmenten nutzen: Im Vordergrund steht hier das Paket- und Logistikgeschäft, das mit Fokus auf Kombifracht, temperaturgeführte Logistik und B2B/B2C-Paket sowohl in Österreich und Deutschland als auch in Süd-/Osteuropa weiter ausgebaut werden soll. Die Österreichische Post erweitert zudem ihr Leistungsangebot für Briefkunden.

3. Effizienzsteigerung und Flexibilisierung der Kostenstruktur

Zur Festigung der klaren Kostenführerschaft in Österreich plant die Post eine weitere deutliche Steigerung ihrer Effizienz in Logistik und Zustellung. Die stetige Verbesserung der Netzwerkinfrastruktur, der weitere Umbau des Filialnetzes in Richtung unternehmerischer Modelle, die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle sowie eine gezielte Reduktion der Verwaltungskosten und des gesamten Sachaufwands stellen wesentliche Stoßrichtungen dar.

4. Kundenorientierung und Innovation

Nur mit attraktiven Angeboten, die den konkreten Anforderungen der Kunden entsprechen, kann die Post langfristig erfolgreich sein. Deshalb setzt das Unternehmen neben Komplexitätsreduktion auf gezielte Innovation sowie auf eine umfassende Serviceoffensive. Hierzu zählt unter anderem eine Online-Initiative, mit der der Komfort bei klassischen Postdienstleistungen erhöht und neue digitale Produkte im Bereich elektronischer Post angeboten werden.

Die Österreichische Post hat anspruchsvolle wirtschaftliche Ziele für den Mittelfristplan definiert:

Umsatz: Mittelfristiges Wachstum von ein bis zwei Prozent pro Jahr

Ziel ist ein Wachstum des Paketgeschäftes - mit Fokus auf die Auslandstöchter - von sechs bis neun Prozent pro Jahr bei einem potenziellen Umsatzrückgang beim Brief von drei bis fünf Prozent pro Jahr.

Hohe Ertragskraft: Nachhaltige EBITDA-Marge von zehn bis zwölf Prozent

In allen operativen Abläufen gilt es, die Effizienz weiter zu steigern und damit Erträge sowie den Cash-Flow nachhaltig zu sichern.

Dividende: Auch weiterhin attraktive Dividendenpolitik

Die Österreichische Post AG wird die bestehende Dividendenpolitik fortsetzen: Ausschüttung von mindestens 75 Prozent des Nettoergebnisses sowie eine nachhaltige Dividende von 1,50 Euro werden angestrebt.

Wien, 18. Februar 2010

Rückfragehinweis:

Österreichische Post AG
Konzernkommunikation
Leitung
Mag. Ina Sabitzer
Tel.: +43 577 67-21763
ina.sabitzer@post.at

Konzernkommunikation
Pressesprecher
Michael Homola
Tel.: +43 577 67-32010
michael.homola@post.at

Investor Relations
Leitung
DI Harald Hagenauer
Tel.: +43 57767-30400
harald.hagenauer@post.at

*Emittent: Österreichische Post AG
Postgasse 8
A-1010 Wien
Telefon: +43 (0)57767-0
Email: investor@post.at
WWW: www.post.at
Branche: Transport
ISIN: AT0000APOST4
Indizes: ATX Prime, ATX
Börsen: Börse: Wien
Sprache: Deutsch*



Aussendung übermittelt durch euro adhoc
The European Investor Relations Service