

JAHRES- FINANZBERICHT

ÖSTERREICHISCHE POST AG

2011



INHALT

TEIL 1

03 KONZERNGESCHÄFTSBERICHT

Magazin MEHR-WERTE

Informationen über die Österreichische Post

TEIL 2

91 KONZERNGESCHÄFTSBERICHT

ZAHLEN-WERTE

Konzernlagebericht und Konzernabschluss

TEIL 3

215 JAHRESABSCHLUSS DER ÖSTERREICHISCHEN POST AG

Einzelabschluss nach österreichischem UGB

TEIL 4

264 ERKLÄRUNG ALLER GESETZLICHEN VERTRETER

MEHR

WERTE

GESCHÄFTSBERICHT | ÖSTERREICHISCHE POST AG | DAS MAGAZIN

2011



POST AROUND THE CLOCK

MIT NEUEN SERVICES IST DIE POST 24/7
FÜR IHRE KUNDEN DA.

NOCH MEHR KUNDENNUTZEN UND KOMFORT

DER POST-VORSTAND IM INTERVIEW.

70% PLUS SEIT DEM BÖRSEGANG

BEACHTLICHER TOTAL SHAREHOLDER
RETURN IN DEN JAHREN 2006–2011.

WERTE-PAKET

DIE ÖSTERREICHISCHE POST BIETET KUNDEN, MITARBEITERN UND INVESTOREN KLAREN MEHRWERT. DENN SIE VERBINDET PROFESSIONALITÄT, KUNDENORIENTIERUNG UND INNOVATION IN IHREM GESCHÄFTSMODELL MIT WERTSCHÄTZUNG, FINANZIELLER STABILITÄT UND NACHHALTIGER PROFITABILITÄT.





v.l.n.r.: Verena Knott-Birkbauer (Konzernrechnungswesen),
Johannes Haselberger (Marketing, Division Paket & Logistik),
Sonja Kögel (Vertrieb, Division Brief, Werbepost & Filialen),
Verena Abu-Dayeh (Personalentwicklung und Bildung)

VISION/ MISSION

- Wir überbringen Werte – verlässlich, vertraulich, persönlich.
- Wir sind die erste Wahl für unsere Kunden, Partner und Mitarbeiter – gestern, heute, morgen.
- Wir sind der führende Post- und Logistikdienstleister in Österreich. Als erfolgreicher Spezialist wachsen wir in Europa.





„... WERT FÜR ALLE STAKEHOLDER SCHAFFEN ...“

EDITORIAL

Die Österreichische Post AG hat im Geschäftsjahr 2011 trotz eines schwierigen Marktumfeldes ein sehr gutes Ergebnis erzielt. Das bestätigt unsere strategische Positionierung und zeigt, dass wir auch mit der konsequenten operativen Umsetzung unserer Vorhaben gut vorangekommen sind. Es ist uns damit wieder gelungen, für unsere Stakeholder Wert zu schaffen.

Hinter dieser erfolgreichen Geschäftsentwicklung stehen auch und besonders die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die diesen Weg mit uns gehen und denen ich an dieser Stelle für ihren Einsatz sehr herzlich danken möchte. Fördernd, wertschätzend und leistungsorientiert – das ist unser Werte-Paket für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. In diesem Sinn haben wir den 2010 gestarteten Leitbildprozess 2011 intensiv vorangetrieben. So haben wir gemeinsam mit unseren Führungskräften Leitlinien zu Führungqualität und Führungskultur entwickelt. Details zu diesem Thema finden Sie ab Seite 32.

Nur wenn die Kunden mit unserem Angebot und unseren Leistungen zufrieden sind, können die Umsatzzahlen stimmen. Deshalb steht in unserem Leitbild: „Wir stellen den Kunden in den Mittelpunkt.“ Das haben wir auch 2011 getan: Wir haben das Post-Geschäftsstellennetz erweitert, einfachere, formatbasierte Briefprodukte gestaltet und neue Online-Services in unser Angebot aufgenommen, um nur einige unserer Aktivitäten anzuführen. Dass wir gleichzeitig unsere hohe Zustellqualität beibehalten, ist selbstverständlich. Alle Informationen dazu, wie wir unseren Kunden Mehrwert bringen, haben wir ab Seite 12 ausführlich beschrieben.

Für unsere Aktionäre konnten wir Hand in Hand mit der Ergebnisverbesserung auch eine Verbesserung der Dividende erzielen – vorausgesetzt, die Hauptversammlung stimmt unserem Vorschlag zu. Damit erweist sich die Post einmal mehr als attraktives Investment – verlässlich, berechenbar und solide.

Herzlich, Ihr



Georg Pölzl



08



12



22

INHALT

UNTERNEHMEN & STRATEGIE

- 08** Interview mit dem Vorstand
- 12** Coverstory – Post around the clock
- 20** Top-Themen 2011
- 22** Die Post im Überblick
- 23** Spitzenleistungen
- 24** Post International
- 28** Strategie
- 32** Neues Leitbild, neue Werte
- 36** Compliance

BRIEFWELT

- 38** Division Brief, Werbepost & Filialen
- 40** Marktumfeld
- 42** Aktuelle Trends
- 44** Der Kunde im Fokus

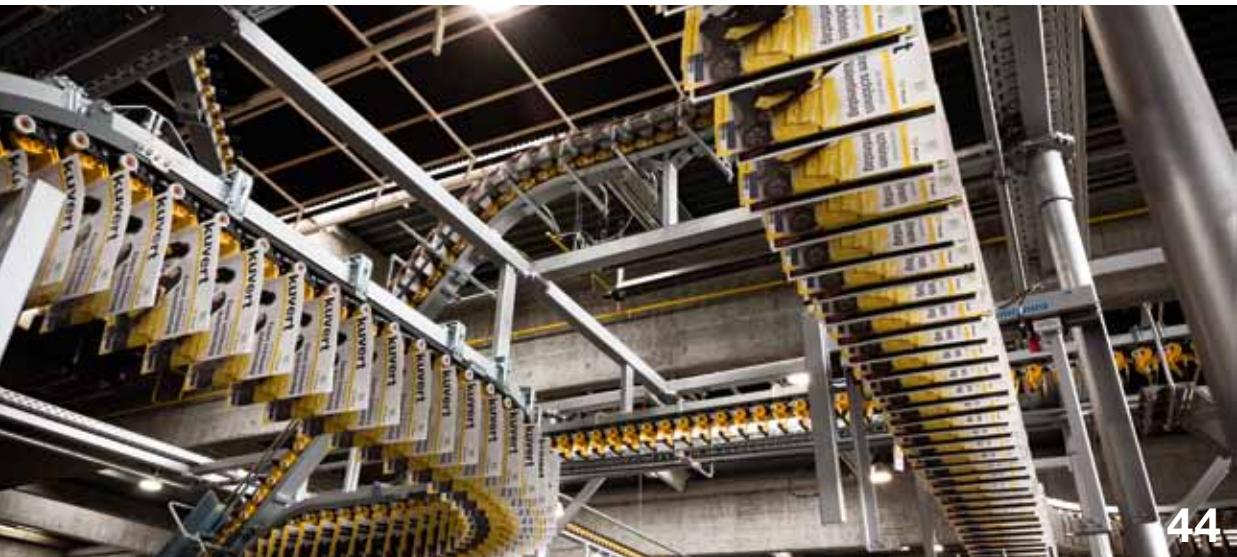
PAKETWELT

- 50** Division Paket & Logistik
- 52** Marktumfeld & Trends
- 54** Der Kunde im Fokus

Stichworte Aktie 60ff, 66f, 85
Akquisitionen 24, 27, 49, 65
Briefwelt 38ff
CO₂ neutral 14, 30, 55, 78ff
Corporate Social Responsibility 68ff
Ergebnis 2011 9ff, 60ff

Führungsleitlinien 32ff
Internationalisierung 24ff, 29, 50ff, 56,
Investor Relations 62ff
Kennzahlen 62, 72, 74, 85
Kundennutzen 12ff, 44ff, 54ff
Leitbild 32ff

Liberalisierung 12ff, 24, 27, 40
Neue Produkte/Services 12ff, 44ff, 54ff
Paketwelt 50ff
Spitzenleistungen 23, 84
Strategie 9ff, 28ff
Total Shareholder Return 62f



AKTIE & EIGENTÜMER

- 60** Finanzüberblick
- 62** Investor Relations
- 66** Corporate Governance

STAKEHOLDER & VERANTWORTUNG

- 68** Nachhaltigkeit
- 71** Stakeholder
- 72** Mitarbeiter
- 75** Gesellschaft
- 77** Ökonomie
- 78** Umwelt

SERVICE



- 84** Facts
- 85** Figures
- 86** Gewinnspiel
- 87** Glossar

Impressum

Medieninhaber und Herausgeber: Österreichische Post AG, Haidingerstraße 1, 1030 Wien, Österreich,

T: +43 (0) 57767-0, E: info@post.at, I: www.post.at, FN: 180219d, Handelsgericht Wien

Konzept, Gestaltung, Gesamtkoordination: be.public Werbung Finanzkommunikation, Wien, Projektagentur Weixelbaumer KG, Linz

Fotos: Wolfgang Pohn, Werner Streitfelder, Christoph Heinzel, Georg Molterer, Jungwirth, Petra Spiola, BAWAG P.S.K., trans-o-flex, Österreichische Post AG,

First Climate, South Pole, Steven McGee, Libro, Schäfer Shop

Druck: Niederösterreichisches Pressehaus, St. Pölten Redaktionsschluss : 01. März 2012



v.l.n.r.: Dipl.-Ing. Walter Hitziger, Dipl.-Ing. Dr. Georg Pölzl, Dipl.-Ing. Peter Umundum, Mag. Dr. Rudolf Jettmar

„.... NOCH MEHR KUNDENNUTZEN UND KOMFORT ...“

INTERVIEW MIT DEM VORSTAND

Herr Dr. Pölzl, wie sind Sie mit der Entwicklung des Post Konzerns im Jahr 2011 zufrieden?

Pölzl: Die Österreichische Post hat sich sehr gut entwickelt. Wir konnten viele Themen, die wir uns vorgenommen haben, erfolgreich umsetzen. In einigen Bereichen haben wir die Erwartungen übererfüllt, in anderen haben wir Maßnahmen eingeleitet, um unsere Performance weiter zu verbessern. Unser Marktumfeld und ebenso die verfügbaren technologischen Mittel verändern sich kontinuierlich. Wir beobachten das alles genau und werden uns mit diesen Veränderungen stetig weiterentwickeln.

Herr Dr. Jettmar, wie spiegelt sich diese Zufriedenheit in den Zahlen wider?

Jettmar: Auch in einem sicher nicht einfachen gesamtwirtschaftlichen Kontext ist es uns gelungen, den Konzernumsatz auf vergleichbarer Basis um 4,2% zu steigern und auf dieser Grundlage auch das Ergebnis um 7,3% zu erhöhen. Auch in der Struktur der operativen Kosten konnten wir uns weiter spürbar verbessern. In Summe haben wir damit das zweitbeste Ergebnis unserer Geschichte erreicht.

Damit hat die Post 2011 wieder beachtlichen Wert geschaffen...

Pölzl: Ja, der strategische Pfad stimmt. Und auch operativ wissen wir, wo wir uns weiter verbessern können. Unsere gute Ertragskraft ist eine sehr solide Basis, um langfristige Werte zu schaffen. Darauf vertrauen auch unsere nationalen und internationalen Aktionäre, diesem Vertrauen fühlen wir uns verpflichtet.

Ein beachtliches Gesamtbild. Und wie sieht es dabei in den einzelnen Divisionen aus?

Hitziger: Der neue Name weist bereits darauf hin: In der Division Brief, Werbepost & Filialen gab es 2011 eine Reihe von richtungwei-

senden Entwicklungen. Ein wichtiger Meilenstein war die Zusammenführung der Divisionen Brief und Filialnetz, die zahlreiche Synergieeffekte mit sich bringt. Parallel zur Reorganisation haben wir unser Geschäftsstellennetz auf 1.258 Post Partner ausgebaut und die Zusammenarbeit mit der BAWAG P.S.K. auf neue Beine gestellt. Dass all das von den Kunden sehr gut aufgenommen wird, beweist uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Auch im Briefgeschäft haben wir uns 2011 entscheidend weiterentwickelt. Wir haben zum Beispiel ein völlig neues Produktpotfolio eingeführt, das nicht mehr primär auf das Gewicht der Sendungen, sondern auf Formate und Zustellgeschwindigkeit abstellt. Seit Februar 2012 stellen wir flächendeckend überregionale Werbesendungen gebündelt im Sammelumschlag KUVERT zu, und gleichzeitig bieten wir unseren Business-Kunden die Möglichkeit, adressierte Direct-Mails stärker als bisher zu individualisieren. Damit können wir nun noch vielfältigere und kundenorientiertere Leistungen anbieten. Diesen Weg werden wir weiter konsequent verfolgen.

Um und um: Auch im Paketgeschäft haben wir in Österreich eine sehr zufriedenstellende Entwicklung verzeichnet. Plangemäß ist es gelungen, unsere Marktposition zu festigen bzw. auszubauen und neue Leistungen sowohl für Privat- als auch für Business-Kunden zu etablieren. Bei letzteren konnten wir unseren Marktanteil im Einklang mit unserer Strategie auf rund 18% steigern – das nächste Etappenzielel heißt 20%. Für unsere Tochtergesellschaft trans-o-flex haben wir ein Performancesteigerungsprogramm gestartet, das uns sowohl umsatz- als auch kostenseitig helfen wird, die angestrebte Margenverbesserung zu erzielen. Neben den Themen Wachstum und Profitabilität haben wir an der Entwicklung neuer Services für die Kunden gearbeitet. Der Testbetrieb für die Post Abgabe- und Empfangsboxen ist sehr gut gelaufen. Die österreichweite Umsetzung startet 2012.



Und wie geht es Ihnen in CEE?

Umundum: Mit dem Paketgeschäft in der Region Südost-/Osteuropa sind wir sehr zufrieden, die Performance unserer Tochterunternehmen liegt hier durchwegs im Rahmen unserer Erwartungen. In Summe erwirtschaften die Paket-Töchter der Österreichischen Post im Jahr 2011 einen Umsatz von 67,3 Mio EUR in Südost- und Osteuropa.

Hitziger: Für die Werbemittel- und Briefzustellung haben wir nun vier Tochterunternehmen in CEE – durchwegs in Ländern mit hohem Wachstumspotential in diesem Bereich. Unsere jüngste Tochter ist 2011 hinzugekommen, und zwar in Rumänien, wo uns mit der Akquisition eines 26%-Anteils an der PostMaster s.r.l., dem führenden alternativen Postdienstleister des Landes, sozusagen eine „Soft Entry“ gelungen ist. Bei guter Geschäftsentwicklung wollen wir unser Engagement in der Region auch in diesem Segment intensivieren.

Produktion so wendig und kostengünstig wie möglich zu machen. Dazu optimieren wir die Logistik, aber auch der kundengerechte Ausbau des Geschäftsstellennetzes dient diesem Ziel. Parallel dazu setzen wir auf intensive Marktbearbeitung und Wachstum. Wir bieten unseren Kunden ein optimales Portfolio, das wir zusätzlich laufend erweitern. Wir verlieren aber auch die Liberalisierung des Marktes in CEE nicht aus den Augen.

Umundum: In der Division Paket & Logistik beschäftigen uns vor allem die Themen Wachstum und Profitabilität. Denn nach der erfolgreichen Expansion der letzten Jahre ist es nun wichtig, die Ertragskraft zu steigern. Deshalb setzen wir alles daran, die Effizienz unserer Logistik zu erhöhen. Das bedeutet einerseits ein noch besseres Zusammenspiel mit unseren Logistikpartnern, andererseits aber auch eine Abrundung unseres Produktpportfolios, des-



Wie geht der Weg generell weiter – welche Verbesserungen bzw. Erweiterungen haben Sie vor?

Pölzl: Die Entwicklung der letzten beiden Jahre hat unseren Kurs bestätigt, der im Wesentlichen auf zwei Säulen fußt: Einerseits gilt es, das Kerngeschäft abzusichern und mit effizienzsteigernden Maßnahmen ständig zu optimieren, andererseits müssen und wollen wir unsere Wachstumschancen nutzen und die Kunden- und Serviceorientierung weiter vorantreiben. In beiden Stoßrichtungen werden wir auch in Zukunft mit hoher Intensität weiter vorangehen. Viele Projekte sind bereits initiiert, um den Anspruch „24/7“ – also Verfügbarkeit und Service rund um die Uhr – wirklich auf allen Ebenen unserer Tätigkeit Realität werden zu lassen. Also noch mehr Kundennutzen, noch mehr Komfort.

Hitziger: Im Brief- und Direct-Mail-Geschäft wollen wir auch weiterhin die Nummer 1 im österreichischen Markt bleiben. Das bedeutet, dass wir permanent an uns arbeiten müssen. Allem voran streben wir eine Flexibilisierung unseres Stammgeschäfts an, um die

Preise zudem kostengerecht gestaltet werden müssen. Parallel dazu nutzen wir im Rahmen einer umfangreichen Exportoffensive die europäischen Marktpotenziale und sind insbesondere bestrebt, unsere Partnerschaften zu intensivieren, vor allem über das Netzwerk EURODIS. Die Basis dafür ist natürlich ein kundenorientiertes Serviceportfolio. Deshalb steigern wir bei unseren Privatkunden in Österreich den Service-Level durch Vereinfachung und stärkere Selbstbedienungsfähigkeit weiter. Und den Geschäftskunden wollen wir im In- und Ausland durch Zusatzdienstleistungen ihr Leben bzw. ihre Geschäftstätigkeit vereinfachen.

Welche Rolle spielt bei all diesen Initiativen Ihr neues Leitbild?

Pölzl: Mir ist es extrem wichtig, das Thema Unternehmens- und Führungskultur aktiv weiterzuentwickeln. Denn das ist die Basis dafür, dass unsere Mitarbeiter die Grundwerte Förderung, Wertschätzung und Leistungsorientierung tatsächlich im Alltag wahrnehmen und auch selbst mit Leben erfüllen. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben es verdient, dass wir ein modernes und



zukunftsorientiertes Wertegerüst und eine einheitliche, wertschätzende Führungskultur schaffen und dadurch unseren gemeinsamen Erfolg auch für die Zukunft absichern.

Stichwort Zukunft: Herr Dr. Jettmar, wie wird es in den nächsten Jahren mit Ausschüttungen aussehen?

Jettmar: Unsere Dividendenpolitik, nach der zumindest 75% unseres Nettoergebnisses an unsere Eigentümer gehen, bleibt auch weiterhin aufrecht. Das bedeutet, dass sich die Ausschüttungen mit der Geschäftsentwicklung positiv weiterentwickeln sollen. Das ist übrigens auch heuer der Fall: Für das Jahr 2011 schlagen wir eine Dividende von 1,70 EUR vor. Auf Basis des Aktienkurses von 23,30 EUR per Ende Dezember 2011 ergibt sich daraus eine Dividenrendite von 7,3%.

Und wie schätzen Sie das laufende Geschäftsjahr 2012 ein?

Pölzl: Das Marktumfeld wird durch konjunkturelle Unsicherheiten in vielen Kundenbranchen sicherlich kein einfaches sein. Dennoch sollte es uns dank strikter Kostendisziplin und massiver Anstrengungen in Entwicklung und Vertrieb kundenorientierter Dienstleistungen gelingen, den Konzernumsatz stabil zu halten und auch 2012 wieder ein Ergebnis in der Zielbandbreite einer EBITDA-Marge von 10–12% zu erzielen.

Herzlichen Dank für das Gespräch.

VORSTAND – FACTBOX

DIPL.-ING. DR. GEORG PÖLZL

Geb. 1957, ist seit Oktober 2009 Vorstandsvorsitzender und Generaldirektor (CEO) der Österreichischen Post AG.

MAG. DR. RUDOLF JETTMAR

Geb. 1947, ist seit August 1999 Stellvertretender Vorstandsvorsitzender und Finanzvorstand (CFO) der Österreichischen Post AG. Sein Mandat endet Ende Juni 2012.

DIPL.-ING. WALTER HITZIGER

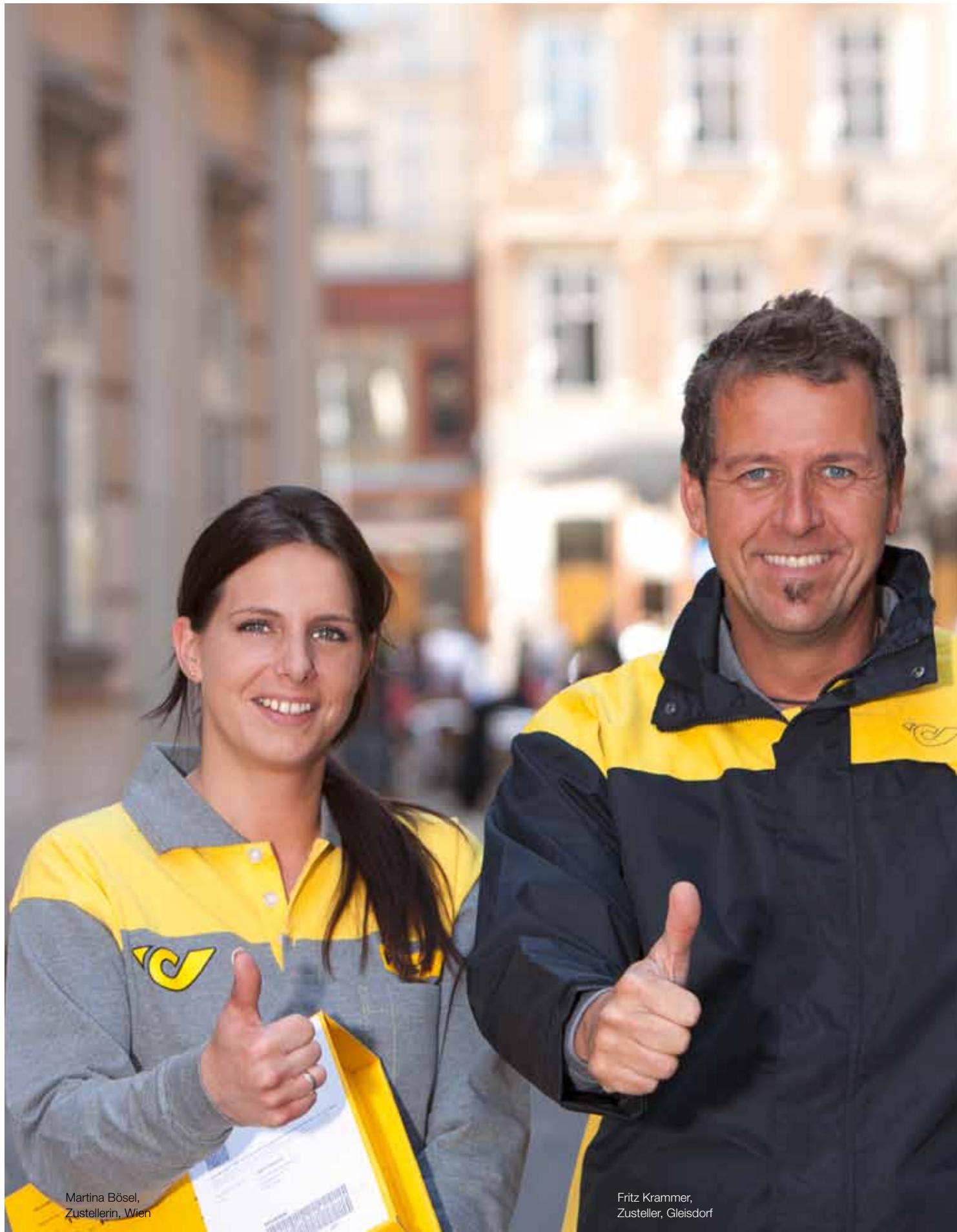
Geb. 1960, war von Mai 2004 bis August 2011 als Vorstandsdirektor der Österreichischen Post AG für die Division Brief und Logistik verantwortlich. Seit September 2011 verantwortet er die neu zusammengeführte Division Brief, Werbepost & Filialen.

DIPL.-ING. PETER UMUNDUM

Geb. 1964, ist seit April 2011 Vorstandsdirektor der Division Paket & Logistik der Österreichischen Post AG.

DIPL.-ING. WALTER OBLIN

Geb. 1969, wird ab Juli 2012 als Finanzvorstand (CFO) den Finanzbereich der Österreichischen Post AG verantworten.



Martina Bösel,
Zustellerin, Wien

Fritz Krammer,
Zusteller, Gleisdorf



Mario Berbalk,
Schalterbetreuer, Wiener Neustadt

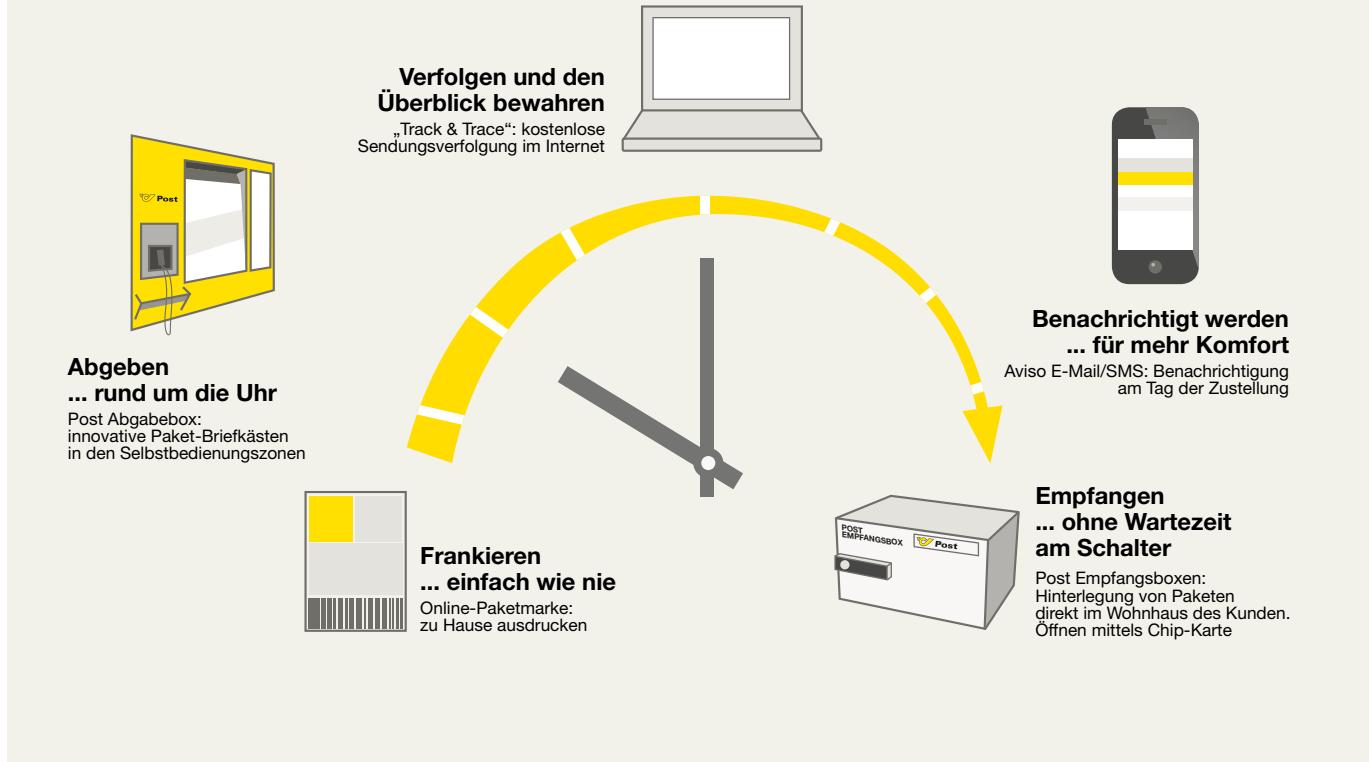
POST AROUND THE CLOCK

FOKUS KUNDE

Die Österreichische Post ist im stetigen Wandel. „Wir haben uns in den letzten Jahren massiv modernisiert und bieten heute Leistungen, die unseren Kunden wirklichen Mehrwert bringen und den Bedürfnissen einer hochentwickelten Dienstleistungsgesellschaft entsprechen“, so Post-Generaldirektor Georg Pölzl. Waren bis vor wenigen Jahren „Postbeamter“ und „Postamt“ die einzigen Schnittstellen zwischen Versender und Empfänger, so bietet die Österreichische Post heute ein dichtes Angebot an innovativen, effizienten Dienstleistungen auf unterschiedlichsten Ebenen, und das alles mit einem Anspruch: die Brief- und Paketdienstleistungen einfacher zu gestalten und die Kundenzufriedenheit konsequent zu steigern.

Die Post hat das Ziel, mit zahlreichen Services ihre Prozesse so zu gestalten, dass sie 24 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche für ihre Kunden da ist. Das betrifft den gesamten 'Life-Cycle' im Versandprozess, vom Frankieren und der Abgabe über das ständige Nachverfolgen bis hin zum Empfang von Sendungen. Investitionen in neue Technologien und innovative Selbstbedienungssysteme machen dies möglich“, so Georg Pölzl. Die neuen Serviceangebote tragen Bezeichnungen wie „Paketmarke“, „Post Abgabebox“, „Sendungsverfolgung“, „Aviso E-Mail/SMS“ und „Post Empfangsbox“. Dahinter verbirgt sich vor allem eines: Flexibilität für den Kunden.

FLEXIBILITÄT UND SELBSTBEDIENUNG RUND UM DIE UHR



.... und ab geht die Post

Das beginnt schon bei der Marke, die für Pakete bequem im Internet von zu Hause aus konfiguriert und ausgedruckt werden kann. In Zukunft werden Marken auch am Frankierautomaten im Postfoyer verfügbar sein. Anschließend gibt man die frankierte Sendung in der nächsten Postfiliale, bei einem der mehr als 1.200 Post Partner, beim Landzusteller oder bei einer OMV-Tankstelle mit Viva-Shop auf – und ab geht die Post. Innovative Selbstbedienungs-Stationen in einigen Postfilialen – die neuen Post Abgabeböxen – ermöglichen zudem die Paketabgabe auch außerhalb der Geschäftszeiten. Das Paket wird in die Abgabeböse gelegt, der Kunde erhält eine ausgedruckte Aufgabebestätigung und kann damit jederzeit sehen, wo sich sein „Packerl“ befindet – ganz einfach via Online Post-Service „Sendungsverfolgung“.

Sesam, öffne dich!

Auch beim Empfänger steigt der Komfort: Er wird auf Wunsch per E-Mail oder SMS über den Liefertermin der Paketsendung informiert. Und falls der Empfänger nicht zu Hause ist, gibt es eine neue Möglichkeit, die in den Ballungszentren Österreichs nun ausgeweitet wird. Mit der innovativen Post Empfangsbox landen Pakete dort, wo sie auch hingehören: im Haus des Empfängers. „Ist der Empfänger nicht daheim, legt der Zusteller eine Benachrichtigungskarte in seinen Briefkasten und die Sendung in die Post Empfangsbox im Stiegenhaus. Mit dem auf der Benachrichtigungskarte enthaltenen Chip kann die Empfangsbox geöffnet und das Paket entnommen werden – ganz ohne Wartezeiten am Postschalter“, zeigt sich Peter Umundum, Vorstand der Division Paket & Logistik, begeistert.

Serviceangebot wird erweitert

Ein Zukunftsszenario? „Im Gegenteil“, so Umundum: „Die Online-Paketmarke ist bereits erfolgreicher Alltag. Für Abgabe- und Empfangsboxen haben wir in den vergangenen Monaten sehr erfolgreiche Pilotphasen durchlaufen, nun werden sie implementiert und bald auf breiter Basis verfügbar sein. Das gesamte Konzept wird zudem kontinuierlich optimiert und in Zukunft um sinnvolle Services für alle Sendeformate erweitert.“



„Unsere Kunden brauchen innovative und flexible Lösungen, die ihr eigenes Geschäft fördern. Gleichzeitig punkten wir mit Nachhaltigkeit, wie unsere Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT beweist.“

ANDREA RODLAUER
Vertrieb Division Brief,
WerbePOST & Filialen

Logistik- und Manpower als Schlüssel zum Erfolg

Eine zentrale Säule für den Erfolg neuer Dienstleistungen ist und bleibt eine schlagkräftige Logistik-Infrastruktur – ebenso wie die hochmotivierten Mitarbeiter, die dafür sorgen, dass Sendungen schnell, vertrauenswürdig und zuverlässig bearbeitet werden. Auch hier überzeugt die Österreichische Post auf ganzer Linie. Schon die nackten Zahlen sind beeindruckend: 25 Mio Sendungen täglich, rund 1 Mrd Briefe, 59 Mio Pakete und 5 Mrd Werbesendungen und Zeitschriften pro Jahr. Dies ist nur durch eine hochinnovative und flächendeckende Logistikinfrastruktur möglich: sechs Brief- und sieben Paket-Verteilzentren in ganz Österreich mit insgesamt 17,5 km langen Sortierbändern und modernster Scan-Ausrüstung sowie der größte Fuhrpark Österreichs mit 9.000 Fahrzeugen, darunter auch rund 265 E-Fahrzeuge, legen den Grundstein für exzellente Leistung. Mehr als 11.500 Mitarbeiter in der Zustellung kümmern sich in Folge darum, dass Pake-

te und Briefe reibungslos beim Empfänger landen. Das alles macht die Österreichische Post zum unangefochtenen Branchenprimus in Österreich und zu einem der schlagkräftigsten Postdienstleister Europas. Im Jahr 2011 hat es die Österreichische Post einmal mehr geschafft, ihre hohe Zustellqualität zu steigern: Qualitätsmessungen ergeben, dass 96,1% der Briefe am Folgetag zugestellt wurden – g e -



setzlich vorgeschrieben sind 95%. Auch bei der Zustellung von Werbesendungen und Paketen ist die Österreichische Post top – 98% wurden zeitgerecht zugestellt. Damit zählt die Österreichische Post auch im internationalen Vergleich zu den Anbietern mit der höchsten Zustellqualität.

DER UMWELT ZULIEBE: CO₂ NEUTRALE ZUSTELLUNG.

Als größtes Logistikunternehmen Österreichs sind wir uns unserer Verantwortung gegenüber der Umwelt bewusst. Durch den Einsatz umweltfreundlicher Technologien, unser Engagement im Bereich alternativer Energieformen und die Unterstützung von Klimaschutzprojekten, können wir Ihnen eines garantieren: Wir stellen Ihre Post CO₂ neutral zu – und das in ganz Österreich.

Wenn's wirklich wichtig ist, dann lieber mit der Post.

www.post.at/co2neutral



Kontinuierliche Verbesserungen

Und so soll es auch bleiben. Deshalb investiert das Unternehmen laufend in die Modernisierung seiner Sortieranlagen, in den Fuhrpark und die Aktualisierung seiner IT-Systeme. Die Innovationskraft der Post zeigt sich exemplarisch an einem neuen Modell für die Zustellung unadressierter Werbesendungen. Sie werden neu erdings zweimal wöchentlich im so genannten KUVERT, einem eigenen Umschlag, gesammelt und handlich geordnet an 3,2 Mio Haushalte und Unternehmen in Österreich zugestellt. Möglich machen dies die drei neuen „Collator-Verteilzentren“ der Post. „In diesen Verteilzentren in Wien, Graz und Oberwängen kommen High-Tech-Maschinen – unsere ‚Collatoren‘ – zum Einsatz, die die Zusammenstellung der diversen Prospekte vollautomatisch und damit sehr effizient erledigen. Wir haben damit nicht nur den Wunsch der Endkunden nach mehr Ordnung im Postkasten erfolgreich umgesetzt, sondern auch ein High-Tech-Logistikverfahren ganz im Sinn unserer Geschäftskunden entwickelt“, so Robert Modliba, Leiter des Geschäftsfeldes Produktion & Logistik in der Division Brief, Werbepost & Filialen.



**„.... haben mit dem
neuen KUVERT auch ein
High-Tech-Logistik-
verfahren ganz im
Sinn unserer Kunden
entwickelt.“**

ING. ROBERT MODLIBA
Leiter Produktion & Logistik, Division
Brief, Werbepost & Filialen

Und auch anhand der verstärkt durchgeführten „Verbundzustellung“ – so der Post-Jargon für die gemeinsame Zustellung von Briefen und Paketen – kann man sehen, was Optimierung der Logistikabläufe konkret bedeutet: „Wir versuchen aus Kosten- und Umweltgründen außerhalb der Ballungszentren in der Brief- und Paketzustellung gemeinsam zu agieren. Über 40% der Pakete an private Haushalte werden bereits in Verbundzustellung abgewickelt – Tendenz stark steigend“, sind sich Brief-Vorstand Walter Hitziger und Paket-Vorstand Peter Umundum einig.

Hohe Zufriedenheitswerte

Diese vielfältigen Anstrengungen machen sich bezahlt, das zeigen nicht zuletzt die hohen Zufriedenheitswerte, die die Österreichische Post 2011 im Rahmen ihrer Kundenbefragung erhielt. Beachtliche 94% der insgesamt rund 300.000 Teilnehmer gaben an, mit der Briefzustellung der Post äußerst zufrieden zu sein, 80% sind der Meinung, Pakete sollten auch in Zukunft von der Österreichischen Post zugestellt werden. Und 91% setzen großes Vertrauen in die Post und ihre Zusteller.

Apropos Zusteller: Die „Postler“ stehen in Österreich generell hoch im Kurs. Dies zeigte die letzte von der Post gemeinsam mit einer Tageszeitung veranstaltete Wahl zum „beliebtesten Zusteller des Jahres“. 250.000 Österreicher beteiligten sich daran, um für ihren „Postler“ zu voten. „Die immense Beteiligung hat mich selbst überrascht und verdeutlicht, dass jeder einzelne Zusteller – genauso wie die Mitarbeiter in den Filialen – das Bild unseres Unternehmens bei unseren Kunden nachhaltig prägt. Dass sich so viele Menschen an der Wahl beteiligt haben, beweist, dass unsere Zusteller ein ausgesprochen gutes Verhältnis zu ihren Kunden haben“, freut sich Brief-Vorstand Walter Hitziger über die symbolträchtige Wahl.

Viel mehr als nur Briefzusteller

Und was unterscheidet die Österreichische Post nun grundsätzlich von alternativen Post-Anbietern in Österreich? Die Post erfüllt zusätzlich eine zentrale gesellschaftliche Funktion – sie verantwortet im Rahmen der gesetzlichen Vorgaben den so genannten „Universaldienst“: tägliche Postdienstleistungen von Haus zu Haus in alle Ecken des Landes, in höchster Qualität und zu einem einheitlichen Preis. Diese verantwortungsvolle Aufgabe stellt hohe Anforderungen an das Unternehmen und seine Mitarbeiter und erfordert kontinuierliche, stets kundenorientierte Anpassungen an die Rahmenbedingungen eines liberalisierten Postmarktes.

Post Partner – ein voller Erfolg

Eine wesentliche Maßnahme stellt dabei der Umbau des Standortnetzes der Post dar, das auch 2011 konsequent erweitert wurde. Zentrales Element dabei: das sehr erfolgreiche Post Partner-Konzept. Insgesamt 1.258 Post Partner – Lebensmittelgeschäfte, Tankstellen, Trafiken, Gemeindeämter und viele andere mehr – verbesserten Ende 2011 die regionale Erreichbarkeit der Post. In Summe sorgen 1.880 eigen- und fremdbetriebene Filialen in Österreich für mehr Service, kürzere Wege und bessere Öffnungszeiten und sichern zudem die nachhaltige Versorgung der Bevölkerung. Gleichzeitig werden damit existente wirtschaftliche Strukturen im ländlichen Raum gestärkt. Das Versorgungsnetz der Post wird in den kommenden Jahren noch weiter ausgebaut und ist damit wesentlich dichter als gesetzlich vorgesehen. Und auch die 32.000 Rückmeldungen von Kunden, die im Rahmen einer groß angelegten Online-Umfrage eingingen, sprechen eine deutliche Sprache: 86% der Befragten sind mit ihren Post Partnern sehr zufrieden. Das hört man gerne!

Kooperation mit BAWAG P.S.K. intensiviert

Die 2010 intensivierte Kooperation zwischen der Österreichischen Post und der BAWAG P.S.K., in deren Rahmen Post- und Bankdienstleistungen in gemeinsamen Filialen angeboten werden, wird kontinuierlich ausgebaut. Beide Partner konzentrieren sich dabei auf ihr Kerngeschäft, nutzen aber die Synergien gemeinsamer Standorte.



Die Zusammenarbeit verläuft ausgezeichnet, wie Arnold Ketschler, Post-Teamleiter in einer Grazer Kooperationsfiliale zu berichten weiß: „Das Konzept funktioniert sehr gut, die Mitarbeiter von Post- und Bankbereich arbeiten konstruktiv zusammen – das ist vor allem beim gegenseitigen Cross Selling ganz wesentlich. Wir profitieren von den neuen Kunden der BAWAG P.S.K., und die P.S.K. von den unseren.“ Bis Ende 2012 soll es bundesweit rund 520 gemeinsame Standorte geben.

INTERVIEW



„.... einfach, flexibel und zuverlässig.“

MAG. THOMAS AUBÖCK
Leiter Vertrieb Groß- und Geschäftskunden, Division Brief, Werbepost & Filialen

Herr Auböck, der Geschäftsbericht der Post steht dieses Mal unter dem Motto „Mehrwert“ – welchen Mehrwert schafft die Post für ihre Briefkunden?

Auböck: Wir richten unser gesamtes Geschäft intensiv an den Bedürfnissen unserer Kunden aus: Sie wollen einfach verständliche, transparente Produkte, sie wollen flexibel mit diesen Produkten umgehen können, und sie erwarten sich Handschlagqualität von der Post. Und das bieten wir. Ein Beispiel aus dem Bereich Werbesendungen: Im Rahmen einer Kundenbefragung fanden wir heraus, dass Kunden ihre Werbeprospekte vorzugsweise in einem Umschlag erhalten und damit für mehr Übersicht in ihren Briefkästen sorgen möchten. Wir haben reagiert und versenden nun alle Werbeprospekte zweimal wöchentlich gesammelt und geordnet im neuen KUVERT. Ein voller Erfolg!

Als Vertriebsleiter waren Sie ja auch für das 2011 eingeführte neue Produktportfolio im Briefbereich mitverantwortlich. Was hat sich geändert, und warum?

Auböck: Vielleicht zuerst zum Warum: In den acht Jahren seit der letzten Tarifreform hat sich das Angebot der Post kontinuierlich vergrößert und verbessert. Damit stieg der Wunsch unserer Kunden nach Einfachheit und Transparenz. Deshalb haben wir unsere Tarifstruktur im Privat- wie im Geschäftskundenbereich grundlegend modernisiert und an den Wünschen der Kunden ausgerichtet. Wir haben die Formate standardisiert, verrechnen primär formatbasiert und bieten die Wahl zwischen verschiedenen Zustellgeschwindigkeiten.

Wie haben sich die Anforderungen der Kunden im Briefbereich in den vergangenen Jahren verändert und wie reagiert die Post darauf?

Auböck: Das Briefgeschäft ist natürlich großen Veränderungen unterworfen, das bringt Herausforderungen mit sich. Im Bereich Direct-Mail etwa ist eine kontinuierliche Professionalisierung und Spezialisierung in der Zielgruppenausrichtung zu beobachten. Hier punkten wir mit modernsten Services, die unsere Werbekunden dabei unterstützen, ihre Zielgruppen z. B. durch Profiling oder Geomarketing präzise anzusprechen. Und natürlich gilt es, im Bereich der dualen Zustellung (physisch und digital, Anm. d. Red.) Mehrwert für den Kunden zu generieren. Die digitale Revolution macht auch vor dem Briefgeschäft nicht halt – und deshalb bietet die Post Produkte und Services, die die analoge und die digitale Welt sinnvoll miteinander verbinden.

Vielen Dank für das Gespräch.

INTERVIEW



.....
.... punkten
mit Kundennähe,
Komfort und
Qualität ...“
.....

THOMAS BISSELS
Leiter Vertrieb & Marketing,
Division Paket & Logistik

Herr Bissels, als Vertriebs- und Marketingverantwortlicher für das Paket- und Logistikgeschäft in Österreich sind Sie sehr nah am Kunden dran. Was will der Kunde heute?

Bissels: In den letzten Jahren haben sich – getrieben durch den Online-Handel – vor allem die Ansprüche der Empfänger deutlich verändert und erhöht. Das Thema der Kundenorientierung rückt damit immer mehr in den Fokus. Darauf haben wir mit einer Produkt- und Serviceoffensive schnell und erfolgreich reagiert. Aber wir arbeiten natürlich laufend an weiteren Verbesserungen. Auch in den nächsten Jahren werden wir unsere Services stetig ausbauen und dadurch unseren Kundenstamm verteidigen und vergrößern.

Und worin bestehen diese höheren Ansprüche bzw. die Antworten darauf konkret?

Bissels: Die Menschen erwarten rasche und punktgenaue Lieferung, hohe Transparenz und natürlich möglichst viel Komfort. Und das versuchen wir ihnen zu bieten, wo immer wir können. Wir punkten auch im Paketbereich mit hoher Qualität, das sind kurze Lieferzeiten und präzise Zustellung. Zusätzlich bieten wir schnellen und transparenten Datenaustausch durch unser Sendungsverfolgungssystem. Unsere Versand-Software bringt darüber hinaus eine deutliche Vereinfachung der Versandvorbereitung – ich meine damit die Online-Paketmarke. Abgerundet wird das Bündel durch innovative Ideen für alternative Zustellungswege wie z. B. die Empfangsbox, mit deren Rollout wir gerade beginnen, oder das Aviso E-Mail/SMS an Paketempfänger.

Und wie sieht es im Business-Bereich aus?

Bissels: Auch unsere Kompetenz im Bereich der Geschäftszustellung hat sich in den vergangenen Jahren deutlich erhöht, und es ist uns gelungen, auf diesem hoch kompetitiven Markt ebenfalls eine entscheidende Rolle einzunehmen. Wir konnten hier unseren Marktanteil in Österreich bereits auf 18% steigern und streben mittelfristig eine Größenordnung von über 20% an. Auch hier spielen Kundennähe, maßgeschneiderte Lösungen und natürlich höchste Leistungsqualität die entscheidenden Rollen. Die ausgezeichnete Betreuung unserer Kunden durch unseren Customer Service und durch unsere Außendienstmitarbeiter ist eine weitere Stütze unseres Erfolges.

Vielen Dank für das Gespräch.

Was braucht der Kunde?

Und wie steht der Kunde zu den Veränderungen im Netz der Post? Im Rahmen der im Juli und Oktober 2011 durchgeföhrten repräsentativen Zufriedenheitsstudie zeigten sich 83% der Kunden mit der Betreuung in den Filialen der Post sehr zufrieden. Ähnliches gilt wie erwähnt für die Post Partner, mit denen insgesamt 86% der Befragten sehr zufrieden oder zufrieden sind. Und 79% würden ihre Filiale oder ihren Post Partner weiterempfehlen. Diese Zahlen belegen: Der Strukturwandel im Standortnetz der Österreichischen Post geht gut voran und bringt zahlreiche Vorteile, die vom Kunden auch anerkannt werden.



Neues, vereinfachtes Produktpotfolio für Briefe

Auch auf das allgemeine Bedürfnis nach Komplexitätsreduktion hat die Österreichische Post im abgelaufenen Geschäftsjahr reagiert und mit Mai 2011 eine vereinfachte Produktstruktur im Briefbereich eingeföhrt. Briefporti werden nun nicht mehr primär nach Gewicht, sondern nach Format verrechnet. Die Formate „Standard“, „Standard Plus“, „Maxi“ und „Maxi Plus“ können problemlos in jeden Briefkasten zugestellt werden. Mit dem Produkt „Großbrief“ können aber auch alle Inhalte versendet werden, die nicht in den Standardbriefkasten passen – und das zu einem günstigen Preis. Geschäftskunden haben außerdem die Wahl zwischen „Premium“- und „Economy“-Briefen. Während das „Premium“-Produkt am nächsten Werktag zugestellt wird, wird die günstigere „Economy“-Variante für größere Mengen innerhalb von drei Werktagen zugestellt.

Starker Partner im B2B-Bereich

Im Geschäftskundenbereich steht ebenfalls der Mehrwert für die Kunden bei der Post im Vordergrund. „Unternehmen brauchen für Zustellung und Logistik starke und zuverlässige Partner – Qualitäten, durch die sich die Post mehr denn je auszeichnet. Zahlreiche nationale und internationale Großkunden vertrauen deshalb auf die Erfahrung und Kompetenz der Österreichischen Post“, betont Max Moser, Leiter der Paketlogistik Österreich. So haben beispielsweise Großkunden wie Nespresso erst kürzlich ihre Verträge verlängert, weitere namhafte Unternehmen wie Gabor Schuhe setzen neuerdings bei der Paketzustellung auf die Österreichische Post.



„Durch die Kooperation mit der Österreichischen Post können wir unseren Nespresso Clubmitgliedern die Lieferung ihrer Bestellungen innerhalb von 48 Stunden garantieren.“



DIETMAR KEUSCHNING
Geschäftsführer Nespresso Österreich



Aber nicht nur im traditionellen Paketlogistikbereich, auch bei adressierten und unadressierten Werbesendungen sowie bei der Verbesserung von Geschäftsprozessen – die Post hat optimale Business-Lösungen anzubieten. Das Unternehmen erweitert in diesem Bereich konsequent seine Services, wie das Geschäftsfeld Mail-Solutions zeigt: „Wir bieten cross-mediale Systemlösungen für Business-Kunden und sind dabei auf die Optimierung von Geschäfts- und Verwaltungs-

prozessen von Unternehmen spezialisiert. Zudem steigern wir den Unternehmenserfolg unserer Kunden durch zielgruppengerechte Dialoglösungen“, so Christian Weiß, Leiter des Geschäftsfeldes Mail-Solutions & Marketing. Wie dies in der Praxis aussehen kann, zeigt die erfolgreiche Zusammenarbeit mit der Generali Gruppe Österreich: Die Post betreut nicht nur die Poststellen des Versicherers, sondern unterstützt ihn im Bereich der Digitalisierung der Eingangspost, beim Druck von Polizzen und anderen Dokumenten sowie im Rahmen des komplexen Adressmanagements. Für Ewald Schwanzer, Leiter Zentrale Services der Generali Gruppe Österreich, liegen die Vorteile auf der Hand: „Ausschlaggebend für die Beauftragung mit diesen wichtigen Dienstleistungen war das Ziel der Konzentration auf unser Kerngeschäft. Durch die Kooperation mit der Post konnten bereits nach kurzer Zeit Kosten eingespart und unsere Mitarbeiter verstärkt für Services zugunsten unserer Kunden eingesetzt werden – und das bei hoher Qualität und Flexibilität aufseiten der Post.“



„Nur mit Tools, die wirklichen Mehrwert bringen, kann man im Internet langfristig erfolgreich sein.“

MAG. MIRJAM TEICHT
Leiterin Online-Innovationsmanagement

Die Post im Netz

Flexibilität steht also bei den Kunden hoch im Kurs – und das Internet sowie mobile Anwendungen spielen dabei eine immer wichtigere Rolle. Deshalb baut die Post ihr Online-Dienstleistungsangebot laufend aus. Mirjam Teicht, Leiterin des Online-Innovationsmanagements, weiß, worauf es dabei ankommt: „Unsere zentrale Frage lautet: Was braucht der Kunde? Was können wir tun, um sein Leben einfacher zu gestalten? Denn nur mit Tools, die auch wirklichen Mehrwert bringen, kann man im Internet langfristig erfolgreich sein.“ Die Post ist bei der Beantwortung dieser Fragen gut unterwegs – das zeigt die breite Auswahl ihrer Online-Services, die von den Kunden gut angenommen, aber auch laufend weiterentwickelt und verbessert werden. Diese Services verdeutlichen: Die Post gestaltet ihre Zukunft bereits heute aktiv mit.

KOMMENTAR



**MAG. (FH)
CHRISTIAN WEISS**
Geschäftsfeldleiter Mail-Solutions & Marketing

GESCHÄFTS-KOMMUNIKATION 2.0

Intelligente Kommunikationslösungen im Business-Bereich werden angesichts der enormen Dichte von Waren- und Informationsströmen immer wichtiger. Mit innovativen Produkten und leistungsstarken Services ist die Österreichische Post kompetenter Ansprechpartner für die Verbindung der physischen mit der digitalen Kommunikationswelt.

Im vergangenen Jahrzehnt mussten Unternehmen zahlreiche Herausforderungen meistern: Ein teils grundlegender Wandel der Märkte, rasche technologische Entwicklungen und die fortschreitende Vernetzung der Gesellschaft – all das hat auch zu einer tiefgreifenden Veränderung der Kommunikationsprozesse in der Geschäftswelt geführt.

Die effiziente und flexible Verbindung von digitalen und physischen Kommunikationsformen ist heute ein wesentlicher Faktor bei der Abwicklung komplexer Geschäftsabläufe. Die Österreichische Post hat diese Entwicklungen frühzeitig erkannt und bietet mit dem Geschäftsfeld Mail-Solutions innovative Systemlösungen zur Optimierung der Geschäfts- und Verwaltungsprozesse von Business-Kunden.

Die Post versteht sich hier als Full-Service-Anbieter für den Betrieb daten- und dokumentenintensiver Formen der Geschäftskommunikation. Dualer Versand und Empfang (digital/physisch), effektives Poststellenmanagement, digitale Dokumentenverarbeitung, integrierte Druckleistungen und wirkungsvolle CRM-Anwendungen sorgen in Verbindung mit innovativen Online-Services für mehr Effizienz und höhere Flexibilität.

Das ermöglicht nicht nur eine kundenorientierte Optimierung von Kommunikationsprozessen, sondern bringt auch eine nachhaltige Senkung laufender Kosten. Zudem bietet die Post effektive Anwendungen im Bereich des Multi-Channel-Dialogs. Kundenakquisition, Kundenwertsteigerung und Kundenbindung: Die Post sorgt mit dem nötigen Know-how, ausgeklügelten Analyse-Tools und umfassendem Datenmaterial für den richtigen Impact.

TOP-THEMEN 2011

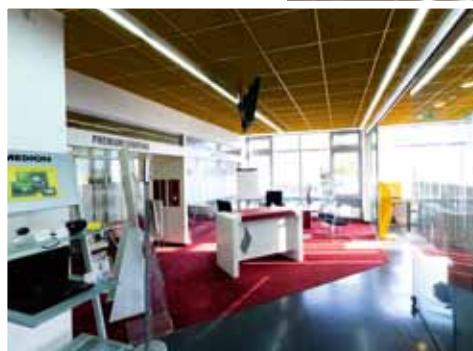
Aviso E-Mail/SMS, Empfangsboxen, Paketmarke, Abgabeboxen

Für viele sind das noch völlig neue Services und Dienstleistungen. Doch schon bald werden sie zum Alltag gehören. Sie alle haben ein Ziel: Die Kunden müssen ihre Sendungen so einfach wie nur möglich erhalten oder aufgeben können.



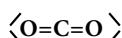
Gelb + Rot = Post + BAWAG P.S.K.

In Innsbruck wurde im Jänner 2011 der erste gemeinsame Standort der beiden Unternehmen eröffnet, an dem die komplette Service- und Produktpalette von Post und Bank unter einem Dach angeboten wird. Aktuell sind es bereits 329 Kooperationsfilialen, bis Ende 2012 wird es rund 520 Standorte in Österreich geben.



Wahl zum beliebtesten Zusteller – 250.000 abgegebene Stimmen

And the winner is ... Thomas Unger aus Tadten im Burgenland. Ein schöner Erfolg, der auch mit einem schönen Preis für Herrn Unger verbunden war – er kann seitdem einen nagelneuen Fiat 500, natürlich in „Postgelb“, sein Eigen nennen.



Kohlenstoffdioxid – CO₂

Den CO₂-Ausstoß verringern, wo immer möglich. Durch die Nutzung alternativer Energieformen, etwa in Form von Elektrofahrzeugen, und die Kompensation derzeit unvermeidbarer CO₂-Emissionen gelang es der Post schon 2011, sämtliche Sendungen CO₂ neutral zuzustellen. Unter strenger Prüfung des TÜV Austria.



Ein KUVERT – und endlich Ordnung!

74% der Österreicher wünschen sich mehr Ordnung und Übersicht in ihrem Postkasten. Das ergab eine bundesweit durchgeföhrte Umfrage, an der sich rund 300.000 Konsumenten beteiligten. Und die Post hat reagiert: Die neueste Sortiertechnologie macht es möglich, dass Werbesendungen künftig gebündelt in einem Umschlag zugestellt werden. Der Start erfolgte Mitte Oktober 2011 in vier Wiener Bezirken und mit Februar 2012 flächendeckend in rund 3,2 Mio Haushalten.



Postchinesisch: HBFA und LAK

Hinter diesen Abkürzungen verbergen sich die sperrigen Wörter „Hausbrieffachanlage“ und „Landabgabekasten“ – also die „Postkästen“ in Wohnhäusern bzw. die Abgabestellen für mehrere Haushalte im ländlichen Raum. 2011 startete die Post die Umrüstung von insgesamt einer Million solcher Abgabestellen, die nicht EU-konform sind. Und übernimmt damit nicht nur eine enorme logistische Anstrengung, sondern auch die Kosten.



Post verkauft 180.000 Fichten

Richtig gehört! Denn zu jedem Briefmarkenblock „Europa 2011 – Jahr des Waldes“ gab es auch eine speziell ausgewählte Mischung von Samenkörnchen heimischer Fichten aus Tirol, dem Salzkammergut, dem Waldviertel, der Steiermark und aus Kärnten.

Statt 14 nur mehr fünf

Mit Mai vereinfachte die Post ihr bisher 14-stufiges, vorwiegend auf Gewicht basierendes Tarifmodell. Nur mehr fünf Tarifstufen, bei denen überwiegend das Format relevant ist, bedeuten eine deutliche Vereinfachung für die Kunden.



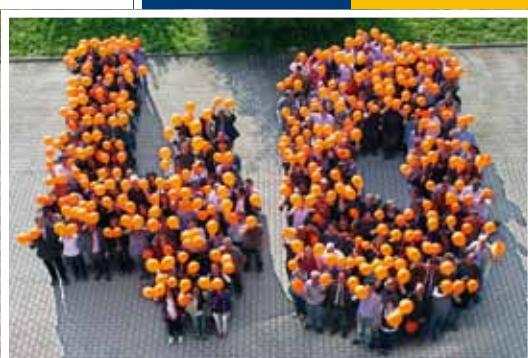
Post an 265 Wiener Volksschulen

Mit einem neuen Lehrbehelf soll Schülern – den Briefschreibern von morgen – spielerisch Zugang zu den vielfältigen Aufgaben der Post vermittelt werden. Briefmarken und Fridolin, der Postfuchs, sind dabei.

„Bun venit“ – „Herzlich willkommen“
heißt es für die Österreichische Post in Rumänien

- 290 Mio unadressierte Sendungen
- 20 Mio adressierte Sendungen
- 130 Mitarbeiter und 1.500 Zusteller
- 10 Mio EUR Umsatz

... dies sind die wichtigsten Kennzahlen der PostMaster s.r.l. in Rumänien, an der sich die Österreichische Post 2011 mit 26% beteiligt hat.



40 Jahre trans-o-flex

Der Pionier in den Bereichen Kombifracht und Transport empfindlicher Güter feiert einen runden Geburtstag. Die größte Auslandstochter der Österreichischen Post wurde im Jahr 1971 gegründet.

DIE POST IM ÜBERBLICK

VERLÄSSLICHER PARTNER

Aus dem Alltag der Österreicher ist die Post gar nicht wegzudenken. Mit einem Jahresumsatz von 2,3 Mrd EUR und rund 23.000 Mitarbeitern ist sie Österreichs führender Logistik- und Postdienstleister. Egal, ob es um die Beförderung von Briefen, Werbesendungen, Printmedien oder Paketen geht – die Post kümmert sich verlässlich darum. Dazu betreibt sie ein Filialnetz, das mit 1.880 eigen- und fremdbetriebenen Geschäftsstellen zu den größten Privatkundennetzen des Landes zählt.

Durch die flächendeckende und zuverlässige Versorgung der österreichischen Bevölkerung und Wirtschaft mit Postdienstleistungen von hoher Qualität liefert das Unternehmen einen wichtigen Beitrag zur Absicherung der Kommunikations- und Logistikinfrastruktur des Landes. Doch der Radius reicht weit über Österreich hinaus: Die Österreichische Post ist durch 24 operative Tochterunternehmen in zwölf europäischen Ländern tätig. Rund 30% ihres Umsatzes erwirtschaftet sie heute bereits außerhalb Österreichs. Das Hauptgeschäft liegt hier in den Bereichen Paket & Logistik sowie unadressierte Werbesendungen.

Schlagkräftige Struktur

Seit 1. September 2011 ist die Österreichische Post in zwei operative Divisionen gegliedert: die Division Brief, Werbepost &

Filialen sowie die Division Paket & Logistik. Die Zusammenführung der früheren Divisionen Brief und Filialnetz bildet den Grundstein für weitere Serviceverbesserungen und die Nutzung von Synergien, da in der neuen Division nun der ganze Weg eines Briefes – von der Aufgabe in der Filiale bis zur Abgabe durch den Zusteller – beheimatet ist. Im Geschäftsbericht 2011 werden die Umsatz- und Finanzkennzahlen zur besseren Vergleichbarkeit noch für die drei traditionellen Divisionen Brief, Paket & Logistik sowie Filialnetz veröffentlicht. Ab dem Geschäftsjahr 2012 wird in der neuen Struktur mit zwei Divisionen berichtet.

Solides Geschäftsmodell

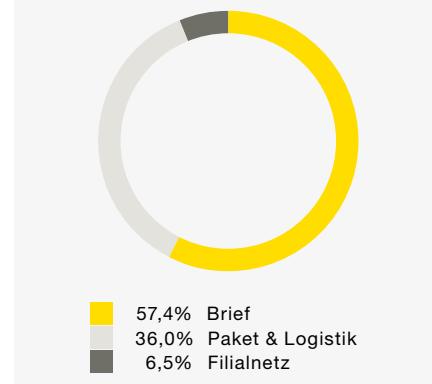
In einer Zeit laufender Veränderungen des Marktumfeldes baut die Österreichische Post auf ein solides Geschäftsmodell:

- Das Kerngeschäft Brief, der wichtigste Umsatz- und Ergebnisträger, wird kontinuierlich optimiert und modernisiert
- Im Wachstumsfeld Paket & Logistik nutzt die Post gezielt zusätzliche Chancen
- Laufende Performanceverbesserung sichert Ertragskraft, Wertsteigerung und Dividende

Details zur strategischen Ausrichtung der Post und den dazugehörigen Maßnahmen finden sich im Abschnitt Strategie (S. 28).



UMSATZVERTEILUNG 2011
IN %



DIE NEUE DIVISIONSSTRUKTUR

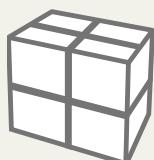
DIVISION BRIEF, WERBEPOST & FILIALEN



BRIEF Annahme, Sortierung und Zustellung von Briefen, adressierten und unadressierten Werbesendungen, Zeitungen und Regionalmedien sowie diverse Zusatzleistungen und Online-Services rund um den Brief.

FILIALNETZ Annahme von Briefen, Paketen, EMS-Sendungen und Werbesendungen sowie diverse zusätzliche Postdienstleistungen in eigen- und fremdbetriebenen Filialen; Verkauf von Handelswaren und Telekommunikationsprodukten sowie Bankdienstleistungen des Partners BAWAG P.S.K.

DIVISION PAKET & LOGISTIK



PAKET & LOGISTIK Annahme, Sortierung und Zustellung von Paketen und Expresssendungen, Angebot an Speziallogistik wie Kombifracht, temperaturgeführte Logistik, Kontraktlogistik und Wertlogistik (Transport und Handling großer Bargeldmengen).

SPITZENLEISTUNGEN

11.500 Mitarbeiter in der Zustellung bringen tagtäglich Post zu **4,2 Mio Haushalten und Unternehmen** in ganz Österreich

1.049 Fahrräder
sind derzeit in Österreich bei der Post im Einsatz

4.100 Kilometer
legen die Briefzusteller täglich zu Fuß zurück

1.880 Geschäftsstellen
umfasste das flächendeckende Netz der Post Ende 2011

74

Logistikstandorte betreiben
die Pakettöchter der
Österreichischen Post in
Südost- und Osteuropa

11.000.000
Paketsendungen werden im B2B-Markt in Südost- und Osteuropa jährlich bewegt

265 E-Fahrzeuge
sind derzeit in Österreich bei der Post im Einsatz

10 internationale Klimaschutzprojekte unterstützte die Post im Jahr 2011 und kompensierte damit über **80.000 Tonnen CO₂**

60 Mio

Kunden kommen jährlich in die Geschäftsstellen

59 Mio

Pakete befördert die Post jährlich in Österreich

40 Jahre

besteht trans-o-flex, die größte Auslandstochter der Österreichischen Post

66 Mio

Sendungen im Speziallogistikmarkt werden in Westeuropa jährlich erfolgreich zugestellt

22.000

Briefannahmestellen hält die Post für ihre Kunden bereit

6.300 Kilometer

legen die Zusteller in ganz Österreich täglich mit dem Fahrrad zurück



POST INTERNATIONAL

Auch die dynamische Veränderung des Postmarktes in Europa hat die Österreichische Post aktiv genutzt: Ab 2001 expandierte sie in die benachbarten Länder Südost-/Osteuropas, aber auch Westeuropas und baute dort ein fokussiertes Geschäftspotential mit den Schwerpunkten Paket & Logistik sowie unadressierte Werbesendungen auf. Damit hat sie sich als Anbieter von spezialisierten Postdienstleistungen erfolgreich in attraktiven Marktsegmenten etabliert – Beispiele dafür sind Speziallogistik mit Fokus auf Kombifracht (kombinierter Transport von Paketen und Paletten), aktiv temperaturgeführte Produkte, vor allem solche der Pharmabranche, sowie Kontraktlogistik. Gleichzeitig hat sich die Post gezielt in Wachstumsregionen positioniert. Mittlerweile stammen rund 30% des Umsatzes aus internationalen Aktivitäten, rund 3.000 Mitarbeiter sind hier beschäftigt.

Die Österreichische Post ist bereits in zwölf Märkten aktiv

Als Ergebnis ihrer erfolgreichen Expansion über die Grenzen Österreichs hinaus ist die Post heute in insgesamt zwölf Märkten mit unterschiedlichen Leistungen präsent. So betreibt sie Werbemittel-Verteilunternehmen in Ungarn, Kroatien, Rumänien und der Slowakei und ist in diesen Ländern auch in der Zustellung von adressierten Werbesendungen in Ballungsgebieten tätig. In Ungarn, Kroatien und Rumänien ist die Österreichische Post die Nummer 1 im Bereich der unadressierten Werbesendungen. Mit dem Erwerb von 26% der rumänischen PostMaster s.r.l. wurde 2011 ein weiterer Schritt im Sinn der internationalen Wachstumsstrategie gesetzt. Speziell in Südost- und Osteuropa werden sich aufgrund der vollständigen Marktliberalisierung im Jahr 2013 interessante Wachstumschancen ergeben, auf die sich die Österreichische Post bereits heute vorbereitet. Auch in Deutschland verfügt die Post über eine eigene Vertriebsniederlassung – die Austrian Post International Deutschland, die deutsche Kunden mit internationalen Post-Versandlösungen betreut. Und mit der Schweizer Post gibt es ebenfalls eine vielversprechende Ko-

operation: Seit Anfang 2011 sind die Direct-Mail-Aktivitäten der Swiss Post Solutions und der Post-Tochter meiller direct GmbH im Rahmen eines Joint-Ventures gebündelt. Das neue Unternehmen MEILLERGHP ist der führende Direct-Mail-Produzent in Deutschland und ein schlagkräftiger Player auf dem europäischen Markt für adressierte Werbesendungen.

Mit integrierten Logistikdienstleistungen ist die Österreichische Post heute auch im belgischen, bosnischen, deutschen, kroatischen, luxemburgischen, montenegrinischen, niederländischen, serbischen, slowakischen und ungarischen Markt aktiv. Damit hat sie sich erfolgreich als Spezialist in interessanten Nischen bzw. in Regionen mit hohem Wachstumspotenzial etabliert. So ist sie in Deutschland Nummer 1 in der Feindistribution von Sendungen der Pharmabranche sowie in der Kombifracht. In der Slowakei, Kroatien, Serbien und Bosnien ist die Post Marktführer in der Zustellung von Paketen an Geschäftskunden. In der Slowakei und in Kroatien tritt sie dabei in Kooperation mit dem internationalen Logistikspezialisten UPS auf.

EURODIS ermöglicht Logistikleistungen in 34 Ländern

Über ihre zwölf „eigenen“ Märkte hinaus kann die Post aber auch in vielen weiteren Ländern Europas professionelle Logistikservices anbieten. Denn die Post ist gemeinsam mit ihren Paket-Töchtern größter Partner in dem 34 Länder Europas umspannenden, auf Kombifracht spezialisierten Transportnetz EURODIS. Damit nutzt sie die Synergien gemeinsamer Netzstrukturen mit schlagkräftigen Playern. Denn alle Mitglieder können ohne Systembruch noch schneller, effizienter und sicherer transportieren – ideale Basis für einen weiteren Ausbau der Marktposition im wachsenden internationalen Transportgeschäft. Im Jahr 2011 konnte mit SDA Express Courier in Italien ein schlagkräftiger EURODIS-Netzwerkpartner hinzugewonnen werden – der operative Start der Kooperation erfolgte im Februar 2012.

 Österreichischer Post Konzern
 EURODIS Mitglieder
 EURODIS Kooperationspartner



NUMMER 1 IN ZAHLREICHEN LÄNDERN

ÖSTERREICH

Nummer 1 bei Briefen, Werbesendungen, Medienpost und Privatkunden-Paketen

SLOWAKEI, KROATIEN, SERBIEN UND BOSNIEN

Nummer 1 bei Paketen an Geschäftskunden

DEUTSCHLAND

Nummer 1 bei Feindistribution im Pharmabereich, in der Kombifracht und der Direct-Mail-Produktion

KROATIEN, UNGARN UND RUMÄNIEN

Nummer 1 bei unadressierten Werbesendungen



INTERVIEW



„.... sukzessive eine führende Marktposition erkämpft...“

MAG. (FH) STEFAN HEIGLAUER
Leiter CEE, Division Paket & Logistik

Die Österreichische Post hat in den vergangenen Jahren auch in Südost- und Osteuropa ein beachtliches Geschäftspotential aufgebaut. Welches Resümee würden Sie für den Bereich Paket & Logistik aus den letzten Jahren ziehen?

Heiglauer: Unsere Gesellschaften in Südost- und Osteuropa sind als kleine Privatunternehmen entstanden, die sich ihre Marktposition sukzessive erkämpft haben und heute gut im Markt positioniert sind. Als Resultat dieser Entwicklung ist das Kerngeschäft unserer CEE-Töchter die Expresszustellung von Paketen im B2B-Segment – im Unterschied zu den nationalen Postgesellschaften, die ihre Kunden primär in der Privatkundenzustellung (X2C) haben. Der Erfolg macht uns sicher: In vielen Ländern sind unsere Töchter in ihrem jeweiligen Land Marktführer in der B2B-Zustellung. Aus dieser guten Position heraus bauen wir nun seit rund zwei Jahren auch das Privatkundengeschäft aus.

Welche Herausforderungen sehen Sie in der Region? Wodurch hebt sich die Post von ihren Mitbewerbern ab?

Heiglauer: Es besteht eine sehr hohe Preissensitivität bei den Kunden, die wenig Spielraum erlaubt und eine starke Flexibilität der angebotenen Services und Leistungen erfordert. Hier sind wir gut unterwegs. Zudem versuchen wir, uns mit Qualität bewusst vom Mitbewerb abzuheben – etwa in den Bereichen Support/Kundenbetreuung, Qualität, aber auch bei IT-Lösungen. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor wird sein, unsere grenzüberschreitenden Logistiklösungen weiter auszubauen. Unsere Töchter sind national bereits sehr stark, doch im internationalen Pakettransport besteht Potenzial, das es zu heben gilt, indem man die einzelnen nationalen Netze stärker miteinander verknüpft.

Wie unterscheidet sich der Post- und Logistikmarkt in Südost-/Osteuropa von jenem in Österreich?

Heiglauer: Den typischen osteuropäischen Markt gibt es nicht,

die Märkte sind sehr heterogen, der wirtschaftliche Entwicklungsstand ist in den Ländern in CEE unterschiedlich ausgeprägt. Darüber hinaus darf man die kulturelle und – etwa im Südosten – religiöse Vielfalt nicht unterschätzen. Man braucht mehr Fingerspitzengefühl auf der soziokulturellen Ebene. Zudem gibt es nach wie vor Aufholbedarf im Bereich der Verkehrsinfrastruktur – in Bosnien-Herzegowina, in Serbien, teilweise auch in der Slowakei. Daran wird gearbeitet – aber dieser Bereich ist von öffentlichen Mitteln abhängig, und in Zeiten ange spannter Staatshaushalte braucht der Ausbau Zeit.

Wie sehen Sie die Zukunft dieses Marktes? Welche Regionen werden sich besonders gut entwickeln?

Heiglauer: Das größte Potenzial hat sicherlich nach wie vor die Balkanregion. Doch für alle Märkte gilt: Das Segment X2C wird auch in Zukunft interessante Wachstumsraten aufweisen. Denn neue Technologien und der Boom im E-Commerce werden auch diese Region nachhaltig prägen – so wie dies derzeit in Westeuropa der Fall ist. Wir sind in diesem Bereich schon gut unterwegs und freuen uns auf kommende Möglichkeiten, die sich daraus ergeben.

Welche Wachstumschancen bestehen dadurch für die Post? Ist eine weitere Expansion geplant?

Heiglauer: Die Staaten Südost- und Osteuropas liegen in einer wirtschaftlich, aber auch geopolitisch interessanten Region – sie bilden eine wichtige Schnittstelle zu den großen Wirtschaftsräumen Russland und Türkei. Wir wollen die vorhandenen Stärken der einzelnen Märkte in der Region konsequent ausbauen und mit Maß und Ziel die richtigen Schritte setzen.

Vielen Dank für das Gespräch.

NEWS

EINSTIEG IN EINEN DER GRÖSSTEN CEE-MÄRKTE

Österreichische Post übernimmt 26% der rumänischen PostMaster s.r.l. Nach Ungarn, der Slowakei und Kroatien ist die Post nun auch im rumänischen Mail-Markt vertreten. PostMaster wurde 2007 gegründet und ist bereits heute der landesweit führende Anbieter unter den alternativen Postdienstleistern. Kerngeschäft des Unternehmens ist die Zustellung adressierter und unadressierter Werbesendungen. Damit hat sich PostMaster bereits heute eine sehr gute Startposition für die im Jahr 2013 bevorstehende Liberalisierung des rumänischen Postmarktes geschaffen. Eine solide Basis für weiteres Wachstum.



„Wir betrachten die Marktliberalisierung in unseren CEE-Nachbarländern als große Wachstumschance und wollen zum führenden alternativen Postanbieter werden.“

MAG. ANDREAS DRAGOSITS
Leiter CEE, Division Brief,
Werbepost & Filialen

ÜBERBLICK ZWÖLF MÄRKTE – 24 TOCHTERUNTERNEHMEN

Land	Unternehmen/Anteil ¹	Tätigkeitsfeld
Österreich	Österreichische Post AG	Briefpost, Adressierte Werbesendungen, Medienpost
	Österreichische Post AG, feibra	Paket, Express Mail Services (EMS), Kombifracht
	Scanpoint	Unadressierte Werbesendungen
	Online Post Austria GmbH	Scanning/Archivierung von Dokumenten
	Scherübl Transport, 74,9%	Elektronische Servicedienstleistungen
	Post Wertlogistik	Temperaturgeführte Logistik
Deutschland	trans-o-flex	Werttransporte
	trans-o-flex Thermomed	Kombifracht, Lagerlogistik, Mehrwertdienstleistungen
	MEILLERGHP, 65,0%	Temperaturgeführte Logistik
	Austrian Post International Deutschland	Direct-Mail-Dienstleistungen und -Produktion
Belgien	trans-o-flex Belgium	International Mail
Niederlande	trans-o-flex Nederland	Kombifracht, temperaturgeführte Logistik
Slowakei	Slovak Parcel Service (SPS), In Time	Kombifracht, temperaturgeführte Logistik
	Kolos	Express und Paket, Kombifracht
	Scanpoint	Unadressierte und adressierte Werbesendungen
Tschechien	MEILLERGHP, 65%	Scanning/Archivierung von Dokumenten
Ungarn	trans-o-flex Hungary	Direct-Mail-Dienstleistungen und -Produktion
	feibra Magyarország	Express und Paket, Kombifracht
Serben	City Express	Unadressierte und adressierte Werbesendungen
Montenegro	City Express Montenegro	Express und Paket, Kombifracht
Bosnien-Herzegowina	24-VIP	Express und Paket, Kombifracht
Kroatien	Overseas Trade	Express und Paket, Kombifracht
	Weber Escal	Unadressierte Werbesendungen
	Post d.o.o.	Adressierte Werbesendungen
Rumänien	PostMaster s.r.l., 26,0%	Unadressierte und adressierte Werbesendungen

¹ Angabe des Beteiligungsverhältnisses erfolgt nur, wenn Anteil geringer als 100%.

STRATEGIE

PROFITABLES WACHSTUM ANGESTREBT

DIE POST HAT KLARE STRATEGISCHE ZIELE

Die Österreichische Post erlebt stetige Veränderungen auf dem internationalen Post- und Logistikmarkt mit substanziellen Herausforderungen, aber auch großen Chancen. Der Fokus des Managements liegt deshalb auf der nachhaltigen Zukunftssicherung des Unternehmens. Dies wurde in drei zentrale wirtschaftliche Ziele gegossen:

I. Umsatz:

Mittelfristiges Wachstum von 1–2% pro Jahr

Der Volumenrückgang bei adressierten Briefen von 3–5% p. a. soll durch Nutzung von Wachstumschancen – insbesondere im Paketgeschäft – mehr als kompensiert werden. Unterstützt wird dieses Wachstum durch neue Serviceangebote, innovative Ansätze in Kundenbetreuung und -bindung sowie eine verstärkte Produktdifferenzierung.

II. Hohe Ertragskraft:

Nachhaltige EBITDA-Marge von 10–12%

Auch im liberalisierten Markt will die Österreichische Post ihre hohe Ertragskraft halten. Deshalb muss die Effizienz in allen operativen Abläufen kontinuierlich gesteigert werden. Die Dienstleistungen werden konsequent an den Kunden ausgerichtet, die Logistik so schlank wie möglich gestaltet. Damit sichert die Post sowohl ihre Erträge als auch ihren Cashflow nachhaltig.

III. Dividende:

Auch weiterhin attraktive Dividendenpolitik

Die Österreichische Post hat für ihre Eigentümer seit dem Börsengang 2006 einen Wertzuwachs gemessen am Total Shareholder Return von 70% erwirtschaftet. Dazu hat nicht zuletzt ihre attraktive Dividendenpolitik beigetragen, die auch weiterhin ein wesentlicher Eckpunkt der Unternehmensphilosophie bleibt. Jährlich sollen somit zumindest 75% des Nettoergebnisses an die Aktionäre ausgeschüttet werden. Ziel ist es, die Dividende im Einklang mit dem Konzernergebnis weiterzuentwickeln.

1.

**VERTEIDIGUNG DER
MARKTFÜHRERSCHAFT
IM KERNGESCHÄFT**

2.

**WACHSTUM IN
DEFINIERTEN
MÄRKTN**

3.

**EFFIZIENZSTEIGERUNG
UND FLEXIBILISIERUNG DER
KOSTENSTRUKTUR**

4.

**KUNDENORIENTIERUNG
UND INNOVATION**

VIER KERNSTRATEGIEN BESTIMMEN DEN KURS

Ausgehend von diesen Zielen hat der Vorstand der Österreichischen Post Anfang 2010 vier Kernstrategien verabschiedet, bei deren Umsetzung das Unternehmen seither sehr gute Fortschritte erzielt hat. Der strategische Kurs der Post führt also in die richtige Richtung. Deshalb bleibt die konsequente Implementierung der Kernstrategien auch in Zukunft der wesentliche unternehmerische Kompass. Die thematischen Schwerpunkte bei der Umsetzung werden aber jährlich den aktuellen Entwicklungen angepasst.

1.

MARKTFÜHRERSCHAFT

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 Briefbereich konnte sie diese Position 2011 mit einem Umsatzplus von 4,4% auch nach der vollständigen Liberalisierung des österreichischen Briefmarktes zu Jahresbeginn halten. Die strategische Positionierung des Tochterunternehmens feibra und dessen gezielte Weiterentwicklung als sinnvolle Ergänzung im Rahmen der unadressierten und adressierten Zustellung hat sich dabei bewährt. Und auch im österreichischen Paketgeschäft konnte der Umsatz sowohl bei Privatkunden als auch bei Geschäftskunden weiter ausgebaut werden.

Prioritäten 2012

Auch 2012 wird die Österreichische Post auf die Verteidigung ihrer führenden Position in der Briefzustellung besonderes Augenmerk legen. Möglichen Veränderungen in der Wettbewerbslandschaft soll dabei durch ein kundenorientiertes, differenziertes Leistungsangebot der Post selbst sowie der Tochtergesellschaft feibra begegnet werden. Im Bereich Paket & Logistik strebt die Post neben der Verteidigung ihrer Marktführerschaft bei X2C-Paketen eine weitere Steigerung des Marktanteils im B2B-Paketgeschäft auf über 20% an. Zudem sollen verstärkt zusätzliche Logistikleistungen entlang der Wertschöpfungskette angeboten sowie der Bereich Wertlogistik forciert werden.



2.

WACHSTUM

Profitables Wachstum in definierten Märkten

Um die rückläufigen Absatzmengen im Briefbereich zu kompensieren, setzt die Österreichische Post auf eine fokussierte Wachstumsstrategie. Im Vordergrund steht hier das Paket- und Logistikgeschäft, das die Post sowohl in Österreich und Deutschland als auch in Südost-/Osteuropa weiter ausbauen möchte. Im Fokus stehen dabei B2B- und B2C-Paketdienste, Kombifracht sowie temperaturgeführte Logistik.

Aber auch im Briefbereich bieten sich Wachstumschancen. Dies gilt nicht zuletzt für die südost- und osteuropäischen Briefmärkte, die ab 2013 großteils vollständig liberalisiert werden. 2011 hat die Österreichische Post ihren Wachstumskurs in Südost-/Osteuropa durch die Ausweitung ihrer Brief- und Paketaktivitäten in der Region erfolgreich fortgeführt. Ein besonders wichtiger Schritt war hier zuletzt die Beteiligung am rumänischen Postdienstleister PostMaster s.r.l.

Nach der Bildung eines Joint Ventures aus der Post-Tochter meiller direct und dem Geschäftsfeld Direct Mail der Swiss Post Solutions war das Jahr 2011 bei der daraus entstandenen MEILLERGHP von einem tiefgreifenden Restrukturierungs- und Integrationsprozess geprägt. Insgesamt verläuft das Umsatzwachstum im internationalen Paket- und Logistikgeschäft der Österreichischen Post zufriedenstellend, bei der Profitabilität einiger Tochterunternehmen, speziell im westeuropäischen Raum, besteht allerdings noch Optimierungsbedarf. Deshalb arbeitet die Post intensiv an einer Verbesserung der Margen- und Kostenstruktur dieser Unternehmen. So wurde Mitte 2011 etwa ein umfassendes Programm zur Steigerung der Performance von trans-o-flex und MEILLERGHP aufgesetzt und mit konkreten Maßnahmen hinterlegt.

Prioritäten 2012

Chancen ergeben sich durch die weitere Liberalisierung des europäischen Briefmarktes – ab 2012 ist der slowakische Markt liberalisiert, bis 2013 wird der Markt in den restlichen EU-Ländern, in denen die Österreichische Post mit ihren Tochtergesellschaften bereits heute stark vertreten ist, für den Wettbewerb geöffnet.

Ebenso gilt es, Umsatzpotenziale auch durch neue Leistungsangebote im Bereich Mail-Solutions – wie etwa Addressmanagement, Digitalisierung und Mailroom Services – zu nutzen. Parallel dazu werden im Paketbereich eine Weiterentwicklung des EURODIS-Netzwerks und im Rahmen einer Exportoffensive die Erhöhung des internationalen Sendungsverkehrs angestrebt – sowohl durch den Ausbau des bestehenden Geschäfts als auch durch Kooperationen innerhalb Europas. In Deutschland soll vor allem der Ausbau des Kontraktlogistikgeschäfts forciert werden. Bei trans-o-flex und MEILLERGHP wird der Schwerpunkt auf der weiteren Umsetzung der laufenden Ergebnisverbesserungsprogramme und auf weiterem Wachstum in definierten Teilmärkten liegen.

3.

EFFIZIENZ

Effizienzsteigerung und Flexibilisierung der Kostenstruktur

Die Verteidigung der Kostenführerschaft und die kontinuierliche Steigerung der Effizienz in Logistik und Zustellung sind ein zentrales Thema. Auch im Berichtszeitraum hat die Post deshalb eine Vielzahl von Effizienzsteigerungsmaßnahmen umgesetzt und die operativen Personal- und Sachkosten weiter konsequent reduziert. Spürbare Synergien brachte eine weitere Intensivierung der gemeinsamen Zustellung von Briefen und Paketen (so genannte Verbundzustellung) in Öster-



reich. In der Division Paket & Logistik wurden 2011 Investitionen in die Erneuerung des Fuhrparks für die Paketzustellung vorgenommen, zusätzlich hat die Post konsequente Prozessverbesserungen bei Verteilung und Zustellung realisiert.

Im Filialnetz wurde der Strukturwandel gemeinsam mit der BAWAG P.S.K. mit der Eröffnung der ersten gemeinsamen Filialen im Jänner 2011 gestartet und im Jahresverlauf zügig fortgeführt – Ende 2011 waren bereits 329 gemeinsame Filialen umgesetzt. Auch das Post Partner-Netzwerk wurde konsequent weiter ausgebaut und umfasste zu Jahresende bereits 1.258 Partnerbetriebe. Die bisherigen Divisionen Brief und Filialnetz wurden im September 2011 in der neuen Division Brief, Werbepost & Filialen zusammengeführt. Diese Neuausrichtung bildet den Grundstein für weitere Serviceverbesserungen und Synergien, mit denen auch die Profitabilität der Division gesteigert werden soll.

Prioritäten 2012

Nach dem Rollout des neuen Leitbildes im Jahr 2011 werden im gesamten Unternehmen weitere Anstrengungen zur durchgängigen Verankerung einer Leistungskultur gesetzt. Zudem wird an der Umsetzung neuer Zustellmodelle gearbeitet, mit denen sowohl die Effizienz als auch die Flexibilität der Kostenstruktur weiter gesteigert werden sollen. Im Filialnetz wird die strukturelle Transformation und die Zusammenführung der Netze von Post und BAWAG P.S.K. auch im Jahr 2012 fortgesetzt, um das Leistungsportfolio der Post landesweit kundennah und kosteneffizient anbieten zu können. Daneben sollen auch das Post Partner-Netzwerk weiter ausgebaut und ein Zielwert von 520 gemeinsamen Filialen von Post und BAWAG P.S.K. erreicht werden.

4.

KUNDEN

Kundenorientierung und Innovation

Nur mit attraktiven Angeboten, die den konkreten Anforderungen der Kunden entsprechen, kann die Post langfristig erfolgreich sein. Deshalb setzt das Unternehmen auf gezielte Innovation im Leistungsangebot sowie attraktive und vielfältige Services. Diesem Ziel diente 2011 eine Service- und Qualitätsoffensive mit Fokus auf Privatkunden, die auf eine Optimierung von Leistungsprofil und Kundenzufriedenheit im gesamten Angebotsspektrum ausgerichtet war.

Sehr gut angenommen wurde etwa die Vereinfachung des Produktpportfolios mit formatbasierten Tarifen und der Unterscheidung zwischen einem „Premium“- und einem „Economy“-Tarif für Business-Kunden. Im Bereich Werbepost wurden mit dem Einsatz des Werbeumschlags KUVERT sowie der Möglichkeit, adressierte Werbesendungen stärker zu individualisieren, große Meilensteine gesetzt. Auch der Testbetrieb von Post Abgabe- und Empfangsboxen wurde bei den Kunden im Rahmen von Pilotprojekten sehr gut angenommen. Parallel dazu entwickelte die Österreichische Post ihre Online-Services in den Bereichen elektronische Post, Online-Paketmarke und Online-Shop weiter. Dazu zählte vor allem der „Post Manager“ als sichere Kommunikationsplattform für Kunden, die ihre offizielle Post online erhalten und verwalten möchten. 2011 startete auch eine viel beachtete Initiative der Post zum nachhaltigen Umwelt- und Klimaschutz: Alle Briefe, Pakete und Werbesendungen werden nun CO₂ neutral zugestellt.

Prioritäten 2012

Die konsequente Ausrichtung auf den Kunden mit dem Ziel, innovative Produkte mit Selbstbedienungscharakter zu forcieren, wird 2012 verstärkt weitergeführt. In thematischem Zusammenhang dazu stehen auch Maßnahmen zur Steigerung der Nutzung der Online-Services und der Online-Postprodukte. Seit Februar 2012 wird das KUVERT flächendeckend an alle österreichischen Haushalte verteilt und damit auf dem österreichischen Markt etabliert. Im Filialnetz wird der Fokus auf der weiteren Umsetzung der 2011 gestarteten Qualitäts- und Serviceinitiativen liegen. Dazu dient unter anderem auch eine kundenorientierte Modernisierung des Filialdesigns.



INTERVIEW



Dipl.-Ing. Walter Oblin (li.), Dr. Carsten Wallmann (re.)



„... Kundenorientierung, Qualität und Effizienz sind die wichtigsten Erfolgsfaktoren ...“

DIPL.-ING. WALTER OBLIN, MBA

Leiter des Bereichs Strategie und Konzernentwicklung,
designierter Finanzvorstand

DR. CARSTEN WALLMANN

verantwortet den Bereich Strategische Projekte

Herr Oblin, als Leiter des Bereichs Strategie und Konzernentwicklung beschäftigen Sie sich intensiv mit strategischen Fragen und beobachten dabei natürlich auch das Umfeld in Ihrer Branche genau. Was sind die wichtigsten Trends und Einflussfaktoren im Postmarkt?

Oblin: Internationale Trends sind natürlich der steigende Wettbewerb durch die von der EU eingeleitete Marktliberalisierung und die Substitution des klassischen Briefes durch elektronische Medien – beides Faktoren, die für Postunternehmen eine Herausforderung bedeuten. Positiv wirkt umgekehrt eine stabile Bedeutung des Direct-Marketings, das ja primär über den Postweg erfolgt, und natürlich das Online-Shopping, das eine Revolution des klassischen Kaufprozesses und damit auch einen markanten Aufschwung im Paketaufkommen gebracht hat.

Herr Wallmann, welchen Einfluss haben die Konjunktur oder das rechtliche Umfeld in diesem Zusammenhang?

Wallmann: Beide sind entscheidende Faktoren. Die Konjunktur spüren Postunternehmen zum Beispiel im Direct-Marketing oder auch im Paket- und Logistikvolumen. Was die rechtlichen Rahmenbedingungen betrifft, ist vor allem der Universaldienst vom Regulator sehr ausführlich und streng geregelt und stellt damit hohe Anforderungen. Denn die Post steht voll im Wettbewerb und muss dennoch die Grundversorgung in ganz Österreich garantieren.

Und womit kann ein Postunternehmen angesichts dieser zum Teil sehr herausfordernden externen Faktoren punkten?

Oblin: Die besten Erfolgsrezepte sind Produkte und Dienstleistungen, die wirklich punktgenau und innovativ auf die Anforderungen der Kunden eingehen. Unsere Services müssen einen greifbaren Mehrwert bieten, wie z. B. Kundennähe durch ein flächendeckendes Vertriebsnetz gepaart mit alternativen Zugangskanälen, vor allem online. Entscheidend sind weiters Qualität und Zuverlässigkeit, die wiederum leistungsfähige Logistiknetze voraussetzen, sowie eine konsequente Kostendisziplin, um auch wirtschaftlich auf solider Basis zu stehen. Auf eine kurze Formel gebracht: Kundenorientierung, Qualität und Effizienz sind die wichtigsten Erfolgsfaktoren.

Vielen Dank für das Gespräch.

Steuerung anhand klarer Parameter

Die operative Steuerung des Konzerns und der Divisionen der Österreichischen Post erfolgt auf Top-Level über Umsatz, EBIT und Cashflow. Zusätzlich werden – differenziert je nach Steuerungsebene – spezielle Performance-Indikatoren (Qualität etc.) herangezogen.

Für die Wertsteigerung des Unternehmens erachtet es das Unternehmen dabei als gleichermaßen wichtig, Dienstleistungen bei bestehenden und neuen Kunden zu forcieren und die Kostenstruktur so effizient wie möglich zu gestalten. In den letzten Jahren ist es der Post gelungen, aus ihrem Cashflow sowohl die notwendigen Investitionen bzw. Akquisitionen zu finanzieren als auch eine attraktive Dividendenpolitik zu gewährleisten.

Um einen angemessenen Return on Investment zu garantieren, legt die Post auch bei Investitionen in neue Anlagen und Infrastruktur bzw. Beteiligungen strenge Kriterien fest.

NEUES LEITBILD NEUE WERTE



Gemeinsam stark

Die Österreichische Post arbeitet nicht nur intensiv an ihren Produkten und Services, sondern auch an sich selbst. Dazu zählt an vorderster Front die Unternehmens- und Führungskultur, die in den letzten beiden Jahren auf grundlegend neue Beine gestellt wurde. Denn nur klare gemeinsame Visionen und Wertvorstellungen ermöglichen es einem Unternehmen, zielorientiert und nachhaltig zu handeln. Am Beginn stand 2010 die Entwicklung eines neuen Leitbildes. Mit seiner Formulierung verband die Österreichische Post mehrere Ziele, die sich aus den Veränderungen ihres Marktes und ihrer eigenen Tätigkeit, aber auch der Wirtschaft und der Arbeitswelt insgesamt ergaben:

Breit angelegter Entstehungsprozess

Wichtig war dem Vorstand dabei die Einbeziehung einer möglichst großen Zahl von Mitarbeitern aus allen Bereichen, um das neue Wertegerüst auf ein möglichst solides Fundament zu stellen. Deshalb waren am Entwurf für das neue Leitbild in einem breit angelegten, mehrstufigen Top-Down/Bottom-Up-Prozess auch rund 500 Mitarbeiter aktiv beteiligt. Ergebnis dieses eingehenden Analyse- und Diskussionsvorgangs waren drei Wertekategorien mit entsprechenden Leitsätzen:

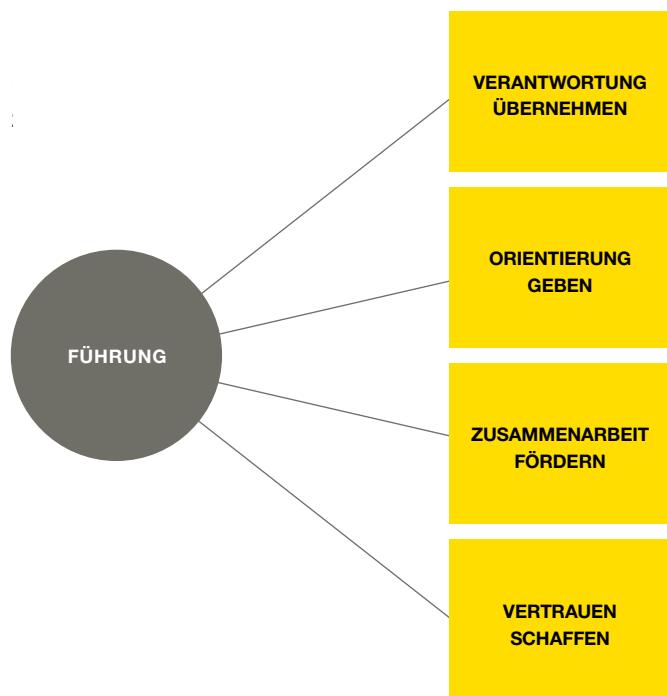
- **Kundenorientierung:**
Wir stellen den Kunden in den Mittelpunkt
- **Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit:**
Wir handeln zukunftsorientiert
- **Kommunikation und Wertschätzung:**
Wir alle sind die Post

Eine Vielzahl von Maßnahmen dient nun dem Ziel, das neue Leitbild in der täglichen Arbeit aller Mitarbeiter umzusetzen und zu verankern. Denn nur, wenn es bewusst gelebt wird, erfüllt es seinen Zweck: einen kulturellen Wandel im Umgang miteinander, mit Kunden und Partnern zu erzielen, die Identifikation mit dem Unternehmen zu stärken und die Attraktivität der Post als Arbeitgeber zu steigern.

Aus dem Leitbild entstehen Führungsleitlinien

Dafür sollen vor allem die Führungskräfte als Wertebotschafter eingesetzt werden. Um ihnen dabei eine Orientierungshilfe zu geben, wurden im Jahr 2011 neue Führungsleitlinien erarbeitet. Sie dienen als verbindende Klammer zwischen den mehr als 2.000 Führungskräften des Konzerns. In einer Konferenz mit rund 300 von ihnen wurden dafür zunächst vier zentrale Leitwerte erarbeitet und festgelegt. Um daraus konkrete Führungsleitlinien zu entwickeln, folgte eine Reihe von Workshops mit 162 Führungskräften und Mitarbeitern aus allen Bereichen und Regionen.

DIE FÜHRUNGSLEITLINIEN DER ÖSTERREICHISCHEN POST BASIEREN AUF VIER LEITWERTEN

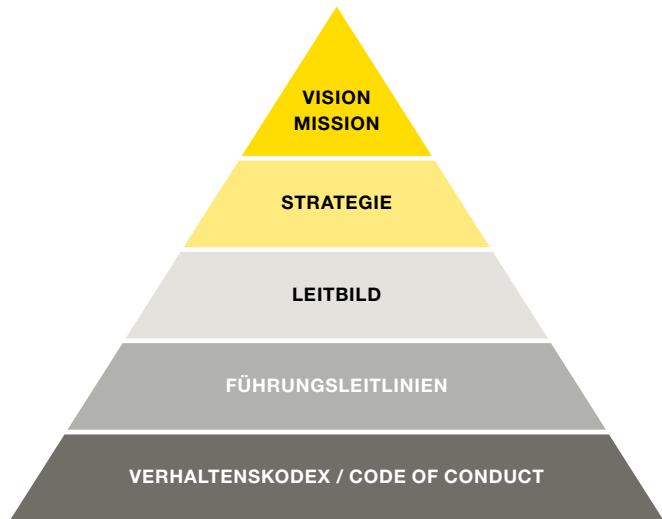


Weitere Konkretisierung durch Führungskräftetage

Wie diese Leitlinien konkret in den Alltag umgesetzt werden können, erörterten im September und Oktober 2011 insgesamt rund 1.350 leitende Mitarbeiter bei drei Führungskräftetagen in Wien, Salzburg und Graz. In regen Diskussionen entwickelten sie vielfältige Ansätze, wie Führungskräfte zur Übernahme von Verantwortung und zu einer wertekonformen Führung motiviert werden können. Diese wurden in großen Teilen bereits umgesetzt und im Arbeitsalltag verankert.

Klare gemeinsame Werteordnung als Basis für wirtschaftlichen Erfolg

Die erfolgreiche Entwicklung von Unternehmen bedarf des gemeinsamen Verständnisses von Zielen auf der Grundlage von Werten, Leitlinien und Verhaltensgrundsätzen. Darauf basierend leitet sich auch der Code of Conduct ab, ein für alle Mitarbeiter verbindlicher Verhaltenskodex



INTERVIEW



.....
„.... Führungskräfte tragen als Vorbilder besondere Verantwortung.“
.....

ING. FRANZ NIGL
Leiter Personalmanagement

Herr Ing. Nigl, warum braucht die Post Führungsleitlinien?

Nigl: Die Anforderungen an Führungskräfte in unserem Unternehmen haben sich in den letzten Jahren stark gewandelt. In Zeiten, in denen die Post noch rein im Staatseigentum war, war die Organisation sehr hierarchisch aufgebaut. Heute ist Teamwork angesagt – und damit brauchen wir einen modernen, zeitgemäßen Führungsstil. Gleichzeitig sind die Marktanforderungen und die Wünsche unserer Kunden heute viel komplexer als noch vor wenigen Jahren. Aus diesen Gründen haben wir erstmals schriftlich festgehalten, wie Führung bei der Österreichischen Post aussehen soll, und damit gemeinsame Grundsätze geschaffen, an denen sich alle orientieren können. Das macht nicht nur die Arbeit der Führungskräfte einfacher, es schafft auch ein einheitliches Verständnis im ganzen Konzern und fördert damit die Integration. Wichtig war uns bei diesem Prozess, dass die Entwicklung dieser Führungsleitlinien mittels Umfragen, Workshops und Gruppenarbeiten auf eine breite Basis gestellt wird. So finden sich unsere Führungskräfte auch mit ihren persönlichen Werten darin wieder.

Wie stellen Sie sicher, dass diese Führungsleitlinien auch wirklich von allen gelebt werden?

Nigl: Einerseits eben durch diese gemeinsame Entwicklung, die eine möglichst hohe Identifikation schaffen sollte.

Andererseits dadurch, dass wir nicht punktuell, sondern nachhaltig arbeiten. Wir werden laufend überprüfen, wo bzw. wie wir unsere Führungskräfte unterstützen können, damit sie ihre Aufgaben möglichst gut wahrnehmen können. Zudem freut es mich besonders, dass wir im Sinne der Nachhaltigkeit gleich nachlegen und ab 2012 mit unserer „Führungsakademie“ starten – einem Programm, in dem wir alle Maßnahmen zur Führungskräfteentwicklung wirkungsvoll bündeln. Denn eines muss man ganz generell festhalten: Hervorragende Führungskräfte und Mitarbeiter sind einer der Grundpfeiler für die Innovationskraft und damit den anhaltenden Erfolg eines Unternehmens. Und wir wissen, dass wir hier mit anderen Unternehmen in ständigem Wettbewerb stehen, deshalb möchten wir mit diesen Aktivitäten ganz vorne mit dabei sein.

Was wird bei der Post von einer Führungskraft erwartet?

Nigl: Grundsätzlich gilt: Jeder Mitarbeiter muss für seinen Teil der Arbeit die Verantwortung übernehmen. Den Führungskräften kommt dabei eine besondere Vorbildwirkung zu. Deshalb fördern wir neben fachlichen und organisatorischen Fähigkeiten auch ganz besonders deren soziale Kompetenz. Unsere Führungspersönlichkeiten sollen von ihren Mitarbeitern anerkannt und respektiert werden.

Und was macht für Sie persönlich gute Führung aus?

Nigl: Ich unterschreibe voll und ganz die vier Leitwerte unserer Führungsleitlinien: Verantwortung übernehmen, Orientierung geben, Zusammenarbeit fördern und Vertrauen schaffen. Wenn ich das als Führungskraft schaffe, kann ich stolz auf meine Arbeit sein und werde vor allem meine Mitarbeiter gewinnen. Dazu gehört, dass ich immer wieder hinterfrage, ob ich auch überall richtig liege oder ob ich etwas an meiner Arbeitsweise verbessern kann.

Vielen Dank für das Gespräch.

FÜHRUNGSKRÄFTE-TAGE 2011

WIR ALLE SIND DIE POST

„ Wir haben das Thema Motivation auf dem Führungskräftetag bearbeitet. Es war sehr interessant, die unterschiedlichen Sichtweisen von Kollegen aus jenen Divisionen kennenzulernen, die direkten Kundenkontakt haben – und damit auch vor anderen Herausforderungen stehen als die zentralen Einheiten.

MAG. CORNELIA ROCKENBAUER
Leiterin Business Operations (Konzernimmobilien)

„ Der Führungskräftetag in Graz hat mir sehr gut gefallen, besonders die persönlichen Gespräche mit Führungskräften, mit denen sonst kein direkter Kontakt möglich ist. Die Zeit dafür war fast zu kurz, da sehr viele Menschen anwesend waren. Der Austausch mit Filialleitern auch aus anderen Gebieten in Österreich war ebenfalls sehr interessant.

ASTRID GRASSL
Leiterin einer Postfiliale in 1050 Wien

„ Das Leitbild ist ein wichtiger Bestandteil jedes größeren Unternehmens. Daher begrüße ich es sehr, dass auch die Österreichische Post ein eigenes Leitbild besitzt und es mit Leben erfüllt. Zusätzlich bietet das Unternehmen mit den gemeinsam entwickelten Führungsrichtlinien auch den Mitarbeitern Orientierungshilfen für die tägliche Zusammenarbeit.

MMAG. MICHAEL WIESENEDER
Leiter Postbearbeitung

„ Die Führungskräftetage wurden professionell organisiert. Den Tag fand ich sehr spannend, weil man sich mit anderen Kollegen quer durch jede Division offen austauschen konnte. Außerdem konnte man sich das Thema je nach Interesse aussuchen und mit anderen daran arbeiten.

MANFRED STEINBACHER
Zustellbasenleiter in Baden





COMPLIANCE



„Compliance
betrifft uns alle.“

DIPL.-ING. DR.GEORG PÖLZL
Generaldirektor

Der Begriff Compliance (zu Deutsch: Regeltreue) hat im Unternehmenskontext eine zunehmend wichtige Bedeutung. Er steht für die Einhaltung von gesetzlichen Bestimmungen und regulatorischen Vorgaben sowie die Erfüllung wesentlicher ethischer Standards, zu denen sich Unternehmen selbst verpflichten. Die Anforderungen sind dabei vielfältig und komplex und erfordern gezielte Aktivitäten und effektive Strukturen. Die Österreichische Post hat bereits im Jahr 2010 damit begonnen, ein modernes Compliance-Management-System, kurz „CMS“, aufzubauen. Ziel ist es, eine konzernweite Compliance-Organisation zu schaffen, die den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein handlungsorientiertes und praxisnahe Beratungsangebot bietet.

DAS COMPLIANCE-MANAGEMENT-SYSTEM DER ÖSTERREICHISCHEN POST



Kommunikativer Ansatz

Bei der Umsetzung der konzernweiten Aktivitäten wird das zentrale Compliance Office, das von Andrea Scholz geleitet wird, von regionalen Beauftragten im In- und Ausland unterstützt. Die Post setzt dabei stark auf vertrauensvollen Dialog mit den Mitarbeitern: „Wir haben einen stark kommunikativ geprägten Ansatz. Nur wenn die Mitarbeiter rasch und praxisbezogen Antworten auf ihre Fragen bekommen, kann Compliance im Unternehmen nachhaltig funktionieren“, so Andrea Scholz. „Deshalb steht unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern seit Mitte 2011 ein eigens eingerichteter Compliance Helpdesk zur Verfügung, der via E-Mail rund um die Uhr erreichbar ist. Zudem können uns die Kolleginnen und Kollegen via Intranet und Telefon kontaktieren. Das alles gilt natürlich auch für unsere internationalen Niederlassungen.“ Denn Compliance Management muss alle an Bord holen und lebt von der Überzeugung, dass Compliance nicht nur vom Management getragen wird, sondern im gesamten Konzern verankert ist und an der Unternehmensbasis gelebt werden muss. Georg Pölzl, Vorstandsvorsitzender der Österreichischen Post, gibt die Richtung vor: „Compliance betrifft uns alle und ist keine Einbahnstraße. Die Prinzipien gelten für das gesamte Management, die Personalvertretung und alle Mitarbeiter!“

Vom Konzernleitbild über die Compliance-Strategie zur Compliance-Organisation

Ausgehend von den drei zentralen Unternehmenswerten „Wir stellen den Kunden in den Mittelpunkt“, „Wir handeln zukunftsorientiert“ und „Wir alle sind die Post“ definiert die Compliance-Strategie der Post die Ziele für konkrete Maßnahmen im Rahmen des Compliance Managements. Dabei geht es insbesondere darum, den Mitarbeitern Handlungssicherheit bei ihrer täglichen Arbeit zu geben und dadurch Reputationsrisiken, aber auch Risiken finanzieller Natur frühzeitig zu erkennen und zu vermeiden. Zur Umsetzung dieser strategischen Ziele wurde eine Compliance-Struktur geschaffen, die sowohl das Management als auch die Beschäftigten im gesamten Konzern in Compliance-Angelegenheiten unterstützt. „Dem ‚Compliance Committee‘, das sind die Leiterin Recht, der Leiter Personal, der Leiter Informationstechnologie, der Bereichsleiter Konzernrevision, Risikomanagement & Compliance, der Datenschutzbeauftragte für Österreich und die Konzern-Compliance-Verantwortliche, kommt dabei die Funktion eines beratenden Gremiums zu, das dem Vorstand der Post im Fall gravierender Regelverstöße entsprechende Maßnahmen empfiehlt. Wir schreiben damit ein klares Prozedere für solche Fälle fest“, so die Compliance-Verantwortliche Scholz. Und damit Compliance unternehmensweit funktioniert, wurden regionale Compliance-Beauftragte ernannt, die zur Schulung und Beratung der Beschäftigten in den einzelnen Divisionen und Beteiligungsgesellschaften sowie als erste Anlaufstelle vor Ort für konkrete Anfragen der Mitarbeiter zur Verfügung stehen.

Prozess geht weiter

Für das Jahr 2012 ist die kontinuierliche Integration der Compliance-Organisation in den Tochterunternehmen der Österreichischen Post, insbesondere jenen im CEE-Raum, geplant. Inhaltliche Schwerpunkte werden dabei die Themen „Compliance Awareness“ und „Antikorruption“ bilden. Die konzernweite Umsetzung dieser Trainingsschwerpunkte soll durch die Einführung eines eigenen E-Learning-Tools zum Thema Compliance unterstützt werden. Sämtliche Maßnahmen werden darüber hinaus von einer eigenen Kommunikationskampagne begleitet. Zudem wird die Zertifizierung des Compliance-Management-Systems der Österreichischen Post eingeleitet.

Der Code of Conduct

Auf Grundlage ihres neuen Unternehmensleitbildes hat die Post bereits im Jahr 2010 einen Verhaltens- und Ethikkodex („Code of Conduct“) entwickelt. Er enthält die Grundsätze, die für das Verhalten sämtlicher Beschäftigten im Unternehmen – des Vorstands, der Führungskräfte und aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – Gel tung besitzen. Im Geschäftsjahr 2011 wurde mit der konzernweiten Einführung des Verhaltens- und Ethikkodex begonnen. „Unser Verhaltenskodex ist die Grundlage einer offenen, wertschätzenden und rechtskonformen Unternehmenskultur, der wir uns verpflichtet fühlen und die wir jeden Tag aufs Neue mit Leben füllen müssen“, so Post-CEO Georg Pölzl.

INFO BOX

Für telefonische Anfragen aus dem In- und Ausland wurden kostenfreie Hotlines eingerichtet.

Compliance Helpdesk:

E-Mail-Postfach: compliance.helpdesk@post.at

Hotline Österreich:

T: 0800 202 224

Hotline international:

T: 0800 202 224 26

Hotline Serbien:

T: 00431 57767 24317



MAG. ANDREA SCHOLZ

Compliance-Verantwortliche

INTERVIEW



„Compliance ist mehr als das Einhalten von Gesetzen und Regeln – es geht um Integrität und den Umgang miteinander.“

DKFM. MICHAEL STADLMANN
Leiter Konzernrevision, Risiko-
management & Compliance

Herr Stadlmann, was heißt Compliance für die Post?

Stadlmann: Beim Thema Compliance geht es um das Einhalten aller gesetzlichen Anforderungen, behördlicher Regelungen und auch interner Richtlinien und Verhaltenskodices. Im Grunde ist es ganz einfach: Gesetz- und regelwidriges Verhalten bei der Post – zum Beispiel Korruption, Bestechung, Unterschlagung oder Insiderhandel – wird unter keinen Umständen toleriert. Wir bei der österreichischen Post wollen nur saubere Geschäfte machen. Und das gilt vom Vorstand bis zum Zusteller und vom Zusteller bis zum Vorstand. Wir gehen aber noch einen Schritt weiter, denn wir wollen dazu beitragen, ein Umfeld zu schaffen, in dem sich die Führungskräfte und Mitarbeiter bei ihrer täglichen Arbeit auf Basis unseres Leitbildes an ethische Verhaltensgrundsätze halten.

Warum ist das Thema für die Post von so hoher Bedeutung?

Stadlmann: Ganz einfach: Gesetze müssen eingehalten werden, sonst drohen Konsequenzen. Es geht also darum, Haftungsrisiken des Unternehmens und persönliche Haftungsrisiken der handelnden Personen zu minimieren. Faktisch hat hier ein Paradigmenwechsel stattgefunden: Man kann es sich heute nicht mehr erlauben, sich nicht mit Compliance zu beschäftigen. Aber es geht bei Weitem nicht nur um das finanzielle Risiko, wenn etwa Strafen zu zahlen sind oder wenn eine Untersuchung enorm viel Zeit und Aufmerksamkeit des Managements absorbiert. Vielmehr geht es auch um den guten Ruf unseres Konzerns. Nur mit sauberer Geschäften, die einen Wert an sich darstellen, können wir dauerhaft erfolgreich sein.

Woher soll denn der einzelne Mitarbeiter genau wissen, ob er gesetzeskonform handelt?

Stadlmann: Grundsätzlich glaube ich, dass jeder Mitarbeiter ein

gutes Gefühl dafür hat, was erlaubt ist und was nicht. Dennoch: Das Unwissen und die Unsicherheit sind manchmal noch groß, und für andere ist Compliance so abstrakt und schwer greifbar, dass es scheinbar keine Relevanz für den eigenen Alltag hat. Dabei kommt man schneller mit dem Thema in Berührung, als man denkt. Darf zum Beispiel ein Vertriebsmitarbeiter oder Einkäufer Geschenke annehmen oder machen? In welchem Umfang sind Einladungen in Ordnung? Was passiert, wenn Unternehmen Gesetze missachten, konnte man in der Vergangenheit den Medien entnehmen. Für uns bei der Post heißt dies: Wir wollen noch mehr informieren, aufklären und sensibilisieren. Wir müssen zum einen ein Bewusstsein schaffen, wie wichtig das Thema ist und dass jeder einzelne in der Verantwortung steht. Andererseits müssen wir unsere Kollegen schulen und echte Unterstützung im Alltag bieten.

Welche Unterstützung bietet Ihre Compliance-Organisation konkret an?

Stadlmann: Wir setzen bei konkreten Fragen auf ein handlungsorientiertes Beratungsangebot. Jeder kann uns direkt ansprechen. Es gibt den Verhaltens- und Ethik-Kodex (Code of Conduct), der den Rahmen für ethischen, wertschätzenden und gesetzeskonformen Umgang vorgibt. Für Fragen zu konkreten Situationen und Fällen gibt es z. B. die Geschenkannahme- und -vergaberichtlinie. Wir haben darüber hinaus eine ganze Reihe von Kommunikations- und Trainingsmaßnahmen entwickelt, die aktuell sukzessive ausgerollt werden. Weiterhin gibt es den Compliance Helpdesk, der per Mail und Telefon aus dem In- und Ausland erreichbar ist. Wir werden unser Compliance-Management-System sukzessive konzernweit weiter ausrollen und stärken.

Welche Rolle spielen die Vorgesetzten aus Ihrer Sicht?

Stadlmann: Eine ganz Entscheidende! Gerade von unseren Führungskräften erwarte ich, dass sie ein intigeres und gesetzeskonformes Verhalten vorleben und dass sie für Fragen der Kollegen und Kolleginnen ein offenes Ohr haben. Gleichzeitig möchte ich aber darauf hinweisen, dass man bei Fehlverhalten mit Konsequenzen und Sanktionen rechnen muss. Unlauteres und gesetzwidriges Verhalten darf niemals und nirgendwo toleriert werden.

Vielen Dank für das Gespräch.

Wir wollen 2012 die Position der Nummer 1 bei unseren Kunden festigen!“ Das sieht Post-Vorstand Walter Hitziger als zentrale Aufgabe im Briefgeschäft. „Wir sind aus gutem Grund der logische Partner für Private wie für Unternehmen“, ist Hitziger überzeugt. „Das bedeutet aber auch, dass wir permanent an uns arbeiten müssen, um den Kunden optimale Lösungen anzubieten. Nutzergerechte Produkte, kompromisslos exzellente Qualität und hohes Kostenbewusstsein sind der Schlüssel dazu.“

Die Post hat sich auch 2012 viel vorgenommen: Allem voran wird die übergeordnete Strategie zielführend weiterverfolgt, gleichzeitig werden die laufenden Detailprojekte konsequent weitergeführt und abgeschlossen. 2011 wurde hier viel geleistet, es wurden umfangreiche Vorhaben initiiert und wertvolle Vorarbeiten für 2012 getroffen. Walter Hitziger: „Wir arbeiten sowohl in der Logistik als auch im Bereich der Filialen an substanziellem Projekten. So tragen wir mit dem neuen Produkt KUVERT dem Kundenwunsch Rechnung, und wir arbeiten gemeinsam mit der BAWAG P.S.K. und unseren Post Partnern auch zügig am Ausbau unseres Geschäftsstellennetzes.“

Parallel dazu setzt die Post auf intensive Marktbearbeitung und Wachstum. „Operative Exzellenz ist die Basis für eine stetige Ausweitung unseres Geschäfts. Wir können unseren österreichischen Kunden mit unseren zwei Marken ‚Österreichische Post‘ und ‚feibra‘ ein optimales Portfolio anbieten, das wir zusätzlich laufend entlang der Wertschöpfungskette erweitern. Ich nenne hier nur das Stichwort ‚Mail-Solutions‘ – also die Übernahme von Services, die der eigentlichen Postdienstleistung vor- oder nachgelagert sind, z. B. die Digitalisierung von Eingangsbrief und deren hausinterne Verteilung beim Kunden.“

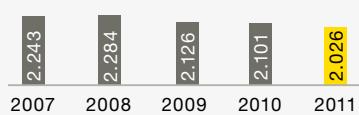
Dabei muss das Wachstum nicht an den österreichischen Grenzen Halt machen: „Auch in Südost- und Osteuropa wollen wir stetig wachsen. Der Einstieg in Rumänien im Jahr 2011 war sicher ein wichtiger Schritt dafür.“

„... wollen auch 2012 die erste Wahl für unsere Kunden sein ...“

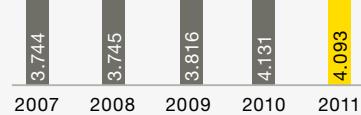
DIPL.-ING. WALTER HITZIGER,
Vorstand Brief, Werbepost & Filialen

SENDUNGSVOLUMEN IN MIO STÜCK

Adressierte
Sendungen Österreich

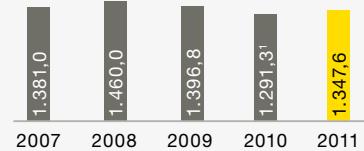


Unadressierte
Sendungen Österreich



AUSSENUMSATZ IN MIO EUR

¹ Auf vergleichbarer Basis





HIGHLIGHTS 2011

- Neues vereinfachtes formatbasiertes Produktportfolio mit fünf Tarifstufen
- Zusammenführung der Divisionen Brief und Filialnetz zur neuen Division Brief, Werbepost & Filialen
- Post Partner-Eröffnungen und umfangreiche Umsetzung des Filialkonzeptes mit BAWAG P.S.K.
- Werbeumschlag KUVERT startete im Oktober seinen Pilotbetrieb in einigen Wiener Gemeindebezirken

DIVISION BRIEF, WERBEPOST & FILIALEN

ALLES UNTER EINEM DACH

Mit einer organisatorischen Neuausrichtung hat die Österreichische Post 2011 den Grundstein für weitere Serviceverbesserungen und Synergien gelegt: Die bisher getrennten Bereiche Brief und Filialnetz wurden im September in der neuen Division Brief, Werbe post & Filialen zusammengeführt. Damit legt nun jeder Brief seinen gesamten Weg – von der Aufgabe in der Filiale bis zur Abgabe durch den Zusteller – unter Verantwortung einer einzigen Division zurück. Deren umfangreiches Kerngeschäft erstreckt sich auf die Annahme, Sortierung und Zustellung von Briefen, Postkarten, adressierten und unadressierten Werbesendungen und Zeitungen sowie den Verkauf von Bankdienstleistungen sowie Post- und Telekomprodukten. Ergänzt wird das Leistungsspektrum durch neue Dienstleistungen für Geschäftspost und Werbe post, darunter Adress- und Datenmanagement, Poststellen Management, intelligentes Scanning und Response-Management.

Dichtes Vertriebsnetz, volle Leistung

Dafür stehen den Kunden 1.880 Post geschäftsstellen in ganz Österreich zur Verfügung und bilden damit das größte Privatkundennetz des Landes. Fast 3.800 Mitarbeiter sorgen hier für Kundennähe und kompetente Beratung. Weitere rund 13.000 Mitarbeiter in der Sortierung und Zustellung bringen täglich Post zu 4,2 Mio Haushalten und Unternehmen in ganz Österreich – pro Jahr werden über 6,1 Mrd Sendungen in Österreich zugestellt.



MARKTFELD

Vollständige Liberalisierung des Briefmarkts in Europa sorgt für Wettbewerb

Das Jahr 2011 hat für den europäischen Briefmarkt eine wichtige Zäsur gebracht: Die dritte EU-Postdienste-Richtlinie schreibt vor, dass Europas nationale Postmärkte in bisher noch reservierten Bereichen vollständig geöffnet werden müssen. Ziel dieser Liberalisierung ist es, in sämtlichen EU-Mitgliedstaaten den Postmarkt für den freien Wettbewerb zu öffnen und allenfalls bestehende Monopole abzuschaffen. Die meisten Mitgliedstaaten wurden durch die Richtlinie verpflichtet, die vollständige Liberalisierung ihrer Postmärkte mit 1. Jänner 2011 gesetzlich zu gewährleisten. Eine Ausnahmebestimmung besteht für Tschechien, Griechenland, Zypern, Lettland, Litauen, Luxemburg, Ungarn, Malta, Polen und Rumänien, die die Umsetzung der Richtlinie bis zum 31. Dezember 2012

MEHRSTUFIGER LIBERALISIERUNGSFAHRPLAN



zurückstellen können. Der Status der Umsetzung variiert aber in den einzelnen Mitgliedstaaten erheblich. Teilweise liegen erst Entwürfe für die nationalen Rechtsvorschriften vor, mit denen die Richtlinie umgesetzt wird, während in anderen Mitgliedstaaten die Marktliberalisierung bereits jetzt umgesetzt ist. In Österreich erließ der Gesetzgeber

basierend auf der dritten EU-Postdienste-Richtlinie das Postmarktgesezt, das mit 1. Jänner 2011 zur Gänze in Kraft getreten ist. Der österreichische Briefmarkt wurde damit im Einklang mit den Vorgaben der EU vollständig für den Wettbewerb geöffnet.

Wegfall des Briefmonopols

Das Beförderungsmonopol der Österreichischen Post für Briefsendungen bis 50 Gramm, das die österreichweit gleichwertige Zustellung gesichert hatte, ist mit 31. Dezember 2010 weggefallen. Gleichzeitig entfiel damit für die Österreichische Post ab 1. Jänner 2011 aber auch der indirekte Ausgleich für die Verpflichtungen aus dem so genannten Universaldienst. Dennoch bleibt die Österreichische Post auch nach der vollständigen Marktoffnung Österreichs Universaldienstanbieter und garantiert damit die Versorgung mit qualitativ hochwertigen Postdienstleistungen in ganz Österreich.

Universaldienst und Ausgleich der Nettokosten

Der gesetzlich definierte Universaldienst beschränkt sich im Sinn der Sicherung der Grundversorgung primär auf Postsendungen, die an gesetzlich definierten Zugangspunkten abgegeben werden können, das sind z. B. Post-Geschäftsstellen oder Briefkästen. Postdienste für Sendungen, die von Großkunden in Verteilzentren eingeliefert werden, zählen – mit Ausnahme von Zeitungen – jedenfalls nicht zum Universaldienst. Der Ersatz der Universaldienst-Nettokosten wird über einen Ausgleichsfonds abgewickelt, dessen Kosten zwischen der Österreichischen Post und den sonstigen konzessionierten Postdienstanbieter nach Marktanteilen aufgeteilt werden. In diesen Ausgleichsfonds müssen allerdings nur jene konzessionierten Postdienstanbieter einzahlen, deren Jahresumsätze aus der konzessionierten Tätigkeit 1 Mio EUR übersteigen. Zudem werden der Österreichischen Post Universaldienst-Nettokosten nur insoweit ersetzt, als diese das Unternehmen unverhältnismäßig finanziell belasten. Dies ist dann der Fall, wenn die Universaldienst-Nettokosten 2% der jährlichen Gesamtkosten der Österreichischen Post überschreiten. Seit 1. Jänner 2011 gilt die Umsatzsteuerbefreiung nur mehr für Postdienstleistungen, die ein Universaldienst-Betreiber im Rahmen der gesetzlichen Universaldienstverpflichtung erbringt. Sie gilt hingegen nicht für Leistungen, deren Bedingungen individuell ausgehandelt wurde. Ab 1. Jänner 2011 unterliegen Postdienste für Briefsendungen

mit einem Gewicht bis 50 Gramm einer Konzessionspflicht.

Poststellennetz

Im Postmarktgesetz ist eine Mindestanzahl von 1.650 Post-Geschäftsstellen vorgesehen. Die Österreichische Post hat darüber hinaus sicherzustellen, dass in Gemeinden mit über 10.000 Einwohnern und in allen Bezirkshauptstädten im städtischen Bereich für mehr als 90% der Einwohner eine Post-Geschäftsstelle in maximal 2.000 Metern erreichbar ist, in allen anderen Regionen beträgt die vorgeschriebene maximale Entfernung zu einer Post-Geschäftsstelle 10.000 Meter. Die Österreichische Post übertrifft diese Anforderungen mit einem Geschäftsstellennetz von 1.880 Standorten per 31. Dezember 2011 im Interesse einer flächendeckend kundennahen Versorgung deutlich. Mit eigenem Personal betriebene Post-Geschäftsstellen darf die Österreichische Post nur nach Durchführung eines Verwaltungsverfahrens in Post Partner umwandeln. Dabei muss sie nachweisen, dass die von der Umstrukturierung betroffenen Poststellen dauerhaft unrentabel sind und die flächendeckende Versorgung der Bevölkerung mit Postdienstleistungen durch andere Standorte gewährleistet ist. Auch die betroffenen Gemeinden müssen zeitgerecht von der geplanten Strukturumwandlung im Filialnetz informiert werden.

Hausbrieffachanlagen und Landabgabekästen

Das Postmarktgesetz sieht einen Austausch der bestehenden Hausbrieffachanlagen und Landabgabekästen ohne Einwurfschlitz durch solche mit Einwurfschlitz vor. Die Österreichische Post hat als Universalienbetreiber diesen Austausch bis Ende 2012 vorzunehmen. Die Kostenaufteilung zwischen der Österreichischen Post und den sonstigen konzessionierten Postdienstanbieter erfolgt zu 90% im Verhältnis der Marktanteile und zu 10% im Verhältnis der Anzahl der konzessionierten Postdienstanbieter.



„Die vollständige Liberalisierung bringt große Veränderungen im Postmarkt.“

MAG.
ANNELIESE
ETTMAYER
Leitung Recht

INTERVIEW



„Europäische Postreform war ein Erfolg.“

DR. WERNER STENGG

Abteilungsleiter Post- und Online-Dienste in der Generaldirektion Binnenmarkt und Dienstleistungen der Europäischen Kommission

Herr Dr. Stengg, als Postmarkt-Experte der Europäischen Kommission haben Sie die Liberalisierung des europäischen Postmarktes mitgeprägt. Seit 1. Jänner 2011 ist der Großteil des europäischen Postmarktes liberalisiert: Was hat sich 2011 konkret getan?

Stengg: 16 Mitgliedsländer, die etwa 95% des EU-Postvolumens repräsentieren, mussten zum 1. Jänner 2011 die dritte Postrichtlinie umsetzen. Bis auf Portugal haben dies auch alle getan, und auch Portugal ist nun in der Endphase. Aber so schön diese positive numerische Betrachtung ist – denn im Vergleich zu anderen EU-Richtlinien ist eine rechtzeitige Umsetzung in 94% der Fälle hervorragend –, so sehr gilt es nun darauf zu achten, dass die Richtlinie auch korrekt angewendet wird. Bei der Richtlinie geht es nicht nur um die endgültige Marktoffnung, sondern auch darum, dass faire Wettbewerbsbedingungen geschaffen werden. Sehr wichtig ist es daher, dass im Jahr 2011 die von der Kommission gegründete Gruppe europäischer Regulierungsbehörden für Postdienste zu arbeiten begonnen hat. Es gibt bereits erste Resultate in den Bereichen Kostenrechnung, Zuordnung gemeinsamer Kosten für Universal- und andere Dienste, Nettokosten des Universaldienstes, Nutzerzufriedenheit, grenzüberschreitende Produkte und Zugangsfragen.

Welche Schritte erwarten Sie für 2013?

Stengg: 2013 werden alle Mitgliedsländer ihren Postmarkt liberalisiert haben. Wenn wir einige Jahre zurückblicken, dann sehen wir, dass die europäische Postreform ein Erfolg war: Es ist gelungen, monopolistische Postverwaltungen in effiziente, markt- und kundenorientierte Unternehmen zu transformieren. Zugleich hat sich die Qualität der Postdienstleistungen verbessert. Die Marktoffnung hat nicht zu der von manchen befürchteten Katastrophe geführt, sie hat aber auch nicht über Nacht vollständigen Wett-

bewerb gebracht. Aber Wettbewerb um des Wettbewerbs Willen, und das womöglich zulasten der Kunden oder Beschäftigten, war nie das Ziel. Die Liberalisierung hat vielmehr die notwendigen Anreize geliefert, um den Postsektor insgesamt wettbewerbsfähiger zu machen. Denn die wirkliche Herausforderung für Postunternehmen ist nicht nur der faire Wettbewerb, sondern vor allem die Veränderung im Kommunikationsverhalten und bei den Produkten. Die Kommission wird 2013 den ersten Anwendungsbericht nach der vollständigen Marktoffnung vorlegen, eine erste Bilanz ziehen und gegebenenfalls weitere Schritte vorschlagen.

Wo sehen Sie den Postmarkt 2020?

Stengg: Eine exakte Vorhersage wäre natürlich spekulativ, zumal heute – pointiert formuliert – acht Jahre 80 Jahren Entwicklung zu früheren Zeiten entsprechen. Sicher ist allerdings, dass ein moderner Postmarkt 2020 genauso wesentlich für die Gesamtwirtschaft und den Konsumenten sein wird wie heute. Klar ist, dass wir einen weiteren strukturellen Nachfragerückgang bei Korrespondenz erleben werden. Gleichzeitig wird der Anteil von Direktwerbung und insbesondere von WarenSendungen (d. h. Paket- und ExpressSendungen) am gesamten Sendungsvolumen weiter ansteigen. Verschiedene Faktoren spielen hier eine entscheidende Rolle, unter anderem der steigende elektronische Geschäftsverkehr. Für uns ist das ein Kernthema. Deshalb wird die Kommission heuer ein Grünbuch zu grenzüberschreitenden Paketen vorlegen. Damit die Postunternehmen in der Mitte der Gesellschaft bleiben, müssen sie sich verändern. Und ich bin zuversichtlich, dass innovative Unternehmen auch im Jahr 2020 diese zentrale Rolle in Wirtschaft und Gesellschaft spielen werden.

Vielen Dank für das Gespräch.

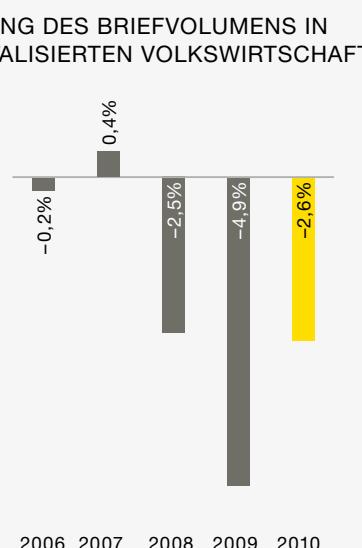
AKTUELLE TRENDS

Österreich beim Sendungsvolumen pro Kopf im Mittelfeld

Im europäischen Vergleich liegt Österreich mit einem jährlichen Pro-Kopf-Volumen an Briefen und adressierten Werbesendungen von 230 Stück im Mittelfeld. Dies zeigt der regelmäßig erscheinende Global Postal Industry Report der International Post Corporation (IPC), der 1989 gegründeten internationalen Dachorganisation von Postunternehmen mit Sitz in Brüssel. Die Bandbreite der Sendungen pro Kopf und Jahr zeigt internationale enorme Unterschiede. Sie sind zum Teil von unterschiedlichen regionalen Gegebenheiten geprägt, so etwa davon, ob die Konsumenten die Verteilung von Werbesendungen per Post oder über Printmedien bevorzugen. Daneben spielen gesetzliche Rahmenbedingungen eine wichtige Rolle. Aufgrund dieser Ausgangssituation ergibt sich ein unterschiedliches Potenzial elektronischer Substitution für den Wettbewerb.

Elektronische Substitution reduziert Briefvolumen

Seit Jahren geht das Volumen klassischer Briefsendungen zurück, weil diese durch elektronische Kommunikationsformen ersetzt werden. Dafür sorgen nicht nur die neuen technischen Möglichkeiten, sondern auch der zunehmende wirtschaftliche Druck, der gerade in den Jahren der Krise zu Einsparungen an allen Fronten geführt hat.



Quelle: IPC, Global Postal Industry Report 2011

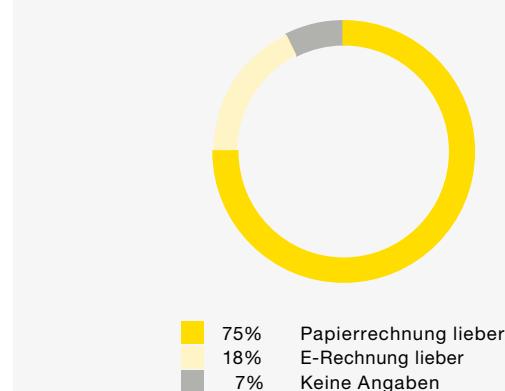


Der Trend vom Brief hin zur elektronischen Kommunikation hat sich in den letzten Jahren verfestigt. Experten des Copenhagen Institute for Future Studies beziffern den jährlichen Rückgang für die laufende Dekade mit 2–3% pro Jahr, 2009 lag der Rückgang nach den Daten der IPC sogar noch darüber. Die Postgesellschaften reagieren auf diese Entwicklungen mit neuen Angeboten, die Online-Kommunikation mit physischer Kommunikation verbinden, so z. B. bei der so genannten dualen Zustellung von Briefen, die je nach Wunsch sowohl elektronisch als auch physisch beim Empfänger ankommen. Auch die Österreichische Post hat in diesem Kontext bereits eine Reihe sehr gut angenommener Online-Produkte lanciert.

Kunden bevorzugen physische Zustellung

Dabei scheint der Trend zur elektronischen Kommunikation zumindest zum Teil erzwungen, denn viele Kunden bevorzugen den klassischen Brief. Dies zeigt nicht nur eine Studie der IPC, nach der in Österreich 71% und europaweit immerhin 64% der Konsumenten ihre Briefe lieber physisch als online erhalten möchten. Auch eine IFES-Studie, erstellt im Auftrag der Österreichischen Post, kommt zu einem ähnlichen Ergebnis: 75% der Befragten bekommen ihre Rechnungen lieber per Post, und nur 18% votierten für elektronische Rechnungen. Die Befragten bestätigten zudem, dass physische Post

75% DER ÖSTERREICHER BEVORZUGEN PAPIERRECHNUNGEN



Quelle: IFES 2011, n=750



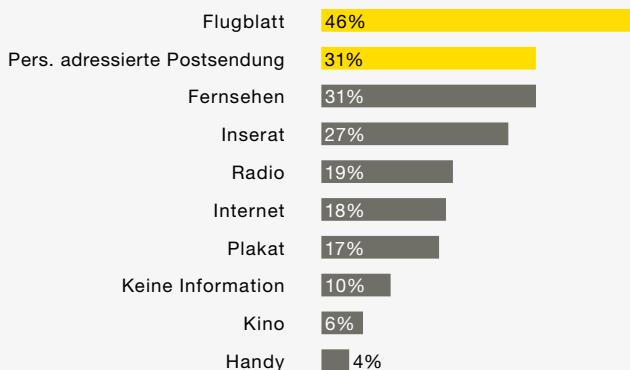
aufmerksamer gelesen wird, was auch den Nutzen für den Versender erhöht. Dieser Konsumentenwunsch sollte der elektronischen Substitution etwas entgegenwirken.

Direct-Mails haben festen Platz im Marketing-Mix

Auch in der Werbung zeigen die Konsumenten große Sympathie für physische Informationen. Das zeigt nicht nur eine Kundenzufriedenheitsbefragung der Post, in der 46% der Befragten Flugblätter und 31% adressierte Postwerbung als beliebteste Werbeträger nannten. Auch die Konsumentenerhebung vom Frühling 2011

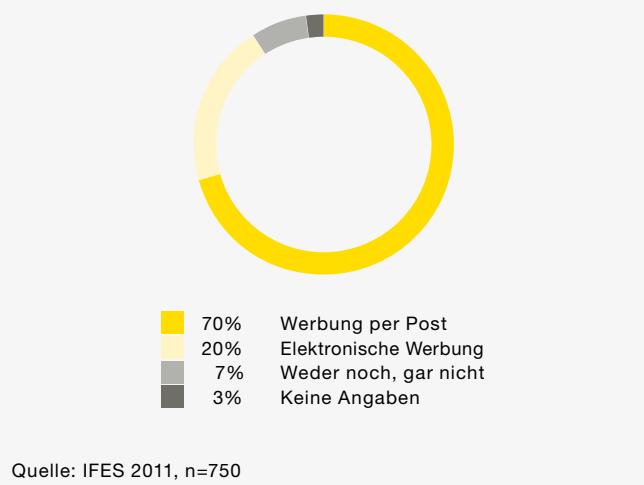
bringt eine klare Präferenz für schriftliche Werbung zutage: 70% der Befragten gaben an, dass sie sich Werbung per Post aufmerksamer durchlesen, bei nur sieben Prozent ist die Aufmerksamkeit bei elektronischer Werbung größer. Direct-Mails sind deshalb ein wertvoller Bestandteil des Marketing-Mix vieler Unternehmen, die dieses Tool auch wegen seiner hohen Response-Qualität schätzen. Österreich befindet sich auch im internationalen Vergleich bei den Werbesendungen pro Einwohner unter den Spitzenreitern. Auch in Zeiten volatiler Wirtschaftsentwicklung erzielt die Österreichische Post deshalb in diesem Segment solide Umsätze.

WERBEMEDIEN DER POST SIND BELIEBTSTE TOOLS



Quelle: Kundenzufriedenheitsbefragung der Österreichischen Post, 10/2010

WERBUNG PER POST WIRD AM AUFMERKSAMSTEN GELESEN „Welche Werbesendungen sehen Sie sich aufmerksamer durch?“



DER KUNDE IM FOKUS

ENDKUNDENOFFENSIVE: POST-FILIALEN WERDEN LAUFEND VERBESSERT

Post Partner-Netz ausgebaut, Kooperation mit BAWAG P.S.K. weiter intensiviert. Als Teil ihrer strategischen und organisatorischen Neuausrichtung hat die Österreichische Post für das Geschäftsjahr 2012 ein neues Programm aufgesetzt, das die künftig noch kundenorientiertere Ausrichtung des Filialnetzes in den Mittelpunkt rückt. Auf Basis der erfolgreichen Transformation der letzten 24 Monate will die neue Division Brief, Werbepost & Filialen damit die Filialnetzstrategie für die nächsten Jahre detaillieren und die Endkundenorientierung, Leistungsfähigkeit und Profitabilität des Point-of-Sale weiter optimieren. Dazu wurden in den sechs Teilbereichen „Netzstruktur“, „Filialdesign“, „Sortiment“, „Organisation“, „Personal“ sowie „Steuerung“ konkrete Konzepte erarbeitet, die nun im Filialnetz sukzessive operativ umgesetzt werden. „Die Mitarbeiter und Führungskräfte haben in den letzten Jahren mit viel Einsatz und Engagement an der kontinuierlichen Verbesserung unseres Filialnetzes mitgewirkt und damit die Basis für eine erfolgreiche Zukunft gelegt. Dies ist nun die nächste wichtige Etappe in Richtung einer modernen und kundenorientierten Filialorganisation“, betont Walter Hitziger, Vorstand der Division Brief, Werbepost & Filialen.

KONSEQUENTER AUSBAU DES POST PARTNER-NETZES

Die Österreichische Post verfügt schon heute über 1.880 Geschäftsstellen in ganz Österreich und damit über eines der größten Privatkundennetze des Landes. Ein großer Teil dieser Standorte wird von Post Partnern betrieben.

„.... setzen gemeinsam
mit unseren Post Partnern
konsequent auf Qualitäts-
optimierung vor Ort ...“

WOLFGANG LESIAK
Leiter Geschäftsfeld Vertrieb Filialen

Dies sind Nahversorger in unterschiedlichsten Branchen, die zusätzlich zu ihrem eigenen Sortiment Produkte und Services der Österreichischen Post anbieten. Das Konzept ist ein voller Erfolg. Es sichert die effiziente Versorgung der Bevölkerung mit Postdienstleistungen, fördert wirtschaftliche Strukturen im ländlichen Raum und bietet längere Öffnungszeiten. Und auch die Kunden sind mit ihren Post Partnern sehr zufrieden, wie eine im Jahr 2011 durchgeführte Studie belegt (Details dazu auf S. 12). Deshalb setzte die Post den Ausbau des Post Partner Netzes auch im Jahr 2011 konsequent fort. Verfügte das Unternehmen Anfang 2010 noch über 418 Kooperationspartner, erhöhte sich die Zahl mittlerweile auf 1.258 per Ende 2011 – Tendenz weiter steigend. Das Konzept soll in Zukunft verstärkt auch in Ballungsräumen umgesetzt werden und wird auch im Jahr 2012 weiter optimiert: „Wir werden unser Produktpotential neuerlich erweitern und planen beispielsweise zusätzliche Handelswarenmodule einzuführen. Zudem setzen wir konsequent auf Qualitätsoptimierung vor Ort und bieten etwa spezielle Trainingsmöglichkeiten inklusive E-Learning – das hilft den Post Partnern und führt zu mehr Kundenzufriedenheit“, so Wolfgang Lesiak, Leiter des Geschäftsfeldes Vertrieb Filialen der Österreichischen Post.





POST & BAWAG P.S.K.: AUSWEITUNG DER KOOPERATION

Anstatt Bank- und Postfilialen parallel zu führen, werden seit Anfang 2011 in zahlreichen Kooperationsfilialen von Post und BAWAG P.S.K. Post- und Bankdienstleistungen gemeinsam angeboten. Das Konzept bewährt sich und wird weiter ausgebaut. Bis Ende 2012 soll es bundesweit rund 520 gemeinsame Standorte geben, etwa 100 davon in Wien. Gemeinsam mit dem zusätzlichen Ausbau des Post Partner-Netzes wird die Bundeshauptstadt dadurch Ende 2012 über mehr Post-Geschäftsstellen verfügen als vor dem Beginn der Restrukturierung im Filialnetz.

Karin Nistelberger, Leiterin des Geschäftsfeldes Vertrieb Filialen, bringt die Vorteile der Kooperation auf den Punkt: „Für uns ist diese Partnerschaft ideal. Post und BAWAG P.S.K. können ihre jeweiligen Stärken sinnvoll zusammenführen und damit Synergien schaffen. Gleichzeitig kann sich jeder der beiden Partner auf sein Kerngeschäft konzentrieren.“ Post-Vorstandsmitglied Walter Hitziger zur erfolgreichen Zusammenarbeit: „Wer zur Post geht, geht nun auch gleich zur Bank – und umgekehrt. Damit weiten wir unsere Angebotspalette weiter aus.“



„Post und BAWAG P.S.K. können ihre jeweiligen Stärken sinnvoll zusammenführen und damit gemeinsam Mehrwert schaffen.“

MAG. KARIN NISTELBERGER
Leiterin Geschäftsfeld Vertrieb Filialen



KOMMENTAR



DR. WOLFGANG KLEIN
Privatkunden-Vorstand der
BAWAG P.S.K.

„.... gemeinsame Filialoffensive von Post und Bawag P.S.K. trifft genau die Kundenbedürfnisse.“

Die Idee der Filialoffensive ist einerseits eine logische Weiterentwicklung einer lang bewährten Kooperation, andererseits ein wirklicher Neubeginn in der österreichweiten Betreuung unserer Kunden. Bank und Post unter einem Dach – mit allen damit verbundenen Vorteilen für das Land und seine Leute: Indem die BAWAG P.S.K. und die Post diese historische Chance genutzt haben, arbeiten zwei der größten heimischen Traditionssunternehmen jeden Tag aufs Neue daran, Services, Leistungen und Produkte im Dienste der Kunden zu verbessern.

Unsere Filialoffensive kommt bei den Menschen an – und zwar in vielerlei Hinsicht. Mit den erweiterten Öffnungs- und Bankzeiten erfüllen wir vielfach geäußerte Kundenwünsche – frei nach dem Motto „BAWAG P.S.K. – Mitten im Leben.“ Die leichte Orientierung durch ein klares räumliches Konzept – auf der einen Seite Postservice und Finanztransaktionen, auf der anderen Seite Bankberatungszonen – wird von den Kunden positiv aufgenommen. Die Ausstattung sämtlicher gemeinsamer Standorte mit vollwertigen und modernen SB-Zonen macht diese Kooperation von BAWAG P.S.K. und Post noch in einer weiteren Facette spür- und erlebbar und kommt damit unseren Kunden einen entscheidenden Schritt entgegen.

Gemeinsam gelingt es uns, unseren jeweiligen Auftrag als Nahversorger im Post- und Bank-Bereich flächendeckend zu erfüllen. Mit bald mehr als 500 gemeinsamen Standorten geben die BAWAG P.S.K. und die Post ein klares Bekenntnis zum Standort Österreich ab – und damit zum Engagement auf dem heimischen Markt.



„Mit dem KUVERT schaffen wir mehr Ordnung in österreichischen Briefkästen.“

MAG. ANITA SCHLÖGL

Verantwortlich für das neue Produkt KUVERT

POST BÜNDELT WERBESENDUNGEN

Der neue Werbeumschlag KUVERT entspricht Kundenwunsch nach mehr Ordnung im Postkasten. Bei einer österreichweiten Kundenbefragung gaben mehr als 70% der Befragten an, dass sie ihre Werbeprospekte lieber gesammelt in einem Umschlag erhalten möchten anstatt einzeln an jedem Tag der Woche. Mehr Ordnung im Postkasten und die eindeutige Trennung der Werbepost von adressierten Sendungen sind für die Befragten die beiden Hauptargumente dafür. Die Österreichische Post hat darauf prompt reagiert

und stellt nun Werbung im neuen Sammelumschlag KUVERT zu. „Mit dem Sammelumschlag liefern wir den österreichischen Haushalten nun das, was sie sich von uns wünschen, nämlich mehr Ordnung im Postkasten. Gleichzeitig werden dadurch die Werbemittel Prospekt und Flugblatt noch attraktiver. Sie können mit nur einem Griff gesammelt entnommen und bequem zum Schmökern mit in die Wohnung genommen werden“, so Anita Schlägl, die für das Produkt KUVERT verantwortlich zeichnet.

Das neue Konzept bringt zudem klare Vorteile für den Werbekunden und steigert durch fixe Zustellungstermine zweimal pro Woche an 3,2 Mio Haushalte und Unternehmen in ganz Österreich auch die Planbarkeit von Werbemaßnahmen. Die Werbesendungen werden an drei Standorten in Wien, Graz und Oberwang entgegengenommen und von High-Tech-Maschinen – so genannten Collatoren – vollautomatisch gebündelt. Das hochwertige Trägermedium bringt dabei noch zusätzlichen Mehrwert. Die Post zeigt mit dieser neuen Initiative einmal mehr: Innovative Produkte und Logistiklösungen auf dem neuesten Stand der Technik schaffen Mehrwert für den Kunden.

INTERVIEW



„Direct-Mails im Briefkasten sind unverzichtbar ...“

DR. PETER WAHLE
Vorstand der Sport Eybl & Sports Experts AG

Herr Dr. Wahle, welche Bedeutung haben klassische Direct-Mail-Werbeformen für die Nummer 1 im österreichischen Sportartikelhandel?
Wahle: Vorneweg ist zu sagen, dass sich Direct-Marketing durch neue digitale Möglichkeiten in den letzten Jahren stark verändert hat. Aber trotz der „digitalen Revolution“ und neuen Werbeformen wie E-Mail-Marketing, Online-Marketing und Werbung in Social Networks bleibt das klassische Print-Mailing ein zentraler Erfolgsfaktor, wenn es um Kundengewinnung und Kundenbindung geht.

Die Zahlen sprechen für sich: Zwei Drittel unserer Stammkunden erreichen wir nur auf dem Weg über den Briefkasten.

Print-Werbung kommt also gut an?

Wahle: Definitiv! Hinsichtlich Impact und Kundenreaktion liegt das Print-Direct-Mail weiterhin klar vor den digitalen Medien. Die höheren Kosten führen allerdings dazu, dass diese Werbeformen bei uns sehr präzise an spezifischen Zielgruppen ausgerichtet sind.

Welche Trends lassen sich im Direct-Marketing beobachten?

Wahle: Die Kommunikation zwischen Handel und Kunden wird in Zukunft noch stärker in Richtung Individualisierung gehen – sowohl im digitalen als auch im Print-Bereich. Zudem spielt die intelligente Verknüpfung zwischen traditionellen und modernen, digitalen Marketing-Kanälen immer mehr an Bedeutung. Dafür brauchen wir die richtigen Partner und innovative Lösungen. Auch dem Thema Mobile Devices widmen wir uns, denn iPads und Smartphones sind aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken und eröffnen ganz neue Möglichkeiten.

Vielen Dank für das Gespräch.



DIRECT-MARKETING-TOOL DER POST JETZT NOCH FLEXIBLER

Mitte 2011 hat die Österreichische Post ihr Werbeprodukt „Info.Mail“ flexibilisiert. Dank dieser Produktniederung ist nun die völlig individuelle Gestaltung jeder einzelnen Werbesendung ab einer Auflage von 400 Stück möglich. Kunden können seither Empfänger ganz persönlich ansprechen. Das ermöglicht echtes One-to-One-Marketing mit punktgenauen Botschaften und individueller grafischer Gestaltung.



**„Werbesendungen sind
extrem wichtig im
Werbe-Mix unserer
Kunden.“**

MAG. MARTIN WOLF
Leiter Vertrieb Werbepost

„Werbesendungen sind ein unverzichtbarer Bestandteil im Werbe-Mix von Unternehmen. Wir sehen es als unsere Aufgabe, unsere Kunden dabei zu unterstützen, ihre Zielgruppen noch punktgenauer zu erreichen – die neue Variabilität bei Werbesendung hilft ihnen dabei“, freut sich Martin Wolf, Leiter Vertrieb Werbepost, über das neue Angebot. „Und auch bei der Zustellqualität ist die Österreichische Post unschlagbar – eine Termintreue von 98% bei Werbesendungen kann sich auch im internationalen Vergleich sehen lassen“, ergänzt Wolf.

kuvert

Post

Ausgabe Nr. 10, Dezember 2011

Frohe Weihnachten

Gewinnen Sie eine 2-wöchige Reise für 2 im ROBINSON Club Nobilis.
Alle Informationen zum Gewinnspiel finden Sie auf Seite 2.

INTERVIEW

„Wir bevorzugen den klassischen Briefverkehr.“

KARL JAGSCH
Vorstand KSV1870 Holding AG

Herr Jagsch, als Vorstand der KSV1870 Holding AG wissen Sie um die Bedeutung funktionierender Abläufe in der Geschäftskommunikation. Welche Relevanz hat der Briefversand über die Post im Vergleich zu E-Mails bei der KSV1870 Gruppe?

Jagsch: Die Partnerschaft zwischen der KSV1870 Gruppe und der Österreichischen Post besteht seit mehr als 140 Jahren. In dieser Zeit haben wir uns kontinuierlich angepasst und zu modernen Dienstleistungsunternehmen entwickelt. Geblieben ist aber die Art der Zusammenarbeit: Damals wie heute erfolgt der Versand unserer Briefe und Pakete durch die Österreichische Post. Und dieser Distributionskanal ist aus unseren täglichen Arbeitsabläufen nicht wegzudenken, denn unsere Geschäftsfelder sind durchwegs äußerst kommunikationsintensiv. Zudem erwarten sich unsere Mitglieder und Kunden eine gewisse Verbindlichkeit, was das geschriebene Wort betrifft, weshalb wir den klassischen Briefverkehr bevorzugen.

Was ist das Wichtigste für eine effiziente Briefzustellung?

Jagsch: Flexible Annahmezeiten sind Voraussetzung für einen raschen Ablauf und somit ein wesentlicher Faktor. Wir erwarten, dass Briefe, die nachmittags aufgegeben werden, zügig befördert werden; keinesfalls dürfen sie bis zum Folgetag liegen bleiben. In unserer KSV1870 Forderungsmanagement GmbH müssen z. B. Mahnungen schnell und verlässlich verschickt und Postretouren umgehend auf korrekte Adressierung überprüft werden. Auch Gläubiger müssen schnell über Insolvenzen verständigt werden, damit etwa die Fristen zur Forderungsanmeldung eingehalten werden können. Hier unterstützen die Leistungen der Österreichischen Post unsere Prozesse und Geschäftsfelder ganz im Sinn unserer Kunden bzw. Mitglieder.

Und worauf muss das Postwesen der Zukunft aus Kundensicht ausgerichtet sein?

Jagsch: Innovative Ideen sollten eine optimale Verbindung zwischen E-Mail- und Postversand bilden – etwa durch die Einrichtung eines E-Mail-Kontos für jeden Empfänger im Inland, über das eine verlässliche Zustellung nachvollzogen und belegt werden kann. Nicht behobene E-Mails könnten in einem automatisierten Ablauf ausgedruckt und wie bisher auf dem Postweg zugestellt werden. Im Servicebereich wird Individualität in der Beratung von Geschäftskunden wohl noch wichtiger werden. Geschäftskundenbetreuer könnten direkt vor Ort in den Unternehmen Potenzialanalysen durchführen, um gemeinsam mit den Kunden Möglichkeiten für mehr Kosteneffizienz zu erheben.

Vielen Dank für das Gespräch.

DER BELIEBTTESTE ZUSTELLER ÖSTERREICHS

Enorme Beteiligung bei der von Post und einer Tageszeitung veranstalteten Wahl zum beliebtesten Post-Zusteller Österreichs. Unglaubliche 250.000 abgegebene Stimmen in nur drei Wochen: die Wahl zum „Postler des Jahres“ ist ein Beweis für das hohe Ansehen, das Zusteller in Österreich genießen. Thomas Unger aus der



THOMAS UNGER
Beliebtester Post-Zusteller
Österreichs

„Ich mache meine tägliche Arbeit mit Überzeugung!“

Gemeinde Tadten (Burgenland) konnte die Wahl dank unzähliger Stimmen aus seiner Gemeinde für sich entscheiden: „Ich mache meine tägliche Arbeit gern und mit viel Überzeugung. Und die ganze Gemeinde hat mitgemacht, das freut mich natürlich besonders! Vielen Dank an alle Unterstützer.“

Von den insgesamt mehr als 11.000 Zustellern der Post bekam ein Großteil mehrere Stimmen, rund ein Drittel erhielt mehr als zehn persönliche Votings. „Und wir haben nicht nur Stimmzettel bekommen – es gab viele Lobschreiben über die einzelnen Zusteller, sogar Bastelarbeiten wurden eingesandt. Wir freuen uns sehr über dieses positive Echo, nehmen es aber auch als Auftrag, uns noch besser an den Wünschen unserer Kunden zu orientieren“, so Post-Vorstandsmitglied Walter Hitziger.

HYBRIDER RÜCKSCHEINBRIEF – KLINGT KOMPLIZIERT, IST ABER GANZ EINFACH.

Seit 1. November 2011 können Ämter, Behörden und Institutionen erstmals den hybriden Rückscheinbrief verwenden. Wie funktioniert's? Die Sendung geht mit einem maschinenfähigen blauen Einheitskuvert für RSA- und RSB- Sendungen und einer eindeutig zuordnbaren Sendungs-ID auf Reisen. Gleichzeitig mit den physischen Sendungen werden vom Kunden auch elektronische Avisodaten übermittelt. Ein elektronischer Zustellstatus kann vom Kunden nachverfolgt werden.

Nach der erfolgreichen Zustellung erhält der Absender den Zustellnachweis elektronisch als PDF. Die physischen Zustellnachweise werden monatlich postalisch gesammelt übermittelt. Darüber hinaus ist es möglich, die Zustellnachweise für einen Zeitraum von fünf Jahren durch die Österreichische Post archivieren zu lassen. Benötigt der Kunde einen Zustellnachweis im Original, kann dieser jederzeit telefonisch oder per E-Mail angefordert werden.

ÖSTERREICHISCHE POST BIETET INNOVATIVE SERVICES IM INTERNET

Die Post kommt auch online gut an! Denn bereits mehr als 29.000 registrierte User nutzen zahlreiche Post-Dienstleistungen im Internet – einfach, schnell und flexibel. Nachsendeauftrag, Urlaubsfach, Abwesenheitsmitteilung, Post-Empfangsvollmacht, Online-Paketmarke, Mein Brief.at, e-Postkarte und vieles mehr: „Unser breites Online-Dienstleistungsangebot wird bereits jetzt von vielen Kunden intensiv genutzt.“



VISUAL DES
POST MANAGER

Wurden im Jahr 2010 noch rund 27.000 Online-Aufträge erfasst, waren es im Jahr 2011 bereits mehr als 99.000 – Tendenz weiter steigend. Deshalb werden die Online-Angebote auch laufend um neue Features erweitert und kontinuierlich verbessert“, zeigt sich Mirjam Teicht, Leiterin Online-Innovationsmanagement, zufrieden mit der wachsenden Vielfalt des Online-Angebots der Post. Die Online-Services der Post zeichnen sich dabei durch ein hohes Maß an Sicherheit und Vertrauenswürdigkeit aus. So ist etwa der „Post Manager“ – das neueste Produkt der Post-Dienstleistungspalette im Internet – der ideale Platz für sensible elektronische Dokumente und Nachrichten. Egal, ob elektronisch eingeschriebene Briefe, Rechnungen oder andere wichtige Unterlagen: Der Post Manager sammelt diese von unterschiedlichen Portalen automatisch ein und stellt sie übersichtlich dar. Gespeichert werden die

Dokumente in einem sicheren österreichischen Bankenrechenzentrum und sind sowohl während des Zugriffs als auch während der Speicherung verschlüsselt. Weitere Informationen und Registrierung: www.post.at/postmanager

TRADITION MIT FORTSCHRITT VERBINDEM – ERZDIOZESE WIEN SETZT AUF ONLINE-SERVICE DER POST



JOSEF WEISS

Leiter Kirchenbeitragsdienst der Erzdiözese Wien

der Kirchenbeitragszahler ein und erreichen diese entweder traditionell per Post oder elektronisch. Durch die Prozessvereinfachung können wir gleichzeitig auch Kosten einsparen“, zeigt sich Josef Weiss, Leiter des Kirchenbeitragsdienstes der Erzdiözese Wien, zufrieden.

Die Erzdiözese Wien bleibt am Puls der Zeit und nutzt das neue Service „Post Manager“ der Online Post Austria, um ihre Mitglieder jetzt auch einfach und sicher online zu erreichen. Damit haben all jene, die den Kirchenbeitrag mit Bankeinzug bezahlen und sich bereits im Post Manager registriert haben, ihren aktuellen Beitragsstand jederzeit zur Verfügung und z. B. beim Steuerausgleich schnell zur Hand. „Mit dieser Kooperation gehen wir auf die Bedürfnisse

ERFOLGSKURS CEE

Post beteiligt sich mit 26% an PostMaster S.r.L. in Rumänien.

Nach Ungarn, der Slowakei und Kroatien ist die Österreichische Post nun auch auf dem rumänischen Briefmarkt vertreten. Denn am 20. Oktober 2011 erfolgte das Closing zur Übernahme von 26% an der Nummer 1 unter den alternativen Postdienstleistern in Rumänien, der PostMaster S.r.L. Damit hat die Post einen weiteren wichtigen Schritt bei der Umsetzung ihrer Wachstumsstrategie gesetzt und den Einstieg in einen der größten CEE-Märkte geschafft. Kerngeschäft von PostMaster S.r.L. ist die Zustellung adressierter und unadressierter Werbesendungen (über 50 Gramm). Die Österreichische Post hat sich damit bereits heute eine sehr gute Startposition für die im Jahr 2013 bevorstehende Postmarktliberalisierung in Rumänien geschaffen.

HIER BIN ICH MENSCH, HIER KAUF ICH EIN!

Post-Tochter KOLOS s.r.o.: Starker Partner von dm in der Slowakei. Schon seit 2005 kooperiert der auch in der Slowakei mit einem dichten Filialnetz präsente Drogeriemarkt dm erfolgreich mit der slowakischen Post-Tochter KOLOS s.r.o. Kontinuierlich wird die Zusammenarbeit mit dem Direct-Marketing-Spezialisten ausgebaut. „Seit der Implementierung unseres Kundenloyalitätsprogramms im Jahr 2009 mussten wir unsere Kommunikationsstrategie neu überdenken. Dabei konnten wir uns auf die innovativen Konzepte von KOLOS voll und ganz verlassen“, so Janka Krivdová, Prokuristin im Ressort Marketing & Einkauf bei dm Slowakei. KOLOS implementierte speziell für dm ein Produkt auf dem slowakischen Markt, das durch Rabatt-Coupons zum Einkaufen motiviert. „Wir haben gemeinsam ein Marketing-Tool entworfen, durch das dm einzelne Zielgruppen sehr präzise ansprechen kann, und übernehmen dabei gleich die Adressoptimierung sowie das Print-Management“, erklärt Henrich Lauko, Geschäftsführer von KOLOS s.r.o. Und auch die adressierte Verteilung der beliebten Kundenmagazine „dm Journal“ und „dm Journal Express“ werden von der Post-Tochter durchgeführt.



JANKA KRIVDOVÁ

Marketing und Einkauf,
dm Slowakei

BRIEFE VERSCHICKEN LEICHT GEMACHT

Die Österreichische Post macht ihre Produkte fit für die Zukunft und orientiert sich dabei noch stärker an den Wünschen der Kunden. Mit 1. Mai 2011 führte die Post ihr neues Produktpotfolio im Briefbereich ein. Übersichtlichere Tarifstufen, die sich an den Formaten orientieren, leichteres Handling und größere Verfügbarkeit zeichnen die neuen Angebote der Post aus. Und die neuen Dauermarken können sich auch optisch sehen lassen ...



70 Präsident Österreich

Im Bereich Paket & Logistik sind es vor allem die Themen Wachstum und Profitabilität, die Post-Vorstand Peter Umundum derzeit beschäftigen. „Im Paketgeschäft hat die Post attraktive Wachstumschancen, die wir in den vergangenen Jahren auch aktiv und erfolgreich wahrgenommen haben. Dabei dürfen wir aber unsere Ertragskraft nicht aus den Augen verlieren.“

Das Motto heißt somit: „Profitables Wachstum“. Deshalb setzt die Post im nationalen, speziell aber im internationalen Paket- und Logistikgeschäft alles daran, die Effizienz ihrer Logistik zu erhöhen. „Das bedeutet einerseits ein noch besseres Zusammenspiel mit unseren Logistikpartnern, andererseits aber auch eine Verbesserung unseres Produktpportfolios mit kostengerecht gestalteten Preisen. Wir setzen also sowohl umsatz- als auch kostenseitig an.“ Auch integrierte Prozessstandards spielen für Peter Umundum dabei eine wichtige Rolle: „Wir arbeiten an allen unseren Logistikstandorten an der operationalen Exzellenz und haben Synergien, wo immer es möglich ist“.

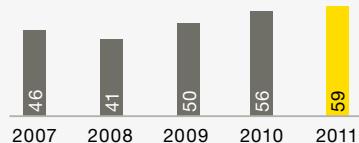
Parallel dazu nutzt die Post die europäischen Marktpotenziale und ist insbesondere bestrebt, ihre europäischen Partnerschaften zu intensivieren. Hauptplattform dafür ist das EURODIS-Netzwerk, eine Logistik-Plattform für 34 Länder Europas. „Die Basis für weiteres Wachstum ist natürlich ein kundenorientiertes Serviceportfolio“, ergänzt Peter Umundum. „Im Paketbereich wird es immer wichtiger, umfangreiche Dienstleistungen anzubieten. Wir setzen alles daran, bei unseren Privatkunden den Servicelevel durch Vereinfachung und stärkere Selbstbedienungsfähigkeit weiter zu steigern. Und den Geschäftskunden wollen wir im In- und Ausland durch Zusatzdienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette ihre Geschäftstätigkeit vereinfachen. In Österreich etwa ist es unser Ziel, den Marktanteil bei Business-Kunden auf über 20% zu steigern.“

„... Marktanteile steigern und gleichzeitig die Profitabilität verbessern ...“

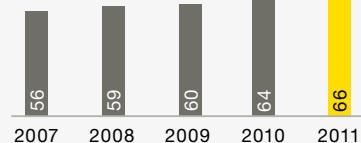
Dipl.-Ing. PETER UMUNDUM
Vorstand Paket & Logistik

SENDUNGSVOLUMEN IN MIO STÜCK

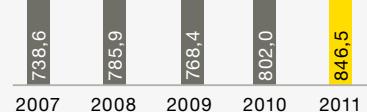
Österreich
(Pakete)



Internationale Kombifracht
(Pakete & Paletten)



AUSSENUMSATZ IN MIO EUR





HIGHLIGHTS 2011

- Marktführerschaft bei Privatkunden in Österreich erfolgreich gehalten; Anteil am B2B-Markt auf rund 18% weiter ausgebaut
- Umfassende Endkundenoffensive mit neuen Self-Service-Lösungen
- trans-o-flex: Schwerpunkt auf leistungsgerechtes Pricing und Produktivitätssteigerung
- Starkes Wachstum des X2C-Geschäfts in Südost-/Osteuropa – bereits jedes vierte Paket wird an Privatkunden zugestellt

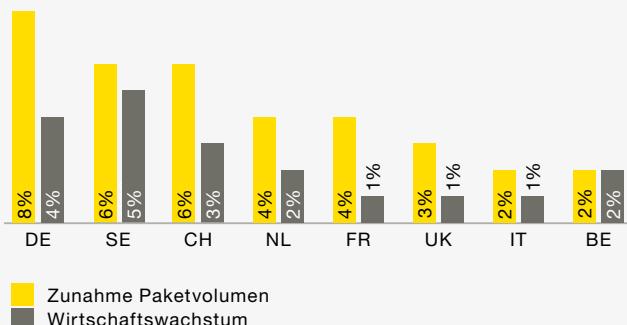
DIVISION PAKET & LOGISTIK

ERFOLGREICH IN ÖSTERREICH UND EUROPA

Die Division Paket & Logistik der Österreichischen Post bietet ihre Leistungen in elf europäischen Ländern an. In den internationalen Märkten erfolgt dies durchwegs über eigene Tochtergesellschaften. Hauptgeschäft ist die Beförderung von Paketen sowie von EMS-Sendungen für Privat- und Geschäftskunden. EMS steht für „Express Mail Service“ – das Premium-Express-Produkt der Österreichischen Post. Das Portfolio umfasst aber auch ein breites Spektrum an Speziallogistiklösungen – etwa die so genannte Kombifracht (den gemeinsamen Transport von einzelnen Paketen und Paletten) oder temperaturgeführte Logistik (Transport von temperatursensiblen Waren in den Temperaturbereichen 2–8°C bzw. 15–25°C) und Kontraktlogistik (zusätzliche kundenspezifische Logistikdienstleistungen, von Webshop-Logistik über Lagerhaltung und Kommissionierung bis hin zu Mehrwertdiensten, z. B. Aufstellung von Elektrogeräten).

Flächendeckender Service und möglichst starke Marktposition – so lauten die Rezepte der Österreichischen Post, damit sie ihren Kunden effiziente Logistik und auf den jeweiligen Markt zugeschnittene Zusatzdienstleistungen offerieren kann. Dabei hilft nicht zuletzt das europäische Distributionsnetzwerk EURODIS, dem Transportdienstleister in 34 Ländern angehören. Gemeinsam gewährleisten sie verlässliche Kombifracht-Distributionsleistungen für Pakete und Paletten flächendeckend in Europa. Im Paket- und Logistikgeschäft fährt die Post erfreuliche Wachstumsraten ein. Auch 2011 konnte sie sowohl im B2B-Geschäft zulegen und ihre regionalen Marktanteile steigern als auch das wachsende Potenzial im Privatkundensegment erfolgreich nutzen – Stichwort „Online-Shopping“.

PAKETVOLUMEN LEGT STÄRKER ZU ALS BIP



Quelle: A.T. Kearney



MARKTUMFELD UND TRENDS

Anhaltende Zuwächse im Online-Shopping

Der Internethandel hat dem europäischen Markt für Kurier-, Express- und Paketdienste (kurz KEP) zu neuem Aufschwung verholfen. Das geht aus einer im August 2011 veröffentlichten Studie der Unternehmensberatung A.T. Kearney hervor, die dafür die KEP-Branche in 13 europäischen Ländern untersuchte. Die Gesamtmenge der Sendungen stieg demnach in Europa 2010 um 6% auf 5 Mrd und lag damit sogar wieder leicht über dem Vorkrisenniveau von 2008 (4,8 Mrd). Vor allem das B2C-Paketgeschäft – also die Zustellung von Paketen an private Empfänger – profitiert mit kontinuierlichen Zuwächsen vom Boom im Online-Shopping. Hier ortete A.T. Kearney auch größere Wachstumsraten als im Business-to-Business-Geschäft (B2B). B2C-Sendungen machen in Europa derzeit 43% des Gesamtvolumens aus. International ist der Anteil mit 10% wesentlich geringer.

Auch in Österreich erscheint der Trend zum Online-Shopping ungebrochen: Aktuelle Statistiken zeigen, dass bereits 45% der 16- bis 74-jährigen Österreicher Produkte oder Dienstleistungen im Netz einkaufen. Unter den 16- bis 24-Jährigen bzw. 25- bis 34-Jährigen nutzen bereits 62% bzw. 59% das Internet für Einkäufe (Statistik Austria 2011). Mit weiteren Zuwächsen ist also zu rechnen. Diesen Schluss legt auch eine im Jänner 2011 vorgelegte Studie der Boston Consulting Group (BCG) nahe. Die Zuwachsrate von rund 5% in den Jahren 2008–2010 zeigen den positiven Wachstumstrend, der in den nächsten Jahren tendenziell noch zunehmen dürfte. Dabei verändert das Internet die Kundenerwartungen und das Kundenverhalten radikal, Ansprüche wie raschest mögliche Verfügbarkeit und alternative Empfangsmöglichkeiten rücken noch stärker in den Fokus. Das stellt natürlich auch die Post- und Logistikanbieter vor immer höhere Anforderungen.

Paketvolumen wächst stärker als Gesamtwirtschaft

Das Paketvolumen wächst nicht nur, es legt sogar stärker zu als die Wirtschaft insgesamt. Auch dieses Phänomen stellte A.T. Kearney in der erwähnten Studie fest. In Summe liegt das jährliche Wachstum im Paketvolumen um 2–3 Prozentpunkte über dem BIP-Zuwachs. Auch wenn der Großteil der KEP-Umsätze aus dem inländischen Geschäft stammt, ist der europäische KEP-Markt 2010 international sogar stärker gewachsen als national. Die bedeutendsten Routen liegen weiterhin zwischen Europa und China sowie zwischen Europa und den USA. Bis 2013 erwartet A.T. Kearney ein Wachstum der Sendungsmenge von jährlich 4%. Damit sollten die Sendungsmengen bis Ende 2013 auf 5,7 Mrd anwachsen.

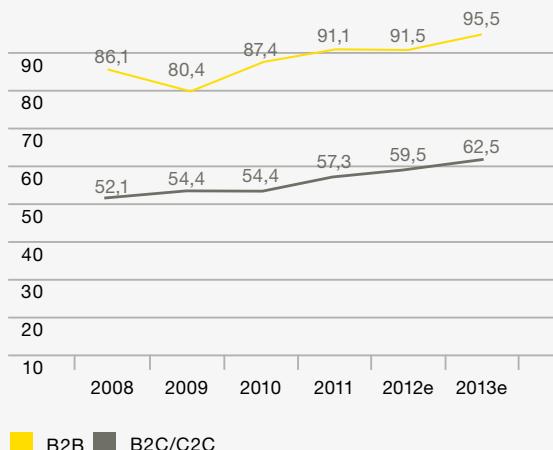
Hauptmärkte der Österreichischen Post mit positiver Tendenz

Auch im Heimmarkt Österreich profitiert die Österreichische Post von laufend wachsenden Paketvolumina. Die jüngste Untersuchung der Markt- und Wettbewerbsexperten Kreutzer Fischer & Partner (KFP) belegt sowohl für B2B- als auch für B2C-Pakete einen sehr erfreulichen Langfristtrend. Während der stärker konjunkturgetriebene B2B-Bereich dabei im Krisenjahr 2009 etwas nachgab, sich seither aber wieder klar nach oben bewegt, behielt der Bereich B2C seine robuste Aufwärtsbewegung auch während der Krise bei.

Positiv zeigt sich das Bild auch in den wichtigsten Tätigkeitsregionen der Österreichischen Post. So ist der KEP-Markt in Deutschland, wo die Post mit der trans-o-flex Gruppe im B2B-Geschäft, der Kombifracht, der temperaturgeführten Logistik und der Kontraktlogistik stark präsent ist, von Wachstum geprägt. Während in den Jahren 2008 und 2009 die Auswirkungen der Wirtschafts- und Finanzkrise auf dem KEP-Markt deutlich zu spüren waren, näherte sich der Markt 2010 dem alten Wachstumspfad wieder an. Die im Rahmen einer Studie befragten KEP-Unternehmen erwarten für den Zeitraum 2011–2015 ein Marktwachstum von über 20%, aber selbst bei einer Fortschreibung des bisherigen Trends würde im selben Zeitraum ein Wachstum von rund 14% erzielt werden (Quelle: KE-CONSULT, KEP-Studie 2010).

Trotz eines unsicheren konjunkturellen Umfeldes prognostizieren Branchenexperten weiteres Wachstum des KEP-Marktes in Südost- und Osteuropa, wobei sich die einzelnen Regionen sehr unterschiedlich entwickeln (ITA Consulting, Februar 2011). In der Slowakei, Ungarn und Kroatien wird in den Folgejahren mit moderatem Wachstum gerechnet, wobei mittelfristig wieder zweistellige Wachstumsraten erwartet werden. Getrieben wird diese Entwicklung vor allem von steigenden E-Commerce-Mengen. In Kroatien wird sich zudem der EU-Beitritt positiv auf die Entwicklung des Paket- und Logistikmarktes auswirken. Im Gegensatz dazu gehen Experten für Serbien von einer eher moderaten Marktentwicklung aus.

PAKETVOLUMEN: POSITIVER TREND IN ÖSTERREICH IN MIO PAKETEN



Quelle: Kreutzer Fischer & Partner

INTERVIEW



„Wer gut aufgestellt ist, hat die Nase vorn ...“

PROF. DR. CHRISTIAN KILLE
Professor für Logistik im Handel an der Hochschule Würzburg und fachlicher Beirat am Fraunhofer Institut

Herr Prof. Kille, wie beurteilen Sie die Entwicklung des europäischen KEP-Marktes 2011?

Kille: Der Markt für Kurier-, Express- und Paketdienste konnte von den positiven wirtschaftlichen Impulsen im ersten Halbjahr 2011 profitieren. Zwar lagen die Wachstumsraten im Umsatz gemessen insgesamt „nur“ bei rund 5% – andere Logistiksegmente hatten größere Wachstumsraten. Jedoch konnten in einigen KEP-Segmenten sogar zweistellige Wachstumsraten verzeichnet werden. Ein Treiber war wie in den Jahren zuvor der E-Commerce. Hier haben insbesondere jene KEP-Dienste profitiert, die auch Sendungen außerhalb der Norm distribuieren können. Denn das Vertrauen in die Logistikdienstleister hat sich in den letzten Jahren verbessert, wodurch auch immer mehr Güter mit besonderem Handling über das Internet verkauft werden.

Gibt es unterschiedliche Tendenzen in Österreich, Deutschland, Benelux und CEE?

Kille: Österreich, Deutschland und die Beneluxstaaten gelten als ausdifferenzierte Logistikmärkte, die Wachstumsraten werden hier im Vergleich zu Osteuropa geringer ausfallen. Hier wird mehr Kreativität und mehr Leistungsfähigkeit erwartet. In den osteuropäischen Märkten wird es aber möglich sein, selbst mit standardisierten Leistungen solide Wachstumsraten zu generieren. Wer also in Osteuropa eine gute Position innehat, der kann mit konstantem Umsatzwachstum rechnen. Wer darüberhinaus auch noch gut aufgestellt ist und Mehrwertdienstleistungen mit hoher Qualität anbieten kann, hat klar die Nase vorn.

Was bringen die nächsten Jahre für den KEP-Markt, insbesondere 2012?

Kille: Für KEP-Unternehmen bestehen trotz der verhaltenen Aussichten für 2012 große Potenziale aus dem stetig wachsenden E-Commerce-Volumen. Aber das ist nicht das einzige Wachstumsfeld der Zukunft: Verladende Unternehmen suchen nach Flexibilität in der Logistikkette, die Handlungsspielraum in volatilen Märkten verschafft. Dies betrifft nicht nur das Outsourcing klassischer Logistikleistungen, sondern vermehrt auch Montage-, Konfektionierungs-, Veredelungs- und andere industri- bzw. handelsnahe Mehrwertdienstleistungen. Solche Lösungen können Logistikdienstleister mittlerweile in der geforderten Qualität bieten. Und durch die immer kleiner werdenden Auftragsgrößen gepaart mit E-Commerce ergeben sich interessante Wachstumsbereiche im KEP-Markt.

Vielen Dank für das Gespräch.

DER KUNDE IM FOKUS

INTERVIEW



„... schlüssiges Gesamtkonzept für optimale Belieferung ...“

RUDOLF ROITNER

Geschäftsführer der Schäfer Shop GmbH

Herr Roitner, was waren die Beweggründe für Schäfer Shop, mit der Post zusammenzuarbeiten?

Roitner: Unser Beweggrund für eine Kooperation mit der Post war ein in sich schlüssiges Gesamtkonzept für die optimale Belieferung unserer Kunden – inklusive eines im B2B-Segment so wichtigen Overnight-Services. Die spürbare Bereitschaft der Post und ihrer Mitarbeiter, sich weiterzuentwickeln und auch kleinere Anforderungen in ihre Logistikstrukturen zu implementieren, erhöht unsere Performance bei den Kunden.

Welche Vorteile gegenüber dem Mitbewerb bietet die Österreichische Post?

Roitner: Die Österreichische Post hat bei unseren Kunden einen guten Ruf. Die flächendeckende Präsenz ermöglicht die Nutzung unserer Services für jeden Unternehmer – unabhängig davon, ob er sein Geschäft in einem entlegenen Seitental oder im Zentrum der Bundeshauptstadt betreibt. Und der oft persönliche Kontakt zum Zusteller garantiert selbst bei einem so großen Unternehmen hohe Flexibilität im direkten Kontakt vor Ort.

Vielen Dank für das Gespräch.



PAKETE 24/7

Versenden & Empfangen rund um die Uhr

Mit einer cleveren Kombination aus innovativen Ideen und High-Tech-Hardware bietet die Österreichische Post ihren Kunden Paketdienstleistungen rund um die Uhr. Vom Kauf der Paketmarke im Internet über die Self-Service-Paketabgabe im Post-Foyer bis hin zur Online-Paketnachverfolgung „Track & Trace“ – der Paketversand ist heute komfortabler und einfacher denn je. Und mit dem Paketautomaten „Post 24“, der bisher nur in Wien, 2012 aber auch in den Bundesländern zum Einsatz kommt, können Pakete künftig auch ohne Wartezeit am Postschalter Tag und Nacht abgeholt werden. Und das denkbar einfach: Trifft das Paket im Automaten ein, erhält der Kunde einen Abholcode per SMS. Code eingeben – Paket entnehmen – fertig!

Doch es kommt noch besser: Denn mit der neuen „Post Empfangsbox“ wird der Gang aufs Postamt gänzlich obsolet. Das Prinzip ist einfach, aber genial – und wird dem Kundenwunsch nach mehr Flexibilität gerecht: Ist der Paketempfänger nicht zu Hause, legt der Zusteller eine Benachrichtigungskarte mit Chipfunktion in den Briefkasten und das Paket in die Post Empfangsbox im Stiegenhaus. Mit dem Chip auf der Karte kann der Empfänger die Box öffnen und sein Paket entnehmen. Die Abholung am Postamt gehört mit dem neuen System der Vergangenheit an. Nach einer erfolgreichen Pilotphase soll die Post Empfangsbox nun für größere Wohnhäuser in Österreich angeboten werden. Denn das Kundenfeedback ist überaus positiv: „Überzeugendes Konzept,

benutzerfreundlich umgesetzt. Und ich erspare mir den Weg zur Postfiliale“, so eine der zahlreichen Rückmeldungen.



„Unsere Self-Service-Produkte bieten dem Kunden maximale Flexibilität.“

MAG. MAX MOSER

Leiter Paketlogistik Österreich

Ein gänzlich neues Service ist auch das so genannte Aviso E-Mail/SMS, das derzeit implementiert und schon in Kürze auf breiter Basis Anwendung finden wird – mit großem Mehrwert für den Kunden. Alfred Winkler, Paketzusteller aus Linz, bekam im Rahmen der intensiven Testphase positives Feedback: „Die Kunden zeigen sich sehr erfreut über das neue Benachrichtigungssystem. Wenn sie per SMS informiert werden, wann das Paket bei ihnen eintrifft, können sie sich natürlich besser darauf einstellen. Die Zahl der Benachrichtigungen sinkt, die Filialen werden entlastet, und vor allem: dem Kunden bringt's mehr Flexibilität.“

BUSINESS-TO-BUSINESS DE LUXE

Die Post bietet starke Lösungen im B2B-Bereich

Wenn es um Paketdienstleistungen für Geschäftskunden geht, sind die besten Lösungen gerade gut genug. „Die Österreichische Post achtet stets darauf, die hohen Anforderungen in diesem Segment proaktiv zu erfüllen und Dienstleistungen anzubieten, die dem Kunden klaren Mehrwert bringen. Deshalb ist die Post mit ihren maßgeschneiderten Produkten und Services auch federführend im B2B-Bereich“, so Max Moser, Leiter der Paketlogistik in Österreich. Ob

mit der standardisierten Versandsoftware „EasyPAK“, mit deren Hilfe der Paketversand bedienerfreundlich, flexibel und schnell abgewickelt werden kann, oder dem „Business Cockpit“, das alle Informationen zum aktuellen Status von Sendungen übersichtlich darstellt und benutzerfreundliche Detailauswertungen erlaubt. Mit den Business-Lösungen der Post ist der Paketversand von Unternehmen in guten Händen. „Aber auch beim Kundenservice setzt die Post auf

Innovation: Neben der traditionellen persönlichen Kundenberatung und Betreuung werden auch neue Kommunikationskanäle intensiv genutzt“, ergänzt Moser. Angefragte Daten und Informationen werden beispielsweise direkt in den Customer-Service-Bereich der Post-Versandsoftware beim Kunden geschickt. Und auch das Anliegen der Nachhaltigkeit nimmt sich die Post zu Herzen: Denn alle Pakete der Post werden heute CO₂ neutral zugestellt.

INTERVIEW



DR. MARTIN WALDHÄUSL
CEO der MTH Retail Group

Herr Dr. Waldhäusl, als Geschäftsführer der MTH Retail Group, zu der die bekannten Ketten LIBRO und PAGRO gehören, sehen Sie die Österreichische Post als Zukunftspartner. Was überzeugt Sie?

Martin Waldhäusl: Für uns ist das verlässliche Image, das die Post als Paketdienstleister bei vielen unserer Kunden genießt, ein zusätzlicher USP, und deshalb wollen wir in Zukunft insbesondere das gute B2C-Angebot nutzen. Von unseren Lieferanten wissen wir, dass auch die B2B-Services der Post sehr in Ordnung sind und die Zusammenarbeit ausgezeichnet funktioniert.

Und welche Vorteile bietet die Post im Vergleich zu anderen Paketdienstleistern?

Martin Waldhäusl: Die Post kann auf ein sehr gut ausgebautes Zustellnetz zurückgreifen, das Österreich flächendeckend versorgt. Das Motto „Wenn's wirklich wichtig ist, dann lieber mit der Post“ spricht wichtige Punkte an, die auch für uns im Verhältnis zu unseren Kunden von großer Bedeutung sind: Vertrauen und Zuverlässigkeit.

Vielen Dank für das Gespräch.

„.... Vertrauen und Zuverlässigkeit ...“

INTERVIEW



DIETMAR KEUSCHNIG
Geschäftsführer Nespresso Österreich

Herr Keuschnig, was waren die Beweggründe für Sie, mit der Österreichische Post zusammenzuarbeiten?

Keuschnig: Die Österreichische Post ist ein langjähriger, verlässlicher Partner, der sich vor allem durch die flächendeckende Versorgungsmöglichkeit der österreichischen Bevölkerung und durch ein hohes Service-Level auszeichnet. Durch die Kooperation mit der Post können wir beispielsweise unseren Nespresso Clubmitgliedern die Lieferung ihrer Bestellungen innerhalb von 48 Stunden garantieren.

Welche Vorteile zum Mitbewerb bietet die Post?

Keuschnig: Ein besonderer Benefit ist die CO₂ neutrale Zustellung der Briefe, Pakete und Werbesendungen. Mit dieser Initiative unterstützt die Post auch die Ambitionen von Nespresso, den ökologischen Fußabdruck in sämtlichen Geschäftsbereichen zu minimieren.

Vielen Dank für das Gespräch.

„CO₂ neutrale Zustellung ist besonderer Benefit ...“

INTERVIEW

„.... ausgezeichneter Service – und alles aus einer Hand ...“

PATRIC SCHULZ

Director Logistics and Supply Operations Mid Europe, Pfizer

Herr Schulz, Pfizer als weltweit führendes forschendes Pharmaunternehmen arbeitet seit 35 Jahren eng mit trans-o-flex zusammen. Welche Services nutzen Sie hier?

Schulz: Uns hat das umfassende Angebot der trans-o-flex Gruppe überzeugt. Wir nutzen die Warehousing-Services sowohl für Teile unseres Pharmaportfolios als auch für unsere Werbemittel. Wir versenden Pakete und Paletten mit dem trans-o-flex Schnell-Lieferdienst, und für unsere Kühlprodukte nutzen wir das temperaturgeführte Distributionsnetzwerk der ThermoMed.

Welche Vorteile bietet trans-o-flex im Vergleich zu anderen Dienstleistern?

Schulz: Als Kunde ist es für uns wichtig zu sehen, mit welcher Flexibilität trans-o-flex den Anforderungen des Pharmamarktes nachkommt. Als nachweislicher Branchenexperte im Bereich Pharma bietet trans-o-flex einen ausgezeichneten Service – vom Hersteller bis zu den unterschiedlichen Empfängergruppen. Auch die wachsende Forderung nach grenzüberschreitender Distribution erfüllt die ThermoMed mit ihrer kontinuierlich zunehmenden Flächendeckung in Europa immer mehr: Aktuell mit ihren Tochtergesellschaften in Österreich und Benelux sowie den Kooperationen in Dänemark und Frankreich seit 2011.

Vielen Dank für das Gespräch.

STARKE TOCHTER TRANS-O-FLEX

Konsequente Produktivitätssteigerung sichert nachhaltige Entwicklung

Die deutsche Logistikgruppe trans-o-flex, mit rund 1.600 Mitarbeitern größtes Tochterunternehmen der Österreichischen Post, kann auch für 2011 auf ein solides Umsatzplus verweisen und macht sich mit konsequenten Produktivitätssteigerungen und einer Optimierung der Preisstruktur gleichzeitig fit für die Zukunft: „Eine neue, klare Preisstruktur für den Transport schwerer und sperriger

Kommissionierung über Mehrwertdienste wie z. B. die Aufstellung/Nachbestückung von Verkaufsdisplays oder Elektrogeräten, bis hin zu kundenindividuellen Transportnetzen entwickelt und umgesetzt. Maßgeschneiderte Lösungen, hohe Qualität und ein starkes Netzwerk bilden hier die entscheidenden Stärken.

■ trans-o-flex ThermoMed bietet schließlich so genannte aktiv temperaturgeführte Logistiklösungen für Waren der pharmazeutischen Industrie. Bedient werden Deutschland, Österreich, die Benelux-Staaten und seit 2011 auch Frankreich und Dänemark. Ein eigenes Spezialnetzwerk gewährleistet hier den raschen und zuverlässigen Transport temperatursensibler Waren im Bereich zwischen 2°C und 8°C bzw. 15°C und 25°C. Carsten Glos, Geschäftsführer von trans-o-flex Thermomed: „Mit dem Markteintritt in Dänemark und Frankreich haben wir nun das größte Netz für die flächendeckende Feinverteilung pharmazeutischer Waren mit aktiver Temperaturführung in ganz

Europa. Das bringt gerade auf langen, internationalen Strecken mehr Flexibilität und vor allem ein Höchstmaß an Sicherheit.“



Sendungen sichert die besondere Flexibilität des trans-o-flex-Services und sorgt andererseits für eine verursachergerechte Kostenbelastung“, erklärt Oliver Rupps, Sprecher der trans-o-flex-Geschäftsführung..

Das Geschäftsmodell des europaweit tätigen Logistikunternehmens fußt auf drei Säulen:

■ Im Bereich Schnell-Lieferdienst steht in Deutschland ein flächendeckendes Netzwerk für den effizienten und sicheren Transport von Paketen und Paletten zur Verfügung. Zahlreiche Express- und Zusatzdienste, z.B. Gefahrguttransporte ohne Mindermengenregelung, runden das Angebot des Kombifrachtspezialisten ab. Darüber hinaus sichert trans-o-flex als Gesellschafter und Partner des EURODIS-Netzwerks flächendeckende Kombifracht-Transporte in 33 weitere Länder Europas.

■ Unter dem Dach der trans-o-flex Logistik-Service werden zusätzliche Logistik-Dienstleistungen von Lagerhaltung und



„Mit einer konsequenten Produktivitätssteigerung und einer Optimierung der Preisstruktur machen wir trans-o-flex fit für die Zukunft.“

OLIVER RUPPS

Sprecher der Geschäftsführung, trans-o-flex

DIE POST IM EUROPÄISCHEN LOGISTIKVERBUND EURODIS

Schlagkräftiges Netzwerk vereinfacht Paketdistribution

Die Paketlogistik der Österreichischen Post ist Teil eines Verbundes von Logistikunternehmen in 34 Ländern Europas mit dem klingenden Namen EURODIS. Das EURODIS-Netz verknüpft Europas führende Transportunternehmen zu einem effizienten Kombifracht-Distributionsservice für Pakete und Paletten.

Neben den Beteiligungsunternehmen der Österreichischen Post AG sind dies z. B. so starke Partner wie Redur in Spanien und Portugal, SDA Express in Italien sowie UK

Mail in England und Irland. Sie alle sind in der Lage, Sendungen vom Ein-Kilo-Paket bis zur 800-Kilo-Palette ohne Systembruch schnell und sicher zu transportieren.

Die Kombifracht-Dienstleistungen von EURODIS schließen damit erfolgreich die Lücke zwischen Paketdiensten und Stückgut-Spediteuren. „EURODIS bietet seinen Partnern die Möglichkeit, ihre Marktposition im wachsenden internationalen Paketgeschäft nachhaltig auszubauen“, erklärt Carsten Siebe, Geschäftsführer von EURODIS.

EURODIS IN ZAHLEN – STARKE UND STETIG WACHSENDE PRÄSENZ IN EUROPA

<u>Umsatz (Partner)</u>	<u>1,9 Mrd EUR</u>
<u>Flächendeckung</u>	<u>34 Länder (EU und EFTA)</u>
<u>Anzahl Sendungen</u>	<u>ca. 140.000.000 pro Jahr (national/international)</u>
<u>Fahrzeuge</u>	<u>ca. 30.500</u>
<u>Netzwerk</u>	<u>35 Gateways (>330 Depots)</u>
<u>Mitarbeiter</u>	<u>ca. 40.000</u>
<u>Versender-Branchen</u>	<u>Automobil-/Fahrzeugindustrie, Elektronik-, Life Sciences-, Lifestyle-, Textilbranche</u>

INTERVIEW



Trans-o-flex: „Ein einziger kompetenter Ansprechpartner für unterschiedlichste Aufgabenstellungen...“

MIRJA ERNST

Marketing- und PR-Managerin Sisley Deutschland

Frau Ernst, als Marketing- und PR-Managerin von Sisley Deutschland ist Ihnen die perfekte Präsentation Ihrer Kosmetik- und Pflegeprodukte in Shops ein wichtiges Anliegen. Was zeichnet die Kooperation mit der Post-Tochter trans-o-flex in diesem Zusammenhang aus?

Ernst: Wir erhalten von der trans-o-flex Logistik-Service einen Komplett-Service rund um die Aufstellung unserer hochwertigen Verkaufsstände, so genannter „Kosmetik-Displays“. Das entlastet unseren Außendienst, und die Sisley-Produkte sind optimal in Parfümerien platziert und präsentiert.

Warum nutzen Sie diesen Service von trans-o-flex?

Ernst: trans-o-flex ist einer der wenigen Full-Service-Dienstleister, die Transport und Sonderdienste aus einer Hand abwickeln – und das in hoher Qualität zu einem guten Preis. Für die ganz unterschiedlichen Aufgabenstellungen von der Warenannahme über den Displaybau bis hin zum Zweimann-Lieferservice haben wir nur einen Ansprechpartner – das spart Zeit und Geld. Das Unternehmen arbeitet schnell und zuverlässig, die Mitarbeiter tragen beim Aufbau der Displays in den Parfümerien Sisley-T-Shirts und sind freundlich und professionell. Wir sind rundum zufrieden.

Vielen Dank für das Gespräch.



ÖSTERREICHISCHE POST UND HERMES LOGISTIK GMBH

Erfolgreiche Kooperation wird fortgesetzt

Als einer der größten deutschen Paketzusteller im B2C-Bereich setzt die Hermes Logistik GmbH bereits seit Längerem auf die Österreichische Post, wenn es um die Zustellung von Paketen an Endkunden innerhalb Österreichs geht. Die Kooperation zwischen der Österreichischen Post und ihrem größten Paketkunden wurde nun auf eine langfristige Basis gestellt und um weitere acht Jahre verlängert. „Ein schöner Erfolg. Und ein Beweis, dass sich Pünktlichkeit, Zuverlässigkeit und Kosteneffizienz auszahlen“, so Thomas Bissels, Leiter Vertrieb und Marketing in Österreich.



NUMMER 1 IN ZAHLREICHEN LÄNDERN

ÖSTERREICH

Nummer 1 in der Paketdistribution X2C: Führende Marktposition gehalten
B2B: Ausbau des Marktanteils auf 18%

DEUTSCHLAND

Nummer 1 bei der Feinverteilung von Sendungen im Pharmabereich und in der Kombifracht (gemeinsamer Transport von Paketen und Paletten)

SLOWAKEI, KROATIEN, SERBIEN UND BOSNIEN-HERZEGOWINA

Nummer 1 bei Paketen an Geschäftskunden

DIE POST TRANSPORTIERT WERTE

Seit 2012 ist auch der Bereich Wertlogistik bei der Division Paket & Logistik angesiedelt. Sein Kerngeschäft umfasst den österreichweiten Transport großer Bargeldwerte samt Abholung und Zustellung sowie Vor- und Nachbereitung im Cash-Center, die Münzzählung und -verarbeitung, die Befüllung und Servicierung von Bankomaten sowie spezielle Lagerleistungen für Münzen, Dokumente etc. für Kunden wie Banken, Handelsunternehmen oder Mi-

nisterien. Walter Fellacher, Geschäftsführer der Post Wertlogistik, weiß worauf es ankommt: „Wir bieten unseren Kunden maßgeschneiderte Transport- und Mehrwertdienstleistungen für den sicheren und professionellen Umgang mit Bargeld. Das Service reicht von der professionellen Verwahrung von Münzbeständen und Dokumenten über die Befüllung von Bankomatstellen bis hin zur österreichweiten Zustellung von Bargeldmitteln.“



„Die Post bietet maßgeschneiderte Transport- und Mehrwertdienstleistungen für den sicheren und professionellen Umgang mit Bargeld.“

ING. MAG. WALTER FELLACHER
Geschäftsführer Post Wertlogistik



DIE BESTEN IM OSTEN

Osteuropa-Töchter der Post stark unterwegs

Die Österreichische Post gehört mit ihren insgesamt sieben Logistik-Tochterunternehmen in der Slowakei, Ungarn, Kroatien, Serbien, Bosnien-Herzegowina und Montenegro zu den führenden Paketzustellern in der Region Südost-/Osteuropa. In der Slowakei und in Kroatien kooperiert die Österreichische Post zudem erfolgreich mit dem internationalen Logistikspezialisten UPS. Insgesamt eine starke Entwicklung: Die Tochterunternehmen in Kroatien, Serbien, der Slowakei und Bosnien-

Herzegowina sind jeweils Marktführer im Bereich Geschäfts-Expresspaket – sowohl bei der Zahl der zugestellten Pakete als auch beim Umsatz. Und auch im B2C-Bereich sind die Osteuropa-Töchter der Österreichischen Post auf Wachstumskurs – bereits jedes vierte Paket in der Region wird an Endkunden ausgeliefert. Ihr kontinuierliches Wachstum macht neue Investitionen möglich: So wurden in den letzten Jahren vier neue Verteilzentren in Bratislava, Košice, Zagreb und Budapest errichtet.



KOMMENTAR

Overseas in Kroatien:

„... flexibel und ausgezeichnet organisiert.“

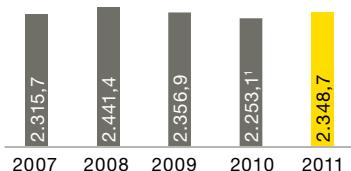
Das slowenische Traditionssubnehmen Lisca produziert seit 1955 exklusive Damenunterwäsche, Bademode und Blusen und expandiert seither kontinuierlich in zahlreiche Länder in ganz Europa. Lisca kooperiert auf dem kroatischen Markt bereits seit 1996 mit der Post-Tochter Overseas, dem kroatischen Brachenprimus in der Paketzustellung. Josipa Poljičak, Geschäftsführerin von Lisca in Zagreb, ist mit dieser Kooperation sehr zufrieden:

Wir brauchen für den Versand der Waren an unsere Endkunden zuverlässige und pünktliche Partner und arbeiten deshalb seit vielen Jahren mit Overseas.

Das Unternehmen reagiert flexibel auf unsere Anforderungen und ist ausgezeichnet organisiert. Pakete werden innerhalb eines Werktagen nach Auftragseingang, spätestens am übernächsten Tag zugestellt, und bei über 650 Sendungen pro Monat ist noch kein Paket verlorengegangen. Zudem sind uns die professionellen und freundlichen Zusteller von Overseas wichtig für die Kundenbindung. Und das positive Feedback unserer Kunden zeigt: Overseas macht einen hervorragenden Job.

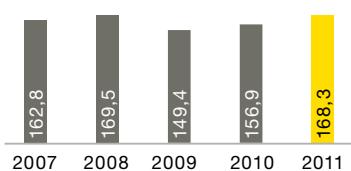


AUSSENUMSATZ
IN MIO EUR

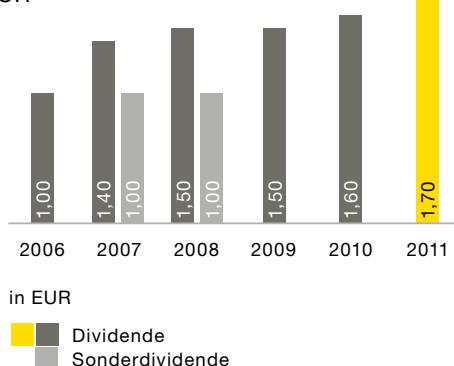


¹ Auf vergleichbarer Basis exkl. meiller Gruppe

EBIT
IN MIO EUR



DIVIDENDE PRO AKTIE
IN EUR



HIGHLIGHTS 2011

- Umsatzplus von 4,2% auf vergleichbarer Basis: gute Entwicklung bei Paket, Brief und Werbesendungen
- EBITDA-Marge von 12%; EBIT-Steigerung von 7,3% auf 168,3 Mio EUR
- Free Cashflow mit Plus von 5,8% auf 162,5 Mio EUR
- Dividendenvorschlag von 1,70 EUR an die Hauptversammlung

„... wir schaffen
Wert für unsere
Aktionäre...“

MAG. DR. RUDOLF JETTMAR
Finanzvorstand



Die Österreichische Post hat ihren erfolgreichen Kurs auch im Jahr 2011 fortgesetzt. „Die erzielten Umsatzsteigerungen im Brief- und Paketgeschäft verdeutlichen einmal mehr, dass unsere strategische Positionierung stimmt und die operative Umsetzung gut vorankommt“, zeigt sich Finanzvorstand Rudolf Jettmar zufrieden. Insgesamt hat sich der Konzernumsatz 2011 auf vergleichbarer Basis um 4,2% auf 2.348,7 Mio EUR verbessert – und dies trotz eines herausfordernden Wirtschaftsumfelds.

Noch besser als der Umsatz entwickelten sich im vergangenen Jahr die Ergebniskennzahlen des Konzerns, denn auch 2011 wurden bei der Post die strategischen Eckpfeiler der Effizienzsteigerung und Flexibilisierung der Kostenstruktur groß geschrieben. „Im Jahr 2011 haben wir unsere Hausaufgaben gemacht und konnten uns auch in der Struktur der operativen Kosten weiter spürbar verbessern“, so Jettmar. In Summe stieg das EBITDA um 7,9%, bezogen auf den Umsatz ergibt dies eine Marge von 12,0%. „Unser Ziel einer EBITDA-Marge von 10–12% haben wir damit klar erreicht.“ Trotz Wertberichtigungen und Strukturmaßnahmen stieg auch das EBIT um erfreuliche 7,3% auf 168,3 Mio EUR, das Periodenergebnis erreichte 123,8 Mio EUR. „Mit einem Ergebnis von 1,83 EUR je Aktie können wir unsere attraktive Dividendenpolitik fortsetzen“, freut sich Rudolf Jettmar.

Die Geschäftsentwicklung seit dem Börsengang im Jahr 2006 kann sich auch im internationalen Vergleich sehen lassen. „An diesem Erfolg sollen natürlich auch unsere Aktionäre partizipieren. Mit einer Dividendenrendite von über 7% (bezogen auf die vorgeschlagene Ausschüttung von 1,70 EUR pro Aktie) ist unsere Positionierung als attraktiver Dividendentitel eindeutig. Wir schaffen Wert für unsere Eigentümer: Seit dem Börsengang haben wir für unsere Aktionäre einen Total Shareholder Return von 70% erwirtschaftet.“

INVESTOR RELATIONS

„Wahre Werte bewähren sich gerade in stürmischen Zeiten.“

Als stabiler Dividendentitel positioniert sich die Österreichische Post für den Kapitalmarkt. Und gerade in den letzten Jahren hat sich das eindrucksvoll bewährt. „Wir bieten dem Anleger Werte, die heute wichtiger sind denn je“, ist Post-Generaldirektor Georg Pölzl überzeugt. „Die Post ist berechenbar, solide und verlässlich. Das ist in Zeiten volatiler Kapitalmärkte natürlich sehr attraktiv.“

Die Basis dafür liegt im soliden Kerngeschäft der Post, das stetige, starke Cashflows einbringt. Darüber hinaus erfreut sich das Unternehmen einer starken Bilanz. „Wir benötigen lediglich 14,4 Mio EUR Bankverbindlichkeiten, und mit 42,1% der Bilanzsumme haben wir eine sehr komfortable Eigenkapitaldecke. Sie macht uns von Finanzmarktturbulenzen weitgehend unabhängig. Dazu kommt noch unser klares Commitment zu einer nachhaltigen Dividendenpolitik – immerhin schütten wir zumindest 75% unseres Ergebnisses an die Aktionäre aus. Damit profitieren unsere Eigentümer direkt von einer positiven Unternehmensentwicklung.“ In Summe sind die Anleger mit der Post-Aktie sehr gut gefahren, der Total Shareholder Return seit dem Börsengang im Jahr 2006 liegt bei beachtlichen 70%.

KOMMENTAR



„... eine
solide
Bilanz ...“

MAG. GABRIELA ZRAUNIG
Leiterin Finanz- und
Rechnungswesen

Die Österreichische Post setzt auf eine risikoaverse Geschäftsgabe rung. Dies zeigt sich an der hohen Eigenkapitalquote, den geringen Finanzverbindlichkeiten und der soliden Veranlagung der Zahlungsmittel bei geringstmög lichem Risiko.

Die Analyse der Bilanz des Österreichischen Post Konzerns zeigt, dass die Aktiva – neben den traditionell größten Positionen Sachanlagen, immaterielle Vermögenswerte und Firmenwerte mit 811,3 Mio EUR sowie Vorräte, Forderungen und Sonstiges mit 418,6 Mio EUR – auch einen hohen Bestand an Finanzmitteln enthalten. In Summe verfügt der Österreichische Post Konzern zum 31. Dezember 2011 über einen Bestand an Finanzmitteln von 344,7 Mio EUR. Da diese Finanzmittel in der Bilanz die Finanzverbindlichkeiten von 29,2 Mio EUR bei Weitem übersteigen, ist das Unternehmen ausgesprochen solide aufgestellt.

Das Eigenkapital des Österreichischen Post Konzerns lag per 31. Dezember 2011 bei 702,0 Mio EUR, daraus ergibt sich eine Eigenkapitalquote von 42,1%. Der Verschuldungsgrad (Gearing Ratio) lag am Ende der Berichtsperiode lediglich bei 8,8%. Ich bin stolz darauf, dass wir das, was wir machen, gut machen.

INVESTMENT STORY

SOLIDES GESCHÄFTSMODELL, ATTRAKTIVE RENDITE

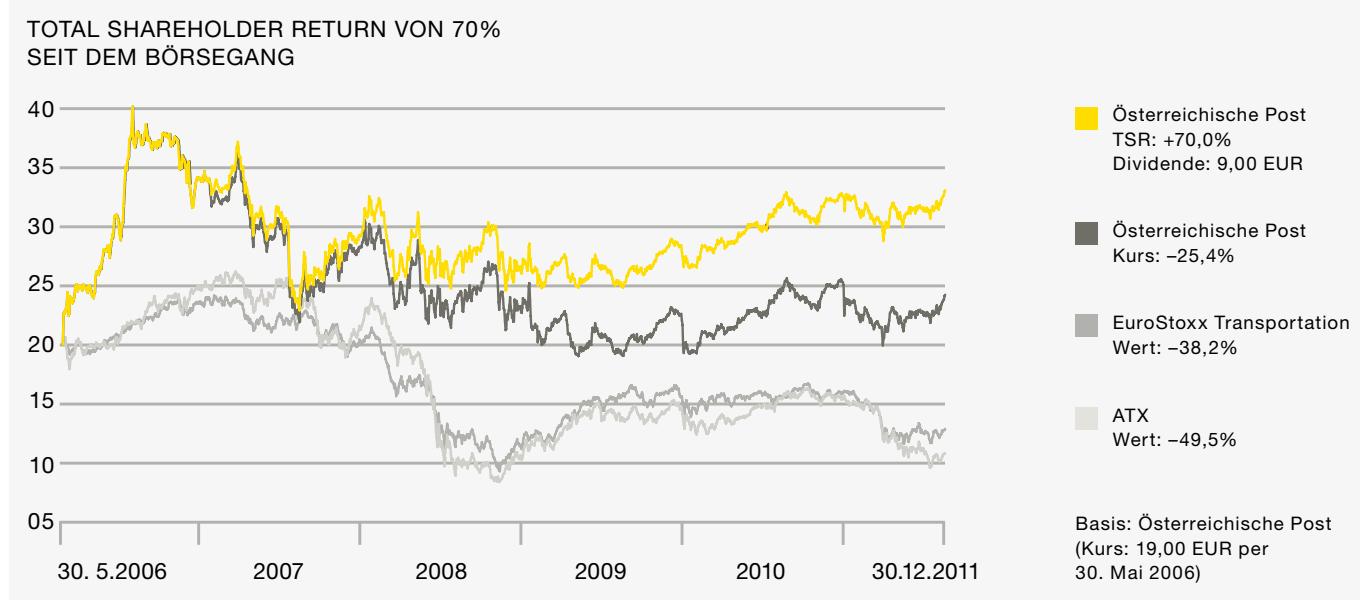
Was ihre Eigentümer betrifft, hat die Österreichische Post schon bei ihrem Börsengang im Frühjahr 2006 ein klares Ziel formuliert: auf Basis ihres soliden Geschäftsmodells nachhaltige und attraktive Dividenden zu erwirtschaften.

Das zentrale Fundament dafür stellt das solide Kerngeschäft der Post im Brief- und Paketbereich dar. Hier gilt es, die führende Marktposition nachhaltig zu sichern. Dabei zielt das Unternehmen auf ein solides mittelfristiges Umsatzplus von 1–2% pro Jahr ab. Denn der elektronischen Substitution des klassischen Briefes und dem daraus resultierenden Volumenrückgang wirkt die Post durch die Entwicklung zeitgemäßer, attraktiver Zusatzprodukte im Briefgeschäft entgegen. Zudem eröffnen sich weiterhin interessante Wachstumschancen im Paket- und Logistikbereich – die Hauptimpulse dafür liefert der weiterhin boomende Internethandel. Im Fokus aller Unternehmensentscheidungen stehen dabei immer eine effiziente Kostenstruktur und die Sicherung der hohen Ertragskraft. Übergeordnetes Ziel ist es, eine nachhaltige EBITDA-Marge von 10–12% zu erwirtschaften. Im Zusammenwirken mit der soliden Bilanz ermöglicht sie es der Österreichischen Post, jährlich eine solide und nachhaltige Dividende auszuschütten. Dazu fühlt sich die Post ihren Aktionären gegenüber auch verpflichtet.

Total Shareholder Return der Post im absoluten Spitzenfeld

Wer die Post Aktie zum Börsengang im Mai 2006 gezeichnet hat, kann sich mittlerweile über einen Total Shareholder Return von 70% freuen. Knapp ein Drittel davon ist auf Kursgewinne zurückzuführen, der Rest ist das Resultat einer attraktiven und konsequenten Dividendenpolitik. Damit zählt die Post Aktie seit dem IPO zu den gewinnträchtigsten Werten der Wiener Börse und muss auch den Vergleich mit internationalen Post- und Logistik-

titeln nicht scheuen. Diese Erfolgsgeschichte soll auch in Zukunft fortgeschrieben werden. Die Basis dafür bildet weiterhin die attraktive Dividendenpolitik, die ein wesentlicher Eckpunkt der Unternehmensphilosophie ist und bleibt: Jährlich sollen mindestens 75% des Nettoergebnisses an die Aktionäre ausgeschüttet werden. Ziel ist es somit, die Dividende im Einklang mit dem Konzernergebnis weiterzuentwickeln.



AKTIEN- UND DIVIDENDENKENNZAHLEN

	2010	2011	Veränderung 2010/2011
Ergebnis je Aktie	EUR 1,75	1,83	4,6%
Dividende je Aktie	EUR 1,60	1,70 ¹	6,3%
Sonderdividende je Aktie	EUR –	–	–
Dividendenausschüttung	Mio EUR 108,1	114,8 ¹	6,3%
Free Cashflow je Aktie	EUR 2,27	2,41	5,8%
Dividendenrendite ²	% 6,5%	7,3%	–
Total Shareholder Return (Jahres-Performance mit Dividende) ³	% +37,9%	+0,7%	–
Total Shareholder Return seit Börsengang	% +69,1%	+70,0%	–
Aktienkurs-Performance	% +30,0%	-5,8%	–
KGV (Kurs-Gewinn-Verhältnis) per Ende Dezember	– 14,1	12,7	-9,9%
Kurs per Ende Dezember	EUR 24,73	23,30	-5,8%
Höchst-/Tiefstkurs (Schlusskurs)	EUR 24,73/18,20	24,73/18,93	–
Marktkapitalisierung per Ende Dezember	Mio EUR 1.670,6	1.574,0	-5,8%
Anzahl der im Umlauf befindlichen Aktien per Ende Dezember	Stück 67.552.638	67.552.638	–
Streubesitz	% 47,2%	47,2%	–

¹ Vorschlag an die Hauptversammlung am 17. April 2012

² Dividende je Aktie dividiert durch Aktienkurs per Ende Dezember des jeweiligen Geschäftsjahres

³ Veränderung des Aktienkurses im Jahresvergleich plus Dividendenzahlung in diesem Jahr (ohne Reinvestition der Dividende)

GUTE ENTWICKLUNG, HOHE TRANSPARENZ

POST AKTIE BEWÄHRT SICH IM TURBULENTEM UMFELD

Die internationalen Börsen litten im Jahr 2011 unter einem denkbar schwierigen Marktumfeld. Entwickelten sich die Aktienmärkte in der ersten Jahreshälfte noch relativ stabil, wuchs die Unsicherheit auf den Märkten – vor allem hervorgerufen durch die europäische Staatsschuldenkrise – in den Sommermonaten rasant an. Empfindliche Kursverluste aller wichtigen Leitindizes waren die Folge. Der Dow Jones Industrial gab im Jahresverlauf um 5,5% nach, der DAX verlor im selben Zeitraum sogar um 14,7% an Wert. Noch höhere Kursverluste musste die Wiener Börse hinnehmen, die das Jahr 2011 überhaupt mit einem Minus von 34,9% abschloss. Der DJ Euro Stoxx Transportation verlor im selben Zeitraum 19,0% an Wert.

Die seit dem 31. Mai 2006 an der Wiener Börse gelistete Post Aktie zählte in diesem Umfeld zu den absoluten Top-Performern: Trotz der widrigen Marktbedingungen konnte sie sich gut halten und schloss das Börsejahr 2011 mit einem Schlusskurs von 23,30 EUR ab, der nur einen verhältnismäßig geringen Kursrückgang von 5,8% bedeutete. Auf Basis dieses Kurses errechnet sich eine Marktkapitalisierung von knapp 1,6 Mrd EUR. Der Umsatz der Post Aktie an der Wiener Börse lag 2011 bei knapp 20 Mio Aktien bzw. rund 450 Mio EUR (Einzelzählung). In Summe konnte die Post Aktie seit dem Börsengang eine Kurssteigerung von 4,30 EUR erzielen.

Attraktive Dividende

Auch weiterhin will die Österreichische Post ihren Aktionären attraktive Dividenden und Total Shareholder Returns bieten. Für das Geschäftsjahr 2011 wird der Vorstand der Hauptversammlung am 17. April 2012 die Ausschüttung einer Dividende von 114,8 Mio EUR vorschlagen. Dies entspricht 1,70 EUR pro Aktie, die am 2. Mai 2012 ausgezahlt werden sollen. Auf Basis des Aktienkurses von 23,30 EUR per Ende Dezember 2011 errechnet sich damit eine Dividendenrendite von 7,3%. Seit dem Börsengang hat die Post ihren Aktionären pro Aktie in Summe 9,00 EUR an Dividende ausbezahlt. Auf Basis des Emissionskurses von 19,00 EUR (30. Mai 2006) errechnet sich daraus – inklusive der Kurssteigerungen – bis Ende 2011 eine Gesamtrendite (Total Shareholder Return) von 70,0%.

Im Rahmen seiner Dividendenpolitik beabsichtigt der Österreichische Post Konzern auch für die folgenden Jahre eine Ausschüttungsquote von zumindest 75% des auf die Aktionäre entfallenden Periodenergebnisses – eine weiterhin erfolgreiche Geschäftsentwicklung und das Ausbleiben außergewöhnlicher Umstände natürlich vorausgesetzt. Damit wird eine nachhaltige Dividende angestrebt, die sich mit dem Konzernergebnis weiterentwickelt.

Vertreten in zahlreichen Indizes

Seit 18. September 2006 ist die Post Aktie im ATX, dem Leitindex der Wiener Börse, enthalten. Der ATX setzt sich aus jenen 20 österreichischen Unternehmen zusammen, die jeweils den höchsten Börsenumsatz und die größte Marktkapitalisierung aufweisen. Die Gewichtung der Post Aktie im ATX betrug per Ende Dezember 2011 2,7%. Neben

dem ATX ist die Post unter anderem im ATX Prime, dem österreichischen Nachhaltigkeitsindex VÖNIX sowie im DJ Euro Stoxx Transportation vertreten.

Aktienanzahl unverändert

Seit dem Rückkauf von 2.447.362 Aktien im Jahr 2008 und dem darauf folgenden Einzug aller eigenen Aktien am 24. April 2009 ist das Grundkapital der Österreichischen Post AG unverändert in 67.552.638 Stückaktien geteilt. Dies entspricht einem Nennwert von 5,00 EUR je Aktie.

Investor Relations: Transparenz groß geschrieben

Seit dem Schritt an die Wiener Börse legt die Österreichische Post größten Wert auf aktive Kommunikation mit Investoren und Analysten. Neben zahlreichen Besuchen von institutionellen Investoren und Analysten in Wien fanden auch 2011 laufend Meetings sowohl des Vorstands als auch des Investor-Relations-Teams mit Repräsentanten der Financial Community in Österreich und an internationalen Finanzplätzen wie Frankfurt, London, Amsterdam, Paris, Stockholm, Madrid, New York, Toronto oder Boston statt. Insgesamt wurde bei 40 Roadshows und Investorenkonferenzen ein intensiver Dialog mit rund 250 institutionellen Investoren geführt.

Die hohe Qualität des Reportings der Österreichischen Post belegen zwei Auszeichnungen für den Geschäftsbericht 2010: Erneut belegte das Unternehmen unter allen ATX-Unternehmen den 2. Platz beim Austrian Annual Report Award des Wirtschaftsmagazins trend. Auf internationaler Ebene wurde der Geschäftsbericht 2010 mit dem Titel „Die Werte der Post“ im Rahmen der Econ Awards für Unternehmenskommunikation in der Kategorie Geschäftsbericht/Print mit Silber ausgezeichnet.

Erneut machten auch die Privataktionäre vom umfangreichen Dialogangebot der Österreichischen Post auf breiter Basis Gebrauch. Zahlreiche Privataktionäre informierten sich unter anderem auf der GEWINN-Messe in Wien eingehend über das Unternehmen. Um auch Schüler – potentielle künftige Mitarbeiter und Aktionäre – zu informieren, war die Österreichische Post auch auf dem GEWINN Info Day für Schüler vertreten.

Umfangreiche Research Coverage

Die Empfehlungen und Kursziele von Analysten spielen neben gesamtwirtschaftlichen und unternehmensspezifischen Überlegungen bei Investitionsentscheidungen von Anlegern eine wichtige Rolle. Gleichzeitig betrachtet die Post die Analysten-Reports als wertvolles Feedback von Branchenexperten zu ihrer Strategie und Entwicklung. Mit Stand Ende Februar 2012 wird die Österreichische Post von zwölf Investmenthäusern regelmäßig beobachtet: CA Cheuvreux, Credit Suisse, Deutsche Bank, Erste Bank, Goldman Sachs, Kepler Capital Markets, Macquarie, MainFirst Bank, Morgan Stanley, Raiffeisen Centробank, Royal Bank of Canada und UBS. Eine Übersicht über die aktuellen Einschätzungen dieser Häuser findet sich im Internet unter [>> Post Aktie >> Analysen](http://www.post.at/ir).

Kontakt: Dipl.-Ing. Harald Hagenauer

T: +43 (0) 57767 3040,

F: +43 (0) 57767 30409

E: investor@post.at, www.post.at/ir

INTERVIEW

„... derzeit der beste defensive Titel an der Wiener Börse ...“

Von links nach rechts: Dipl.-Ing. Harald Hagenauer, Head of Investor Relations, im Gespräch mit den Analysten Mag. Christoph Schultes, Erste Group, und Mag. Bernd Maurer, Raiffeisen Centrobank

Maurer: Die Post Aktie ist einer der attraktivsten Dividendentitel auf dem Markt. Daher steht auch diese Frage im Fokus des Investoreninteresses – wie nachhaltig ist die Dividende?

Hagenauer: Wir sind klar als stabiler Dividendentitel positioniert. Unsere Investoren erwarten sich eine attraktive Dividende, und wie die letzten Jahre zeigen, haben wir sie in ihrer Erwartungshaltung nicht enttäuscht. Auch heuer ist wieder die Ausschüttung einer ansprechenden Dividende geplant, die sich mit dem Konzernergebnis weiterentwickelt.

Maurer: Wird die Dividende auch zukünftig aus dem operativen Geschäft erwirtschaftet werden können?

Hagenauer: Ja, wir gehen davon aus, auch weiterhin eine Performance zu zeigen, die dies ermöglicht.

Schultes: Aufgrund der starken Cash-Position der Post stellt sich für viele Investoren die Frage, ob Akquisitionen geplant sind. Welche Strategie wird hier verfolgt?

Hagenauer: Oberste Priorität im Konzern hat klar die Steigerung der Performance. Kleinere, das Kerngeschäft ergänzende Akquisitionen sind möglich, jedoch nur in Unternehmen mit wachstumsorientierten Geschäftsmodellen.

Schultes: Hält der Trend der elektronischen Substitution ungebrochen an?

Hagenauer: Ja, auch in den nächsten Jahren rechnen wir mit einem Volumenrückgang von 3-5% bei adressierten Briefen. Der Bereich Werbepost hingegen ist und bleibt ein wichtiger Bestandteil im Marketing-Mix der Unternehmen.

Maurer: Stichwort Wachstum – werden Trends wie Online-Shopping auch in den nächsten Jahren stabiles Wachstum im Paketbereich ermöglichen?

Hagenauer: Studien bestätigen: E-Commerce liegt weiterhin klar im Trend und führt zu steigenden Volumina bei Privatkundenpaketen. Durch die gemeinsame Zustellung mit dem Brief können wir in Österreich Synergien in diesem Bereich nutzen. Aber auch im B2B-Geschäft werden weiterhin erfreuliche Steigerungsraten verzeichnet – tendenziell liegt das Wachstum etwas höher als beim BIP. Nun aber eine Frage an die Analysten – wie sehen Sie das Potenzial der Post?

Schultes: Aus unserer Sicht ist die Post derzeit der beste defensive Titel auf dem Wiener Börseparkett. Auch die Performance der letzten Monate war ausgezeichnet.

Maurer: Hier kann ich nur zustimmen. Kein anderer Titel erfüllt das Profil eines attraktiven defensiven Titels besser – sowohl Geschäftsmodell und Dividende als auch Bilanz und Cash-Position stimmen.

Hagenauer: Was würde der Aktie zu weiteren Impulsen verhelfen?

Maurer: Anhaltende Kostensenkungen, positive Überraschungen bei den Briefvolumina, aber auch ein erhöhter Streubesitz – wenn möglich über 50% – würden einen zusätzlichen Trigger darstellen. Dadurch könnte die Investorenbasis verbreitert bzw. weiter stabilisiert werden.

Schultes: Im Fokus muss weiterhin die Fortführung der attraktiven Dividendenpolitik stehen.

Hagenauer: Danke für das Gespräch.



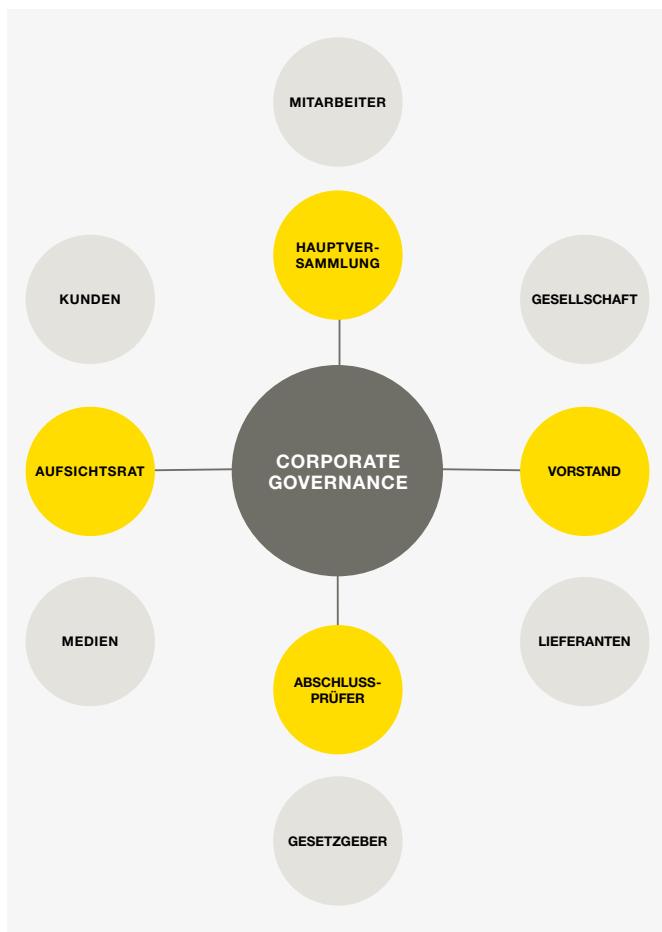
CORPORATE GOVERNANCE

CHECKS & BALANCES

Die Österreichische Post legt nicht nur in ihrem eigentlichen Geschäft größten Wert auf Professionalität, sondern auch in Sachen Unternehmensführung. Dies erstreckt sich naturgemäß auch auf den Bereich Corporate Governance, in dem die Post ebenfalls auf „Best Practice“ setzt.

Vertrauen durch Transparenz

Doch was ist Corporate Governance? Dieser in den letzten 15 Jahren von den USA ausgehend auch in Europa immer wichtiger gewordene Begriff bezeichnet den rechtlichen und faktischen Ordnungsrahmen für die Leitung und Überwachung eines Unternehmens. Übergeordnetes Ziel ist es, das Vertrauen der Aktionäre durch ein geordnetes Zusammenwirken zwischen Aufsichtsrat, Vorstand und den Eigentümern sowie Transparenz zu Unternehmensführung und -kontrolle zu fördern. Die Diskussion konzentriert sich dabei auf die Leitungsstruktur von börsennotierten Aktiengesellschaften, weil bei diesen die Distanz zwischen der Unternehmensführung und den Anteilseignern aufgrund der regelmäßig breiten Streuung der Aktien relativ groß ist.



Rechtliche Vorgaben plus freiwillige Selbstverpflichtung

Corporate Governance ist dabei sehr vielschichtig und umfasst obligatorische und freiwillige Maßnahmen: das Einhalten von Gesetzen und Regelwerken, das Befolgen anerkannter Standards

und Empfehlungen sowie das Entwickeln und Befolgen eigener Unternehmensleitlinien. Maßgeblich geprägt wird der Begriff durch den Österreichischen Corporate Governance Kodex (OCGK), eine wichtige Schnittstelle zwischen dem Gesellschafts- und dem Kapitalmarktrecht. Dieser ist kein Gesetz, sondern ein „Best-Practice“-Regelwerk, das auf der Basis „Comply or Explain“ funktioniert. Der Kodex folgt dabei dem Grundsatz der Selbstverpflichtung; dies bedeutet, dass die Einhaltung der Regeln auf freiwilliger Basis erfolgt.

Der ÖCGK wurde vom Österreichischen Arbeitskreis für Corporate Governance erstellt. Die erste Auflage wurde am 1. Oktober 2002 veröffentlicht und wird seither einmal jährlich den aktuellen nationalen sowie internationalen Rechtsentwicklungen angepasst.

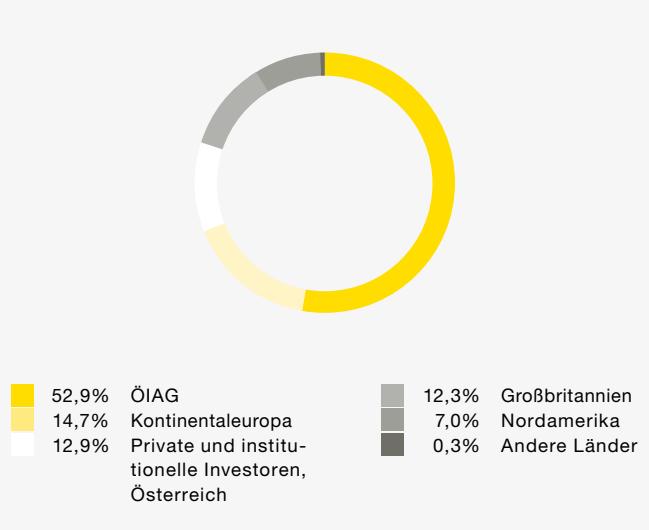
Post und Corporate Governance

Die Österreichische Post bekennt sich seit ihrem Börsengang 2006 zur Einhaltung des ÖCGK. Im Lauf der Jahre wurden hohe unternehmenseigene Standards entwickelt, die „Good Corporate Governance“ gewährleisten. Neben der Einhaltung der formalen Prozesse ist für die Post vor allem der konstruktive Austausch zwischen Aufsichtsrat und Vorstand von wesentlicher Bedeutung. Die Bereitschaft, auch schwierige Fragen anzusprechen, ist hier entscheidend. So wird beispielsweise regelmäßig über risikobehaftete Geschäftsmodelle und mögliche Handlungsoptionen diskutiert.

Eigentümerstruktur der Österreichischen Post

Beim Börsengang im Jahr 2006 wurden 49,0% der Aktien bei Investoren platziert. Der Anteil der österreichischen Staatsholding ÖIAG (Österreichische Industrieholding AG) am Grundkapital der Österreichischen Post AG reduzierte sich damit von zuvor 100% auf 51,0% bzw. 35,7 Mio Aktien. Bezogen auf die heute im Umlauf befindlichen 67.552.638 Aktien hält die ÖIAG 52,8% der Österreichischen Post. Damit ist die ÖIAG unverändert Mehrheitsaktionärin des Unternehmens. Der Gesellschaft sind keine anderen Investoren bekannt, die mehr als 5% des Grundkapitals halten.

ACTIONÄRSSTRUKTUR NACH LÄNDERN
(BASIS: 67,6 MILLIONEN AKTIEN)



Eine im Jänner 2012 durchgeführte Aktionärserhebung zeigt, dass – neben dem Großaktionär ÖIAG – 39% aller Aktien von in Europa ansässigen Investoren gehalten werden (+1 Prozentpunkt gegenüber der Erhebung im Jänner 2011). Dabei werden in Summe 13% von privaten und institutionellen Investoren in Österreich (+3 Prozentpunkte), 15% in Kontinentaleuropa (-3 Prozentpunkte) und 12%

in Großbritannien (+1 Prozentpunkt) gehalten. In Nordamerika (USA und Kanada) befinden sich derzeit 7% der Aktien (-1 Prozentpunkt), auf andere Länder entfällt weit weniger als 1% (unverändert). Zu den privaten Investoren in Österreich zählen auch die Mitarbeiter der Österreichischen Post mit einem Anteil von mehr als 2%.

INTERVIEW



„... offene und konstruktive Diskussion zwischen Vorstand und Aufsichtsrat ...“

MAG. MARKUS BEYRER
Aufsichtsratsvorsitzender der
Österreichischen Post AG

Herr Mag. Beyrer, Sie sind seit April 2011 Aufsichtsratsvorsitzender der Österreichischen Post AG und seit Juli 2011 Vorstand der ÖIAG. Wie geht es Ihnen mit Ihren neuen Aufgaben?

Beyrer: Die Post ist ein österreichisches Leitunternehmen, das aufgrund der flächendeckenden Versorgung sowie der strategisch wichtigen Logistikinfrastruktur zentrale Bedeutung sowohl für den Wirtschaftsstandort als auch für die Bevölkerung besitzt. Dem Aufsichtsrat der Post vorzustehen und aktiv die Weiterentwicklung des Unternehmens mitzugestalten, ist eine äußerst interessante und zugleich herausfordernde Aufgabe, die ich sehr gerne wahrnehme. Als Vorstand der ÖIAG habe ich sicherzustellen, dass das Management der uns anvertrauten Beteiligungen nach professionellen, wirtschaftlichen Kriterien erfolgt. Dabei sind wir auf einem guten Weg.

Der Begriff Corporate Governance wird maßgeblich geprägt durch den Österreichischen Corporate Governance Kodex. Welchen Einfluss hat der Kodex auf die Unternehmenspraxis?

Beyrer: Der Ansatz einer flexiblen, an die Unternehmensbedürfnisse angepassten Selbstregulierung auf Basis des „Comply-or-Explain“-Prinzips und die Zielsetzung des Kodex, das österreichische Corporate-Governance-System transparent und nachvollziehbar zu machen, sind definitiv zu begrüßen. Der ÖCGK gibt einen guten Ordnungs- und Orientierungsrahmen für die Leitung und Überwachung von Unternehmen vor. Die Österreichische Post berücksichtigt die Leitlinien des Kodex seit ihrem Börsengang im Jahr 2006 und übertrifft diese in einigen Fällen sogar. So wurde 2011 beispielsweise in drei Sitzungen des Prüfungsausschusses über den Themenbereich „Konzernrevision, Risikomanagement und Compliance“ berichtet. Im Kodex wird lediglich einmal jährlich ein Bericht zur Revision empfohlen.

In den vergangenen Monaten wurde zum Thema Diversität des Aufsichtsrats eine intensive Debatte geführt. Wie beurteilen Sie persönlich dieses Thema?

Beyrer: Die Herausforderungen der Aufsichtsratsarbeit sind in den letzten Jahren vielfältiger, vielschichtiger und zeitintensiver geworden. Um diesen Anforderungen zu entsprechen, ist auf eine

ausgewogene Zusammensetzung des Aufsichtsrats zu achten. Neben einem integrierten Verständnis betriebswirtschaftlicher und juristischer Fragestellungen sollte im idealen Aufsichtsrat spezifisches Branchen-Know-how ebenso zu finden sein wie internationale Erfahrung und soziale Kompetenz. Eine stärkere Beteiligung von Frauen in österreichischen Aufsichtsräten wäre ebenso wünschenswert. Allerdings sollte diese Diskussion auf Basis von Qualifikation und Fähigkeiten erfolgen und nicht auf eine Quotendiskussion reduziert werden.

Wie sieht die Situation der Österreichischen Post in diesem Kontext aus?

Beyrer: Im Aufsichtsrat der Österreichischen Post sind zwei der acht Kapitalvertreterpositionen mit hoch qualifizierten Frauen besetzt. Mit einer Frauenquote von 25% übertreffen wir den Durchschnittswert des ATX deutlich. Außerdem sind zwei der Aufsichtsratsmitglieder internationaler Herkunft. Die aktuelle Besetzung gewährleistet zusätzlich auch eine ausgewogene Verteilung von Kompetenzen und Fähigkeiten. Übrigens ist die Österreichische Post generell bestrebt, den Frauenanteil in Führungspositionen kontinuierlich anzuheben, nicht nur im Aufsichtsrat!

Welche Themen standen 2011 im Fokus Ihrer Aufsichtsratstätigkeit bei der Österreichischen Post?

Beyrer: Neben gesetzlich verankerten Themen wie der Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses oder der Wahl des Abschlussprüfers hat sich der Aufsichtsrat vor allem mit den Chancen und Risiken für die Geschäftsentwicklung sowie der strategischen Ausrichtung des Konzerns intensiv auseinandergesetzt. Darüber hinaus stand die Weiterentwicklung der Führungsstruktur auf unserer Agenda. Durch die im Jänner 2011 beschlossene Zusammenlegung der Divisionen Brief und Filialnetz wurde die Zusammensetzung des Vorstands von fünf auf vier Mitglieder reduziert.

Wie gestaltet sich Ihre Zusammenarbeit mit dem Vorstand?

Beyrer: Eine Best-in-Class-Aufsichtsratsarbeit kann nur in einem vertrauensvollen Zusammenspiel mit dem Vorstand funktionieren. Aspekte wie eine lebendige Diskussionskultur und konstruktiver Teamgeist sind dabei maßgeblich für eine professionelle und Performance-orientierte Zusammenarbeit. Alle von mir geleiteten Sitzungen in der Österreichischen Post waren von offenen und konstruktiven Diskussionen geprägt. Die Arbeitskultur basiert auf gegenseitigem Vertrauen und hat immer zum obersten Ziel, im Sinn des Unternehmens auf eine nachhaltige Wertsteigerung hinzuarbeiten. Dafür werde ich mich auch in Zukunft einsetzen.

Vielen Dank für das Gespräch.





„... nur wer nachhaltig denkt, handelt auch wirklich unternehmerisch ...“

DIPL.-ING. DR. GEORG PÖLZL
Generaldirektor

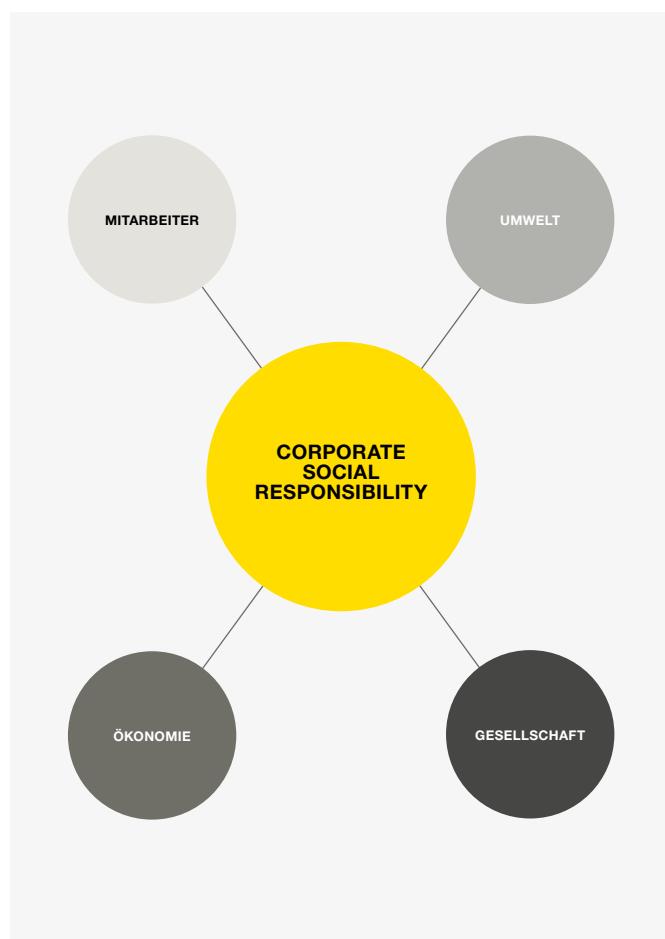
Die Zukunft gestalten wir nicht morgen, sondern heute. Und nur wer sich heute schon darüber Gedanken macht, wie die Welt morgen oder übermorgen aussieht und wie man ein Unternehmen daher gestalten muss, damit es seine Aufgaben langfristig erfüllen kann, ist auch ein verantwortungsvoller Unternehmer.“ Der Standpunkt von Post-Generaldirektor Georg Pölzl in Sachen Nachhaltigkeit ist eindeutig. „Es wäre völlig absurd, sich nur über das nächste Geschäftsjahr Gedanken zu machen und auf kurzfristige Gewinne zu setzen.“ Wichtig sei die Weichenstellung für die nachhaltige Entwicklung der nächsten Jahre.

„Wir setzen uns sehr intensiv mit unserer Verantwortung gegenüber unseren Stakeholdern und unserem gesellschaftlichen Umfeld auseinander“, setzt Georg Pölzl fort. „Dabei denken wir in den vier Dimensionen Gesellschaft, Mitarbeiter, Umwelt und Ökonomie.“ Der Bogen der Anliegen, denen sich die Post hier widmet, reicht von Versorgungssicherheit und gesellschaftlichem Engagement über Wertschätzung und Förderung der Mitarbeiter sowie maximale Ressourcenschonung bis hin zu nachhaltiger Wertsteigerung. Denn nur ein profitables Unternehmen kann langfristig seinen Beitrag leisten.

BEWUSST NACHHALTIG

Die Österreichische Post bekennt sich zu ihrer Verantwortung gegenüber ihren Stakeholdern und ihrem gesellschaftlichen Umfeld. In diesem Bewusstsein hat die Post 2010 ein neues Leitbild erstellt, das auch das Fundament für die Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens bildet. Neben den beiden Leitsätzen „Wir stellen den Kunden in den Mittelpunkt“ und „Wir handeln zukunftsorientiert“ ist insbesondere die Wertschätzung und offene Kommunikation mit den Mitarbeitern von übergeordneter Bedeutung. Denn: „Ein Unternehmen kann nur erfolgreich sein, wenn die Mitarbeiter auf das, was sie tun, stolz sind und einen Beitrag zum Ansehen des Unternehmens leisten. Im Umkehrschluss kann nur ein erfolgreiches Unternehmen seine gesellschaftliche Verantwortung auch langfristig wahrnehmen und damit soziale und ökologische Bedürfnisse erfüllen“, so Generaldirektor Georg Pölzl.

Natürlich ist die Post als börsennotiertes Unternehmen ihren Anteileignern – der Republik Österreich sowie institutionellen und privaten Aktionären – gegenüber zu wirtschaftlichem Erfolg verpflichtet. Darüber hinaus stellt sich das Unternehmen ganz bewusst seiner Verantwortung gegenüber der Gesellschaft, seinen Mitarbeitern und der Umwelt. So trat die Österreichische Post im Jahr 2007 dem UN Global Compact bei, einer auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Initiative der Vereinten Nationen. Damit verpflichtet sich das Unternehmen auch zur Einhaltung globaler Prinzipien ethischen und ökologischen Wirtschaftens.



KOMMENTAR



„... begrüßen
das Engagement
der Österreichi-
schen Post.“

MAG.
BETTINA STEINBRUGGER
Projektleiterin, respACT

Verantwortungsvolles Wirtschaften schafft gemeinsamen Mehrwert, weil es gleichzeitig dem Unternehmen und der Gesellschaft Nutzen bringt. Die respACT-Mitgliedsunternehmen bekennen sich zur Verbindung von marktwirtschaftlichem Denken und Handeln mit ökologischen und sozialen Kriterien und fördern einen partnerschaftlichen, offenen Dialog mit ihren Stakeholdern.

Als führende Unternehmensplattform für Corporate Social Responsibility und nachhaltige Entwicklung in Österreich begrüßen wir das Engagement der heimischen Unternehmen und insbesondere der Österreichischen Post als langjähriges respACT-Mitglied außerordentlich.



„Ich bin seit November 2010 Post Partner. Wenn man sich entsprechend bemüht, kann man damit das eigene Geschäftsmodell stärken. Die Post Partner müssen voll hinter der Sache stehen – keine Halbherzigkeiten.“

FRITZ HUBMANN

Post Partner in Stainz

„Ziele bezüglich der Emissionsreduktion könnten noch ambitionierter angesetzt, Papier aus nachhaltigen Quellen verwendet und Mitarbeiter stärker für Umweltthemen sensibilisiert werden.“

MAG. ARMAND COLARD

WWF

LAUFENDER DIALOG MIT ALLEN STAKEHOLDERN



Die Nachhaltigkeitsziele und -maßnahmen der Österreichischen Post orientieren sich immer an den Ansprüchen und Erwartungen ihrer Stakeholder. Post-Generaldirektor Georg Pölzl: „Unterschiedliche Interessengruppen nehmen die unternehmerische Verantwortung der Österreichischen Post unterschiedlich wahr bzw. setzen

jeweils andere Erwartungen in das Unternehmen. Daher stehen wir über verschiedene Kanäle im Dialog mit unseren Stakeholdern und laden sie zu Interaktion und Feedback ein.“

Im Jahr 2011 fand in diesem Sinn erstmals ein strukturierter Stakeholder-Roundtable statt, um die Erwartungen der einzelnen Stakeholder-Gruppen an einem „runden Tisch“ mit Generaldirektor Pölzl zu diskutieren. Ziel war es, Impulse für zukünftige Nachhaltigkeitsaktivitäten zu erhalten und Schlüsselthemen zu identifizieren. Die Post erhielt im Rahmen dieses Dialogs viele Impulse, es wurden aber auch kritische Themen offen angesprochen. „Diese Anliegen nehmen wir natürlich sehr ernst und integrieren sie nach Möglichkeit zielgerichtet in unsere Nachhaltigkeitsstrategie“, betont Generaldirektor Georg Pölzl.

STAKEHOLDER-GRUPPEN DER ÖSTERREICHISCHEN POST

Kunden	Eigentümer	Mitarbeiter	Geschäftspartner	Branchenvertreter
Gesellschaft	Umwelt	Gemeinden	Regulierungsumfeld	Medien

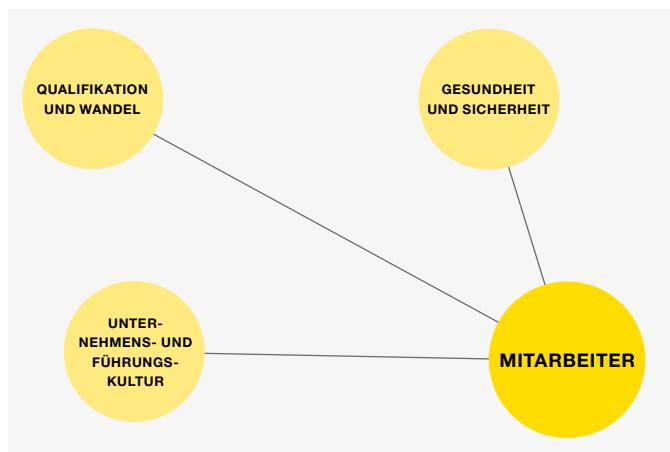
MITARBEITER

Als einer der größten Arbeitgeber des Landes hat die Österreichische Post ihre Verantwortung gegenüber allen Mitarbeitern ganz klar vor Augen. Denn motivierte und leistungsfähige Mitarbeiter bilden die Basis für unternehmerischen Erfolg – und gerade in einem Dienstleistungsunternehmen muss der Faktor „Mitarbeiter“ hohen Stellenwert genießen.

Dafür ist eine gesunde und sichere Arbeitsumgebung eine wichtige Voraussetzung. Arbeitssicherheit, Gesundheitsschutz und betriebliche Gesundheitsförderung sind deshalb Schlüsselemente unserer Unternehmenspolitik“, erläutert Franz Nigl, Leiter Personalmanagement. „In einem Marktumfeld, in dem Personalanforderungen ständigen Veränderungen ausgesetzt sind, wollen und müssen wir zudem Zukunftsperspektiven für unsere Mitarbeiter schaffen und diese individuell in ihrer Weiterentwicklung fördern.“

Ziele

- Schaffung individueller Zukunftsperspektiven
- Unternehmens- und Führungskultur fördern
- Förderung von Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz



MITARBEITERKENNZAHLEN DER ÖSTERREICHISCHEN POST AG

	2009	2010	2011
Konzernmitarbeiter	25.921	24.969	23.369
Mitarbeiter (VZK)¹	21.598	20.695	19.907
davon Frauen (VZK in %)	29,6%	29,5%	29,3%
Beamtete Mitarbeiter (VZK)	11.803	11.005	10.266
Mitarbeiter im angestellten Dienstverhältnis (VZK)	9.306	9.456	9.429
Mitarbeiter Vollzeit (Personen)	19.498	18.559	17.785
davon Frauen (in %)	23,5%	23,3%	23,1%
Mitarbeiter Teilzeit (Personen)	4.075	3.977	3.812
davon Frauen (in %)	87,4%	85,0%	83,3%
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit beamtete Mitarbeiter (Jahre)	26	26	27
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit Mitarbeiter im angestellten Dienstverhältnis (Jahre)	11	11	11
Mitarbeiter (VZK) nach Altersklassen			
unter 30 Jahre	1.571	1.567	1.600
30–50 Jahre	15.395	14.344	13.210
über 50 Jahre	4.631	4.785	5.098
Fluktuation (Abgänge in %) ²	7,3%	9,9%	8,6%
Krankenstandsquote (VZK in %)	7,3%	7,5%	7,4%

¹ VZK ... Vollzeitkräfte

² Fluktuation Stammpersonal mit zumindest sechsmonatigem Dienstverhältnis

DIE POST FÖRDERT VIELFALT

Im Rahmen ihres Diversity Managements sieht die Post soziale Vielfalt explizit als fördernswert und nutzt diese konstruktiv. Dies bezieht sich einerseits auf äußerlich wahrnehmbare Unterschiede wie Geschlecht, Ethnie, Alter oder Behinderung, andererseits aber auch auf subjektive Unterschiede wie Religion oder Lebensstil. In der Österreichischen Post AG waren 2011 durchschnittlich 19.907 Mitarbeiter beschäftigt – rund ein Drittel davon Frauen. Etwa 3.200 von ihnen nutzen neben rund 600 Männern die individuellen Teilzeitmodelle, mit denen die Post die Vereinbarkeit von Familie und Beruf fördert. Zudem stammen die Mitarbeiter der Post aus insgesamt 52 verschiedenen Geburtsnationen. Rund 410 Mitar-

beiter besitzen keine österreichische Staatsbürgerschaft, noch deutlich mehr Beschäftigte haben Migrationshintergrund. Auch in der Führungsebene der Österreichischen Post sind fünf Personen mit Migrationshintergrund vertreten.

Und auch in Bezug auf Menschen mit Behinderung hat die Post in den vergangenen Jahren ihre Verantwortung über die gesetzlichen Rahmenbedingungen hinaus wahrgenommen. Über 1.100 Mitarbeiter mit besonderem Bedarf sind beim Unternehmen beschäftigt. Menschen mit Behinderungen sind in unterschiedlichsten Positionen – beispielsweise als Führungskräfte, Betriebsräte, Zusteller oder Filialmitarbeiter – tätig.



„Business Cross Mentoring“ – Spezialprogramm für Frauen

Ein Schwerpunkt des Diversity Managements lag im Jahr 2011 im Bereich der Karriereentwicklung für Frauen. Bereits heute verfügt die Österreichische Post über einen hohen Anteil an Frauen in leitenden Positionen, im Jahr 2011 lag der Frauenanteil in diesem Bereich bei 23,3%. Im Aufsichtsrat hat die Juristin Edith Hlawati die Position der stellvertretenden Vorsitzenden inne.

Im Rahmen eines neuen Programms sollen weibliche „High Potentials“ im Unternehmen nun speziell gefördert werden, um sie bei ihrem nächsten Karrieresprung zu unterstützen. Dazu dient das Programm „Business Cross Mentoring“, das erfolgsorientierten Frauen in einem Trainingsprogramm mit flachen Hierarchien berufliche Unterstützung bietet.

„Ich freue mich auf das Kennenlernen einer Sichtweise von außen, auf die vielfältigen Möglichkeiten zum internen und externen Er-



„Das Business Cross Mentoring ist eine tolle Gelegenheit, mich fachlich und persönlich weiterzuentwickeln.“

MAG. URSULA BACHMAIR
Führungskraft in der Rechtsabteilung

fahrungsaustausch sowie auf spannende Gespräche mit meinem Mentor. Denn wie der Schriftsteller Antoine de Saint-Exupéry schon sagte: „Um klar zu sehen, genügt ein Wechsel der Blickrichtung“, zeigt sich Ursula Bachmair, Teilnehmerin des Programmes, begeistert.

GESUNDHEIT UND SICHERHEIT AM ARBEITSPLATZ

Auf die Gesundheit und Sicherheit ihrer Mitarbeiter legt die Österreichische Post besonderes Augenmerk. Trainings über sicheres und gesundes Verhalten am Arbeitsplatz, Bewegungstipps, Tabak- und Alkoholprävention, die Gestaltung einer gesundheitsfördernden und ergonomischen Arbeitsumgebung sowie behinderten- und altersgerechte Arbeitsplätze zählen zu den Schwerpunkten des vielschichtigen unternehmenseigenen Gesundheitsprogramms. Ein Fokus liegt dabei auf präventiven Gesundheitsangeboten, damit mögliche gesundheitliche Beeinträchtigungen gar nicht erst auftre-

ten. Deshalb hat die Post auch 2011 im Rahmen von vier Gesundheitstagen umfangreiche Vorsorgeuntersuchungen angeboten. Ebenso fanden im Jahr 2011 mehr als 2.800 Arbeitsstätten-Begehungen durch Sicherheitsfachkräfte bzw. Arbeitsmediziner statt, um eine ergonomische Arbeitsplatzgestaltung sicherzustellen. Auch am Programm „Fit für die Zukunft – Arbeitsfähigkeit erhalten“, einem bereits 2008 ins Leben gerufenen Projekt der Pensionsversicherungsanstalt und der Allgemeinen Unfallversicherungsanstalt, nimmt die Post weiterhin teil.

KOMMENTAR



„.... mal was
komplett Neues
ausprobieren ...“

JOHANNES KERNER
Bezirksanwalt in Wien

Ich bin seit 2011 als Bezirksanwalt in Wien tätig, davor war ich Leiter einer Zustellbasis im 1. Wiener Gemeindebezirk. Der Grund für meinen Wechsel war, dass ich gern einmal etwas komplett Neues ausprobieren und neue Erfahrungen in einem äußerst interessanten und spannenden Umfeld machen wollte. Ich habe daher diese positive Entwicklungs- und Fortbildungsmöglichkeit genutzt und insgesamt eineinhalb Jahre in eine Ausbildung zum Bezirksanwalt investiert. Dadurch ergeben sich für mich neue und interessante Perspektiven.

DER POST ARBEITSMARKT

Der Wettbewerb im Postmarkt nimmt stetig zu, hinzu kommt die vollkommene Öffnung des Briefmarkts mit Beginn des Jahres 2011. Das zunehmend anspruchsvolle Branchenumfeld der Österreichischen Post fordert deshalb laufende Effizienzsteigerungen und Anpassungen in der Personalstruktur des Unternehmens. Verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln bedeutet hier, auf die Veränderungen für Mitarbeiter zu reagieren und diesen für die Zukunft der Post wesentlichen Weg aktiv und sozialverträglich zu planen und zu begleiten. Mit dem „Postarbeitsmarkt“ hat die Österreichische Post eine effektive Plattform initiiert, durch die betroffene Mitarbeiter für neue Tätigkeiten innerhalb oder außerhalb des Unternehmens qualifiziert und vorbereitet werden.

Der Post Arbeitsmarkt

- Forderung und Förderung der internen Mobilität
- Förderung der Veränderungsbereitschaft sowie Ermöglichen von Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen
- Förderung eines wertschätzenden Miteinanders von Arbeitgeber- und Mitarbeiterseite

Postmitarbeiter wechseln zu Bundesministerien

Auch 2011 haben wieder Beamte der Post in das Bundesministerium für Inneres, in das Bundesministerium für Justiz oder in das Bundesministerium für Finanzen gewechselt. Diese bieten Mitarbeitern der Österreichischen Post interessante neue berufliche Perspektiven. Zahlreiche Bewerbungen und Besuche bei Informationsveranstaltungen zeigen, dass hier ein richtiger Weg eingeschlagen wurde. Mittlerweile haben bereits über 300 Mitarbeiter bewiesen, dass ihre in der Österreichischen Post erworbenen Kompetenzen in Bundesministerien sehr gefragt sind.

POST.SOZIAL

Der gemeinnützige Verein „post.sozial“ spiegelt die soziale Verantwortung der Österreichischen Post gegenüber ihren Mitarbeitern durch zusätzliche, über gesetzliche Vorgaben hinausgehende Sozialleistungen wider. Die Leistungspalette reicht von finanziellen Unterstützungen bei außergewöhnlichen Belastungen wie Krankheit oder Naturkatastrophen über vergünstigte Angebote im kulturellen Bereich bis hin zu kostengünstigen Urlaubsangeboten und Angeboten zur Kinderbetreuung während der Ferienzeit. Zudem werden auch Gesundheitsprogramme und die Krankheitsprävention fördernde Freizeitaktivitäten angeboten.

Der Verein post.sozial ist gemeinnützig und bezweckt die soziale Betreuung von aktiven Mitarbeitern der Österreichischen Post und deren Tochterunternehmen, aber auch von Mitarbeitern im Ruhestand sowie Angehörigen und Hinterbliebenen von Mitarbeitern. Die Mittel werden durch jährliche Zuwendungen in Höhe von 1% der Lohnsumme der Österreichischen Post und ihren Tochterunternehmen gestellt. Für 2011 beliefen sich diese Zuwendungen auf 6,7 Mio EUR. Der Verein wird auch durch Spenden Dritter unterstützt.

KENNZAHLEN POST.SOZIAL 2011

post.sozial	Materielle Mittel gesamt	6,7 Mio EUR
fair.reisen	Anzahl der Nächtigungen	55.973
helfens.wert	Essensbons	4,7 Mio EUR
	Ausbez.Unterstützungsbeträge	605.060 EUR
sehens.wert	Anz. vergünstigte Eintrittskarten	17.890
postler.kids	Unterstüt. Kinderferiencamps	10.954 €



Raphael Wolf, Teilnehmer am Kinderferiencamp

GESELLSCHAFT



VERSORGUNGSSICHERHEIT

Nur die Österreichische Post bringt täglich Briefe und Pakete zu jeder Adresse in ganz Österreich. Sie ist ein verlässlicher Partner und sichert die Grundversorgung der österreichischen Bevölkerung mit Postdienstleistungen in ausgezeichneter Qualität. So gelangen mehr als 95% der Briefe bereits am nächsten Werktag zum Empfänger.

Die Österreichische Post ist dabei immer in der Nähe ihrer Kunden: Mit 1.880 Standorten zählt ihr Filialnetz zu den größten Privatkundennetzen des Landes. Seine kundenorientierte Restrukturierung wurde 2011 zügig weiter vorangetrieben. Dies inkludiert auch den weiten Ausbau des Post Partner-Konzepts. Stand hier zuvor vor allem der ländliche Raum im Vordergrund, bot die Österreichische Post im Jahr 2011 verstärkt auch Wirtschaftstreibenden in Ballungsräumen die Möglichkeit, eine Post Partnerschaft einzugehen.

Post Partner: Vorteile auf einen Blick

- Kunden profitieren von der Nähe des Post Partners
- Längere Öffnungszeiten der Geschäfte
- Förderung existenter wirtschaftlicher Strukturen im ländlichen Raum
- Effiziente Vollversorgung mit Postdienstleistungen über den gesetzlich vorgeschriebenen Versorgungsauftrag hinaus

Als Universalanbieter für Postdienstleistungen trägt die Österreichische Post hohe gesellschaftliche Verantwortung. Denn durch die flächendeckende, zuverlässige Versorgung Österreichs mit Postdienstleistungen in erstklassiger Qualität ist sie entscheidend dafür mitverantwortlich, dass die Kommunikationsinfrastruktur des Landes aufrechterhalten und gesichert wird.

Die Post will Leistungen anbieten, die modernen gesellschaftlichen Ansprüchen gerecht werden. Mit attraktiven, innovativen Dienstleistungen und einer umfassenden Serviceoffensive beweist sie dabei: Der Kunde steht im Mittelpunkt aller unternehmerischen Entscheidungen. Aufgrund ihrer Bedeutung für das Land sieht sich die Österreichische Post aber auch verpflichtet, sich gesellschaftlich zu engagieren. Ein Schwerpunkt liegt hier auf Projekten, die einen direkten Konnex zum Kerngeschäft des Unternehmens besitzen – der hohen Logistikkompetenz und dem flächendeckenden Standortnetz.

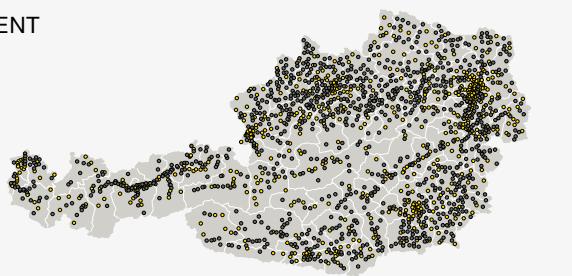
Ziele

- Ausweitung der zuverlässigen und flächendeckenden Versorgung
- Klare Leistungen versprechen und einhalten
- Förderung des gesellschaftlichen Engagements



FLÄCHENDECKEND PRÄSENT IN GANZ ÖSTERREICH

Postfilialen
Post Partner



KOMMENTAR



DR. PETER KOITS
Bürgermeister von Wels

Nachhaltige Arbeit für die Welseinnen und Welser ist ein klares Ziel meiner Politik. Nachhaltig ist auch der Weg, den wir gemeinsam mit den Verantwortlichen der Österreichischen Post in Wels gegangen sind und gehen. Durch die Eröffnung von Post Partnern wird die Postversorgung in unserer Stadt auf eine zukunftssichere Basis gestellt, und gleichzeitig sehe ich darin einen wichtigen Schritt zur Kundenorientierung.

Mit sieben Post Partnern – quer durch alle Branchen – ist Wels ein Vorreiter in diesem Bereich. Gerade in den unsicheren Zeiten einer Wirtschafts- und Finanzkrise tut es gut zu wissen, dass unsere Postversorgung mit den Post Partnern auf einer soliden Grundlage steht. Aber auch die Flexibilität ist hier ein Thema: Die erweiterten Öffnungszeiten der Post Partner – insbesondere bei unseren beiden Tankstellen – kommen den Bedürfnissen der urbanen Bevölkerung entgegen.

Post Partner in der Stadt sind für mich ein Erfolgsmodell und zeigen, dass dort, wo die Politik mit der Wirtschaft gut zusammenarbeitet, das Beste für die Menschen erreicht werden kann.

„Ö3-WUNDERTÜTE“: NEUER REKORD

Bereits zum siebten Mal konnte die „Ö3-Wundertüte“ während der Adventwochen alte Handys in Spenden für österreichische Familien in Not verwandeln. Ausgetragen wurden die leeren „Handy-Sackerl“ einmal mehr von den 11.000 Zustellern der Österreichischen Post – und auch den Transport der befüllten Papiertüten übernahm wie immer die Post. Schon im Winter 2010/2011 waren

mehr als 400.000 Mobiltelefone gesammelt worden; heuer übertraf die Gemeinschaftsaktion von Caritas, Ö3, Mondi sowie Österreichischer Post jedoch erneut alle Rekorde: Insgesamt 467.000 Handys wurden diesmal gespendet. Daraus ergibt sich ein Betrag von umgerechnet 700.000 EUR für den Soforthilfefonds von „Licht ins Dunkel“ sowie die „Caritas-Soforthilfe“. Beide bieten rasche Unterstützung für unzählige Familien: Miete, Stromrechnung oder auch Behelfe für Kinder mit Behinderung – immer wieder gelingt es, mit Überbrückungszahlungen die Lebenssituation von Familien in akuten Notlagen zu verbessern. Durch den enormen Rücklauf der Ö3-Wundertüte sind nun zusätzlich auch zehn ehemalige Langzeitarbeitslose mit der Aufarbeitung des Handy-Berges beschäftigt, denn sie trennen schrottreife Geräte von funktionstüchtigen. Defekte Handys werden von zertifizierten und streng überwachten Betrieben umweltgerecht recycelt, noch funktionsfähige Geräte aufbereitet und weiterverwendet.



AUS ALT MACH HIPP – DESIGN & UMWELTSCHUTZ

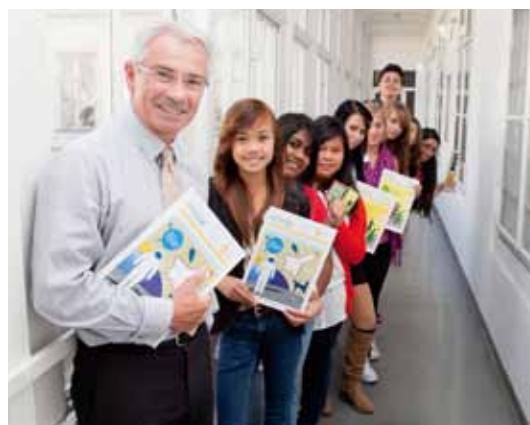
Aus Original-Zustellertaschen der Österreichischen Post entstanden in einem Projekt mit „garage upcycling design“, dem sozialökonomischen Betrieb des Anton-Proksch-Institutes, modische Umhänge- und Laptop-Taschen im Post-Design. garage upcycling design beschäftigt (ehemals) suchtkranke Personen, die im Lauf eines Jahres auf den (Wieder-)Einstieg in



den Regearbeitsmarkt vorbereitet werden. garage bietet seinen Mitarbeitern außerdem Begleitung bei Berufsorientierung und Jobsuche. Die Taschen wurden im Rahmen der Vienna Fashion Night im Juni 2011 erstmals vorgestellt, der Erlös aus dem Verkauf der limitierten Auflage wurde an ein UNICEF-Schulprojekt in Malawi/Afrika gespendet.

LESEN – SCHREIBEN – POST

Unter dem Titel „Die Post macht Schule“ hat die Österreichische Post eine Unterrichtsunterlage für die dritte Schulstufe entwickelt, die Aufgaben und Leistungen der Post präsentiert und zum Lesen und Schreiben anregt. Der Lehrbehelf vermittelt Schülerinnen und Schülern spielerisch Zugang zu den vielfältigen Aktivitäten der



Post als größtem Logistik-Dienstleister des Landes. Neben einem Leitfaden für Lehrer enthält die „Schulbox“ Arbeitsblätter und Informationshefte für die Schüler, einen Film über die Post in Form einer DVD und nicht zuletzt auch Briefmarken mit einem bei den Jüngsten besonders beliebten Motiv: Fridolin, dem Postfuchs. Die Schulboxen wurden im Oktober 2011 an 260 Wiener Volksschulen verteilt.

DIE POST UND „ZEITUNG IN DER SCHULE“

In Zusammenarbeit mit dem Verein „Zeitung in der Schule“ hat die Österreichische Post eine Ausgabe des Arbeitsheftes „Miniz“ zum Thema „Post und Porto – der Weg der Nachricht“ gestaltet. Zeitung in der Schule unterstützt Kinder und Jugendliche mit verschiedenen Unterrichtsmaterialien bei der Orientierung in der österreichischen Medienlandschaft und fördert so gleichzeitig die Lese- und Schreibkompetenz in österreichischen Schulklassen.

ÖKONOMIE

Die Post verfolgt das Ziel, ihre Marktführerschaft zu sichern und auszubauen sowie langfristig weiter zu wachsen. Gezielte strategische Maßnahmen sollen dazu beitragen. Das grundsätzliche Ziel, die Ertragskraft langfristig zu sichern, hat dabei oberste Priorität im Management der Österreichischen Post. Nur ein erfolgreiches Unternehmen kann seine gesellschaftliche Verantwortung langfristig wahrnehmen und einen angemessenen Beitrag leisten, um soziale und ökologische Bedürfnisse zu erfüllen.

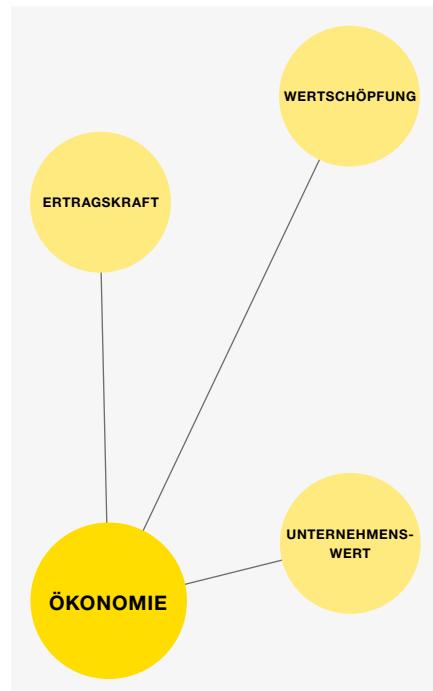
Die aktuellen Entwicklungen auf dem internationalen Post- und Logistikmarkt stellen die Österreichische Post bei der Erreichung ihrer ökonomischen Ziele vor große Herausforderungen, bringen aber auch neue Chancen. Um diese Chancen zu nutzen, hat die Österreichische Post in einem breit angelegten Strategieprozess ihre Ziele und strategischen

Maßnahmen klar festgelegt und dabei folgende strategische Stoßrichtungen definiert:

- Sicherung und Ausbau der Marktführerschaft in Österreich sowie
- Wachstum in definierten Märkten.
- Die Basis dafür: Laufende Effizienzsteigerung und Flexibilisierung der Kostenstruktur sowie
- konsequente Kundenorientierung und Innovation in allen Tätigkeitsbereichen.

Ziele

- Unternehmenswert steigern, unterstützt durch attraktive Dividendenpolitik
- Mittelfristiges Umsatzwachstum von 1–2% p. a.
- Nachhaltige EBITDA Marge von 10–12%

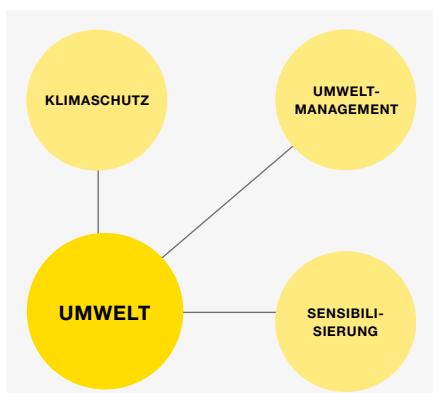


WERTSCHÖPFUNG FÜR ALLE STAKEHOLDER

Mio EUR	2009	2010	2011
Entstehung			
Umsatzerlöse und sonstige betriebliche Erträge	2.446,5	2.441,7	2.423,2
abzüglich Vorleistungen	-1.162,8	-1.165,1	-1.194,2
davon Material und bezogene Leistungen	-766,1	-771,0	-759,8
davon sonstige betriebliche Aufwendungen	-277,0	-288,8	-320,0
Wertschöpfung	1.283,6	1.276,6	1.229,0
Verteilung			
an Mitarbeiter (Löhne, Gehälter, Sozialaufwand)	1.147,3	1.129,2	1.057,7
an Aktionäre (Dividende)	101,3	108,1	114,8
an den Staat (Steuern)	45,1	30,3	39,3
an Kreditgeber (Zinsaufwand)	4,6	3,8	3,7
Restbetrag	-14,8	5,2	13,5
Wertschöpfung	1.283,6	1.276,6	1.229,0

UMWELT

ERFOLGREICHE INITIATIVE „CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT“



1. VERMEIDEN UND EFFIZIENZ STEIGERN

Gebäude: Monitoring des Energieverbrauchs, effiziente Beleuchtungskonzepte, Optimierung der Gebäudeinfrastruktur

Fuhrpark: optimierte Routenplanung, moderne Fahrzeugflotte, Fahrtrainings für umweltschonende Fahrweise

2. ALTERNATIVE ENERGIEFORMEN

Vorreiter im Bereich der Elektromobilität: bereits 265 E-Fahrzeuge im Post-Fuhrpark

Grüner Strom: ausschließliche Nutzung von Strom aus erneuerbaren Energiequellen

Photovoltaik: Prüfung der Errichtung von Solaranlagen auf den Verteilzentren

3. KOMPENSATION

Besonderes Augenmerk auf ökologische und sozioökonomische Aspekte

Freiwillige Unterstützung von nationalen und internationalen Klimaschutzprojekten

Die Österreichische Post ist sich ihrer Verantwortung gegenüber der Umwelt bewusst und sucht daher laufend nach Optimierungspotenzialen, um ihren ökologischen Fußabdruck zu minimieren. Neben umfangreichen eigenen Maßnahmen in diese Richtung nimmt sie auch aktiv an Projekten wie dem „Greenhouse Gas Reduction Programme“ von PostEurop oder dem „Environmental Measurement and Monitoring System (EMMS)“ der International Post Corporation (IPC) teil, die auf die Reduktion von Treibhausgasemissionen abzielen.

Als größtes Logistikunternehmen des Landes ist die Post in einem sehr energieintensiven Geschäft tätig. Ihre Mitarbeiter legen täglich mehr als 200.000 km zu Fuß oder per Fahrrad,



Moped, Pkw und Transporter zurück. Das Unternehmen benötigt für seine Fahrzeuge pro Jahr rund 15 Millionen Liter Treibstoff und für seine Gebäude rund 160 Millionen Kilowattstunden Energie pro Jahr.

Dies führt zu CO₂-Emissionen, die das globale Klima belasten. In Summe emittierte die Post im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit im Jahr 2010 rund 95.000 Tonnen CO₂. 35.000 Tonnen davon entstehen durch den Betrieb der Gebäude und Verteilzentren, weitere 40.000 Tonnen im eigenen Fuhrpark, die übrigen 20.000 Tonnen bei Partnerunternehmen.

Um diese Emissionen so weit wie möglich zu reduzieren, geht die Post mit gutem Beispiel voran: Alle Briefe, Pakete und Werbesendungen werden seit dem Jahr 2011 in Österreich ausnahmslos CO₂ neutral zugesellt. Diese Initiative wird in einem Dreistufen-Programm umgesetzt: „Oberste

Priorität hat immer die Vermeidung von Emissionen in den eigenen Kernprozessen, d. h. vor allem im Bereich Gebäude und Fuhrpark. In einem zweiten Schritt setzen wir auf alternative Energieformen. Wir bauen unseren E-Fuhrpark in den nächsten Jahren umfassend aus. Mit Ende Februar 2012 umfasst der Post-Fuhrpark bereits 18 E-Autos und 247 einspurige E-Fahrzeuge. Alle Emissionen, die wir derzeit noch nicht vermeiden können, werden drittens durch die Unterstützung anerkannter und zertifizierter Klimaschutzprojekte kompensiert“, so Harald Hagenauer, der den Bereich CSR in der Österreichischen Post verantwortet.

Und die Einsparungsziele sind ambitioniert: Von 2008 bis 2020 soll der CO₂-Ausstoß (inkl. Frächter) um 20% reduziert werden. Gleichzeitig will die Österreichische Post ihr internes Umweltmanagement weiter optimieren und ihre gesellschaftliche Stellung als eines der wichtigsten Dienstleistungsunternehmen des Landes für die Sensibilisierung von Kunden, Mitarbeitern und Partnern nutzen.

Ziele

- Reduktion der CO₂-Emissionen 2008–2020 um 20%
- Optimierung des internen Umweltmanagements
- Sensibilisierung der Stakeholder für die Themen Umwelt- und Klimaschutz

Um sicherzustellen, dass die angestrebten positiven Umweltauswirkungen auch tatsächlich eintreten, wird die gesamte Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT durch unabhängige Experten des TÜV AUSTRIA begleitet und geprüft.



Nähtere Infos unter
www.post.at/CO2neutral

HOHE ÖKOEFFIZIENZ IM FUHRPARK

CO₂ NEUTRALE ZUSTELLUNG ALS ZEICHEN PROAKTIVER KUNDEN- ORIENTIERUNG

Die Österreichische Post garantiert jedem Kunden, dass seine Sendungen – egal ob Brief, Werbesendung, Zeitschrift oder Paket – CO₂ neutral zugestellt werden. Geschäftskunden erhalten jährlich auch ein Zertifikat, das die klimaneutrale Zustellung ihrer Sendungen bestätigt.



„Ich bin seit kurzem mit einem E-Auto – einem Citroen Berlingo – unterwegs und habe bis jetzt beste Erfahrungen damit gemacht. Das Fahrzeug fährt sich sehr gut und vor allem leise – ich höre lediglich das Gebläse der Heizung. Auch von Kunden werde ich regelmäßig angesprochen, immerhin fahre ich so gut wie lautlos.“

KARL WENINGER,
Post-Zusteller in St. Pölten

Transporte sind ein wesentlicher Teil der Unternehmensaktivität der Österreichischen Post. Deshalb ist sie im Rahmen ihrer Klimaschutzstrategie bestrebt, alle Transporte so umweltfreundlich wie möglich zu gestalten. Die Post verfügt dabei mit mehr als 9.500 Fahrzeugen über den größten Fuhrpark Österreichs. Dazu zählen zwar auch Fahrräder, und ein Teil der Zustellung erfolgt überhaupt zu Fuß (über 20% aller Zustellrayons sind Fuß- bzw. Fahrradrayons). Dennoch gilt es, gerade in diesem Bereich Potenziale nachhaltig zu heben. Die Post steigert deshalb laufend die Effizienz in ihrem Fuhrpark. Neben dem konsequenten Ausbau des Anteils der Fahrzeuge mit alternativen Antriebstechnologien – insbesondere von Erdgas- und Elektrofahrzeugen – setzt sie dabei

auch laufend Maßnahmen, mit denen die Umweltbelastung durch konventionell angetriebene Fahrzeuge möglichst gering gehalten werden soll. Ein wichtiges Mittel dazu ist eine kontinuierliche Optimierung der Routenplanung. Leerfahrten werden vermieden, die Auslastung der eingesetzten Fahrzeuge konsequent verbessert und die Anzahl der Transport-Kilometer verringert. Ebenso optimieren aber auch eine moderne Fahrzeugflotte und regelmäßige Servicewartungen die Öko-Effizienz des Fuhrparks. Und die Mitarbeiter der Post leisten ebenfalls einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz: In Kooperation mit dem ÖAMTC werden die Lenker und Lenkerinnen der Post-Fahrzeugflotte laufend von posteigenen ECO-Trainern im sprit sparenden Fahrverhalten geschult.



E-MOBILITÄT LÄNGST KEINE VISION MEHR

Elektrofahrzeuge leisten wesentliche Beiträge zur Reduktion von Emissionen, Lärm und Energieverbrauch, denn Elektromotoren arbeiten wesentlich effizienter und sind vor Ort emissionsfrei und geräuscharm. Zudem war der Stand der Technik bei elektrischen Antriebssystemen noch nie so weit fortgeschritten wie heute. Die Österreichische Post ist deshalb dabei, ihren E-Fuhrpark beträchtlich

zu erweitern. Bereits im Jahr 2011 wurden 18 E-Autos angeschafft. Damit verfügt die Österreichische Post über 265 E-Fahrzeuge und gehört zu den österreichischen Vorreitern im Bereich der E-Mobilität.

„Als größter Logistiker des Landes sind wir stolz, schon jetzt federführende Impulse in diesem Bereich zu setzen. Wir sind zuversichtlich, dass diese Techno-

logie auch in der Post-Praxis erfolgreich sein wird“, so Post-Generaldirektor Georg Pölzl. „Abhängig vom Förderumfeld, der technischen Verfügbarkeit und der Eignung für den postalischen Betrieb werden wir den Ausbau unseres E-Fuhrparks in den nächsten Jahren konsequent weiter vorantreiben – bis 2015 planen wir, mehr als 1.000 E-Fahrzeuge in die Flotte zu integrieren“, so Pölzl ergänzend.



DIE POST SETZT AUF „GRÜNEN STROM“

Jährlich verbraucht die Österreichische Post rund 160 Millionen Kilowattstunden an Energie. Davon entfällt rund die Hälfte auf Strom, der Rest verteilt sich auf Erdgas, Heizöl und Fernwärme. Seit Anfang 2012 bezieht die Post ihren Strom nun ausschließlich aus erneuerbaren Energiequellen. Denn „grüner Strom“ nutzt die natürlichen Energien der Erde – Sonne, Wasser, Wind, Biomasse und Erdwärme. Die Gewinnung ist umweltschonend und es entstehen dabei praktisch keine Treibhausgase. Auch die Errichtung von Photovoltaikanlagen auf ihren Verteilzentren prüft die Post deshalb im Moment.

INTERVIEW



„.... Strom aus erneuerbarer Energie ist ein ganz wesentlicher Baustein einer glaubwürdigen Nachhaltigkeitsstrategie ...“

DIPL.-ING. OLAF KIESER
Vorstandsdirektor Energie Steiermark AG

Herr Dipl.-Ing. Kieser, wie sieht der Strommarkt im Bereich erneuerbare Energien in Österreich aus?

Kieser: Der Markt für erneuerbare Energien wird derzeit durch die gesetzlichen Einspeisetarife auf Basis des Ökostromgesetzes bestimmt. Aufgrund des aktuellen Förderregimes liefert die überwiegende Anzahl der Ökoanlagen (Wind, Biomasse, Photovoltaik) ihre erzeugte Energie zu einem garantierten Tarif an die Abwicklungsstelle für Ökostrom (OemAG). Diese leitet den Strom wiederum an die Stromhändler weiter, die verpflichtet sind, diesen abzunehmen. Im Jahr 2010 wurden über die OemAG in Summe 5.905 GWh vermarktet, das entspricht rund 11% der Gesamtabgabe an Strom im öffentlichen Netz in Österreich. Für diese Strommenge war ein Unterstützungs volumen von 348 Mio EUR notwendig, um die Differenz zwischen dem höheren, geförderten Einspeisetarif und dem Großhandelspreis auszugleichen. Getragen wird diese Differenz im Interesse der Umwelt zum Teil von den Stromhändlern, zum Teil von den Strom-Endkunden.

Wie wird sich der Markt in den nächsten Jahren entwickeln?

Kieser: 2011 wurde das Ökostromgesetz novelliert und der Fördertopf dadurch ab 2012 deutlich aufgestockt. Damit stehen für den weiteren Ausbau von Ökostromanlagen jährlich 50 Mio EUR

(dieser Betrag verringert sich in den nächsten zehn Jahren um jährlich 1 Mio EUR) an zusätzlichem Fördervolumen zur Verfügung. Somit ist auch in Zukunft mit einem weiteren Ausbau der erneuerbaren Energien zu rechnen.

Wie bewerten Sie die Nachhaltigkeitsinitiativen der Österreichischen Post, vor allem den Umstieg auf Strom aus erneuerbaren Energien?

Kieser: Der 100%ige Umstieg der Post auf Strom aus erneuerbarer Energie ist ein ganz wesentlicher Baustein einer glaubwürdigen Nachhaltigkeitsstrategie, denn erst dadurch wird auch der verstärkte Einsatz von Elektromobilität bezüglich seiner CO₂-Bilanz in vollem Umfang wirksam. Die Beteiligung an Windkraftanlagen, Investitionen in Photovoltaik sowie der Ersatz fossiler Energieträger durch Nahwärme auf Basis von Biomasse oder Biogas könnten die Nachhaltigkeitsstrategie sinnvoll ergänzen. Insbesondere in diesen Bereichen, aber auch bei den Themen Elektromobilität und Smart Metering, kann die Energie Steiermark die Post als starker Partner unterstützen.

Vielen Dank für das Gespräch.



Umweltkennzahlen Österreichische Post AG

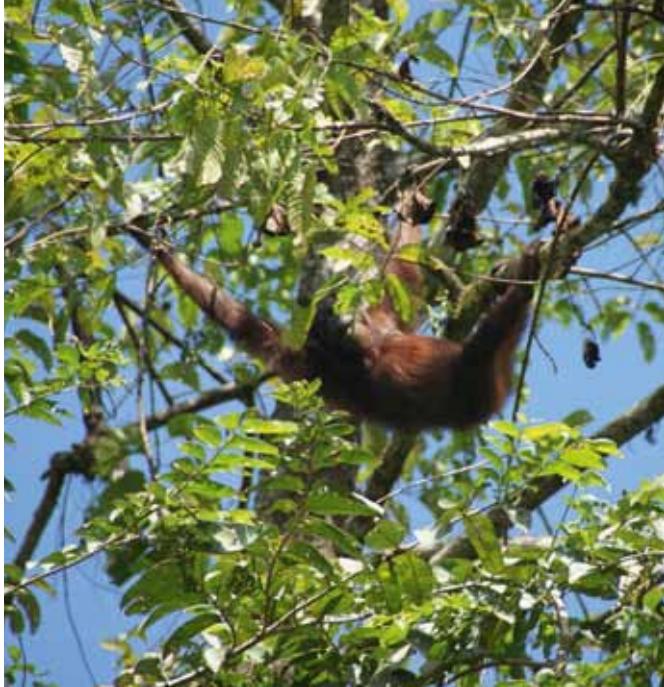
	2009	2010	2011
Verbrauch signifikanter Ressourcen (Mio kWh)	170,7	156,7	1
Gebäudenutzflächen (m²)	1.220.988	1.186.753	1.130.007
davon im Unternehmensbesitz	766.045	748.936	714.622
Treibstoffmenge: Benzin, Super, Diesel, Erdgas (Mio l)	15,29	15,21	14,60
davon Diesel	14,90	14,75	14,15
CO₂-Emissionen (Scope 1+2) nach			
Greenhouse Gas Protocol (in t)	78.609	75.226	1
davon Straßentransport (Eigentransport)	40.868	40.621	39.010
davon Gebäude	37.741	34.605	1
CO₂-Emissionen (Scope 1-3)			
nach Greenhouse Gas Protocol (in t)	96.706	94.482	1
davon Straßentransport (Eigentransport)	40.868	40.621	39.010
davon Straßentransport (Partnerunternehmen)	18.097	19.256	20.293
davon Gebäude	37.741	34.605	1
Fahrzeuge (Summe)	9.165	9.248	9.650
Fahrräder	973	1.032	1.049
davon Elektro-Fahrräder	14	64	94 ²
Mopeds	1.082	1.252	1.235
davon Elektro-Mopeds	6	6	6 ²
Fahrzeuge bis 3,5t	6.925	6.788	7.214
davon Erdgas-Fahrzeuge bis 3,5t	77	77	77
davon Elektro-Fahrzeuge bis 3,5t			18 ²
Fahrzeuge über 3,5t	185	176	152
Kilometerleistung (Mio km)	123	120	119
Papierverbrauch (t)	426,4	337,1	294,3
davon Recyclingpapier (t)	2,6	25,3	62,0

¹ Messwerte noch nicht verfügbar, exakte Werte werden im Nachhaltigkeitsbericht 2011 der Österreichischen Post AG publiziert. Das Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol) ist der international am weitesten verbreitete Standard für die Erhebung von Treibhausgasemissionen. www.ghgprotocol.org.

Die Österreichische Post als Dienstleistungsunternehmen verbraucht vor allem Ressourcen im Bereich Fuhrpark und Gebäude.

Andere Materialverbräuche wie etwa Metall sind nicht signifikant.

² Der angekündigte Stand von 265 E-Fahrzeugen wird mit Ende 2012 erreicht.



Erhalt der tropischen Regenwälder in Malaysia.



Windkraft in Indien.

PROJEKTE FÜR DEN KLIMASCHUTZ

Nach derzeitigem Stand der Forschung ist im Zuge der globalen Klimaerwärmung bis zum Jahr 2050 ein Temperaturanstieg von 1–3,5°C zu erwarten. Wissenschaftler prognostizieren aufgrund dieser Veränderung für viele Regionen verstärkte Trockenzeiten und Hitzewellen, aber auch Überflutungen und Erdutsche. Dieser Entwicklung muss aktiv begegnet werden. Dabei trägt die Wirtschaft einen wichtigen Teil der Verantwortung.

Auch die Österreichische Post versucht wie bereits erwähnt ihre CO₂-Emissionen in den eigenen Kernprozessen so weit wie möglich und wirtschaftlich vertretbar zu reduzieren.

Zusätzlich werden jene Emissionen, die im Rahmen dieser kontinuierlichen Einsparung nicht vermieden werden können, durch die Unterstützung von nationalen und internationalen Klimaschutzprojekten kompensiert. „Diese Projekte dienen explizit der Vermeidung von CO₂ und leisten damit einen wichtigen Beitrag zur globalen CO₂-Bilanz“, erläutert Harald Hagenauer. „Wir unterstützen dabei im internationalen Bereich ausschließlich Klimaschutzprojekte in Entwicklungs- und Schwellenländern. So sorgen wir auch für Technologietransfer und wirtschaftliche Entwicklung und helfen mit, den Lebensstandard in diesen Ländern zu verbessern.“



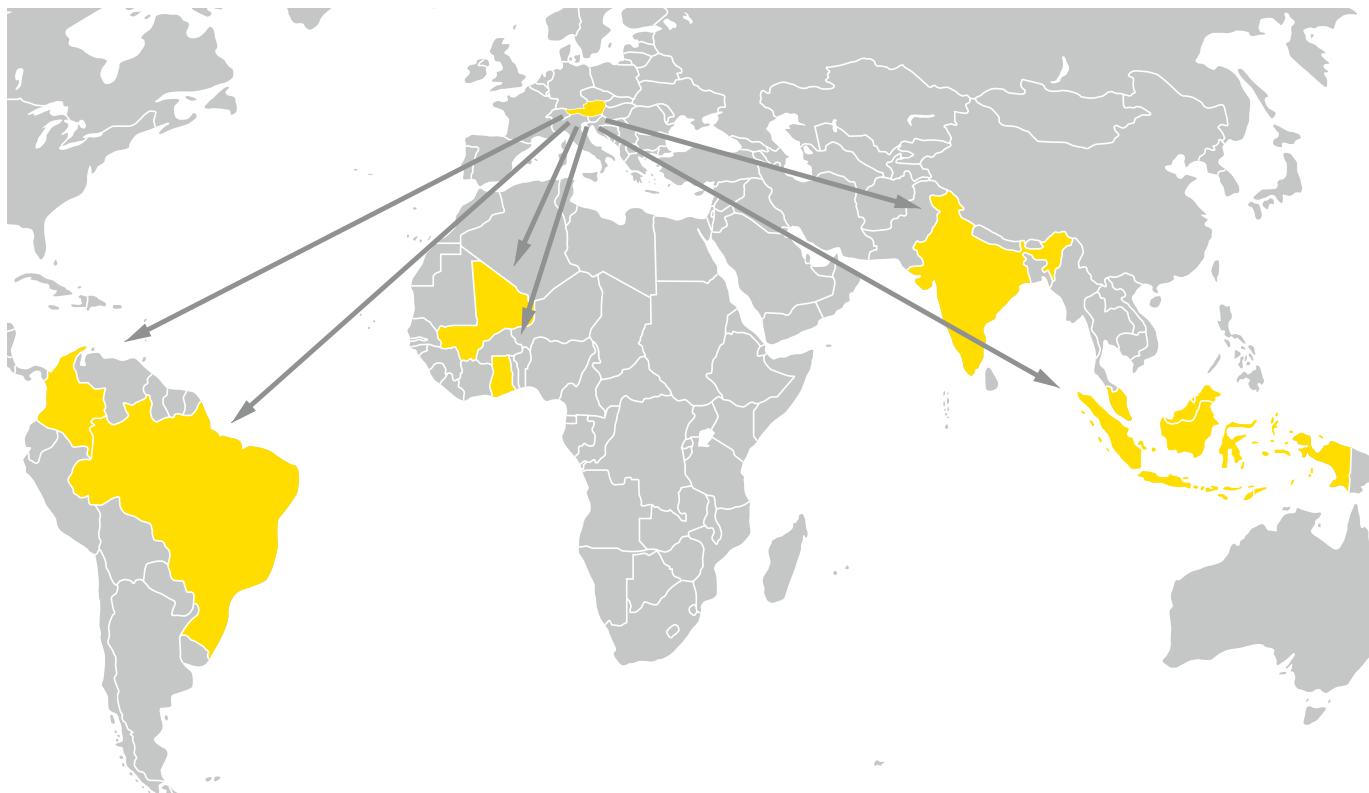
Aufforstung in Kolumbien.



Saubere Energie aus Wasserkraft in Indien.



Effiziente Kochöfen in Ghana.



AUSGEWÄHLTE KLIMASCHUTZPROJEKTE DER POST

ERHALT TROPISCHER WÄLDER	ENERGIEEFFIZIENTE KOCHÖFEN	SAUBERE ENERGIE AUS WASSERKRAFT	SAUBERE ENERGIE AUS WIND
<p>Standort: Malaysia und Kolumbien</p> <p>Projekttyp: Aufforstung</p> <p>Projektstandard: VCS und CCBS (SCS/Environmental Services Inc.)</p> <p>Im unterstützten Projektgebiet wird der stark degradierte Primärwald mit einheimischen Bäumen wieder aufgeforstet.</p>	<p>Standort: Ghana und Mali</p> <p>Projekttyp: Energieeffizienz, Kochöfen, Vermeidung von Abholzung</p> <p>Projektstandard: Gold Standard (TÜV Nord/TÜV Süd)</p> <p>Ein Großteil des Brennstoffbedarfs in Ghana und Mali wird durch Holz und Holzkohle gedeckt. Die Österreichische Post unterstützt Projekte, die der Bevölkerung den Zugang zu effizienten Kochöfen ermöglichen, mit denen Brennstoff gespart und die Umwelt geschont wird.</p>	<p>Standort: Indien und Indonesien</p> <p>Projekttyp: Erneuerbare Energie, Wasserkraft</p> <p>Projektstandard: VCS und Social Carbon Standard (TÜV Nord/RINA)</p> <p>Die Österreichische Post fördert die Nutzung erneuerbarer Energiequellen. Ihr Beitrag ermöglicht die Errichtung von kleinen Wasserkraftwerken in Indonesien und Indien und schafft zudem Arbeitsplätze für die Menschen in der Region.</p>	<p>Standort: Indien</p> <p>Projekttyp: Erneuerbare Energien, Windkraft</p> <p>Projektstandard: VCS (TÜV Nord/SQS)</p> <p>Die Österreichische Post leistet einen Beitrag zur Errichtung von Windkraftwerken in den südlichen Provinzen Indiens. Durch dieses Projekt wird die teils unter einfachsten Bedingungen lebende Bevölkerung mit nachhaltig gewonnener Energie versorgt. Zudem werden Weiterbildungs- und Beschäftigungsprogramme angeboten.</p>
<p>Positive Effekte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Reduktion von CO₂ in der Atmosphäre ■ Erhaltung von Lebensraum für einzigartige Tier- und Pflanzenarten ■ Schaffung von Arbeitsplätzen für die regionale Bevölkerung 	<p>Positive Effekte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Reduktion von CO₂-Emissionen und geringere Abholzung ■ Gesündere Umgebung bei Kochstellen senkt Krankheitsrisiko ■ Geringerer Brennstoffbedarf schonst das Budget der Familien 	<p>Positive Effekte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Reduktion der Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen ■ Schaffung von hunderten Arbeitsplätzen in der Bauphase ■ Positive Impulse für die Infrastruktur in der Region 	<p>Positive Effekte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Beitrag zur Diversifizierung der indischen Energieversorgung ■ Schaffung von Arbeitsplätzen und Ausbau der Infrastruktur ■ Gesundheits- und Weiterbildungsprogramme für die Bevölkerung in der Region

SERVICE

FACTS & FIGURES

DIVISION BRIEF, WERBEPOST & FILIALEN

Briefpost

- Annahme von Briefsendungen an ca. 22.000 Briefannahmestellen in Österreich
- Tägliche, flächendeckende Zustellung in höchster Qualität (zumindest 95% der Inlandsbriefe werden am ersten Werktag nach Aufgabe zugestellt)
- Produktion: Briefe werden gedruckt, kuvertiert und zum Versand vorbereitet
- Zustellung von rund 1 Mrd Briefen pro Jahr an 4,2 Mio Haushalte/Unternehmen in Österreich
- Zeitgenaue Zustellung/Abholung der Geschäftspost zu einem festen Wunschtermin bei rund 3.600 Firmen
- Poststellen Management: Postbearbeitung bei rund 90 Firmenkunden

Infomail

- Zustellung von rund 655 Mio adressierten Werbesendungen pro Jahr in Österreich
- Zustellung von rund 2,7 Mrd unadressierten Werbesendungen pro Jahr in der Slowakei, Ungarn, Kroatien und Rumänien
- Zustellung von rund 3,8 Mrd unadressierten Werbesendungen pro Jahr in Österreich
- Erstellung von Geomarketing-Streuplänen nach geografischen, soziodemografischen und sozioökonomischen Merkmalen
- Produktion: Flyer, Kuverts etc. werden gedruckt, individualisiert, personalisiert und kuvertiert

Medienpost

- Zustellung von rund 420 Mio Printmedien (Zeitungen und Zeitschriften) und 340 Mio Regionalmedien in Österreich
- Service- und Zusatzleistungen aus dem Bereich Abo-Marketing: Abo-Packages für Verlage mit Leserprofilauswertungen etc.

Vertrieb Filialen

- 60 Mio Kundenbesuche
- 1.880 eigen- und fremdbetriebene Post-Geschäftsstellen

Postdienstleistungen

- 609 Mio Briefe und 14 Mio Pakete im Filialnetz aufgegeben
- Handling von Brief- und Paketprodukten (Postfach, Urlaubsfach und Freimachungsservice), Filialprodukte, Betreuung der KMU-Kunden und Verkauf von Philatelieprodukten (Sondermarken)

Handelswaren

- 121.000 verkaufte Mobilfunkprodukte und 55.000 Bestellungen für Breitbandprodukte der Telekom Austria
- Breites Sortiment an Telekommunikationsprodukten (Mobil, Festnetz und Internet) sowie postaffinen Handelswaren und Dienstleistungen: Papier-, Büro- und Schreibwaren, Papeterie, Technik/Entertainment (CD, DVD), Lotterieprodukte

DIVISION PAKET & LOGISTIK

Heimmarkt Österreich

- Zustellung von rund 59 Mio Paketen und EMS-Sendungen an alle Haushalte/Unternehmen in Österreich
- Paket- und EMS-Service in 220 Länder der Erde
- Führender Dienstleister für die Auslieferung von Versandhandelpaketen – flächendeckende Zustellung in höchster Qualität (>96% der im Universaldienst beförderten Pakete erreichen ihren Empfänger innerhalb der gesetzlichen Laufzeitvorgabe)
- Abholung von Paketen für Geschäftskunden und Bearbeitung der Sendungen in sieben Verteilzentren und 13 eigenen Zustellbasen

Speziallogistikmarkt Westeuropa

- Nationale und grenzübergreifende Zustellung von 66 Mio Kombifracht-Sendungen pro Jahr in Deutschland, Belgien und den Niederlanden und über EURODIS in ganz Europa
- 51 trans-o-flex-Standorte
- Umschlag, Transport und Zustellung von temperatursensiblen Arzneimitteln in Deutschland, Benelux und Österreich
– 46 ThermoMed-/Scherübl-Standorte und eine spezielle Fazeugflotte sichern die Einhaltung der vorgeschriebenen Temperatur für jede einzelne Sendung
- Mehrwertdienstleistungen und Warehousing an sechs Logistik-Standorten

B2B-Markt Südost-/Osteuropa

- 74 Logistik-Standorte in der Slowakei, Ungarn, Serbien, Montenegro, Bosnien-Herzegowina und Kroatien sichern die Position der österreichischen Post als B2B-Marktführer in den Kernmärkten in CEE
- Zustellung von 11 Mio Sendungen pro Jahr
- Kooperation mit renommierten Logistikdienstleistern wie z. B. UPS
- Aufbau eines B2C-Netzwerks – bereits jedes vierte Paket ist ein Privatkundenpaket

SOLIDE PERFORMANCE 2011

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Mio EUR	2010	2011	Veränderung %
Umsatzerlöse ¹	2.253,1	2.348,7	4,2%
Materialaufwand und bezogene Leistungen ¹	-712,5	-759,8	6,6%
Personalaufwand ¹	-1.086,9	-1.050,1	-3,4%
Sonstige betriebliche Aufwendungen ¹	-278,7	-320,0	14,8%
Ergebnis at equity konsolidierte Unternehmen	1,0	-10,6	-
EBITDA	262,1	282,7	7,9%
Abschreibungen	-96,4	-86,8	-10,0%
Impairments	-8,8	-27,6	213,7%
EBIT	156,9	168,3	7,3%
EBT (Ergebnis vor Steuern)	148,7	163,1	9,7%
Ertragsteuern	-30,3	-39,3	29,7%
Periodenergebnis	118,4	123,8	4,6%
Ergebnis je Aktie	1,75	1,83	4,6%

¹ Werte 2010 und Veränderungen exkl. meiller Gruppe (Pro-forma-Konsolidierung); ab 2011: Joint Venture MEILLERGHP at equity konsolidiert

Gute Umsatzentwicklung bei Brief, Paket und Werbepost

EBIT-Steigerung von 7,3% auf 168,3 Mio EUR

CASHFLOW

Mio EUR	2010	2011	Veränderung %
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	178,9	228,2	27,6%
Free Cashflow	153,6	162,5	5,8%
Free Cashflow je Aktie	2,27	2,41	5,8%

Starker Free Cashflow als Basis für die attraktive Dividendenpolitik

AUSGEWÄHLTE KENNZAHLEN

Mio EUR	2010	2011	Veränderung %
EBITDA-Marge ¹ (%)	11,6%	12,0%	-
EBIT-Marge ² (%)	7,0%	7,2%	-
Nettofinanzmittelverschuldung	-126,6	-61,5	51,5%
Eigenkapitalquote (%)	40,3%	42,1%	-
ROE ³ (%)	20,7%	21,3%	-
Gearing Ratio ⁴ (%)	18,3%	8,8%	-
Capital Employed (Mio EUR)	767,5	708,9	-7,6%
ROCE ⁵ (%)	19,3%	22,8%	-
WACC	7,5	7,1	-

EBITDA-Marge mit 12% am oberen Ende der Zielbandbreite

Hohe Eigenkapitalquote und niedrige Nettofinanzverschuldung als Beleg für die solide Bilanzstruktur

¹ EBITDA-Marge = EBITDA/Umsatz (2010 exkl. meiller Gruppe)

² EBIT-Marge = EBIT/Umsatz (2010 exkl. meiller Gruppe)

³ Return on Equity = Ergebnis nach Ertragsteuern/Eigenmittel zum 1. Jänner abzüglich geflossener Dividende

⁴ Gearing Ratio = Nettofinanzmittelverschuldung/Eigenkapital

⁵ Return on Capital Employed = EBIT/durchschnittliches Capital Employed

GEWINNSPIEL

MEINE MARKE GEWINNEN

GLOSSAR

BRANCHENSPEZIFISCHE BEGRIFFE

Briefverkehr Inbound

Briefsendungen, die der Österreichischen Post von ausländischen Postorganisationen zur Zustellung in Österreich übergeben werden.

Briefverkehr Outbound

Briefsendungen, die von der Österreichischen Post ausländischen Postorganisationen zur Zustellung im Ausland übergeben werden.

Business to Business (B2B)

B2B bezeichnet Geschäfte zwischen Unternehmen.

Business to Consumer (B2C)

Im Gegensatz zu B2B ist im B2C-Bereich der Privatkunde und Endverbraucher Leistungsempfänger.

Consumer to Consumer (C2C)

C2C bezeichnet Geschäftsbeziehungen zwischen Privatpersonen (Endkonsumenten).

Corporate Governance

Grundsätze und Regelungen für eine verantwortungsbewusste Unternehmensführung und -steuerung im Sinn aller Stakeholder; für heimische Unternehmen im Österreichischen Corporate Governance Kodex zusammengefasst.

Dritte EU-Postrichtlinie

Durch die Dritte EU-Postrichtlinie wurde der österreichische Postmarkt vollständig liberalisiert. Das bedeutet, dass seit 2011 auch andere Unternehmen Briefe bis 50 Gramm zustellen dürfen (siehe Liberalisierung).

EMS

Express Mail Service der Österreichischen Post, ein Produkt zur schnellen und sicheren Beförderung von Briefen und Paketen.

Geomarketing

Planung, Koordination und Kontrolle der zielgruppengerechten Streuung von Sendungen mittels geografischer Informationssysteme.

Infomail

Der Division Brief zugeordnet, umfasst dieses Geschäftsfeld die Entgegennahme und Zustellung von adressierten Werbesendungen und unadressierter Haushaltswerbung im In- und Ausland sowie Dienstleistungen aus dem Bereich des Direct Marketing (z. B. Geomarketing, Adressmanagement).

Kombifracht

Gemeinsamer Transport von Paketen und Paletten in einem Netzwerk.

Liberalisierung

Seit Anfang 2011 (bzw. teilweise ab 2013) ist in der EU der Briefpostmarkt vollständig liberalisiert. Im Einklang damit wurden in Österreich per 1. Jänner 1998 Briefsendungen und adressierte Direktwerbung über 350 Gramm für den Wettbewerb freigegeben. Der freie Marktzugang wurde per 1. Jänner 2003 auf Sendungen über 100 Gramm sowie alle Sendungen des Outbound-Bereichs ausgedehnt. Mit 1. Jänner 2006 erfolgte als letzte Zwischenstufe eine weitere Ausdehnung auf Briefsendungen über 50 Gramm.

Medienpost

Der Division Brief zugeordnet, ist das Geschäftsfeld Medienpost im sehr speziellen Markt der Printmedienzustellung tätig.

Nachsendauftrag

Die Post wird auf Wunsch vorübergehend an eine andere Adresse nachgesendet.

Post-Geschäftsstellen

Durch 1.880 eigen- und fremdbetriebene Post-Geschäftsstellen gilt die flächendeckende Versorgung mit Postdienstleistungen österreichweit als gesichert.

Postmarktgesetz

Das neue Postmarktgesetz, Ende 2009 beschlossen, schafft in Österreich klare Rahmenbedingungen und bildet die Basis für den seit 1. Jänner 2011 vollständig liberalisierten Briefmarkt.

Post Partner

Bieten Post- und Finanzdienstleistungen an. Betreiber sind Lebensmittelgeschäfte, Trafiken, Gemeinden, Tourismusverbände u. a.

Poststellen Management

Die Poststelle eines Unternehmens oder einer Organisation wird durch die Österreichische Post betrieben (interne Verteilung, Auslieferung, Zulieferung).

Postvollmacht

Persönlich adressierte Sendungen wie Einschreiben, Nachnahme, Wertbriefe, Geldbeträge oder RSA- und RSb-Briefe können durch die Ausstellung einer Postvollmacht auch durch andere Personen übernommen werden (ausgenommen Briefsendungen mit dem Vermerk „Nicht an Postbevollmächtigte“ und Pakete mit Vermerk „Persönlich“).

Urlaubsfach

Sichere und diskrete Aufbewahrung von Post während der Abwesenheit. Nach dem Urlaub liegen die Sendungen zur Abholung bereit oder werden zu einem vereinbarten Termin zugestellt.

Universaldienst

Als Universaldienst bezeichnet man die Grundversorgung der Bevölkerung mit Postdienstleistungen. Dazu zählen unter anderem die Zustellung in ganz Österreich fünfmal pro Woche an jede Adresse sowie ein ausreichendes Netz an Briefkästen und Post-Geschäftsstellen.

Universaldienstverordnung

Die Universaldienstverordnung regelt – neben dem Postmarktgesetz – die Grundversorgung der Bevölkerung mit Postdienstleistungen. Sie schreibt beispielsweise vor, dass jeder Österreicher fünfmal pro Woche die Post erhält.

Zustellbasen

Knoten im Verteilnetz, von denen aus die Zusteller ihre Zustellbezirke bedienen.

GESCHÄFTSBERICHT | ÖSTERREICHISCHE POST AG | DAS MAGAZIN



ZAHLEN WERTE

GESCHÄFTSBERICHT | ÖSTERREICHISCHE POST AG | FACTS & FIGURES

2011



**UMSATZ
VERBESSERT**

4,2% ÜBER VORJAHRESNIVEAU.

**WEITERE ERGEBNIS-
STEIGERUNG**

EBIT MIT PLUS VON 7,3%.

**ATTRAKTIVE
DIVIDENDE**

VORSCHLAG AN DIE HAUPT-
VERSAMMLUNG: 1,70 EUR PRO AKTIE.

HIGHLIGHTS 2011

▪ UMSATZ VERBESSERT

- Umsatz auf vergleichbarer Basis um 4,2% über Vorjahresniveau
- Division Brief +4,4%, Paket & Logistik +5,6%

▪ WEITERE ERGEBNISSTEIGERUNG

- EBITDA von 282,7 Mio EUR ergibt Marge von 12,0%
- EBIT mit einem Plus von 7,3% auf 168,3 Mio EUR

▪ STARKER CASHFLOW UND SOLIDE BILANZ

- Free Cashflow um 5,8% auf 162,5 Mio EUR gesteigert
- Eigenkapitalquote von 42,1%

▪ ATTRAKTIVE DIVIDENDE

- Dividendenvorschlag von 1,70 EUR/Aktie an die Hauptversammlung
- Auf Basis Jahresultimo 2011 Dividendenrendite von 7,3%

▪ AUSBLICK 2012 MIT WACHSTUMSZIEL

- Stabiler bis leicht steigender Umsatz auf vergleichbarer Basis
- EBITDA-Marge am oberen Ende der Zielbandbreite 10-12%

KENNZAHLENÜBERBLICK

ÖSTERREICHISCHE POST

Mio EUR	2009	2010	2011	Veränderung 2010/2011
Gewinn- und Verlustrechnung				
Umsatzerlöse ¹	Mio EUR	2.356,9	2.253,1	2.348,7
EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen)	Mio EUR	269,2	262,1	282,7
EBITDA-Marge ²	%	11,4%	11,6%	12,0%
EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern)	Mio EUR	149,4	156,9	168,3
EBIT-Marge ²	%	6,3%	7,0%	7,2%
EBT (Ergebnis vor Steuern)	Mio EUR	124,8	148,7	163,1
Periodenergebnis	Mio EUR	79,7	118,4	123,8
Ergebnis je Aktie ³	EUR	1,18	1,75	1,83
Mitarbeiter (Periodendurchschnitt, Vollzeitkräfte) ¹		25.921	24.969	24.042
Cashflow				
Cashflow aus dem Ergebnis vor Steuern	Mio EUR	220,7	196,0	290,6
Cashflow aus dem Ergebnis	Mio EUR	195,8	134,1	248,6
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	Mio EUR	230,0	178,9	228,2
Investitionen in Sachanlagen (CAPEX)	Mio EUR	65,6	45,5	73,8
Erwerb/Verkauf von Tochtergesellschaften	Mio EUR	1,1	12,7	-1,1
Free Cashflow	Mio EUR	236,9	153,6	162,5
Bilanz				
Bilanzsumme	Mio EUR	1.775,3	1.715,1	1.668,3
Eigenkapital	Mio EUR	673,7	690,8	702,0
Langfristiges Vermögen	Mio EUR	1.141,3	1.067,6	1.005,1
Kurzfristiges Vermögen	Mio EUR	634,0	647,5	660,4
Nettofinanzmittelverschuldung	Mio EUR	-231,2	-126,6	-61,5
Net Debt/EBITDA (Nettoverschuldung/EBITDA)		0,86	0,48	0,22
Eigenkapitalquote	%	38,0%	40,3%	42,1%
Eigenkapitalrentabilität (ROE)	%	13,9%	20,7%	21,3%
Gearing Ratio	%	34,3%	18,3%	8,8%
Capital Employed	Mio EUR	861,7	767,5	708,9
Return on Capital Employed (ROCE)	%	16,5%	19,3%	22,8%
WACC	%	7,6%	7,5%	7,1%
Post Aktie				
Kurs per Ende Dezember	EUR	19,02	24,73	23,30
Höchst-/Tiefstkurs (Schlusskurs)	EUR	26,14/18,00	24,73/18,20	24,73/18,93
Dividende je Aktie (für Geschäftsjahr)	EUR	1,50	1,60	1,70 ⁴
Total Shareholder Return	%	-10,7%	+37,9%	+0,7%
Marktkapitalisierung per Ende Dezember	Mio EUR	1.284,9	1.670,6	1.574,0
Anzahl der im Umlauf befindlichen Aktien per Ende Dezember	Stück	67.552.638	67.552.638	67.552.638
Streubesitz	%	47,2%	47,2%	47,2%
Umsatz nach Divisionen (Außenumsatz)				
Brief ¹	Mio EUR	1.396,8	1.291,3	1.347,6
Paket & Logistik	Mio EUR	768,4	802,0	846,5
Filialnetz	Mio EUR	189,6	157,9	153,1
EBIT nach Divisionen				
Brief	Mio EUR	221,1	234,9	295,7
Paket & Logistik ⁵	Mio EUR	-9,3	12,6	13,8
Filialnetz	Mio EUR	-9,2	-30,8	-17,8

¹ Werte 2010 und Veränderungen exkl. meiller Gruppe (Pro-forma-Konsolidierung); ab 2011 Joint Venture MEILLERGHP at equity konsolidiert

² Margen 2010 bezogen auf Umsatz auf vergleichbarer Basis exkl. meiller Gruppe

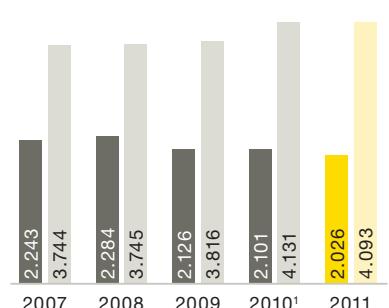
³ Bezogen auf 69.505.601 Stück Aktien, ab 2010 bezogen auf 67.552.638 Stück Aktien

⁴ Vorschlag an die Hauptversammlung am 17. April 2012

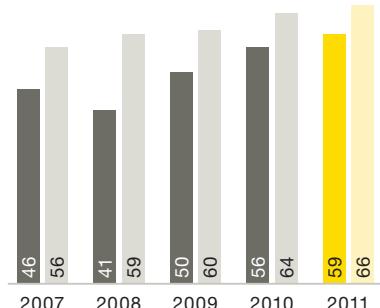
⁵ EBIT 2010 und 2011 exkl. Strukturmaßnahmen und Impairments

ENTWICKLUNG DER KENNZAHLEN

BRIEFSENDUNGEN
MIO STÜCK



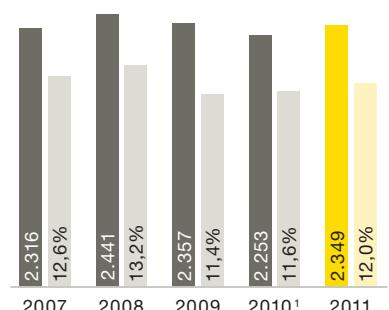
PAKETSENDUNGEN
MIO STÜCK



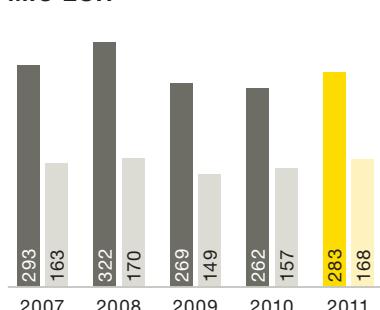
■ Adressierte Sendungen Österreich
■ Unadressierte Sendungen Österreich

¹ Positive Sondereffekte durch Wahlen

UMSATZ UND EBITDA-MARGE



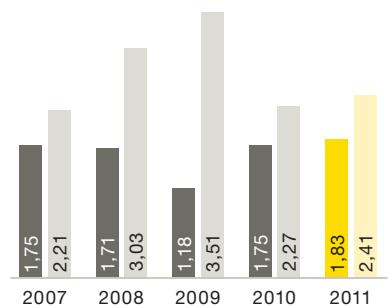
EBITDA UND EBIT
MIO EUR



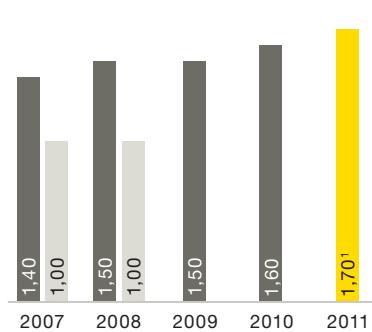
■ Umsatz (Mio EUR)
■ EBITDA-Marge (in %)

¹ Umsatz auf vergleichbarer Basis

ERGEBNIS JE AKTIE UND
FREE CASHFLOW JE AKTIE
EUR



DIVIDENDE JE AKTIE
EUR



■ Ergebnis je Aktie
■ Free Cashflow je Aktie

■ Dividende
■ Sonderdividende

¹ Vorschlag an die Hauptversammlung
am 17. April 2012

INHALT

06 VORWORT DES VORSTANDES

CORPORATE-GOVERNANCE-BERICHT

- 08 Corporate Governance Kodex
- 10 Vorstand
- 12 Aufsichtsrat
- 15 Vergütungsbericht
- 17 Evaluierungsbericht
- 18 Bericht des Aufsichtsrats

KONZERN-ABSCHLUSS 2011¹

- 46 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
- 47 Gesamtergebnisrechnung
- 48 Konzernbilanz
- 49 Konzern-Cashflow-Statement
- 50 Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals
- 51 Konzernanhang
- 109 Erklärung der gesetzlichen Vertreter
- 110 Bestätigungsvermerk

KONZERN-LAGEBERICHT 2011¹

- 22 Umfeld- und Rahmenbedingungen
- 23 Geschäftsverlauf und wirtschaftliche Lage
- 33 Ergebnisse der Divisionen
- 36 Voraussichtliche Entwicklung/Ausblick und Risiken des Unternehmens
- 40 Internes Kontrollsysteem und Risikomanagement im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess
- 43 Informationen gemäß § 243a UGB

SERVICE

- 112 Glossar/Stichwortverzeichnis
- 114 Geschichte der Post
- 116 2011 im Überblick
- 117 Adressen von Tochtergesellschaften
- 118 Kontakt
- 119 Kennzahlenüberblick 2002–2011
- 121 Finanzkalender 2012
- 122 Aktienkennzahlen
- 123 Impressum

¹ Dieser Teil unterlag der gesetzlichen Abschlussprüfung durch die Deloitte Audit Wirtschaftsprüfungs GmbH (ausgenommen Kapitel „Erklärung der gesetzlichen Vertreter“)

VORWORT DES VORSTANDS

SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN, VEREHRTE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE!

Das Geschäftsjahr 2011 ist für die Österreichische Post sehr zufriedenstellend verlaufen. Die Umsatz- und Ergebniskennzahlen belegen einmal mehr, dass die strategische Ausrichtung des Konzerns stimmt. Auch nach der vollständigen Liberalisierung des österreichischen Briefmarktes Anfang 2011 konnte die Österreichische Post ihre führende Marktstellung halten. Unsere gute Marktposition konnten wir auch im Bereich Werbesendungen bestätigen, der sich 2011 – trotz eines herausfordernden Konjunkturmfeldes – als unverzichtbarer Bestandteil des Marketing-Mix der Unternehmen erwies. Mit Umsatzzuwächsen präsentierte sich einmal mehr der Paket- und Logistikbereich. Hier konnten wir an dem – sowohl national als auch international bestehenden – generellen Wachstumstrend partizipieren. Insgesamt erzielte der gesamte Post Konzern im Jahr 2011 erfreuliche Umsatzsteigerungsraten, die über unseren Erwartungen lagen. Aber auch den eingeschlagenen Weg der laufenden Effizienzsteigerung und Flexibilisierung der Kostenstruktur haben wir konsequent weiterverfolgt. In vielen Bereichen haben sich diese Maßnahmen bereits 2011 sehr positiv in der Ergebnisentwicklung niedergeschlagen, in anderen Bereichen mussten die Maßnahmen weiter intensiviert werden. Auch hier befinden wir uns eindeutig auf dem richtigen Weg, um unsere Performance nachhaltig zu verbessern. Auf dieser Basis erhöhte sich das Ergebnis um 7,3% und war damit das zweitbeste unserer Unternehmensgeschichte.

UMSATZWACHSTUM LIEGT ÜBER MITTELFRISTIGEN ZIELVORGABEN

Im Jahr 2011 erhöhte die Österreichische Post ihren Konzernumsatz auf vergleichbarer Basis um 4,2% auf 2.348,7 Mio EUR. Damit lag die erzielte Umsatzsteigerung deutlich über unserem mittelfristigen Wachstumsziel von 1–2% pro Jahr. Zuwächse konnten dabei sowohl in der Division Paket & Logistik als auch in der Division Brief erzielt werden. Im Briefbereich sorgten vor allem innovative neue Kundenlösungen sowie das neue Produkt- und Markensortiment für Wachstumsimpulse. Im Paketgeschäft profitierten wir vom wachsenden Markt und darüber hinaus von einer verbesserten Marktposition – nicht zuletzt im Geschäfts-kundensegment in Österreich.

DIVISION BRIEF ÜBERZEUGT AUF GANZER LINIE

Auf Basis der um die entkonsolidierten meiller-Gesellschaften bereinigten Umsätze 2010 erhöhte sich der Umsatz der Division Brief im Vergleichszeitraum um 4,4%. Zuwächse konnten dabei nicht nur im Bereich Werbesendungen und Medienpost erzielt werden, auch das Geschäftsfeld Briefpost zeigte im Periodenvergleich erfreuliche Steigerungsraten. Zwar hält die elektronische Substitution des klassi-

schen Briefes weiter an, diesem Trend konnte die Österreichische Post jedoch durch innovative Kundenlösungen entgegenwirken. So wurden beispielsweise Umsatzzuwächse im Bereich Mail-Solutions erzielt, und auch das seit Mai 2011 neu gestaltete Produkt- und Markensortiment mit der Wahlmöglichkeit zwischen „Premium“ und „Economy“ führte zu positiven Effekten. Der Zuwachs im Geschäftsfeld Werbepost wiederum ist ein Beweis dafür, dass sich die Werbewirtschaft im Jahr 2011 – trotz konjunktureller Unsicherheiten – äußerst solide entwickelte. Noch besser als der Umsatz stellten sich die Ergebniskennzahlen dar: ein Resultat der konsequenten Kostendisziplin gepaart mit vielfältigen Automations- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen. Damit gelang es, das EBIT der Division auf 295,7 Mio EUR zu verbessern.

FOKUS AUF QUALITATIVES WACHSTUM IN DER DIVISION PAKET

Das Marktumfeld in der Paket- und Logistikbranche war 2011 von grundsätzlich positiven Volumenentwicklungen geprägt. Die hohe Wettbewerbsintensität dieses Segments hält dabei aber ungebrochen an. In Summe erhöhte sich der Divisionsumsatz 2011 um 5,6% auf 846,5 Mio EUR, wobei alle Regionen Wachstumsraten verbuchen konnten. Während sich der Umsatz in Deutschland/Benelux um 4,9% verbesserte, stieg der Umsatz in Österreich und Südost-/Osteuropa sogar um 6,7% bzw. 7,2%. Hinsichtlich der Profitabilität waren wir in der Berichtsperiode mit den Ergebnissen in Österreich und Südost-/Osteuropa sehr zufrieden, unter unseren Erwartungen blieb der Markt Deutschland/Benelux. Hier haben wir bereits ein umfassendes Performance-Steigerungsprogramm gestartet, das im Jahr 2011 zu Einmaleffekten an Strukturmaßnahmen und Wertberichtigungen führte. Diese außerordentlichen Aufwände schlugen sich negativ im Divisionsergebnis nieder. Operativ zeigt sich die Division mit einer EBIT-Steigerung von 9,3% auf 13,8 Mio EUR aber stärker.

STRUKTURWANDEL IM FILIALNETZ SCHREITET VORAN

Die enormen Veränderungen im Filialnetz sind anhand der geänderten Struktur der Geschäftsstellen ersichtlich: So wurde die Anzahl der Post Partner im Jahresvergleich um weitere 141 auf 1.258 per Ende 2011 erhöht. In Summe verfügt die Österreichische Post damit über 1.880 Geschäftsstellen. Auch die 2010 neu definierte Kooperation zwischen der Österreichischen Post und BAWAG P.S.K., in deren Rahmen Post- und Bankdienstleistungen in gemeinsamen Filialen angeboten werden, wird kontinuierlich ausgebaut. Beide Partner konzentrieren sich dabei auf ihr Kerngeschäft, nutzen aber die Synergien gemeinsamer Standorte. Aktuell sind es bereits 329 Kooperationsfilialen, bis Ende 2012 wird es rund 520 Standorte in Österreich geben. Plangemäß ergab sich in der Berichtsperiode im Filialnetz ein leichter Umsatzerückgang von 3,0%, ergebnis-seitig zeigte der Strukturwandel die gewünschte Wirkung:

Defizitäre, ineffiziente Strukturen werden bereinigt und Fixkosten reduziert, wodurch sich das EBIT um 13,0 Mio EUR verbesserte.

Das Jahr 2011 stand nicht nur im Zeichen des Strukturwandels nach außen, auch nach innen haben wir neue, zukunftsweisende Strukturen geschaffen. Mit 1. September 2011 erfolgte die Integration des Filialnetzes in die Division Brief – die neue Division Brief, Werbepost & Filialen ebnet den Weg für weitere Serviceverbesserungen und die Nutzung von Synergien. Denn in der neuen Division ist nun der ganze Weg eines Briefes – von der Aufgabe in der Filiale bis zur Abgabe durch den Zusteller – beheimatet.

„DER KUNDE STEHT IM MITTELPUNKT“

Gemäß unserem Leitbild stand das Jahr 2011 ganz im Zeichen der Entwicklung innovativer und auf die Kundenbedürfnisse zugeschnittener Lösungen. So wurde beispielsweise ein völlig neues Produktpotfolio eingeführt, das nicht mehr primär auf das Gewicht der Sendungen, sondern auf Formate und Zustelltempo abstellt. Nach dem erfolgreichen Pilotbetrieb im Herbst 2011 stellen wir seit Februar 2012 flächendeckend überregionale Werbesendungen gebündelt im Sammelumschlag KUVERT zu – dies entspricht nicht nur den Kundenwünschen, sondern eröffnet auch Kosteneinsparungspotenziale. Investiert haben wir auch in neue innovative Selbstbedienungssysteme wie die Post Abgabebox und die Post Empfangsbox. All diese Lösungen haben eines zum Ziel: Flexibilität und Vereinfachung für den Kunden.

ATTRAKTIVE DIVIDENDE

Nicht nur im täglichen Geschäft, sondern auch auf den internationalen Aktienmärkten schlägt sich die Österreichische Post hervorragend: Die Post Aktie hat für ihre Eigentümer seit dem Börsengang 2006 einen Wertzuwachs (Total Shareholder Return) von 70% erwirtschaftet. Dazu hat nicht zuletzt unsere attraktive Dividendenpolitik beigebracht, die auch weiterhin ein wesentlicher Eckpunkt der Unternehmensphilosophie bleibt. Jährlich sollen ihr zufolge zumindest 75% des Nettoergebnisses an die Aktionäre ausgeschüttet werden. Ziel ist es, die Dividende dadurch im Einklang mit dem Konzernergebnis weiterzuentwickeln. Aufgrund der guten Ergebnissituation – gepaart mit einer soliden Bilanz mit einer hohen Eigenkapitalquote, geringen Finanzverbindlichkeiten und einem hohen Bestand an Zahlungsmitteln – haben wir uns dazu entschlossen, der Hauptversammlung für 2011 die Ausschüttung einer Dividende von 1,70 EUR pro Aktie vorzuschlagen.

WEITERES WACHSTUM UND EFFIZIENZSTEIGERUNG

Was den weiteren Weg der Österreichischen Post betrifft, bleiben wir der eingeschlagenen strategischen Ausrichtung auch in Zukunft treu. Weiterhin gilt es, rückläufige Volumina

im Briefgeschäft durch Wachstum im Paket- und Logistikgeschäft sowie im Bereich Werbesendungen zu kompensieren. Gleichzeitig wollen wir Chancen in Zukunftsmärkten nutzen, wobei unser Fokus klar auf qualitativem Wachstum liegt. So peilt die Österreichische Post auch in Zukunft ein mittelfristiges Umsatzwachstum von 1–2% pro Jahr an. Um unseren Zielkorridor einer EBITDA-Marge von 10–12% zu erreichen, steht neben der absoluten Kundenorientierung vor allem konsequente Effizienzsteigerung ganz oben auf unserer Agenda. Für das Jahr 2012 erwarteten wir – nach dem starken Umsatzanstieg von 4,2% im Jahr 2011 – auf vergleichbarer Basis eine stabile bis leicht positive Entwicklung des Konzernumsatzes. Für die nachhaltige Ergebnisentwicklung der Österreichischen Post gilt weiterhin die Zielbandbreite einer EBITDA-Marge von 10–12%. Auch eine weitere Verbesserung des Ergebnisses vor Zinsen und Steuern (EBIT) wird angestrebt.

Abschließend möchten wir uns noch bei unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bedanken, die den wichtigsten Eckpfeiler unseres Unternehmenserfolgs darstellen. Ebenfalls danken wir unseren Aktionären für ihr anhaltendes Interesse und ihr Vertrauen. Wir freuen uns, gemeinsam mit Ihnen in ein erfolgreiches Jahr 2012 zu starten.

Dipl.-Ing. Dr. Georg Pölzl
Generaldirektor

Mag. Dr. Rudolf Jettmar
Generaldirektor-Stellvertreter

Dipl.-Ing. Walter Hitziger
Vorstandsmitglied

Dipl.-Ing. Peter Umundum
Vorstandsmitglied

CORPORATE-GOVERNANCE-BERICHT GEMÄSS §243B UGB

Corporate Governance bildet einen effektiven Rahmen für eine verantwortungsvolle und nachhaltige Unternehmensführung der Österreichischen Post. Der Gestaltungsrahmen ergibt sich dabei aus dem österreichischen Recht, aus der Satzung und den Geschäftsordnungen für die Organe der Gesellschaft sowie aus dem Österreichischen Corporate Governance Kodex (ÖCGK).

1. CORPORATE GOVERNANCE KODEX

Die Österreichische Post bekennt sich seit ihrem Börsengang 2006 zum Österreichischen Corporate Governance Kodex und setzt dessen Regelungen konsequent um. Durch die Einhaltung des Österreichischen Corporate Governance Kodex leistet die Österreichische Post einen Beitrag zur Stärkung des Vertrauens in österreichische Unternehmen und in den österreichischen Kapitalmarkt.

Der Österreichische Corporate Governance Kodex ist sowohl über die Website der Österreichischen Post unter www.post.at/ir als auch auf der Website des Österreichischen Arbeitskreises für Corporate Governance unter www.corporate-governance.at öffentlich zugänglich. Der für diesen Bericht relevante Kodex in der Fassung vom Jänner 2010 enthält 83 Regeln für gute Unternehmensführung, die sich in drei Kategorien aufteilen:

- Regeln, die auf zwingenden Rechtsvorschriften beruhen (Legal Requirement)
- Regeln, die auf international üblichen Vorschriften basieren und deren Nichteinhaltung erklärt und begründet werden muss, um ein kodexkonformes Verhalten zu erreichen (Comply or Explain)
- Regeln, die reinen Empfehlungscharakter haben und deren Nichteinhaltung weder offenzulegen noch zu begründen ist (Recommendation)

Von der Österreichischen Post werden alle L-Regeln (Legal Requirement) sowie – mit Ausnahme der nachfolgend genannten – auch alle C-Regeln (Comply or Explain) des Kodex eingehalten:

- **Regel 31** (Veröffentlichung der Vorstandsvergütungen): Die für jedes Vorstandsmitglied gewährten fixen und variablen Vergütungen werden im Corporate-Governance-Bericht gesamthaft veröffentlicht, wodurch dem Grundsatz der Vertraulichkeit schutzwürdiger Informationen betreffend die einzelnen Vorstandsmitglieder sowie die Gesellschaft Rechnung getragen wird.
- **Regel 39** (Ausschuss zur Entscheidung in dringenden Fällen): Der Aufsichtsrat trifft Entscheidungen in dringenden Fällen im Wege des Umlaufverfahrens. Des Weiteren sieht die Geschäftsordnung für den Aufsichtsrat vor, dass im Fall besonderer Dringlichkeit Aufsichtsrats-

sitzungen auch ohne Einhaltung der sonst vorgesehenen Frist einberufen werden können.

- **Regel 41** (Einrichtung eines Nominierungsausschusses): Die Funktionen des Nominierungsausschusses nimmt der Präsidialausschuss des Aufsichtsrats wahr, wodurch ein entsprechendes Gremium gegeben ist.
- **Regel 43** (Einrichtung eines Vergütungsausschusses): Die Funktionen des Vergütungsausschusses nimmt das Präsidium des Aufsichtsrats wahr, wodurch ein entsprechendes Gremium gegeben ist.

Ende 2011 wurde eine Neufassung des Österreichischen Corporate Governance Kodex beschlossen, die im Wesentlichen Anpassungen im Hinblick auf die Weiterentwicklung der Diversitätsregel und die Zusammenarbeit von Aufsichtsrat und Abschlussprüfer vorsieht. Diese Neufassung des Kodex gilt ab 1. Jänner 2012 und wird in der Österreichischen Post ohne größeren Änderungsaufwand umgesetzt werden können.

Konzernrevision, Risikomanagement & Compliance
Die Konzernrevision der Österreichischen Post nimmt alle wesentlichen Kontroll- und Überwachungsaufgaben im Sinne eines integrierten Gesamtsystems im Konzern wahr. Der Bereich garantiert Transparenz, liefert Faktoren zur Entscheidungsfindung, präsentiert Lösungen und forciert deren nachhaltige Umsetzung.

Das Risikomanagement der Österreichischen Post ermöglicht eine konzernweite Identifizierung und Analyse von Risiken auf Basis der strategischen und operativen Zielsetzungen. Die Funktionsfähigkeit und Eignung wird durch den Wirtschaftsprüfer gem. Regel 83 des Österreichischen Corporate Governance Kodex beurteilt.

Das Interne Kontrollsysteem (IKS) der Österreichischen Post wird über prozessintegrierte Maßnahmen, Mechanismen und Kontrollen über das gesamte Unternehmen hinweg wahrgenommen. Für das IKS der Österreichischen Post baut auf bestehenden Risikomanagement- und Prozessstrukturen im Unternehmen auf, bildet die Kontrollaktivitäten zu den wesentlichen Risiken ab und überwacht den Kontrolldurchführungsprozess. Die Interne Revision prüft die Einhaltung der relevanten Regelungen ex post. Die Erkenntnisse der Revision dienen der Beurteilung der Wirksamkeit der integrierten Kontrollen und Maßnahmen.

Die Österreichische Post hat zur Vermeidung von Insider-Geschäften eine konzernweit verpflichtende Compliance-Richtlinie erlassen, die den geltenden österreichischen Kapitalmarktvorschriften und der Emittenten-Compliance-Verordnung der Finanzmarktaufsichtsbehörde entspricht. Über die gesetzlichen Anforderungen hinaus wurde ein Compliance-Management-System (CMS) entwickelt, dessen Aufgabe neben der Einhaltung der geltenden

Kapitalmarktvorschriften darin besteht, rechts- und richtlinienkonformes Verhalten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu fördern und zu unterstützen. Das Ziel des CMS besteht in der Schaffung einer konzernweiten Compliance-Organisation, die den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein handlungsorientiertes und praxisnahe Beratungsangebot bietet. Zu diesem Zweck wurde das Trainings- und Beratungsangebot über die Kapitalmarkt-Compliance hinaus inhaltlich auf die Themenbereiche „Antikorruption“ und „Compliance Awareness“ erstreckt. Die zielgruppenorientierten Schulungsmaßnahmen werden kontinuierlich konzernweit ausgerollt.

Zur Intensivierung der Aktivitäten auf dem Gebiet der Antikorruption ist die Österreichische Post im Jahr 2011 Transparency International als korporatives Mitglied beigetreten.

Die Österreichische Post hat darüber hinaus auf der Grundlage ihres neuen Unternehmensleitbildes einen Verhaltens- und Ethikkodex („Code of Conduct“) entwickelt, der die Grundsätze für rechtlich und ethisch einwandfreies Verhalten sämtlicher Beschäftigten im Konzern – des Vorstands, der Führungskräfte und aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – enthält. Im Geschäftsjahr 2011 wurde die konzernweite Einführung des Verhaltens- und Ethikkodex gestartet.

Entsprechend den gesetzlichen Bestimmungen und der C-Regel 73 des Österreichischen Corporate Governance Kodex werden die erfolgten Directors' Dealings durch den Verweis auf die entsprechende Webseite der Finanzmarktaufsicht unter www.post.at/ir laufend veröffentlicht.

Abschlussprüfung

Die Deloitte Audit Wirtschaftsprüfungs GmbH wurde auf Vorschlag des Aufsichtsrats von der Hauptversammlung am 28. April 2011 zum Abschlussprüfer des Jahres- und Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr 2011 bestellt. Im Geschäftsjahr 2011 wurden von der Deloitte Audit Wirtschaftsprüfungs GmbH für die Prüfung des Einzel- und Konzernabschlusses 156.200,00 EUR (exkl. USt.) sowie für Abschlussprüfungen bei Tochtergesellschaften der Österreichischen Post 110.500,00 EUR (exkl. USt.) verrechnet. Für prüfungsnahe sowie sonstige Beratungsleistungen hat die Deloitte Audit Wirtschaftsprüfungs GmbH eine Gegenleistung von 179.425,00 EUR (exkl. USt.) erhalten.

Aktionäre

Das Grundkapital der Österreichischen Post ist geteilt in 67.552.638 auf Inhaber lautende Stückaktien. Es liegen keine Stimmrechtsbeschränkungen oder Syndikatsvereinbarungen vor, die der Gesellschaft bekannt sind. Das Prinzip „One Share – One Vote“ kommt voll zum Tragen. Die Republik Österreich hält über die ÖIAG 52,8% der Anteile an der Österreichischen Post.

Die Gleichbehandlung und die umfassende Information aller Aktionäre haben für die Österreichische Post einen besonders hohen Stellenwert. Dazu gehört auch, dass über die gesetzlich verpflichtenden Auskunfts- und Offenlegungspflichten hinaus (Geschäfts- und Quartalsberichte, Ad-hoc-

Meldungen, Offenlegung der Directors' Dealings) regelmäßig und unter Beachtung der gebotenen Gleichbehandlung aller Aktionäre in Pressemeldungen sowie in Analysten-, Presse- und Aktionärskonferenzen über die Entwicklung des Unternehmens berichtet wird. Alle Berichte und Meldungen sowie die wesentlichen Präsentationen zu diesen Konferenzen werden unter www.post.at/ir veröffentlicht. Im Jahr 2011 wurden fünf Ad-hoc-Meldungen publiziert. Diese sowie die Aktionärsstruktur sind unter www.post.at/ir abrufbar.

Maßnahmen zur Frauenförderung

Ziel der Österreichischen Post ist es, den Frauenanteil in Führungspositionen kontinuierlich zu steigern, um eine gleichberechtigte Beteiligung an der Verantwortung und Entscheidungsfindung im Unternehmen zu erreichen. Mit Frau Edith Hlawati ist die Position der stellvertretenden Vorsitzenden des Aufsichtsrats mit einer Frau besetzt. Durch die Wahl von Frau Elisabeth Stadler in den Aufsichtsrat konnte der Frauenanteil in diesem Gremium maßgeblich erhöht werden. Im Führungskreis der Österreichischen Post befanden sich zum Jahresende sechs Frauen.

Chancengleichheit am Arbeitsplatz und Gleichbehandlung von Mitarbeitern ohne Ansehung des Geschlechts sind für die Österreichische Post selbstverständlich. Im Rekrutierungsprozess wird auf strenge Gleichbehandlung von Frauen und Männern hohes Augenmerk gelegt. In zahlreichen Bereichen konnten sich Frauen für die Übernahme von Führungsfunktionen qualifizieren. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden auch wieder einige Leitungspositionen in der ersten und zweiten Berichtsebene mit Frauen besetzt.

Der am Standort der neuen Unternehmenszentrale in Wien eingerichtete Betriebskindergarten sowie flexible Arbeitszeitmodelle fördern die Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

Das im November 2011 gestartete Programm „Business Cross Mentoring“ soll Diversity Management und Chancengleichheit weiter unterstützen. Dies in der Form, dass eine erfahrene Führungskraft aus einem anderen Unternehmen als Mentor bzw. Mentorin für Karriere und Entwicklungsfragen, aber auch zur Öffnung informeller Netzwerke für junge Frauen, die Mentees, über einen Zeitraum von zehn Monaten zur Verfügung steht. Zwölf Mitarbeiterinnen der Österreichischen Post nehmen an diesem Programm bisher teil. Im Vordergrund stehen die persönliche und fachliche Weiterentwicklung der Mentees sowie ein gegenseitiger Erfahrungsaustausch.

2. VORSTAND

Zusammensetzung des Vorstands

Mit 1. April 2011 kam es zu Veränderungen im Vorstand der Österreichischen Post. Peter Umundum wurde bereits im November 2010 zum Vorstand für Paket & Logistik bestellt und ist nun seit 1. April in dieser Funktion tätig. Sein Vorgänger Carl-Gerold Mende ist zu diesem Stichtag aus dem Vorstand ausgeschieden.

Der Aufsichtsrat hat im Jänner 2011 die Zusammenführung der Divisionen Brief und Filialnetz mit Wirksamkeit vom 1. Jänner 2012 beschlossen. Walter Hitziger wurde in der Aufsichtsratssitzung am 14. März 2011 zum Vorstand der neuen Division „Brief, Werbepost & Filialen“ per 1. Jänner 2012 bestellt. Im Rahmen dieser Bestellung wurde auch die Geschäftsordnung für den Vorstand angepasst und die Verantwortung der zusammengeführten Division mit Wirksamkeit zum 1. September 2011 Herrn Hitziger übertragen. Herbert Götz ist mit 1. Jänner 2012 aus dem Vorstand ausgeschieden.

Ein weiterer Schwerpunkt war die Nachfolgeplanung für die Vorstandsfunktion Finanzen. Walter Oblin wurde in der Aufsichtsratssitzung am 14. März 2011 per 1. Juli 2012 zum Finanzvorstand bestellt. Er folgt in dieser Funktion Rudolf Jettmar nach, der mit Ablauf des 30. Juni 2012 aus dem Vorstand ausscheiden wird. Walter Oblin wurde für die Dauer von drei Jahren als Vorstand der Österreichischen Post bestellt.

Georg Pölzl

Vorsitzender des Vorstands, Generaldirektor, erstmals bestellt per 1. Oktober 2009 (Ende der laufenden Funktionsperiode: 30. September 2014), geb. 1957

Georg Pölzl studierte und promovierte an der Montanuniversität Leoben. Seine berufliche Laufbahn startete er als Unternehmensberater bei McKinsey & Co. Danach wechselte er in den Vorstand des Maschinen- und Anlagenbauers Binder & Co. AG. Insgesamt neun Jahre lang leitete Georg Pölzl anschließend T-Mobile-Austria in Wien. Es folgte ein Wechsel nach Deutschland, wo Georg Pölzl als Sonderbeauftragter des Vorstands der Deutschen Telekom für die Umsetzung des erfolgreichen Restrukturierungsprogramms verantwortlich war. Zuletzt war Georg Pölzl als Sprecher der Geschäftsführung von T-Mobile Deutschland tätig. Mit 1. Oktober 2009 übernahm Georg Pölzl den Vorstandsvorsitz und die Position des Generaldirektors der Österreichischen Post. Sein Mandat läuft bis 30. September 2014.

Zusätzliche Funktionen: Aufsichtsrat der Omnimedia Werbegesellschaft m.b.H. (3. Stellvertreter des Vorsitzenden).

Georg Pölzl verantwortet als Generaldirektor die Bereiche Strategie- und Konzernentwicklung, Unternehmenskommunikation und Investor Relations & Corporate Governance. Darüber hinaus fallen das Online-Innovationsmanagement, Konzernrevision, Risikomanagement & Compliance, Personalmanagement und Endkundeninitiativen & -service in seinen Zuständigkeitsbereich.

Rudolf Jettmar

Stellvertretender Vorsitzender des Vorstands, erstmals bestellt per 1. August 1999 (Ende der laufenden Funktionsperiode: 30. Juni 2012), geb. 1947

Rudolf Jettmar war nach seinem Studium der Rechtswissenschaften an der Universität Wien sowie der Betriebswirtschaftslehre an der Wirtschaftsuniversität Wien in diversen Steuerberatungskanzleien tätig. 1979 legte er die Fachprüfung für Steuerberater, 1981 jene für Buchprüfer und Steuerberater ab. 1982 bis 1999 gehörte Rudolf Jettmar dem Vorstand der Österreichischen Verkehrskreditbank an. Mit August 1999 wurde Rudolf Jettmar erstmals zum Finanzvorstand und zum Stellvertretenden Vorstandsvorsitzenden der Österreichischen Post bestellt. Sein Mandat läuft bis zum 30. Juni 2012.

Zusätzliche Funktionen: Aufsichtsrat der BAWAG P.S.K. Bank für Arbeit und Wirtschaft und Österreichische Postsparkasse Aktiengesellschaft und der BAWAG Holding GmbH.

Rudolf Jettmar ist für Finanzen- und Rechnungswesen, Controlling und Treasury verantwortlich. Darüber hinaus verantwortet er die Bereiche Informationstechnologie, Zentraler Einkauf, Recht und Corporate Real Estate.

Walter Hitziger

Vorstandsdirektor, erstmals bestellt per 1. Mai 2004 (Ende der laufenden Funktionsperiode: 31. Dezember 2016), geb. 1960

Walter Hitziger startete seine Karriere nach Abschluss des Studiums des Wirtschaftsingenieurwesens für Maschinenbau an der Technischen Universität in Graz in der Steirerbrau AG – Steirische Brauindustrie AG (Gösser/Puntigamer), verantwortlich für die Distributionslogistik. Jeweils als Bereichsleiter im Consulting war er in den Jahren 1990 bis 1997 bei Agiplan Planungsgesellschaft sowie der Econsult Betriebsberatungsgesellschaft in Wien beschäftigt. Von 1997 bis zu seiner erstmaligen Bestellung zum Vorstandsmitglied der Österreichischen Post mit Mai 2004 war er als Vorstand der bauMax Handels AG für Einkauf und Logistik verantwortlich.

Zusätzliche Funktionen: Aufsichtsrat der BAWAG P.S.K. Versicherung AG

Walter Hitziger übernahm 2004 als Vorstand der Österreichischen Post die Verantwortung für die Division Brief & Logistik. Seit 1. September 2011 verantwortet er die neu zusammengeführte Division Brief, Werbepost & Filialen und somit sechs Geschäftsfelder des Konzerns – von Brief- und Werbesendungen über Filialnetz und Distribution bis hin zu Mehrwertdienstleistungen wie z. B. Online- und Druckdienstleistungen. International ist Walter Hitziger für die Briefaktivitäten in Kroatien, der Slowakei, Rumänien und Ungarn sowie die Direct-Mail-Produktion in Deutschland (MEILLERGHP) zuständig.

Peter Umundum

**Vorstandsdirektor, erstmals bestellt per 1. April 2011
(Ende der laufenden Funktionsperiode: 31. März 2014), geb. 1964**

Peter Umundum startete nach einem Studium der Informatik an der Technischen Universität Graz seine berufliche Karriere im Jahr 1988 in der Steirerbrau AG, wo er die Leitung der Organisations- und Informatikabteilung übernahm. 1994 wechselte er als IT-Leiter in die Styria Medien AG und stieg zwei Jahre später zum Geschäftsführer der Tochtergesellschaft Media Consult Austria GmbH auf. 1999 war er Mitbegründer und Geschäftsführer von redmail. Im Jahr 2001 wurde Peter Umundum mit der Geschäftsführung der Tageszeitung „Die Presse“ betraut und drei Jahre später in die Geschäftsführung der Tageszeitung „Kleine Zeitung“ berufen. 2005 folgte der Wechsel zur Österreichischen Post, wo er als Mitglied der Divisionsleitung Brief für die Bereiche Produktion und Logistik sowie für nationale und internationale Beteiligungen verantwortlich war. Am 1. April 2011 wurde Peter Umundum als Vorstandsdirektor für die Division Paket & Logistik bestellt. Sein Mandat läuft bis zum 31. März 2014.

Peter Umundum ist seit 1. April 2011 für die Division Paket & Logistik verantwortlich, die mit eigenen Gesellschaften in zehn europäischen Ländern präsent ist. Darüber hinaus übernahm Peter Umundum den Vorsitz des Aufsichtsrats des europäischen Transportnetzwerks EURODIS.

Carl-Gerold Mende

Vorstandsdirektor, bis 31. März 2011, erstmals bestellt per 15. Juni 2008, geb. 1956

Im Juni 2008 trat Carl-Gerold Mende seine Funktion als Vorstandsdirektor für Paket & Logistik der Österreichischen Post an, die er bis zu seinem Ausscheiden am 31. März 2011 innehatte.

Herbert Götz

Vorstandsdirektor, bis 31. Dezember 2011, erstmals bestellt per 1. März 2004, geb. 1963

Herbert Götz war von 1. März 2004 bis 31. August 2011 als Vorstand der Österreichischen Post für die Division Filialnetz sowie für zugeordnete Beteiligungen verantwortlich. Von 1. September bis 31. Dezember 2011 verantwortete er strategische Projekte und Public Relations.

Walter Oblin

Designierter Vorstandsdirektor, erstmals bestellt per 1. Juli 2012 (Ende der Funktionsperiode: 30. Juni 2015), geb. 1969

Walter Oblin absolvierte das Studium Wirtschaftsingenieurwesen und Maschinenbau an der Technischen Universität Graz und hält einen Master of Science in Industrial Administration der Purdue University in Indiana (USA). Von 1994 bis 2008 war er bei McKinsey & Company in Wien tätig, ab 2000 als Partner und Mitglied der Geschäftsleitung. In dieser Zeit hat Walter Oblin vor allem führende internationale Transport-, Infrastruktur- und Logistikunternehmen bei strategischen und operativen Veränderungen beraten. Nach einer Vorstandstätigkeit beim deutschen Technologieunternehmen SorTech AG folgte im Oktober 2009 der Wechsel zur Österreichischen Post, wo er seitdem den Bereich Strategie und Konzernentwicklung leitet.

Arbeitsweise des Vorstands

In der Geschäftsordnung für den Vorstand sind die Geschäftsverteilung und die Zusammenarbeit des Vorstands geregelt. Weiters enthält sie die Informations- und Berichtspflichten des Vorstands sowie einen Katalog jener Maßnahmen, die der Zustimmung durch den Aufsichtsrat bedürfen.

Der Vorstand berät in zumindest vierzehntägigen Sitzungen den aktuellen Geschäftsverlauf, trifft im Rahmen dieser Sitzungen die notwendigen Entscheidungen und fasst die erforderlichen Beschlüsse. Die Mitglieder des Vorstands befinden sich im ständigen Informationsaustausch untereinander und mit den jeweils zuständigen Führungskräften.

Unterstützung bei der Geschäftsführung erhält der Vorstand durch den so genannten Führungskreis. Dieser besteht aus rund 40 Top-Level-Mitarbeitern und übt eine beratende und unterstützende Funktion in sämtlichen operativen und strategischen Belangen der Österreichischen Post aus.

Der Vorstand informiert den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle relevanten Fragen der Geschäftsentwicklung, einschließlich der Risikolage und des Risikomanagements in der Gesellschaft und in den wesentlichen Konzernunternehmen. Darüber hinaus findet im Sinne guter Corporate Governance eine laufende Abstimmung zwischen dem Aufsichtsratsvorsitzenden und dem Vorstandsvorsitzenden hinsichtlich jener Angelegenheiten statt, die in die Zuständigkeit des Aufsichtsrats fallen. Dazu gehört insbesondere die Diskussion von Strategie, Geschäftsentwicklung und Risikomanagement des Unternehmens.

3. AUFSICHTSRAT

Der Aufsichtsrat besteht aus insgesamt zwölf Mitgliedern – acht von der Hauptversammlung gewählten Kapitalvertretern und vier vom Zentralausschuss entsendeten Arbeitnehmervertretern. Im Geschäftsjahr 2011 gab es folgende Veränderungen im Aufsichtsrat: Peter Michaelis, Gerhard Roiss und Karl Stoss sind mit Ablauf der Hauptversamm-

lung am 28. April 2011 ausgeschieden. Markus Beyerer, Markus Pichler und Elisabeth Stadler sind von der Hauptversammlung 2011 für eine Funktionsperiode von vier Jahren in den Aufsichtsrat der Gesellschaft gewählt worden. Alle Kapitalvertreter sind bis zum Ende jener Hauptversammlung gewählt, die über die Entlastung des Geschäftsjahres 2014 beschließt.

ZUSAMMENSETZUNG DES AUFSICHTSRATS (STAND 31. DEZEMBER 2011)

Kapitalvertreter		Weitere Aufsichtsrats- und vergleichbare Funktionen	Erstbestellung
Name (Geburtsjahr)	Zivilberuf		
Markus Beyerer ¹ , Vorsitzender (1965)	Vorstand der Österreichischen Industrieholding AG	Aufsichtsratsmandate: Telekom Austria AG (Vorsitzender), OMV AG (Vorsitzender), APK Pensionskasse AG (Vorsitzender), Österreichische Nationalbank (Mitglied des Generalrates)	28. April 2011
Edith Hlawati, stellvertretende Vorsitzende (1957)	Partnerin der Rechtsanwaltskanzlei Cerha Hempel Spiegelfeld Hlawati	Aufsichtsrat: Telekom Austria AG (Vorsitzender-Stv.)	26. April 2007
Edgar Ernst (1952)	Präsident Deutsche Prüfstelle für Rechnungslegung	Aufsichtsratsmandate: Gildemeister AG (Deutschland), Deutsche Postbank AG (Deutschland), TUI AG (Deutschland), Wincor Nixdorf AG (Deutschland)	22. April 2010
Erich Hampel (1951)	Unternehmensberater	Aufsichtsratsmandate: B & C Industrieholding GmbH (Vorsitzender), BWA Beteiligungs- und Verwaltungs-AG (Vorsitzender-Stv.), Bausparkasse Wüstenrot AG (Vorsitzender-Stv.), Donau Chemie AG (Vorsitzender-Stv.), Österreichische Kontrollbank AG (Vorsitzender), UniCredit Bank Austria AG (Vorsitzender), ÖRAG Österreichische Realitäten-AG (Vorsitzender), Österreichische Lotterien Gesellschaft m.b.H., Österreichisches Verkehrsbüro AG	22. April 2010
Günter Leonhartsberger ¹ (1968)	Bereichsleiter Beteiligungsmanagement und Privatisierung Österreichische Industrieholding AG	Aufsichtsratsmandat: APK Pensionskasse AG	22. April 2010
Chris E. Muntwyler ² (1952)	CEO der Conlogic AG (Schweiz)	Aufsichtsrat der Panalpina World Transport AG (Schweiz) Aufsichtsrat der National Express Group PLC (UK)	22. April 2010
Markus Pichler (1968)	Geschäftsführer Unibail-Rodamco Austria Management GmbH		28. April 2011
Elisabeth Stadler (1961)	Vorstandsvorsitzende ERGO Austria International AG	Aufsichtsratsmandate: Bank Austria Creditanstalt Versicherung AG, D.A.S. Österreichische Allgemeine Rechtsschutz-Versicherungs-AG, VICTORIA-VOLKS BANKEN Pensionskassen AG (Vorsitzender-Stv.), VICTORIA-VOLKS BANKEN Versicherungsaktiengesellschaft, VICTORIA-VOLKS BANKEN Vorsorgekasse AG, VICTORIA životno osiguranje d.d. (Kroatien), ERGO Asigurări de Viață SA (Rumänien)	28. April 2011

¹ Vertretung eines Anteilseigners über 10% (Regel 54 des Österreichischen Corporate Governance Kodex)

² Chris E. Muntwyler hat an weniger als 50% der Aufsichtsratssitzungen teilgenommen.

Vom Zentralausschuss entsandte Aufsichtsratsmitglieder

Name (Geburtsjahr)	Zivilberuf	Weitere Aufsichtsrats- und vergleichbare Funktionen	Erstbestellung
Helmut Köstinger (1957)	Vorsitzender des Zentralausschusses der Österreichischen Post	Aufsichtsrat Österreichische Industrieholding Aktiengesellschaft	14. April 2005
Martin Palensky (1963)	Vorsitzender-Stv. des Zentralausschusses der Österreichischen Post		22. Februar 2002
Andreas Schieder (1976)	Mitglied des Zentralausschusses der Österreichischen Post		19. Oktober 2010
Manfred Wiedner (1963)	Mitglied des Zentralausschusses der Österreichischen Post	Aufsichtsrat der Österreichischen Beamtenversicherung	3. März 1999

IM GESCHÄFTSJAHR 2011 AUSGESCHIEDENE AUFSICHTSRATSMITGLIEDER (DATUM DES AUSSCHEIDENS)

Peter Michaelis (28. April 2011)

Gerhard Roiss (28. April 2011)

Karl Stoss (28. April 2011)

AUSSCHÜSSE DES AUFSICHTSRATS**Präsidium** Markus Beyer (Vorsitzender), Edith Hlawati**Präsidialausschuss** Markus Beyer (Vorsitzender), Edith Hlawati, Helmut Köstinger**Prüfungsausschuss** Markus Beyer (Vorsitzender), Edgar Ernst, Günter Leonhartsberger, Elisabeth Stadler, Helmut Köstinger, Manfred Wiedner**Diversität**

Bei der Auswahl der Mitglieder des Aufsichtsrats wird auf einschlägiges Wissen und Erfahrung in Führungspositionen geachtet. Außerdem wird auf eine Diversität erzielende Zusammensetzung geachtet. Unter diesem Gesichtspunkt ist zu berichten, dass sechs der zwölf Aufsichtsratsmitglieder unter 50 Jahre alt und zwei Mitglieder nicht-österreichischer Nationalität sind. Seit der Wahl der Aufsichtsräte in der Hauptversammlung am 28. April 2011 befinden sich zwei Frauen unter den Mitgliedern des Aufsichtsrats.

Unabhängigkeit

Der Aufsichtsrat der Österreichischen Post AG hat gemäß C-Regel 53 des Österreichischen Corporate Governance Kodex folgende Kriterien zur Feststellung der Unabhängigkeit von Aufsichtsratsmitgliedern festgelegt, die dem Anhang 1 des Österreichischen Corporate Governance Kodex in der Fassung Jänner 2010 entsprechen:

1. Das Aufsichtsratsmitglied soll in den vergangenen fünf Jahren nicht Mitglied des Vorstands oder leitender Angestellter der Gesellschaft oder eines ihrer Tochterunternehmen gewesen sein.
2. Das Aufsichtsratsmitglied soll zur Gesellschaft oder einem ihrer Tochterunternehmen kein Geschäftsverhältnis in einem für das Aufsichtsratsmitglied bedeutenden Umfang unterhalten oder im letzten Jahr unterhalten haben. Dies gilt auch für Geschäftsverhältnisse mit Unternehmen, an denen das Aufsichtsratsmitglied ein erhebliches wirtschaftliches Interesse hat, jedoch nicht für die Wahrnehmung von Organfunktionen im Konzern. Die Genehmigung einzelner Geschäfte durch den Aufsichtsrat gemäß L-Regel 48 führt nicht automatisch zur Qualifikation als nicht unabhängig.
3. Das Aufsichtsratsmitglied soll in den letzten drei Jahren nicht Abschlussprüfer der Gesellschaft oder Beteiligter oder Angestellter der prüfenden Prüfungsgesellschaft gewesen sein.

- Das Aufsichtsratsmitglied soll nicht Vorstandsmitglied in einer anderen Gesellschaft sein, in der ein Vorstandsmitglied der Gesellschaft Aufsichtsratsmitglied ist.
- Das Aufsichtsratsmitglied soll dem Aufsichtsrat nicht länger als 15 Jahre angehören. Dies gilt nicht für Aufsichtsratsmitglieder, die Anteilseigner mit einer unternehmerischen Beteiligung sind oder die Interessen eines solchen Anteilseigners vertreten.
- Das Aufsichtsratsmitglied soll kein enger Familienangehöriger (direkte Nachkommen, Ehegatten, Lebensgefährten, Eltern, Onkel, Tanten, Geschwister, Neffen, Nichten) eines Vorstandsmitglieds oder von Personen sein, die sich in einer in den vorstehenden Punkten beschriebenen Position befinden.

Von allen acht Kapitalvertretern liegen schriftliche Erklärungen über ihre Unabhängigkeit gemäß diesen Kriterien vor. Zudem umfasst der Aufsichtsrat sechs vom Kernaktionär der Österreichischen Post unabhängige Vertreter, sodass die Mehrheit der Aufsichtsratsmitglieder in keiner Beziehung zur Mehrheitsgesellschafterin steht (C-Regel 54).

Arbeitsweise des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat hat durch Beschluss aus seiner Mitte für spezifische Angelegenheiten Ausschüsse gebildet.

- Dem **Präsidium** obliegt die Regelung der Beziehungen zwischen der Gesellschaft und den Mitgliedern des Vorstands, mit Ausnahme von Beschlüssen auf Bestellung oder Widerruf der Bestellung eines Vorstandsmitglieds sowie auf Einräumung von Optionen auf Aktien der Gesellschaft. Das Präsidium nimmt auch die Funktionen des Vergütungsausschusses im Hinblick auf den Abschluss der Anstellungsverträge mit den Vorstandsmitgliedern und die Grundsätze der Vergütungspolitik wahr.
- Der **Präsidialausschuss** fungiert auch als Nominierungsausschuss und befasst sich mit Fragen der Vorstandsbestellung.
- Dem **Prüfungsausschuss** obliegen vor allem die Prüfung und Vorbereitung der Feststellung des Jahresabschlusses, die Prüfung des Konzernabschlusses, des Vorschlags für die Gewinnverteilung, des Lageberichts und Konzernlageberichts und des Corporate-Governance-Berichts. Einen hohen Stellenwert nimmt die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses, der Wirksamkeit des internen Kontrollsysteams, des internen Revisionssystems und des Risikomanagementsystems ein. Eine wichtige Aufgabe des Prüfungsausschusses ist weiters die Vorbereitung des Vorschlags des Aufsichtsrats für die Auswahl des Abschlussprüfers und die Überwachung der Unabhängigkeit des Abschlussprüfers.

Im Geschäftsjahr 2011 haben insgesamt sechs Sitzungen des Aufsichtsrats stattgefunden. Schwerpunkte dieser Sitzungen waren die Überwachung der laufenden Geschäftsentwicklung inklusive eventueller Abweichungen vom Budget sowie diverse genehmigungspflichtige Geschäfte. Darüber hinaus hat sich der Aufsichtsrat ausführlich mit der strategischen Ausrichtung der Österreichischen Post und der Organisationsstruktur befasst.

Der Prüfungsausschuss hielt vier Sitzungen ab. Im Rahmen der Sitzung zum Jahres- und Konzernabschluss, an der auch der Wirtschaftsprüfer teilgenommen hat, wurden alle Aufgaben gemäß § 92 Abs. 4a AktG wahrgenommen. Außerdem hat sich der Prüfungsausschuss intensiv mit den im Jahr 2011 erstellten Quartalsabschlüssen (Zwischenabschlüssen) auseinandergesetzt. Dem Aufsichtsrat wurde empfohlen, der Hauptversammlung die Deloitte Audit Wirtschaftsprüfungs GmbH als Abschlussprüfer und Konzernabschlussprüfer der Österreichischen Post für das Geschäftsjahr 2011 vorzuschlagen.

Der Präsidialausschuss trat im Geschäftsjahr 2011 dreimal zusammen. Themen dieser Sitzungen waren die Erstellung eines Besetzungsplans sowie die Vorbereitung einer Beschlussfassung im Aufsichtsrat für die Position des Vorstands für die Division Brief, Werbepost & Filialen und für die Funktion des Finanzvorstands.

Das Präsidium befasste sich mit insgesamt vier Umlaufbeschlüssen anlässlich der Auflösung des Vorstandsvertrages von Herrn Mende sowie der Verhandlung und des Abschlusses der Anstellungsverträge der bestellten Vorstandsmitglieder. Weiters fanden nach Bedarf laufend Abstimmungen des Präsidiums mit dem Vorstandsvorsitzenden statt.

Die durchschnittliche Anwesenheitsquote aller Aufsichtsratssitzungen betrug im Berichtsjahr 87,5%.

Eine explizite und formelle Selbstevaluierung fand im abgelaufenen Geschäftsjahr nicht statt. In Entsprechung der C-Regel 36 des Österreichischen Corporate Governance Kodex beschäftigt sich der Aufsichtsrat jedoch im Rahmen der Sitzungen regelmäßig mit seiner Arbeit. Im Geschäftsjahr 2012 wurde bereits ein strukturierter Selbstevaluierungsprozess installiert. Über die Ergebnisse der Selbstevaluierung des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2011 wird im Rahmen der Aufsichtsratssitzung im März 2012 berichtet.

4. VERGÜTUNGSBERICHT

Der Vergütungsbericht fasst die Grundsätze zusammen, die für die Festlegung der Vergütung des Vorstands der Österreichischen Post AG angewendet werden, und erläutert Höhe und Struktur der Vorstandsbezüge. Darüber hinaus werden Grundsätze und Höhe der Vergütung des Aufsichtsrats beschrieben sowie der Aktienbesitz von Vorstand und Aufsichtsrat veröffentlicht.

Vorstand

Das Vergütungssystem basiert auf dem Grundgedanken eines Drei-Säulen-Modells (fixe und variable Gehaltsbestandteile sowie ein Long-Term-Incentive-Programm). Das fixe Basisgehalt orientiert sich an der Gehaltsstruktur börsennotierter österreichischer Unternehmen und richtet sich nach dem Umfang des Aufgabenbereichs und der Verantwortung des jeweiligen Vorstandsmitglieds.

Die variable Vergütung knüpft zu einem hohen Anteil an messbare, kurzfristige Leistungsindikatoren an und enthält weiters qualitative Zielerreichungskomponenten. Für den variablen Gehaltsbestandteil wurde eine Obergrenze von 100% des Jahresfixbezugs festgelegt. Die entsprechenden Beträge werden im Folgejahr ausgezahlt.

Die in den Geschäftsjahren 2010 und 2011 gewährten Barbezüge der Vorstandsmitglieder setzen sich wie folgt zusammen:

BARBEZÜGE

TEUR	2010	2011
Fixe Bezüge	1.840	1.870
Variable Bezüge	1.507	1.840
Gesamtbezüge	3.347	3.710

Darüber hinaus wurden im Geschäftsjahr 2011 Sachbezüge in der Höhe von 44 TEUR gewährt. Der Aufsichtsrat hat im Dezember 2009 ein Long-Term-Incentive-Program (LTIP) für den Vorstand für die Periode 2010–2012 beschlossen, das die Vorgaben der EU-Vergütungsempfehlung vom 20. April 2009 berücksichtigt. Ziel ist es, die Interessen des Managements mit denen der Aktionäre auf eine mittel- bis langfristige Steigerung des Unternehmenswerts in Einklang zu bringen. Das LTIP sieht ein einmaliges Eigeninvestment jedes teilnehmenden Vorstandsmitglieds mit einer Laufzeit von drei Jahren und einer daran anschließenden einjährigen Behaltfrist vor. Die Berechnung der Anzahl der notwendigen Aktien erfolgte aufgrund des Durchschnittskurses des vierten Quartals 2009. Zu Beginn des Programms wurden Zielwerte für Schlüsselindikatoren (Total Shareholder Return, Free Cashflow und Earnings per Share) festgelegt, wobei die Ziele gleich gewichtet sind. Die Zielerreichung wird über den dreijährigen Beobachtungszeitraum ermittelt.

Weiters erhalten die Vorstandsmitglieder Sachbezüge. Im Fall einer Beendigung des Dienstverhältnisses eines Vorstandsmitglieds sehen die Vorstandsverträge Abferti-

gungsansprüche in Höhe von bis zu einem Jahresbezug oder eine Einbindung in den Geltungsbereich des BMSVG (Betriebliches Mitarbeiter- und Selbständigen-Vorsorgegesetz) vor. Alle Vorstandsmitglieder verfügen über eine Pensionskassenregelung entsprechend den Bestimmungen der Vertragsschablonen (BGBI), in deren Rahmen sich die Österreichische Post zu einer jährlichen Einzahlung in Höhe von 10% des fixen Jahresbruttobezugs verpflichtet hat. Die Vorstandsverträge enthalten keine „Change of Control“-Klauseln.

Die Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder der Österreichischen Post sind im Rahmen einer D&O-Versicherung mit einer Haftungssumme von 40 Mio EUR versichert. Die Versicherung umfasst die gerichtliche und außergerichtliche Abwehr unbegründeter sowie die Befriedigung begründeter Schadenersatzansprüche.

Die Aufnahme von Nebentätigkeiten durch die Vorstandsmitglieder setzt die Zustimmung des Präsidiums des Aufsichtsrats voraus. Dadurch ist sichergestellt, dass weder der zeitliche Aufwand noch die dafür gewährte Vergütung zu einem Konflikt mit den Aufgaben als Vorstandsmitglied führt.

Grundsätze der Vergütung der Führungskräfte

Die für den Vorstand geltenden Grundsätze werden in angepasster Form auch auf die Führungskräfte angewendet. Die Gehälter der Führungskräfte enthalten fixe und variable Bestandteile, die auf dem Erreichen von finanziellen und nicht-finanziellen Unternehmenszielen sowie individuell vereinbarten Zielen basieren.

Darüber hinaus hat der Vorstand im Geschäftsjahr 2011 ein Long-Term-Incentive-Program (LTIP) für Führungskräfte beschlossen, an dem definierte Mitglieder der Führungsebenen des Konzerns teilnehmen. Das LTIP knüpft an im Vorfeld festgelegte, messbare, langfristige und nachhaltige Kriterien (Total Shareholder Return, Free Cashflow und Earnings per Share) an und sieht ein entsprechendes Eigeninvestment als Voraussetzung für die Teilnahme vor.

Aufsichtsrat

Die Vergütung für den Aufsichtsrat wird jährlich in der ordentlichen Hauptversammlung für das jeweils abgelaufene Geschäftsjahr beschlossen. Dabei wird auch das Sitzungsgeld festgelegt, welches derzeit 300 EUR pro Sitzung beträgt. Darüber hinaus werden anfallende Reisekosten erstattet. Für das Geschäftsjahr 2010 hat die Hauptversammlung am 28. April 2011 die individuellen Bezüge für die Mitglieder des Aufsichtsrats mit 15.000 EUR, für den Vorsitzenden mit 25.000 EUR sowie für den stellvertretenden Vorsitzenden mit 20.000 EUR festgesetzt. Ist ein Mitglied des Aufsichtsrats nicht das volle Geschäftsjahr tätig, so sind die Vergütungen zu aliquotieren. Die Auszahlung dieser Bezüge erfolgte unmittelbar nach der ordentlichen Hauptversammlung.

Die im Geschäftsjahr 2011 dem Aufsichtsrat gewährten Vergütungen (inklusive Sitzungsgeld) von gesamt 141.031 EUR gliedern sich wie folgt:

AUFSICHTSRATSVERGÜTUNG (INKL. SITZUNGSGELD) EUR	
Markus Beyerer, Vorsitzender	1.800
Peter Michaelis, Vorsitzender (bis 28. April 2011)	26.200
Edith Hlawati, Stellvertreterin des Vorsitzenden	20.279
Edgar Ernst	12.538
Erich Hampel	11.938
Günter Leonhartsberger	13.438
Chris E. Muntwyler	11.038
Markus Pichler (ab 28. April 2011)	1.200
Gerhard Roiss (bis 28. April 2011)	15.600
Elisabeth Stadler (ab 28. April 2011)	1.800
Karl Stoss (bis 28. April 2011)	16.200
Helmut Köstinger	3.000
Martin Palensky	1.200
Andreas Schieder	1.800
Manfred Wiedner	3.000
Gesamt	141.031

Die Arbeitnehmervertreter im Aufsichtsrat üben ihre Funktion ehrenamtlich aus und werden für ihre Tätigkeit im Zentralausschuss gemäß ihrem jeweiligen Dienstvertrag entlohnt. Sie erhalten nur Sitzungsgeld. Sie können nur vom Zentralausschuss, dies aber jederzeit, abberufen werden.

5. EVALUIERUNGSBERICHT

In Entsprechung der Regel 62 des Kodex lässt die Österreichische Post AG alle drei Jahre die Einhaltung der Kodexbestimmungen und die Richtigkeit der damit verbundenen öffentlichen Berichterstattung extern evaluieren. Die zuletzt Anfang 2012 von KPMG Austria GmbH Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft durchgeführte Evaluierung ist auf keine Tatsachen gestoßen, die im Widerspruch zu der vom Vorstand und Aufsichtsrat abgegebenen Erklärung zur Beachtung und Einhaltung der C- und R-Regeln des Österreichischen Corporate Governance Kodex für das Geschäftsjahr 2011 stehen.

Wien, am 1. März 2012

Dipl.-Ing. Dr. Georg Pölzl
Generaldirektor

Mag. Dr. Rudolf Jettmar
Generaldirektor-Stellvertreter,
verantwortlich für Finanzen

Dipl.-Ing. Walter Hitziger
Vorstandsmitglied,
verantwortlich für Brief, Werbepost & Filialen

Dipl.-Ing. Peter Umundum
Vorstandsmitglied,
verantwortlich für Paket & Logistik

BERICHT DES AUFSICHTSRATS DER ÖSTERREICHISCHEN POST AG ÜBER DAS GESCHÄFTSJAHR 2011

Vor dem Hintergrund der vollständigen Briefmarktliberalisierung in Österreich per 1. Jänner 2011 hat die Österreichische Post ein äußerst erfolgreiches Geschäftsjahr hinter sich gebracht. Effizienzsteigerungen, konsequente Kundenorientierung und Anpassungen an die Anforderungen eines sich laufend ändernden Marktumfeldes waren und sind die zentralen Eckpfeiler der Unternehmensstrategie der Österreichischen Post.

Der Aufsichtsrat traf im Geschäftsjahr 2011 in sechs Aufsichtsratssitzungen zusammen und wurde im Rahmen der regelmäßigen Berichterstattung über alle relevanten Fragen zur Geschäftsentwicklung einschließlich der Risikolage sowie des Risikomanagements der Österreichischen Post zeitnah und umfassend informiert. Der Aufsichtsrat hat aufgrund dieser Berichterstattung die Geschäftsführung des Vorstands laufend überwacht und begleitend unterstützt.

Personelle Veränderungen

In der Zusammensetzung des Aufsichtsrats kam es im vergangenen Geschäftsjahr zu einigen Änderungen. Dr. Peter Michaelis, Dr. Gerhard Roiss und Dr. Karl Stoss sind mit Ablauf der Hauptversammlung am 28. April 2011 aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden. Als Nachfolger wählte die Hauptversammlung Mag. Markus Beyerer, Mag. Markus Pichler und Elisabeth Stadler für die Dauer von vier Jahren in den Aufsichtsrat der Gesellschaft. Bei der Konstituierung des Aufsichtsrats wurde Mag. Markus Beyerer zum Aufsichtsratsvorsitzenden gewählt. Weiters wurden Elisabeth Stadler und Mag. Markus Beyerer in den Prüfungsausschuss gewählt.

Der Aufsichtsrat bedankt sich an dieser Stelle bei den ausgeschiedenen Mitgliedern für die intensive und gute Zusammenarbeit. Besonderer Dank gebührt Herrn Dr. Peter Michaelis für seinen langjährigen Einsatz als Vorsitzender des Aufsichtsrates.

Schwerpunkte

Im Rahmen seiner Sitzungen beschäftigte sich der Aufsichtsrat insbesondere mit folgenden Schwerpunktthemen:

Im Rahmen der laufenden Berichterstattung wurde der Aufsichtsrat über die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns, die Personalsituation sowie die Investitionsvorhaben unterrichtet. Der Aufsichtsrat hat aufgrund dieser Berichterstattung die Geschäftsführung des Vorstands laufend überwacht und begleitend unterstützt.

In einer Sondersitzung im Jänner wurde die Weiterentwicklung der Führungsstruktur in der Österreichischen Post diskutiert. Zur weiteren Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit

des Unternehmens wurde die Zusammenlegung der Divisionen Brief und Filialnetz mit Wirksamkeit 1. Jänner 2012 beschlossen.

Die Sitzung im März hatte vor allem den Jahres- und Konzernabschluss 2010, die Vorbereitung der ordentlichen Hauptversammlung sowie Vorstandssangelegenheiten zum Gegenstand. Der Aufsichtsrat hat Dipl.-Ing. Walter Hitziger zum Vorstandsmitglied Brief, Werbepost & Filialen mit Wirkung ab 1. Jänner 2012 bestellt. In derselben Sitzung wurde Dipl.-Ing. Walter Oblin zum Vorstandsmitglied Finanzen mit Wirkung ab 1. Juli 2012 bestellt. Er folgt in dieser Funktion Herrn Generaldirektor Stv. Dr. Rudolf Jettmar nach, der mit 30. Juni 2012 aufgrund seines Pensionsantritts aus dem Vorstand der Österreichischen Post ausscheidet. Dank gebührt auch dem mit Ende letzten Jahres aus dem Unternehmen ausgeschiedenen Vorstandsdirektor Dr. Herbert Götz für seine maßgebliche Mitwirkung an der erfolgreichen Weiterentwicklung des Filialnetzes.

Weitere Schwerpunkte waren die Berichterstattung über das Organisations- und Strukturprojekt „Org12“ sowie die intensive Diskussion der Strategie. Hohe Aufmerksamkeit widmete der Aufsichtsrat der Entwicklung der Beteiligungen, insbesondere jener der trans-o-flex Gruppe.

Der Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats hat in insgesamt vier Sitzungen seine Aufgaben wahrgenommen. Er überwachte die Rechnungslegungsprozesse, die Abschlussprüfung und die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems, des Risikomanagementsystems sowie des Revisionssystems. Die Quartalsergebnisse wurden eingehend erörtert. Über die Ergebnisse der Prüfungsausschusssitzungen wurde dem Aufsichtsrat laufend berichtet. Die Deloitte Wirtschaftsprüfungs GmbH hat im Rahmen der Berichterstattung nach § 270 Abs. 1a UGB ihre Unbefangenheit gegenüber dem Prüfungsausschuss schlüssig dargelegt.

Der Präsidialausschuss hat sich eingehend mit der Bestellung der beiden zu besetzenden Vorstandsfunktionen befasst. Zusätzlich fanden nach Bedarf Sitzungen des Präsidiums statt.

Konzern- und Jahresabschluss 2011

Die Deloitte Wirtschaftsprüfungs GmbH wurde von der Hauptversammlung am 28. April 2011 zum Abschlussprüfer des Jahres- und Konzernabschlusses der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2011 bestellt.

Der Jahres- und der Konzernabschluss zum 31. Dezember 2011 wurden durch die Deloitte Wirtschaftsprüfungs GmbH geprüft und mit einem uneingeschränkten Bestätigungsver-

merk versehen. Der Lagebericht und der Konzernlagebericht stehen im Einklang mit dem Jahres- und Konzernabschluss. Sämtliche Abschlussunterlagen, der Gewinnverwendungs- vorschlag des Vorstands, der Corporate-Governance-Bericht und die Prüfungsberichte des Abschlussprüfers wurden im Prüfungsausschuss eingehend mit den Prüfern behandelt und dem Aufsichtsrat vorgelegt.

Der Aufsichtsrat hat alle Unterlagen gemäß § 96 AktG geprüft, keine Beanstandungen festgestellt und stimmt dem Ergebnis der Abschlussprüfung zu. Der Aufsichtsrat billigt den Jahresabschluss 2011, der damit gemäß § 96 Abs. 4 AktG festgestellt ist, und erklärt sich mit dem gemäß § 245a UGB nach IFRS aufgestellten Konzernabschluss, dem Lagebericht, dem Konzernlagebericht und dem Corporate-Governance-Bericht einverstanden.

14. März 2012

Mag. Markus Beyrer e.h.
Vorsitzender des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat schließt sich dem Vorschlag des Vorstandes an, vom Bilanzgewinn von 134.615.591,53 EUR eine Ausschüttung von 114.839.484,60 EUR vorzunehmen und den Rest in der Höhe von 19.776.106,93 EUR auf neue Rechnung vorzutragen.

Abschließend möchte der Aufsichtsrat dem gesamten Vorstand sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Dank und Anerkennung für ihre wertvollen Leistungen im vergangenen Geschäftsjahr aussprechen. Besonderer Dank gilt auch den Kunden und Aktionären der Österreichischen Post für das entgegengebrachte Vertrauen.

KONZERN-LAGEBERICHT 2011

1. UMFELD- UND RAHMENBEDINGUNGEN	22
1.1 Wirtschaftliches Umfeld	22
1.2 Rechtliche Rahmenbedingungen	22
2. GESCHÄFTSVERLAUF UND WIRTSCHAFTLICHE LAGE	23
2.1 Veränderungen im Konsolidierungskreis	23
2.2 Umsatz- und Ergebnisentwicklung	23
2.3 Vermögens- und Finanzlage	27
2.4 Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren	28
2.4.1 Liquidität/Nettofinanzmittelverschuldung	28
2.4.2 Cashflow	29
2.4.3 Investitionen und Akquisitionen	29
2.4.4 Ergebnis- und wertorientierte Kennzahlen	30
2.4.5 Zustellgeschwindigkeit	31
2.4.6 Mitarbeiter	31
2.4.7 Laufende Aus- und Weiterbildung	31
2.4.8 Gesundheit und Arbeitssicherheit	31
2.4.9 Umwelt	32
2.4.10 Forschung und Entwicklung/Innovationsmanagement	32
2.5 Besondere Ereignisse nach dem Bilanzstichtag	32
3. ERGEBNISSE DER DIVISIONEN	33
3.1 Division Brief	33
3.2 Division Paket & Logistik	34
3.3 Division Filialnetz	35
4. VORAUSSICHTLICHE ENTWICKLUNG/AUSBLICK UND RISIKEN DES UNTERNEHMENS	36
4.1 Ausblick 2012	36
4.2 Wesentliche Risiken und Ungewissheiten	37
4.2.1 Risikomanagement	37
4.2.2 Struktur der Dienstverhältnisse	37
4.2.3 Technische Risiken	37
4.2.4 Regulatorische und rechtliche Risiken	38
4.2.5 Finanzielle Risiken	39
4.2.6 Markt- und Wettbewerbsrisiken	39
5. INTERNES KONTROLLSYSTEM UND RISIKOMANAGEMENT IM HINBLICK AUF DEN RECHNUNGSLEGUNGSPROZESS	40
5.1 Kontrollumfeld	40
5.2 Risikobeurteilung	40
5.3 Kontrollmaßnahmen	41
5.4 Information und Kommunikation	41
5.5 Überwachung	41
6. INFORMATIONEN GEMÄSS § 243A UGB	43

1. UMFELD UND RAHMENBEDINGUNGEN

1.1 WIRTSCHAFTLICHES UMFELD

Im Geschäftsjahr 2011 erhöhte sich die Wirtschaftsleistung im Euroraum insgesamt um 1,6% (IWF). Besser als der europäische Durchschnitt entwickelte sich dabei die österreichische Wirtschaft, die eine Steigerung des Bruttoinlandsprodukts von 3,2% verbuchen konnte (WIFO). Waren zu Jahresbeginn noch starke Wachstumsraten zu verzeichnen, ließ die Wachstumsdynamik ab der Jahresmitte 2011 jedoch deutlich nach. Diese Entwicklung ist vor allem auf die Staatsschuldenkrise im Euroraum zurückzuführen, die sich auch 2012 weiterhin dämpfend auf die Wirtschaft auswirken dürfte. Gemäß Prognosen des österreichischen Wirtschaftsforschungsinstituts wird die österreichische Wirtschaft im Jahr 2012 nur mehr um 0,4% expandieren. Angesichts der Konjunktureintrübung sollten auch die Rohstoffpreise im Verlauf des Jahres 2012 weiter sinken. Dies wird die Inflationsrate in Österreich auf rund 2% reduzieren, was wiederum weitere Kaufkraftverluste der privaten Haushalte abfedert. Der private Konsum wird daher mit einem Zuwachs von 0,8% die Konjunktur stützen. Im Jahr 2013 sollte die österreichische Wirtschaft wieder von der allgemeinen Erholung der Weltwirtschaft profitieren, jedoch weiterhin nur ein verhaltenes Wirtschaftswachstum von 1,6% verzeichnen (WIFO).

Insgesamt stieg die Weltwirtschaftsleistung in der Berichtsperiode um 3,8% an, für 2012 wird ein weltweites Wirtschaftswachstum von 3,3% prognostiziert. Aufgrund der Staatsschuldenkrise wird im Euroraum für 2012 ein leichter BIP-Rückgang erwartet, wobei Deutschland weiterhin ein Wirtschaftswachstum von 0,3% verzeichnen sollte. Die Erwartungen für die Länder Zentral- und Osteuropas sind mit einem Plus von 1,1% etwas optimistischer (IWF).

Für die Entwicklung des Brief- und Paketmarktes sind neben der Wirtschaftsleistung auch die Bevölkerungsentwicklung und die Zunahme der Anzahl der Haushalte eines Landes von Bedeutung. In Österreich ergab sich auch 2011 ein leichtes Bevölkerungswachstum, wobei die Anzahl der Haushalte aufgrund des Trends zu Einpersonenhaushalten tendenziell etwas stärker zunimmt (Statistik Austria).

Der Trend zur elektronischen Substitution der Briefvolumina bleibt bestehen. Insbesondere Telekommunikations- und Versorgungsunternehmen versuchen, physische Sendungsvolumina zu reduzieren. Das Volumen der Werbesendungen ist dabei abhängig von der Intensität der Werbeaktivitäten der Unternehmen. Obwohl dieser Markt von konjunkturellen Schwankungen betroffen ist, zeigt sich, dass Werbesendungen ein unverzichtbarer Teil im Marketing-Mix der Wirtschaft sind. Der vierteljährlich erscheinende Forecast von ZenithOptimedia geht davon aus, dass sich der Werbemarkt in Westeuropa trotz des schwierigen konjunkturellen Umfelds als äußerst robust erweisen wird. Für 2012 wird ein Plus von 2,0% prognostiziert und 2013 sollte sogar wieder ein etwas stärkeres Wachstum von 2,8% zu verzeichnen sein.

Die Paketmengen im privaten Bereich steigen dank der ständig zunehmenden Bedeutung des Online-Shopping weiter. Das Fracht- und Expressgeschäft wiederum konnte durch die verbesserte Wirtschaftslage und ein ausgeweitetes Angebot wieder zulegen. Die Entwicklung der Sendevolumina im internationalen Paket- und Frachtgeschäft wird wesentlich von der Stärke des Aufschwungs und den Handelsströmen sowie der damit verbundenen Preisentwicklung abhängen, wobei das Paketvolumen tendenziell etwas stärker wächst als die Wirtschaft insgesamt.

1.2 RECHTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Basierend auf der dritten EU-Postdienste-Richtlinie erließ der österreichische Gesetzgeber das Postmarktgesetz, das mit 1. Jänner 2011 zur Gänze in Kraft getreten ist. Die wesentlichen Neuerungen sind:

Das Beförderungsmonopol der Österreichischen Post für Briefsendungen bis 50 Gramm ist mit 31. Dezember 2010 entfallen. Gleichzeitig endete damit für die Österreichische Post ab 1. Jänner 2011 aber auch der indirekte Ausgleich für die Verpflichtungen aus dem Universalienst. Die Österreichische Post bleibt auch nach der vollständigen Marktbereitung Österreichs Universalienstleister und garantiert damit die Versorgung mit qualitativ hochwertigen Postdienstleistungen in ganz Österreich.

Der ab 2011 neu definierte Universalienst beschränkt sich im Sinne der Sicherung der Grundversorgung primär auf Postsendungen, die an den gesetzlich definierten Zugangspunkten abgegeben werden können, das sind z. B. Post-Geschäftsstellen oder Briefkästen. Postdienste für Sendungen, die von Großkunden in Verteilzentren eingeliefert werden, zählen – mit Ausnahme von Zeitungen – jedenfalls nicht zum Universalienst. Die Regulierungsbehörde hat den Umfang der Universalienstverpflichtung mit Bescheid definiert. Gegen diesen Bescheid wurde seitens der Österreichischen Post eine Beschwerde beim Verwaltungsgerichtshof eingebracht. Der Ersatz der Universalienst-Nettokosten wird über einen Ausgleichsfonds abgewickelt, wobei der Kostenaufwand zwischen der Österreichischen Post und den konzessionierten Postdienstanbietern nach Marktanteilen geteilt wird. In diesen Ausgleichsfonds müssen nur jene konzessionierten Postdienstanbieter einzahlen, deren Jahresumsätze aus der konzessionierten Tätigkeit 1,0 Mio EUR übersteigen. Zudem werden der Österreichischen Post Universalienst-Nettokosten nur so weit ersetzt, als diese das Unternehmen unverhältnismäßig finanziell belasten. Dies ist dann der Fall, wenn die Universalienst-Nettokosten 2% der jährlichen Gesamtkosten der Österreichischen Post überschreiten.

Die Österreichische Post ist zum Austausch der nicht dem Gesetz entsprechenden Hausbrieffachanlagen und Landabgabekästen verpflichtet und hat diesen Austausch vorzu-

finanzieren. Die Kosten für den Austausch sind der Österreichischen Post nach einem gesetzlich geregelten Aufteilungsschlüssel teilweise zu ersetzen. Diese Austauschverpflichtung und die Kostenaufteilungsregelung sind Gegenstand eines von der Österreichischen Post eingeleiteten Verfahrens beim Verfassungsgerichtshof.

Seit 1. Jänner 2011 unterliegt die gewerbsmäßige Beförderung von Briefsendungen mit einem Gewicht bis 50 Gramm einer Konzessionspflicht.

Seit 1. Jänner 2011 gilt die Umsatzsteuerbefreiung nur mehr für Postdienste im Rahmen der gesetzlichen Univer-

saldienstverpflichtung. Universaldienstleistungen, deren Bedingungen individuell vereinbart wurden, unterliegen der Umsatzsteuer zum Normalsteuersatz. Daraus ergeben sich Änderungen hinsichtlich der umsatzsteuerlichen Behandlung von Postsendungen.

Mit 1. Mai 2011 sind Allgemeine Geschäftsbedingungen für Briefdienste in Kraft getreten, die im Universaldienstbereich ein vereinfachtes, kundenorientiertes Produkt- und Dienstleistungsangebot mit formatbasierten Tarifen vorsehen. Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen wurden vonseiten der Regulierungsbehörde eingehend geprüft und genehmigt.

2. GESCHÄFTSVERLAUF UND WIRTSCHAFTLICHE LAGE

2.1 VERÄNDERUNGEN IM KONSOLIDIERUNGSKREIS

Mit 30. Juni 2011 erfolgte die Veräußerung des 25,1%-Anteils an der Mader Zeitschriftenverlagsgesellschaft m.b.H.. Weiters übernahm die Österreichische Post mit 20. Oktober 2011 einen 26%-Anteil an der rumänischen PostMaster s.r.l. und vollzog damit den Einstieg in einen der größten Märkte Zentral- und Osteuropas. Das Unternehmen wird als assoziiertes Unternehmen nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen.

2.2 UMSATZ- UND ERGEBNISENTWICKLUNG

Für die nachfolgende Umsatzzanalyse wurden die Umsätze 2010 um die mit 20. Dezember 2010 entkonsolidierten meiller Gesellschaften bereinigt. Die Entkonsolidierung

dieser Gesellschaften reduziert den vergleichbaren Umsatz der Division Brief im Jahr 2010 um 98,0 Mio EUR. Das per Ende 2010 formierte Joint Venture MEILLERGHP, an dem die Österreichische Post einen Anteil von 65% hält, wird 2011 at equity konsolidiert.

Der Umsatz auf vergleichbarer Basis konnte 2011 daher um 4,2% auf 2.348,7 Mio EUR gesteigert werden. Zuwächse wurden dabei in der Division Paket & Logistik (+5,6%) und Brief (+4,4%) verzeichnet. Die über das Filialnetz erzielten Umsätze gingen im selben Zeitraum um 3,0% zurück. Im Jahr 2011 gab es mit 250 Arbeitstagen zwei Werkstage weniger als in der Vergleichsperiode des Vorjahrs (252 Arbeitstage).

In der Division Brief verbesserte sich der Umsatz auf vergleichbarer Basis um 4,4% auf 1.347,6 Mio EUR. Der anhaltenden Substitution von Briefen durch elektronische Medien wirkten positive Effekte entgegen, wie etwa eine

UMSATZ NACH DIVISIONEN¹

Mio EUR	2009	2010	2010 vergleich- bare Basis	2011	%	Veränderung 2010/2011 Mio EUR	Struktur 2011
Umsatz gesamt²	2.356,9	2.351,1	2.253,1	2.348,7	4,2%	95,6	100,0%
Brief ²	1.396,8	1.389,4	1.291,3	1.347,6	4,4%	56,3	57,4%
Paket & Logistik	768,4	802,0	–	846,5	5,6%	44,6	36,0%
Filialnetz	189,6	157,9	–	153,1	-3,0%	-4,7	6,5%
Corporate	4,4	5,1	–	5,4	7,1%	0,4	0,2%
Konsolidierung	-2,2	-3,1	–	-4,0	-29,6%	-0,9	-0,2%
Werkstage ³	251	252	–	250	–	–	–

¹ Außenumsatz der Divisionen

² Werte 2010 und Veränderungen exkl. meiller Gruppe (Pro-forma-Konsolidierung); ab 2011 Joint Venture MEILLERGHP at equity konsolidiert

³ Kalenderwerkstage in Österreich

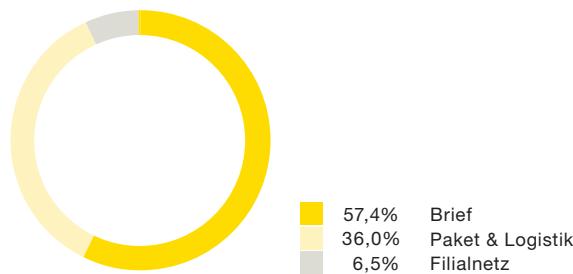
Volumenumschichtung von Paket- zu Briefdienstleistungen im Internet-Handel, Umsatzzuwächse im Bereich Mail-Solutions sowie das mit Mai 2011 eingeführte neue Produkt- und Markensortiment. Darüber hinaus erwies sich ein Umsatanstieg bei adressierten und unadressierten Werbesendungen als Indiz für eine intakte Werbewirtschaft, in deren Marketing-Mix die Direct Mails der Post einen wichtigen Bestandteil bilden.

In der Division Paket & Logistik wurde 2011 – basierend auf gesteigerten Mengen bei anhaltendem Preisdruck – ein Umsatanstieg um 5,6% auf 846,5 Mio EUR erzielt. Wachstum konnte dabei in Österreich ebenso verzeichnet werden

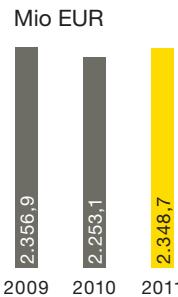
wie in den Regionen Deutschland/Benelux und Südost-/Osteuropa.

Die Organisationsstruktur im Filialnetz unterliegt aktuell einem Wandel. In den vergangenen zwölf Monaten wurde die Anzahl der Post Partner von 1.117 auf 1.258 per Ende 2011 weiter gesteigert. Diese Veränderung hatte ebenso Auswirkungen auf die Umsatz- und Kostenstruktur wie die neu gestaltete Partnerschaft mit BAWAG P.S.K., in deren Rahmen Umsätze aus dem Finanzdienstleistungsgeschäft seit 1. Jänner 2011 einer neuen kostenbasierten Vergütungslogik unterliegen. Die Außenumsätze der Division reduzierten sich um 3,0% auf 153,1 Mio EUR.

UMSATZANTEILE NACH DIVISIONEN %



UMSATZ¹



¹ Werte 2010 exkl. meiller Gruppe (Pro-forma-Konsolidierung); ab 2011 Joint Venture MEILLERGHP at equity konsolidiert

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Mio EUR	2009	2010	2010 vergleich- bare Basis	2011	Veränderung 2010/2011 %	Mio EUR
Umsatzerlöse¹	2.356,9	2.351,1	2.253,1	2.348,7	4,2%	95,6
Sonstige betriebliche Erträge ¹	89,6	90,5	87,2	74,6	-14,5%	-12,7
Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen ¹	-766,1	-771,0	-712,5	-759,8	6,6%	47,3
Personalaufwand ¹	-1.139,3	-1.120,7	-1.086,9	-1.050,1	-3,4%	-36,8
Sonstige betriebliche Aufwendungen ¹	-277,0	-288,8	-278,7	-320,0	14,8%	41,3
Ergebnis aus at equity konsolidierten Unternehmen	5,1	1,0	-	-10,6	-	-11,6
EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen)	269,2	262,1	-	282,7	7,9%	20,6
Abschreibungen	-97,3	-96,4	-	-86,8	-10,0%	-9,7
Impairments	-22,4	-8,8	-	-27,6	213,7%	18,8
EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern)	149,4	156,9	-	168,3	7,3%	11,4
Sonstiges Finanzergebnis	-24,6	-8,2	-	-5,2	36,7%	3,0
EBT (Ergebnis vor Steuern)	124,8	148,7	-	163,1	9,7%	14,5
Ertragsteuern	-45,1	-30,3	-	-39,3	29,7%	9,0
Periodenergebnis	79,7	118,4	-	123,8	4,6%	5,5
Ergebnis je Aktie (EUR)	1,18	1,75	-	1,83	4,6%	0,08

¹ Werte 2010 und Veränderungen exkl. meiller Gruppe (Pro-forma-Konsolidierung); ab 2011 Joint Venture MEILLERGHP at equity konsolidiert

Der Umsatzzuwachs auf vergleichbarer Basis von 4,2% bzw. 95,6 Mio EUR hatte Auswirkungen auf die Kostenstruktur des Konzerns, da durch vermehrte Umsatz- und Paketmengen auch die Zukäufe von Transportdienstleistungen über Sublieferanten in der Paketlogistik stiegen. Darüber hinaus führte der vermehrte Einsatz von Post Partner-Betrieben zu erhöhten Kosten der vom Konzern bezogenen Leistungen, dies allerdings bei gleichzeitig reduziertem Personalaufwand. Auf vergleichbarer Basis ist der Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen daher um 6,6% auf 759,8 Mio EUR gestiegen.

Der Personalaufwand blieb mit 1.050,1 Mio EUR auf vergleichbarer Basis um 3,4% unter dem Niveau des Vorjahrs. Dabei reduzierte sich der operative Personalaufwand um 28,0 Mio EUR auf 1.017,0 Mio EUR. Diese operativen Einsparungen ergaben sich durch die Ausnutzung der Fluktuation im Unternehmen – auf vergleichbarer Basis reduzierte sich der durchschnittliche Personalstand im Jahresvergleich um 673 auf 23.369 Mitarbeiter (Vollzeitäquivalente).

Die nicht operativen Personalaufwendungen enthalten Maßnahmen zur nachhaltigen Verbesserung der Kostenstruktur, wie etwa Aufwendungen für Strukturmaßnahmen, Abfertigungszahlungen oder Personalrückstellungen. Die nicht operativen Personalaufwendungen beliefen sich im Jahr 2011 auf 33,0 Mio EUR. Darin inkludiert sind etwa Aufwendungen für Abfertigungen in Höhe von 27,0 Mio EUR.

Der nicht operative Personalaufwand der Österreichischen Post ist aufgrund der spezifischen Beschäftigungssituation traditionell durch hohe Personalrückstellungen geprägt, wie etwa die Rückstellungen für Personal-Unterauslastung. Diese sind im Berichtszeitraum mit 239,0 Mio EUR annähernd konstant geblieben, wobei der zahlungswirksame Verbrauch im Jahr 2011 22,7 Mio EUR betrug. Darin inkludiert sind

sowohl Rückstellungen für unkündbare Mitarbeiter, die im Unternehmen nicht oder nur mehr zum Teil eingesetzt werden, als auch Rückstellungen für Mitarbeiter, die voraussichtlich in den Bundesdienst wechseln werden.

Die Möglichkeit zum Wechsel in den Bundesdienst basiert auf Vereinbarungen mit dem Bundesministerium für Inneres aus dem Jahr 2009 bzw. mit den Bundesministerien für Finanzen und für Justiz aus dem Jahr 2010, in deren Rahmen die Österreichische Post jedoch die Kosten für die betroffenen Mitarbeiter bis Juni 2014 weiter trägt. 2011 erfolgte hier die Dotierung einer Rückstellung für insgesamt 108 Personen. So fiel in der Berichtsperiode ein Aufwand in Höhe von 14,1 Mio EUR für diese Mitarbeiter an.

Die sonstigen betrieblichen Erträge haben sich im Berichtszeitraum auf vergleichbarer Basis um 14,5% auf 74,6 Mio EUR reduziert. Dies war vorrangig bedingt durch geringe Erträge aus dem Abgang von Sachanlagen, die 2011 nur 8,8 Mio EUR betrugen. Die Erträge aus der Vermietung und Verpachtung konnten mit 23,7 Mio EUR auf dem Niveau des Vorjahres gehalten werden.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich auf vergleichbarer Basis um 14,8% auf 320,0 Mio EUR. Dieser Anstieg ist zum Teil auf Maßnahmen im Zusammenhang mit der Verwertung der operativen Tochtergesellschaften in Belgien und den Niederlanden zurückzuführen. Darüber hinaus sind Aufwendungen für die Umrüstung auf neue Hausbrieffachanlagen entstanden, die gemäß Postmarktgesetz bis Ende 2012 zu erfolgen hat.

Das Ergebnis aus at equity konsolidierten Unternehmen von minus 10,6 Mio EUR ist großteils auf das anteilige negative Ergebnis des Gemeinschaftsunternehmens MEILLERGHP zurückzuführen. Das Unternehmen befand sich 2011 in der Restrukturierungsphase.

EBITDA NACH DIVISIONEN

Mio EUR	2009	2010	2011	Veränderung 2010/2011 %	Mio EUR
EBITDA Gesamt	269,2	262,1	282,7	7,9%	20,6
Brief	271,1	274,9	322,8	17,4%	47,9
Paket & Logistik vor Strukturmaßnahmen	20,5	37,0	37,3	0,7%	0,3
Paket & Logistik	20,5	37,0	12,0	-67,6%	-25,0
Filialnetz	-3,3	-24,8	-9,7	60,8%	15,1
Corporate	-19,4	-24,9	-42,3	-70,0%	-17,4

Das EBITDA des Österreichischen Post Konzerns konnte 2011 um 7,9% auf 282,7 Mio EUR verbessert werden. Die EBITDA-Marge betrug 12,0% und liegt somit – wie prognostiziert – am oberen Ende der langfristigen Zielbandbreite von 10–12%.

Die Abschreibungen der Österreichischen Post beliefen sich im Berichtszeitraum auf 114,4 Mio EUR. Dieser Wert

setzt sich aus planmäßigen Abschreibungen von 86,8 Mio EUR (davon 73,1 Mio EUR für Sachanlagen) sowie Wertminderungen von 27,6 Mio EUR zusammen. Das EBIT der Österreichischen Post verzeichnete 2011 eine Steigerung um 7,3% auf 168,3 Mio EUR. Die EBIT-Marge beträgt 7,2%.

EBIT NACH DIVISIONEN

Mio EUR	2009	2010	2011	Veränderung 2010/2011 % Mio EUR
EBIT Gesamt	149,4	156,9	168,3	7,3%
Brief	221,1	234,9	295,7	25,9%
Paket & Logistik vor Strukturmaßnahmen und Impairments	-9,3	12,6	13,8	9,3%
Paket & Logistik	-9,3	10,5	-28,3	-
Filialnetz	-9,2	-30,8	-17,8	42,3%
Corporate	-53,5	-57,7	-81,3	-41,0%

Im Berichtszeitraum erzielten die Divisionen im operativen Geschäft eine Ergebnisverbesserung. So verzeichnete die Division Brief eine EBIT-Steigerung auf 295,7 Mio EUR, und auch die Division Filialnetz konnte den Restrukturierungspfad fortsetzen und das Jahr 2011 mit einem EBIT von minus 17,8 Mio EUR abschließen, was nach minus 30,8 Mio EUR im Vergleichszeitraum des Vorjahres eine deutliche Verbesserung bedeutet.

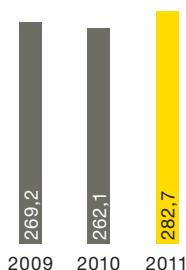
Das ausgewiesene EBIT der Division Paket & Logistik betrug im Jahr 2011 minus 28,3 Mio EUR. Darin inkludiert sind allerdings auch Wertberichtigungen (Impairments) von Firmenwerten und Sachanlagen in Höhe von 16,8 Mio EUR sowie Strukturmaßnahmen in Höhe von 25,3 Mio EUR, wobei hier auch Entkonsolidierungseffekte von 3,3 Mio EUR enthalten sind. Die angeführten Aufwendungen fielen größtenteils im Rahmen der Restrukturierung sowie der Verwertung der Tochtergesellschaften in Belgien und den Niederlanden an. Der im vierten Quartal gestartete Verwertungsprozess führte dazu, dass das Vermögen und die Schulden dieser Tochtergesellschaften als Veräußerungsgruppe (Held for Sale) erfasst wurden. Die gemäß IFRS 5 erforderliche Bewertung führte zu Wertminderungen und Vorsorgen, die in den ausgewiesenen Strukturmaßnahmen enthalten sind.

Auf vergleichbarer operativer Basis – ohne Strukturmaßnahmen und Wertberichtigungen – erhöhte sich das EBIT der Division Paket & Logistik um 9,3% auf 13,8 Mio EUR.

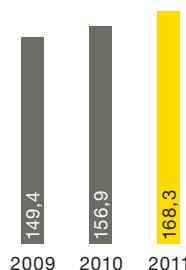
Im Bereich Corporate hat sich das EBIT von minus 57,7 Mio EUR in 2010 auf minus 81,3 Mio EUR reduziert. Diese Differenz ist auf höhere Einnahmen aus Immobilienverkäufen im Geschäftsjahr 2010 sowie höhere Abschreibungen in der aktuellen Berichtsperiode zurückzuführen. Darüber hinaus enthält der Bereich Corporate nicht weiter verrechnete Aufwendungen zentraler Abteilungen, Aufwendungen im Zusammenhang mit leer stehenden Immobilien sowie Veränderungen von Personalrückstellungen und Restrukturierungen.

Das Ergebnis vor Steuern erhöhte sich um 9,7% auf 163,1 Mio EUR. Nach Abzug von Steuern im Ausmaß von 39,3 Mio EUR ergibt sich ein Periodenergebnis (Ergebnis nach Steuern) von 123,8 Mio EUR. Dies entspricht einem Ergebnis pro Aktie von 1,83 EUR für das Geschäftsjahr 2011 (+4,6%).

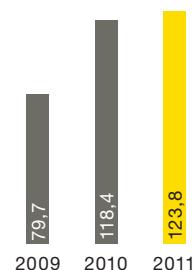
EBITDA
Mio EUR



EBIT
Mio EUR



PERIODENERGEBNIS
Mio EUR



2.3 VERMÖGENS- UND FINANZLAGE

Die Österreichische Post setzt auf eine risikoaverse Geschäftsgebarung. Dies zeigt sich an der hohen Eigenkapitalquote, den geringen Finanzverbindlichkeiten und der soliden Zahlungsmittelveranlagung mit möglichst geringem Risiko.

BILANZSTRUKTUR NACH POSITIONEN

Mio EUR	31.12.2009	31.12.2010	31.12.2011	Struktur 31.12.2011
Aktiva				
Sachanlagen, immaterielle Vermögenswerte und Firmenwerte	944,3	853,7	811,3	48,6%
Als Finanzinvestitionen gehaltene Immobilien (Investment Property)	37,0	33,9	32,8	2,0%
Anteile at equity konsolidiert	8,3	27,3	17,5	1,0%
Vorräte, Forderungen und Sonstiges	393,8	397,4	418,6	25,1%
Finanzinvestitionen in Wertpapiere	56,7	48,3	34,1	2,0%
Andere Finanzanlagen	41,4	41,4	40,6	2,4%
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	293,8	313,1	310,6	18,6%
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	0,0	0,0	2,8	0,2%
	1.775,3	1.715,1	1.668,3	100,0%
Passiva				
Eigenkapital	673,7	690,8	702,0	42,1%
Rückstellungen	604,4	574,7	542,2	32,5%
Finanzverbindlichkeiten	126,8	79,1	29,2	1,8%
Verbindlichkeiten und Sonstiges	370,4	370,5	384,2	23,0%
Zur Veräußerung gehaltene Verbindlichkeiten	0,0	0,0	10,6	0,6%
	1.775,3	1.715,1	1.668,3	100,0%

Die Analyse der Bilanz des Österreichischen Post Konzerns zeigt, dass die Aktiva – neben den zwei traditionell größten Positionen Sachanlagen, immaterielle Vermögenswerte und Firmenwerte mit 811,3 Mio EUR sowie Vorräte, Forderungen und Sonstiges mit 418,6 Mio EUR – auch einen hohen Bestand an Finanzmitteln (Zahlungsmittel und Finanzinvestitionen in Wertpapiere) enthalten. In Summe verfügt der Österreichische Post Konzern zum 31. Dezember 2011 über Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente von 310,6 Mio EUR und über Finanzinvestitionen in Wertpapiere von 34,1 Mio EUR. Somit liegt der Bestand an Finanzmitteln per Jahresultimo bei 344,7 Mio EUR. Die Zahlung der Dividende von 1,60 EUR je Aktie – in Summe 108,1 Mio EUR – für das Geschäftsjahr 2010 im Mai 2011 ist dabei bereits berücksichtigt. Die Veranlagungspolitik der Österreichischen Post zielt auf das geringstmögliche Risiko ab.

Das Eigenkapital des Österreichischen Post Konzerns lag per 31. Dezember 2011 bei 702,0 Mio EUR; dies ergibt eine Eigenkapitalquote von 42,1%. Auf der Passivseite der Bilanz zählen zudem Rückstellungen mit 542,2 Mio EUR zu den größten Positionen (32,5%). Darin sind Rückstellungen für Unterauslastung in Höhe von 239,0 Mio EUR enthalten. Die kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten wurden in der Berichtsperiode durch die Tilgung von Finanzverbindlichkeiten von 79,1 Mio EUR auf 29,2 Mio EUR deutlich reduziert. Da die vorhandenen Finanzmittel in der Bilanz (344,7 Mio EUR) die Finanzverbindlichkeiten (29,2 Mio EUR) bei Weitem übersteigen, ist die Aufnahme von Fremdkapital – ebenso wie ein Rating – derzeit nicht erforderlich.

BILANZSTRUKTUR NACH FRISTIGKEIT

Mio EUR	31.12.2009	31.12.2010	31.12.2011	Struktur 31.12.2011
Aktiva				
Langfristiges Vermögen	1.141,3	1.067,6	1.005,1	60,2%
davon andere Finanzanlagen sowie Finanzinvestitionen in Wertpapiere	97,9	89,4	62,5	3,7%
Kurzfristiges Vermögen	634,0	647,5	660,4	39,6%
davon Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	293,8	313,1	310,6	18,6%
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	0,0	0,0	2,8	0,2%
	1.775,3	1.715,1	1.668,3	100,0%
Passiva				
Eigenkapital	673,7	690,8	702,0	42,1%
Langfristige Verbindlichkeiten	514,0	479,4	452,9	27,1%
davon Rückstellungen	453,4	414,6	396,7	23,8%
Kurzfristige Verbindlichkeiten	587,6	544,9	502,8	30,1%
davon Rückstellungen	150,9	160,1	145,5	8,7%
Zur Veräußerung gehaltene Verbindlichkeiten	0,0	0,0	10,6	0,6%
	1.775,3	1.715,1	1.668,3	100,0%

Der überwiegende Teil der Bilanzsumme des Österreichischen Post Konzerns von insgesamt 1.668,3 Mio EUR entfällt mit einem Anteil von 60,2% bzw. 1.005,1 Mio EUR auf langfristiges Vermögen. Innerhalb des langfristigen Vermögens nehmen die Positionen Sachanlagen mit 587,5 Mio EUR sowie Finanzinvestitionen in Wertpapiere und andere Finanzanlagen mit 62,5 Mio EUR eine bedeutende Stellung ein. Zu den größten Posten des kurzfristigen Vermögens gehören mit 323,2 Mio EUR Forderungen sowie mit 310,6 Mio EUR Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente.

Passivseitig setzt sich die Bilanzsumme aus Eigenkapital (42,1%), langfristigen Verbindlichkeiten (27,1%) und kurzfristigen Verbindlichkeiten (30,1%) zusammen. Die langfristigen Verbindlichkeiten von insgesamt 452,9 Mio EUR beinhalten im Wesentlichen Rückstellungen (in Summe 396,7 Mio EUR). Bei den kurzfristigen Verbindlichkeiten in Höhe von 502,8 Mio EUR dominieren Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen mit 202,6 Mio EUR.

2.4 FINANZIELLE UND NICHTFINANZIELLE LEISTUNGSDINDIKATOREN

2.4.1 LIQUIDITÄT/NETTOFINANZMITTELVERSCHULDUNG

Mio EUR	31.12.2009	31.12.2010	31.12.2011
Verzinsliches Fremdkapital			
davon Finanzverbindlichkeiten	-629,5	-540,3	-471,6
davon verzinsliche Rückstellungen	-126,3	-78,6	-29,2
Verzinsliche Aktiva	398,3	413,7	410,1
davon Finanzinvestitionen in Wertpapiere	56,7	48,3	34,1
davon Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	293,8	313,1	310,6
Nettofinanzmittelverschuldung	-231,2	-126,6	-61,5
Verhältnis Nettofinanzmittelverschuldung/EBITDA	0,86	0,48	0,22
Gearing Ratio¹	34,3%	18,3%	8,8%

¹ Gearing Ratio = Nettofinanzmittelverschuldung/Eigenkapital

Der Österreichische Post Konzern wies per Ende 2011 eine Nettofinanzmittelverschuldung in Höhe von 61,5 Mio EUR auf. Dieser Betrag errechnet sich als Differenz aus verzinslichen Aktiva (Wertpapiere, andere Finanzanlagen und Zahlungsmittel) von 410,1 Mio EUR und verzinslichem Fremdkapital (Finanzverbindlichkeiten und andere verzinsliche Verbindlichkeiten sowie Sozialkapital und andere verzinsliche Rückstellungen) von 471,6 Mio EUR. Aufgrund der deutlichen Reduktion der Finanzverbindlichkeiten konnte die Nettofinanzmittelverschuldung im Jahresvergleich mehr als halbiert werden. Dadurch verbesserte sich auch das Verhältnis Nettofinanzmittelverschuldung zu EBITDA von 0,48 auf 0,22 per Ende Dezember 2011. Der Verschuldungsgrad (Gearing Ratio) lag am Ende der Berichtsperiode bei 8,8%.

2.4.2 CASHFLOW

Mio EUR	2009	2010	2011
Cashflow aus dem Ergebnis	195,8	134,1	248,6
+/- Veränderungen im Nettoumlauvermögen	34,1	44,9	-20,4
= Cashflow aus Geschäftstätigkeit	230,0	178,9	228,2
+/- Cashflow aus Investitionstätigkeit	6,9	-25,3	-65,8
= Free Cashflow	236,9	153,6	162,5
+/- Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-191,2	-134,4	-165,0
= Nettozunahme/-abnahme des Finanzmittelbestands	45,7	19,3	-2,5

Der Cashflow aus dem Ergebnis 2011 lag mit 248,6 Mio EUR signifikant über dem Vergleichswert des Vorjahrs. Das verbesserte Ergebnis, geringere Steuerzahlungen als im Vergleichszeitraum und höhere sonstige, zahlungsunwirksame Vorgänge haben dazu beigetragen.

Im Berichtszeitraum kam es zu einer cash-wirksamen Veränderung im Nettoumlauvermögen von minus 20,4 Mio EUR. Diese Entwicklung ist vor allem auf eine Erhöhung der Forderungen zurückzuführen, die größtenteils aus einer neuen Umsatzsteuerregelung seit Anfang 2011 resultierte.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit von minus 65,8 Mio EUR beinhaltet Auszahlungen für den Erwerb von Sachanlagen (CAPEX) in Höhe von 73,8 Mio EUR sowie Erlöse aus Anlageverkäufen von 23,9 Mio EUR. Der ausgewiesene Free Cashflow lag mit 162,5 Mio EUR nach 153,6 Mio EUR um 5,8% über dem Vergleichswert des Vorjahres.

2.4.3 INVESTITIONEN UND AKQUISITIONEN

Die Investitionen des Österreichischen Post Konzerns beliefen sich im Geschäftsjahr 2011 auf 92,0 Mio EUR. Davon entfielen 81,0 Mio EUR auf Investitionen in Sachanlagen und 11,0 Mio EUR auf Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Firmenwerte. Während die Zugänge in immaterielle Vermögenswerte, die vor allem Software-Lizenzen umfassen, im Periodenvergleich stabil waren,

Auf Basis der vorhandenen Liquidität sowie des soliden operativen Cashflows kann die Österreichische Post die aktuellen Finanzierungsvorhaben selbst decken. Eine Fremdkapitalaufnahme ist derzeit nicht vorgesehen.

Im Rahmen seiner Dividendenpolitik beabsichtigt der Österreichische Post Konzern für die kommenden Jahre unter der Voraussetzung, dass sich die Geschäftsentwicklung weiterhin erfolgreich fortsetzt und keine außergewöhnlichen Umstände auftreten, eine Ausschüttungsquote von zumindest 75% des auf die Aktionäre entfallenden Periodenergebnisses. Es wird eine nachhaltige Dividende angestrebt, die sich mit dem Konzernergebnis weiterentwickelt.

verzeichneten die Investitionen in Sachanlagen und Investment Property einen deutlichen Anstieg und erreichten 2011 ein Volumen von 81,0 Mio EUR nach 49,9 Mio EUR im Vorjahr. Die Investitionen wurden zum überwiegenden Teil für den Austausch von Fahrzeugen sowie diverse Betriebs- und Gesellschaftsausstattung für Verteilzentren, Zustellbasen und Postfilialen getätig. Diese Zugänge umfassten beispielsweise Zustellertische, Zutrittssysteme für Zustellbasen, diverse Hardware-Komponenten, Schalterpultanlagen oder Büroeinrichtungsgegenstände. Die Investitionen in Andere Anlagen, Betriebs- und Gesellschaftsausstattung machten daher rund 65% der gesamten Sachanlageninvestitionen aus.

Die Österreichische Post ist bestrebt, ihre Sortieranlagen laufend zu modernisieren, um die hohen Qualitätsanforderungen bezüglich der Zustellgeschwindigkeit innerhalb Österreichs (Zustellung von 95% aller Briefe am nächsten Werktag bzw. von 90% aller Pakete innerhalb von zwei Werktagen) zu erfüllen. Im Jahr 2011 investierte die Österreichische Post auch schwerpunktmaßig in neue Zustellsysteme für unadressierte Werbesendungen, die nun in Österreich in einem eigenen Umschlag gesammelt zugestellt werden. So wurden Anzahlungen für so genannte Collatoren an drei Standorten in Österreich geleistet. Diese High-Tech-Maschinen können Prospekte vollautomatisch und damit sehr effizient bündeln. Neben Ersatzinvestitionen in Flatsorter und diversen anderen Investitionen in die Verteillogistik befindet sich auch ein Verteilzentrum in der Slowakei in Bau (SPS in Zilina).

Sowohl bei Neu- als auch bei Ersatzinvestitionen kam es zu einer detaillierten Qualifizierung der jeweiligen Investitionsmaßnahme. Ersatzinvestitionen wurden dann getätigt, wenn entweder mit der neueren Technologie ein Produktivitätsfortschritt erzielt werden konnte, der die laufenden Aufwendungen in Eigen- und Fremdpersonal oder den Zukauf von Transportleistungen reduziert, oder der optimale Austauschzeitpunkt dadurch gegeben war, dass die Lebenszykluskosten (vor allem Instandhaltungskosten) die Kosten eines neu beschafften Anlageguts überschritten.

Investitionen werden sowohl während diverser Planungsphasen als auch im Zuge der Beschaffungsphase durch ein Gremium genehmigt und freigegeben, das sich je nach Investitionsvolumen aus Bereichsverantwortlichen, einzelnen oder allen Vorständen bzw. dem Aufsichtsrat der Österreichischen Post AG zusammensetzt. Neben laufen-

den Plan/Ist-Vergleichen findet zum Abschluss der Investitionsphase – insbesondere bei großen Projekten – eine Investitionsnachschaub statt.

Neben dem Return on Investment (ROI) als wesentlichem Entscheidungsparameter für Investitionen und Akquisitionen werden auch die Amortisationsdauer und der Barwert des Investments betrachtet – dies sowohl in der Planung als auch im Kennzahlen-Monitoring.

Für den Erwerb bzw. Verkauf von Tochtergesellschaften sowie von at equity konsolidierten Unternehmen erfolgte 2011 ein Zahlungsmittelzufluss von 1,1 Mio EUR. Jeder Akquisition geht ein konzernweit einheitlicher Auswahlprozess voran. Die Entscheidungsgrundlage bildet eine Due-Diligence-Prüfung, der eine Bewertung mittels Discounted-Cashflow-Methode folgt.

2.4.4 ERGEBNIS- UND WERTORIENTIERTE KENNZAHLEN

	2009	2010	2011
EBITDA-Marge ¹	11,4%	11,6%	12,0%
EBIT-Marge ²	6,3%	7,0%	7,2%
ROE ³	13,9%	20,7%	21,3%
ROCE ⁴	16,5%	19,3%	22,8%
Capital Employed (Mio EUR)	861,7	767,5	708,9

¹ EBITDA-Marge = EBITDA/Umsatz (2010 exkl. meiller Gruppe)

² EBIT-Marge = EBIT/Umsatz (2010 exkl. meiller Gruppe)

³ Return on Equity = Jahresüberschuss/Eigenmittel zum 1. Jänner abzüglich Dividende

⁴ Return on Capital Employed = EBIT/durchschnittliches Capital Employed

CAPITAL EMPLOYED

Mio EUR	31.12.2009	31.12.2010	31.12.2011
+ Immaterielle Vermögenswerte und Firmenwerte	248,5	242,8	223,8
+ Sachanlagen	695,7	610,9	587,5
+ Investment Property	37,0	33,9	32,8
+ Anteile at equity konsolidiert	8,3	27,3	17,5
+ Anteile an nicht konsolidierten Unternehmen	0,8	0,8	0,0
+ Vorräte	22,3	16,3	14,4
+ Forderungen ¹	321,1	319,4	324,8
+ Zur Veräußerung gehaltenen langfristige Vermögenswerte	0,0	0,0	2,8
- Unverzinsliches Fremdkapital	-472,1	-483,9	-494,7
	861,7	767,5	708,9

¹ Abzüglich verzinsliche Forderungen

Das Capital Employed des Österreichischen Post Konzerns reduzierte sich um 58,6 Mio EUR auf 708,9 Mio EUR per Ende 2011. Der Return on Capital Employed konnte im Berichtsjahr somit von 19,3% auf 22,8% verbessert werden.

Ziel der Österreichischen Post ist es, das Capital Employed entsprechend den branchenspezifischen Gegebenheiten zu optimieren. Vor diesem Hintergrund werden Investitionen äußerst selektiv und gezielt getätigt, um vor allem Produk-

tivitätssteigerungen zu ermöglichen. Beteiligungen werden laufend auf Ihre Werthaltigkeit geprüft und bei Anzeichen von Wertminderungen entsprechend wertberichtigt. Anteile an at equity konsolidierten Unternehmen sind durch die laufenden Gewinne/Verluste der darin enthaltenen Beteiligungen beeinflusst. Die wesentlichen Schwerpunkte im Forderungsmanagement der Österreichischen Post liegen in der kontinuierlichen Bonitätsprüfung der Kunden, um im Risikofall unverzüglich die Umstellung auf Voraus- oder Barzahlung vornehmen oder die Vorlage einer Bankgarantie fordern zu können. Des Weiteren wird die Verkürzung der Fakturierungsintervalle entsprechend dem Zahlungsverhalten der Debitoren angepasst. Das Management wird regelmäßig über Außenstände informiert, um entsprechende Maßnahmen setzen zu können.

2.4.5 ZUSTELLGESCHWINDIGKEIT

Die Österreichische Post hat es sich zum Ziel gesetzt, Anbieter hochqualitativer Dienstleistungen zu sein. In Österreich bestehen im Rahmen des Universalienstes folgende strenge Auflagen für die Zustellungsgeschwindigkeit von Briefen und Paketen: Zustellung von 95% aller Briefe am nächsten Werktag bzw. von 90% aller Pakete

innerhalb von zwei Werktagen. Mit einer Rate von 96,1% für die am ersten Werktag nach Einlieferung zugestellten Briefe lag die Österreichische Post auch 2011 wieder deutlich über der gesetzlichen Vorgabe. Bei der Paketzustellung im Rahmen des Universalienstes (primär Privatpakete) konnte mit 94,2% Beförderung innerhalb von zwei Werktagen das gesetzliche Ziel erneut übertroffen werden. Auch bei den internationalen Sendungen (Inbound) verfügt die Österreichische Post im europäischen Vergleich über eine überdurchschnittliche Zustellqualität.

2.4.6 MITARBEITER

Die durchschnittliche Zahl der Mitarbeiter (umgerechnet in Vollzeitkräfte) des Österreichischen Post Konzerns verringerte sich im Berichtszeitraum gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahrs um 2,8% oder 673 Mitarbeiter auf nunmehr 23.369. Dabei war in allen Divisionen außer Paket & Logistik ein Rückgang an Mitarbeitern zu verzeichnen. Der weitaus größte Teil der Konzernmitarbeiter (in Vollzeitkräften) ist in der Österreichischen Post AG beschäftigt (19.907). Rund 3.500 Mitarbeiter arbeiten in den Tochtergesellschaften.

MITARBEITER NACH DIVISIONEN (PERIODENDURCHSCHNITT, IN VOLLZEITKRÄFTEN)

	2009	2010	2010 vergleich- bare Basis ¹	2011	Anteil %
Brief	15.232	14.841	13.914	13.667	58,5%
Paket & Logistik	3.976	4.008	-	4.057	17,4%
Filialnetz	4.719	4.274	-	3.815	16,3%
Corporate	1.994	1.846	-	1.830	7,8%
Gesamt	25.921	24.969	24.042	23.369	100,0%

¹ Exkl. meiller Gruppe

2.4.7 LAUFENDE AUS- UND WEITERBILDUNG

Die zielgruppen- und kompetenzorientierte Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter bildet einen wichtigen Schwerpunkt im Personalmanagement der Österreichischen Post. Die Maßnahmen beinhalten Fachschulungen, Weiterbildungskurse, Coachings und Trainings in allen Fachbereichen des Unternehmens. Zudem legt die Österreichische Post großen Wert auf die Ausbildung von Führungspersonal im Rahmen spezieller Führungskräfte-Trainings.

Um die stetige Verbesserung des Serviceangebots in den Filialen sowie im Rahmen des Post Partner-Netzes sicherzustellen, wurden in der Division Filialnetz intensiv Trainings und Fortbildungsprogramme durchgeführt, darunter beispielsweise Filialleiter-Trainings, Telekom-Schulungen, Telekom-Sales-Colleges und Post Partner-Schulungen. In der Division Brief fanden unter anderem Trainings für Distributionsleiter, MS-Project Trainings und Projektmanagement-Trainings statt. In der Division Paket & Logistik

wurden unter anderem Maßnahmen im Rahmen der Führungskräfteentwicklung, Verkaufsmanagement-Trainings und Sprachtrainings durchgeführt.

2.4.8 GESUNDHEIT UND ARBEITSSICHERHEIT

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sowie betriebliche Gesundheitsförderung sind wichtige Elemente der Unternehmenspolitik der Österreichischen Post. Motivierte Mitarbeiter sind die Basis eines auf menschlicher Arbeitskraft aufgebauten Logistikkonzeptes, das den bestmöglichen Service für die Kunden gewährleistet. Die Österreichische Post legt daher auf die Gesundheit und Sicherheit ihrer Mitarbeiter besonderes Augenmerk. Trainings über sicheres und gesundes Verhalten am Arbeitsplatz, Bewegungstipps, Tabak- und Alkoholprävention, die Gestaltung einer gesundheitsfördernden und ergonomischen Arbeitsumgebung sowie behinderten- und altersgerechte Arbeitsplätze zählen zu den Schwerpunkten des vielschichtigen unternehmenseigenen Gesundheitsprogramms.

2.4.9 UMWELT

Die Österreichische Post ist sich ihrer Verantwortung gegenüber der Umwelt bewusst und sucht daher laufend nach Optimierungspotenzialen, um ihren ökologischen Fußabdruck zu minimieren. Neben umfangreichen eigenen Maßnahmen nimmt sie auch aktiv an Projekten wie dem Greenhouse Gas Reduction Programme von PostEurop oder dem Environmental Measurement and Monitoring System (EMMS) der International Postal Corporation (IPC) teil, die auf die Reduktion von Treibhausgas-Emissionen abzielen.

Im Jahr 2011 hat die Österreichische Post die Initiative „CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT“ gestartet: Alle Briefe, Pakete und Werbesendungen wurden bereits im Jahr 2011 in Österreich ausnahmslos CO₂ neutral zugestellt. Diese Initiative wird in einem Drei-Stufen-Programm umgesetzt: Oberste Priorität hat immer die Vermeidung von Emissionen in den eigenen Kernprozessen. Dies betrifft vor allem die Bereiche Gebäude und Fuhrpark, so etwa durch optimierte Routenplanung, eine moderne Fahrzeugflotte und Schulungen der Fahrer hinsichtlich einer umweltschonenden Fahrweise oder Monitoring des Energieverbrauchs in Gebäuden. In einem zweiten Schritt setzt die Österreichische Post auf alternative Energieformen. So plant die Österreichische Post, ihren E-Fuhrpark in den nächsten Jahren – abhängig vom Förderumfeld sowie der Eignung der Fahrzeuge für den postalischen Betrieb – weiter deutlich auszubauen. Darüber hinaus bezieht die Österreichische Post ab 2012 nur noch „Grünen Strom“ (Strom aus erneuerbaren Energiequellen) und prüft darüber hinaus die Errichtung von Photovoltaikanlagen auf ihren Verteilzentren. Alle Emissionen, die derzeit noch nicht vermieden werden können, werden durch die Unterstützung anerkannter und zertifizierter Klimaschutzprojekte mit hohen ökologischen und sozio-ökonomischen Komponenten kompensiert. In Summe entstehen dadurch keinerlei klimaschädliche Auswirkungen aus der Geschäftstätigkeit der Österreichischen Post.

2.4.10 FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG/INNOVATIONSMANAGEMENT

Als reines Dienstleistungsunternehmen verfolgt die Österreichische Post keine klassischen Forschungsaktivitäten. Produktinnovation erfolgt auf Basis kontinuierlicher Analyse der Markt- und Kundenbedürfnisse.

Ein wesentlicher Schlüssel zum Erfolg in sich verändernden Märkten liegt in der Entwicklung und Markteinführung innovativer Produkte sowie der Erweiterung der bestehenden Produktpalette. Die Österreichische Post hat im Geschäftsjahr 2011 eine Vielzahl solcher Lösungen einerseits im Bereich ihrer Online Services und andererseits im Bereich ihrer Servicedienstleistungen umgesetzt. Zudem wurde im Mai 2011 ein neues vereinfachtes Produktportfolio mit fünf Tarifstufen eingeführt, das Briefporti nun nicht mehr primär nach Gewicht, sondern nach Format verrechnet.

Im Bereich Online Services entwickelte die Österreichische Post ihre Lösungen vor allem in den Bereichen elektronische Post, Online Paketmarke und Online Shop weiter. Die

Online Services der Post zeichnen sich dabei durch ein hohes Maß an Sicherheit und Vertrauenswürdigkeit aus. Im neuen Geschäftsfeld Mail-Solutions wird speziell an innovativen Systemlösungen zur Optimierung der Geschäfts- und Verwaltungsprozesse von Business-Kunden gearbeitet. Der Fokus liegt hierbei auf dualem Versand und Empfang (digital/physisch), effektivem Poststellen-Management, digitaler Dokumentenverarbeitung und integrierten Druckdienstleistungen sowie wirkungsvollen CRM-Anwendungen (Geomarketing, Adressmanagement etc.). Diese Lösungen sorgen in Verbindung mit innovativen Online Services für mehr Effizienz, höhere Flexibilität und generell eine kundenorientierte Optimierung von Kommunikationsprozessen. So wurde im Jahr 2011 etwa der Post Manager gelauncht, eine Plattform für sensible elektronische Dokumente und Nachrichten. Der Post Manager sammelt elektronisch eingeschriebene Briefe, Rechnungen oder andere wichtige Unterlagen von unterschiedlichen Portalen automatisch ein und stellt sie übersichtlich dar. Gespeichert werden die Dokumente in einem sicheren österreichischen Bankenrechenzentrum und sind sowohl während des Zugriffs als auch während der Speicherung verschlüsselt.

Im Rahmen einer umfangreichen Service- und Qualitätsoffensive mit Fokus auf Privatkunden wurden im Geschäftsjahr 2011 zudem neue Self-Service-Lösungen entwickelt. Dazu zählen die Post Abgabe- und Empfangsboxen, die im Rahmen von Pilotprojekten sehr gut von den Kunden angenommen wurden. Im Bereich Logistics Solutions entwickelt die Österreichische Post zudem laufend maßgeschneiderte Kundenlösungen im Bereich Warehousing und Kontraktlogistik sowie diverse „Value Added Services“.

2.5 BESONDERE EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Ab dem 1. Jänner 2012 kommt es zu Änderungen in der Segmentstruktur und damit auch in der Reporting-Logik im Österreichischen Post Konzern. Die bestehenden Segmente „Brief“ und „Filialnetz“ werden zu einem neuen Segment „Brief, Werbepost & Filialen“ zusammengefasst. Die neue Segmentierung spiegelt die strategischen Geschäftsfelder des Österreichischen Post Konzerns wider, welche die Basis der internen Organisations-, Steuerungs- und Berichtsstrukturen darstellen.

Im Geschäftsjahr 2011 hat die Österreichische Post AG beschlossen, die Gesellschaften trans-o-flex Nederland B.V., Dordrecht sowie trans-o-flex Belgium B.V.B.A., Turnhout zu veräußern. Die Verhandlungen mit dem potentiellen Käufer sind im Laufen.

Mit 20. Februar 2012 erfolgte das Signing zur Übernahme von 26% am bulgarischen Unternehmen M&BM Express OOD durch die Österreichische Post. Die Gesellschaft ist in den Bereichen Hybridmail, adressierte und unadressierte Briefsendungen für Business-Kunden sowie Druck tätig. Der Kaufvertrag sieht eine Option auf den Erwerb von je weiteren 25% in den Jahren 2013 und 2014 vor.

3. ERGEBNISSE DER DIVISIONEN

3.1 DIVISION BRIEF

Marktumfeld 2011

Das Marktumfeld für Briefe und Werbesendungen zeigte 2011 die prognostizierten Trends: Bei adressierten Briefen hält die Substitution durch elektronische Medien weiter an, der Volumenrückgang betrug im Jahresverlauf rund 3%. Das neue Produktportfolio der Österreichischen Post bietet hier durch die Umstellung von primär gewichtsbasierten auf formatbasierte Preise sowie durch die Wahlmöglichkeit „Premium/Economy“ für Geschäftskunden nun wesentliche Vereinfachungen.

Der Markt für adressierte und unadressierte Werbesendungen hat sich in den letzten Jahren als ausgesprochen robust erwiesen. Obwohl dieses Segment von konjunkturellen Schwankungen betroffen ist, sind Werbesendungen weiterhin ein unverzichtbarer Teil im Marketing-Mix der Wirtschaft. Sowohl Umfragen bei Konsumenten als auch die Entwicklung bei Großkunden zeigen, dass der Einsatz von Direct Mails als höchst attraktives Werbe-Tool mit hoher Response-Qualität gesehen wird. Die Volumenentwicklung kann im Periodenvergleich durch Einmaleffekte wie Wahlen beeinflusst sein. Das Segment der Zeitungen sowie Zeitschriften und Magazine entwickelt sich weiterhin stabil, im Besonderen ist im Bereich des Gratiszeitungssektors mit weiteren Wachstumsimpulsen zu rechnen.

Geschäftsdevelopment 2011 Division Brief

Mio EUR	2009	2010	2010 vergleichbare Basis	2011	Veränderung 2010/2011 %	Mio EUR
Außenumsatz¹	1.396,8	1.389,4	1.291,3	1.347,6	4,4%	56,3
Briefpost	741,9	723,0	–	755,6	4,5%	32,6
Infomail ¹	521,4	531,0	433,0	454,3	4,9%	21,3
Medienpost	133,5	135,3	–	137,7	1,7%	2,3
Innenumsatz	50,1	54,3	–	57,1	5,2%	2,8
Umsatz gesamt ¹	1.446,9	1.443,7	1.345,6	1.404,7	4,4%	59,1
EBITDA	271,1	274,9	–	322,8	17,4%	47,9
Abschreibungen	–32,1	–34,8	–	–27,0	–22,4%	–7,8
Impairments	–17,9	–5,2	–	–0,1	–98,3%	–5,1
EBIT	221,1	234,9	–	295,7	25,9%	60,8
EBITDA-Marge ²	18,7%	19,0%	20,4%	23,0%	–	–
EBIT-Marge ²	15,3%	16,3%	17,5%	21,0%	–	–
Mitarbeiter ³	15.232	14.841	13.914	13.667	–1,8%	–247

¹ Werte 2010 und Veränderungen exkl. meiller Gruppe (Pro-forma-Konsolidierung); ab 2011 Joint Venture MEILLERGHP at equity konsolidiert

² EBIT und EBITDA bezogen auf Gesamtumsatz

³ Periodendurchschnitt, in Vollzeitkräften

Geschäftsdevelopment 2011

Für die nachfolgende Umsatzzanalyse wurden die Umsätze 2010 um die mit 20. Dezember 2010 entkonsolidierten Gesellschaften der ehemaligen meiller Gruppe bereinigt. Die Entkonsolidierung dieser Gesellschaften reduziert den vergleichbaren Umsatz der Division Brief im Geschäftsjahr 2010 um 98,0 Mio EUR. Das per Ende 2010 formierte Joint Venture MEILLERGHP, an dem die Österreichische Post einen Anteil von 65% hält, wurde 2011 at equity konsolidiert. Auf dieser Basis erhöhte sich der Außenumsatz der Division Brief im Vergleichszeitraum um 4,4% bzw. 56,3 Mio EUR.

Im Geschäftsfeld Briefpost konnte der Umsatz im Periodenvergleich um 4,5% auf 755,6 Mio EUR verbessert werden. Der anhaltenden Substitution von Briefen durch elektronische Medien wirkten positive Effekte entgegen, wie etwa eine Volumenumschichtung von Paket- zu Briefdienstleistungen im Internethandel, Umsatzzuwächse im Bereich Mail-Solutions sowie das seit Mai 2011 grundsätzlich neu gestaltete Produkt- und Markensortiment. Die nunmehr mögliche Differenzierung zwischen „Premium/Economy“ bietet für Business-Kunden mehr Wahlmöglichkeiten in der Zustellgeschwindigkeit. Der überwiegende Teil der Kunden hat sich 2011 für „Premium“ entschieden.

Im Geschäftsfeld Infomail (adressierte und unadressierte Werbesendungen) erhöhte sich der Umsatz 2011 auf vergleichbarer Basis um 4,9% bzw. 21,3 Mio EUR und zeigt damit, dass sich die Werbewirtschaft 2011 solide entwickelte. Innovative Lösungen wie etwa individualisierte Werbesendungen wurden vom Markt gut aufgenommen.

Der Umsatz im Geschäftsfeld Medienpost nahm 2011 mit einem Plus von 1,7% auf 137,7 Mio EUR ebenfalls leicht zu.

In Summe verbessert sich das EBITDA der Division Brief in der Berichtsperiode auf 322,8 Mio EUR. Automations- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen resultierten 2011 in einer sehr deutlichen Kostendisziplin. Damit gelang es, das EBIT der Division Brief auf 295,7 Mio EUR zu verbessern.

3.2 DIVISION PAKET & LOGISTIK

Marktumfeld 2011

Das Marktumfeld der Paket- und Logistikbranche war 2011 von grundsätzlich positiven Volumenentwicklungen gekennzeichnet. Im Geschäft mit Geschäftskunden (B2B) zeigte sich die verbesserte konjunkturelle Situation, allerdings bei anhaltend hoher Wettbewerbsintensität. Durch eine Verknappung der frei verfügbaren Transportkapazitäten kam es jedoch teilweise zu einer Verteuerung bei den zugekauften Leistungen.

Geschäftsdevelopment 2011 Division Paket & Logistik

Mio EUR	2009	2010	2011	Veränderung 2009/2011 % Mio EUR
Außenumsatz	768,4	802,0	846,5	5,6% 44,6
Innenumsatz	24,2	24,4	24,9	2,3% 0,6
Umsatz gesamt	792,6	826,4	871,5	5,5% 45,1
EBITDA vor Strukturmaßnahmen	20,5	37,0	37,3	0,7% 0,3
EBITDA	20,5	37,0	12,0	-67,6% -25,0
Abschreibungen	-25,7	-24,4	-23,5	-3,7% -0,9
Impairments	-4,1	-2,1	-16,8	693,8% 14,7
EBIT vor Strukturmaßnahmen und Impairments	-9,3	12,6	13,8	9,3% 1,2
EBIT	-9,3	10,5	-28,3	- -38,8
EBITDA-Marge ¹	2,6%	4,5%	4,3%	- -
EBIT-Marge ¹	-1,2%	1,5%	1,6%	- -
Mitarbeiter ²	3.976	4.008	4.057	1,2% 49

¹ EBIT und EBITDA vor Strukturmaßnahmen und Impairments bezogen auf Gesamtumsatz

² Periodendurchschnitt, in Vollzeitkräften

Bei dem von der Österreichischen Post angebotenen Spezialprodukt Kombifracht (Pakete und Paletten werden in einem Netzwerk transportiert) zeigen sich insbesondere im Bereich Health Care/Pharma Zuwachsraten. Diese Entwicklung resultierte vor allem aus dem in der Branche stärker werdenden Fokus, auf ausgewählte und qualitativ hochwertige Logistikpartner zurückzugreifen, die im Bedarfsfall auch eine europaweite Zustellung gewährleisten können. Zusätzlich bestätigen vermehrt Kundenanfragen – sowohl von Großkunden als auch von KMUs – nach integrierten Lager- und Distributionskonzepten, dass das One-Stop-Shopping von umfassenden Serviceleistungen aus einer Hand (beispielsweise Lagerung, Display-Bau und die Verteilung von Waren auf Paletten und Paket) in Zukunft noch mehr forciert werden wird.

Auch im Privatkundengeschäft (B2C) in Österreich und Südost-/Osteuropa waren 2011 Volumenzuwächse festzustellen, deren wichtigste Triebfeder der Online-Versandhandel bleibt.

Geschäftsdevelopment 2011

Der Außenumsatz der Division Paket & Logistik erhöhte sich 2011 um 5,6% auf 846,5 Mio EUR. Bei anhaltendem Preisdruck konnte dabei eine Zunahme des Paketvolumens sowohl bei Privaten durch eine Steigerung im Internet-Handel wie auch bei Geschäftskunden erzielt werden.

Mit dem Produktsegment Premium Paket (Paketzustellung innerhalb von 24 Stunden), das hauptsächlich im Business-to-Business-Bereich Anwendung findet, erzielte die Division Paket & Logistik 2011 eine Umsatzsteigerung um 4,7% auf 659,9 Mio EUR. Davon entfielen rund 60% auf die deutsche Tochtergesellschaft trans-o-flex. Sehr positiv entwickelte sich das Volumen an Geschäftskundenpaketen auch weiterhin in Österreich sowie in Südost-/Osteuropa. In Belgien und den Niederlanden wurden zwar Zuwächse verzeichnet, die negative Ergebnissituation der betroffenen Tochtergesellschaften konnte aber trotz dieser Umsatzsteigerung nicht verbessert werden. Deshalb leitete die Österreichische Post Ende 2011 umfangreiche Strukturmaßnahmen ein, um eine neue Logistiklösung für diese Region zu schaffen.

Der Umsatz im Produktsegment Standard Paket, das vorrangig für Sendungen an Privatkunden genutzt wird, verzeichnete auch 2011 ein stetiges Wachstum – und zwar um 3,8% auf 166,8 Mio EUR.

Das ausgewiesene EBIT der Division Paket & Logistik betrug im Jahr 2011 minus 28,3 Mio EUR. Darin inkludiert sind allerdings auch Wertberichtigungen (Impairments) von Firmenwerten und Sachanlagen in Höhe von 16,8 Mio EUR sowie Strukturmaßnahmen in Höhe von 25,3 Mio EUR, wobei hier auch Entkonsolidierungseffekte von 3,3 Mio EUR enthalten sind. Die angeführten Aufwendungen fielen größtenteils im Rahmen der Restrukturierung sowie der

Verwertung der Tochtergesellschaften in Belgien und den Niederlanden an. Der im vierten Quartal gestartete Verwertungsprozess führte dazu, dass das Vermögen und die Schulden dieser Tochtergesellschaften als Veräußerungsgruppe (Held for Sale) erfasst wurden. Die gemäß IFRS 5 erforderliche Bewertung führte zu Wertminderungen und Vorsorgen, die in den ausgewiesenen Strukturmaßnahmen enthalten sind.

Auf vergleichbarer operativer Basis – ohne Strukturmaßnahmen und Wertberichtigungen – erhöhte sich das EBIT der Division Paket & Logistik um 9,3% auf 13,8 Mio EUR.

3.3 DIVISION FILIALNETZ

Marktumfeld 2011

Über das Filialnetz der Österreichischen Post werden neben dem Kerngeschäft der Postdienstleistungen noch Telekommunikations- und Handelswaren sowie Bankdienstleistungen vertrieben. Das Marktumfeld im Filialnetz clustert sich somit in vier Märkte:

Im Bereich Postdienstleistungen hält die Substitution durch elektronische Medien weiter an und führt zu einem Volumenrückgang. Hingegen wirken die positiven Mengeneffekte im Bereich der Pakete diesem Trend entgegen. Finanzdienstleistungen unterliegen einem hohen Margendruck durch die

Geschäftsentwicklung 2011 Division Filialnetz

Mio EUR	2009	2010	2011	Veränderung 2010/2011 %	Veränderung 2010/2011 Mio EUR
Außenumsatz	189,6	157,9	153,1	-3,0%	-4,7
Innenumsatz	185,2	171,5	170,7	-0,5%	-0,8
Umsatz gesamt	374,8	329,3	323,8	-1,7%	-5,5
EBITDA	-3,3	-24,8	-9,7	60,8%	15,1
Abschreibungen	-5,9	-5,9	-5,5	-6,7%	-0,4
Impairments	0,0	0,0	-2,5	-	2,5
EBIT	-9,2	-30,8	-17,8	42,3%	13,0
EBITDA-Marge ¹	-0,9%	-7,5%	-3,0%	-	-
EBIT-Marge ¹	-2,5%	-9,3%	-5,5%	-	-
Mitarbeiter ²	4.719	4.274	3.815	-10,7%	-459

¹ EBIT und EBITDA bezogen auf Gesamtumsatz

² Periodendurchschnitt, in Vollzeitkräften

aktuelle Niedrigzinssituation – die diesbezügliche Geschäftstätigkeit der Österreichischen Post wurde mit Anfang 2011 von provisionsbasiert auf kostenbasiert umgestellt. Das Marktumfeld bei Telekommunikationsprodukten zeigt eine anhaltende Marktsättigung sowohl im Bereich Festnetz als auch Mobilfunk. Aufgrund der Stagnation dieses Marktes mit wachsendem Verdrängungswettbewerb steht hier primär die Festigung der Kundenbindung im Fokus. Der Trend zu preisgünstigen Prepaid-Produkten und bindungsfreien Mobilfunkgeräten setzt sich weiter fort. Im Bereich der Handelswaren zeigt sich ein leicht positiver Trend.

Geschäftsentwicklung 2011

Die enormen Veränderungen im Filialnetz der Österreichischen Post sind anhand der geänderten Struktur der Geschäftsstellen ersichtlich. So wurde die Anzahl der Post Partner im Jahresvergleich um weitere 141 auf 1.258 per Ende 2011 erhöht. In Summe verfügt die Österreichische Post damit über 1.880 Geschäftsstellen. Diese Veränderung hat ebenso Auswirkungen auf die Umsatz- und Kostenstruktur der Division wie die vertraglich neu gestal-

tete Kooperation mit BAWAG P.S.K., dem langjährigen Bankpartner der Österreichischen Post. Finanzdienstleistungen werden seit Anfang 2011 nicht mehr provisionsbasiert, sondern primär auf Basis der tatsächlich angefallenen Kosten vergütet.

2011 ergab sich bedingt durch rückläufige Umsätze bei Handelswaren und Telekommunikationsprodukten ein Umsatzerückgang im Filialnetz von 3,0% auf 153,1 Mio EUR. Auch der Innenumumsatz – Postdienstleistungen, die über das Filialnetz abgewickelt werden – hat sich in diesem Zeitraum weiter leicht reduziert. Das Volumen an Briefen, die über das Filialnetz eingeliefert werden, geht generell zurück, da die Österreichische Post im Sinn verstärkter Serviceaktivitäten Briefe vermehrt bei Großkunden direkt abholt. Die Neuausrichtung im Betrieb des Filialnetzes zeigt jedoch die gewünschte Wirkung. Defizitäre, ineffiziente Strukturen werden bereinigt, Fixkosten reduziert. Dadurch ist es gelungen, das EBIT gegenüber 2010 um 13,0 Mio EUR auf minus 17,8 Mio EUR zu verbessern.

4. VORAUSSICHTLICHE ENTWICKLUNG/AUSBLICK UND RISIKEN DES UNTERNEHMENS

4.1 AUSBLICK 2012

Für das Jahr 2012 geht die Österreichische Post davon aus, dass die Geschäftsentwicklung auch weiterhin von zwei wesentlichen Faktoren beeinflusst wird: der strukturellen Veränderung des Briefgeschäfts und der allgemeinen Wirtschaftslage. Vor diesem Hintergrund erwartet das Unternehmen – nach dem starken Umsatzanstieg von 4,2% im Jahr 2011 – für das Geschäftsjahr 2012 auf vergleichbarer Basis eine stabile bis leicht positive Entwicklung des Konzernumsatzes. Das mittelfristige Wachstumsziel von 1–2% pro Jahr bleibt aufrecht.

Die strukturelle Veränderung manifestiert sich im stetigen Rückgang der Sendungsvolumina in der adressierten Briefpost. Dem internationalen Trend folgend, ist in Österreich auch weiterhin von einem Rückgang zwischen 3% und 5% pro Jahr auszugehen. Demgegenüber sorgt der weiter zunehmende Internet-Handel für anhaltendes Wachstum bei den transportierten Paketmengen – insbesondere im Privatkundensegment.

Die gedämpften Konjunkturprognosen für das Jahr 2012 könnten sich zwar auf ein zurückhaltendes Konsumverhalten der Verbraucher, aber auch der Werbewirtschaft auswirken. Die Österreichische Post rechnet allerdings damit, dass die Werbepost – als effizientestes Werbe-Tool – ihren Platz im Marketing-Mix der Unternehmen behaupten kann. Vor diesem Hintergrund geht der Konzern auch

für 2012 davon aus, dass es gelingt, den strategischen Kurs zu halten und die operativen Ziele auch in einem schwierigen Marktumfeld zu erreichen.

Ein Fokus des Konzerns liegt auf der Profitabilität der erbrachten Leistungen, insbesondere bei Geschäften die bislang hinter den Erwartungen zurückgeblieben sind. Für die nachhaltige Ergebnisentwicklung der Österreichischen Post gilt weiterhin die Zielbandbreite einer EBITDA-Marge von 10–12%. Auch eine weitere Verbesserung des Ergebnisses vor Zinsen und Steuern (EBIT) wird angestrebt.

Der erwirtschaftete operative Cashflow wird umsichtig und zielgerichtet für nachhaltige Effizienzsteigerungen, Strukturmaßnahmen und Zukunftsinvestitionen eingesetzt werden. Für das Jahr 2012 sind Anlageninvestitionen in der Größenordnung von 80–90 Mio EUR vorgesehen. Diese dienen einerseits als Ersatzinvestitionen für bestehende Anlagen und andererseits zur stetigen Modernisierung und Effizienzsteigerung – etwa durch neue Sortiertechnik für Werbesendungen. Zur Abrundung und Absicherung des Kerngeschäfts sind nationale und internationale Akquisitionen möglich. Aktuell sind jedoch keine großen Schritte in diese Richtung absehbar.

Für das Geschäftsjahr 2011 wird der Vorstand der Österreichischen Post der nächsten Hauptversammlung am 17. April 2012 die Ausschüttung einer Dividende von 1,70 EUR je Aktie vorschlagen. Basierend auf einer soliden Bilanzstruk-

tur und der Erwirtschaftung entsprechender Cashflows soll die bestehende attraktive Dividendenpolitik auch weiterhin fortgesetzt werden: Die Österreichische Post möchte zumindest 75% des Nettoergebnisses an die Aktionäre ausschütten. Unter der Voraussetzung einer weiterhin guten Geschäftsentwicklung soll sich die Dividende mit dem Konzernergebnis weiterentwickeln.

4.2 WESENTLICHE RISIKEN UND UNGEWINNSHEITEN

4.2.1 RISIKOMANAGEMENT

Die Österreichische Post betreibt ein umfangreiches Risikomanagement, in das alle Unternehmenseinheiten sowie Konzerngesellschaften einbezogen sind. Risiken werden nach einheitlichen Grundsätzen in ihrem Gesamtzusammenhang identifiziert, bewertet und in einem unternehmensweiten Risikomanagementsystem dokumentiert.

Das konzernweite Risikomanagement des Konzerns berichtet je Quartal – bei unerwartet auftretenden Risiken auch unmittelbar (ad hoc) – über Risiken und deren Entwicklung an den Vorstand. Zum Status des Risikomanagements werden der Aufsichtsrat und der Prüfungsausschuss regelmäßig informiert.

Nachfolgend werden die identifizierten wesentlichen Risiken des Österreichischen Post Konzerns näher erläutert. Aus heutiger Sicht ist der Bestand des Unternehmens dadurch jedoch nicht gefährdet.

4.2.2 STRUKTUR DER DIENSTVERHÄLTNISSE

Ein Großteil der Mitarbeiter des Österreichischen Post Konzerns steht in einem öffentlichrechtlichen Dienstverhältnis und unterliegt den Bestimmungen des Beamtdienstrechts. Daraus ergeben sich Besonderheiten im Zusammenhang mit der dienstrechtlichen Verwendung. Bei einem Großteil der Belegschaft kann es durch die bestehenden rechtlichen Bedingungen zu keiner Kapazitätsanpassung im Falle von Mengenverlusten kommen, außerdem ist keine Anpassung des Gehaltsniveaus an eventuell niedrigere Marktkonditionen möglich. Das Beamtdienstrecht führt insgesamt zu einer geringen Kostenflexibilität. Der Österreichische Post Konzern ist im Hinblick auf den liberalisierten Markt zunehmend mit den Grenzen der dienstrechtlichen Verwendungsmöglichkeiten für die ihm zugewiesenen Beamten konfrontiert. Die Lösung dieser Problematik nimmt im Dialog mit dem verantwortlichen Gesetzgeber eine besondere Rolle ein.

Aus Änderungen des Poststrukturgesetzes 1996 und den laufenden Änderungen des Beamtdienstrechts können sich für den Österreichischen Post Konzern, soweit diese Regelungen nicht auf die spezielle Wettbewerbssituation des Österreichischen Post Konzerns Rücksicht nehmen, zusätzliche Belastungen und unerwartete Mehrkosten ergeben, auf deren Entstehen der Konzern keinen Einfluss hat.

Der österreichische Gesetzgeber hat vorgesehen, dass die im Jahr 2008 für Beamte auf Bundesebene getroffene Pensionskassenregelung sinngemäß auf die der Gesellschaft zugewiesenen Beamten anzuwenden wäre. Dies könnte gegebenenfalls einen erhöhten Personalaufwand für den Österreichischen Post Konzern bedeuten, falls diese Regelung tatsächlich auf die Gesellschaft anzuwenden ist.

Nach dem Poststrukturgesetz 1996 sind Änderungen des Beamtdienstrechts, die für Bundesbeamte eingeführt werden, grundsätzlich auch auf die der Gesellschaft zugewiesenen Beamten anwendbar. Im Ergebnis können Änderungen des Beamtdienstrechts daher unmittelbar die Kostenstruktur der Gesellschaft verändern. Ebenso können weitere Risiken aus unterschiedlichen Interpretationen des Poststrukturgesetzes grundsätzlich nicht ausgeschlossen werden. Nach derzeitigem Kenntnisstand sollten daraus jedoch keine weiteren Ansprüche gegenüber der Post durchsetzbar sein.

Zur Erhöhung des Qualifikationsniveaus der Mitarbeiter wurden umfassende Maßnahmen gesetzt. Darüber hinaus wurde eine besondere Betriebsvereinbarung zur Milderung der Folgen von Restrukturierungsmaßnahmen abgeschlossen. Der Strukturthematik im Bereich der Bediensteten begegnet der Österreichische Post Konzern mit zunehmend flexibleren Arbeitsprozessen und Arbeitszeitmodellen.

Unternehmen des Österreichischen Post Konzerns bedienen sich – wie in der Brief-, Paket-, Zeitungszustell- und Werbemittelverteilbranche üblich – zur Beförderung und Zustellung von Sendungen selbstständiger Subunternehmer, die zum Teil aus dem EU-Ausland stammen. Die Qualifikation der Tätigkeit von Subunternehmern als selbstständige Werkunternehmer hängt von den jeweiligen spezifischen Umständen des Einzelfalls ab, die in einer Gesamtbetrachtung beurteilt werden.

Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass die zuständigen Gerichte und Verwaltungsbehörden einzelfallbezogen die Unzulässigkeit dieser Form der Beschäftigung feststellen sowie Verwaltungsstrafen aussprechen und darüber hinaus andere verwaltungs-, insbesondere gewerberechtliche Sanktionen auferlegen.

Nicht unerhebliche finanzielle Auswirkungen könnten sich auch aus Rechtsstreitigkeiten ergeben, welche das Bestehe bzw. Nichtbestehen von Kettendienstverhältnissen zum Gegenstand haben. Die Österreichische Post versucht, dieses Risiko durch entsprechende Vertragsgestaltung zu minimieren.

4.2.3 TECHNISCHE RISIKEN

Der Österreichische Post Konzern ist in hohem Maß auf die Verwendung von komplexen technischen Systemen angewiesen und setzt bei der Erbringung seiner Dienstleistungen maßgeblich auf den Einsatz von Datenverarbeitungssystemen, modernen Kommunikationsmedien und anderen technischen Einrichtungen. Vor diesem Hintergrund hat der Österreichische Post Konzern in den vergangenen Jahren

umfangreiche Investitionen vorgenommen, um sein Verteilernetz zu modernisieren. Die Leistungserbringung des Unternehmens hängt dabei von der Funktionsfähigkeit weniger wichtiger Standorte ab. Sollten technische Systeme vorübergehend oder dauerhaft ausfallen oder sollte es zu unberechtigten Datenzugriffen und Datenmanipulationen kommen oder sollten längerfristige kollektive Arbeitsniederlegungen stattfinden, könnte dies zu Störungen des Geschäftsablaufs und zu Verlusten von Reputation und Kunden führen sowie zusätzliche Kosten verursachen. Zur Bewältigung dieser technischen und operativen Risiken wurden Sicherheitsmaßnahmen, Prozesse und Regeln festgelegt, die verschiedene Eventualitäten abdecken und einen reibungslosen Ablauf sicherstellen sollen. Im Rechenzentrumsbetrieb verfolgt der Österreichische Post Konzern eine Outsourcing-Strategie. Durch entsprechende Vertragsgestaltung und Servicelevel-Management wird die Verfügbarkeit aller outsourceten Tätigkeiten abgesichert. Die Vertragspartner sind verpflichtet, einschlägige gültige Zertifizierungen vorzuweisen.

4.2.4 REGULATORISCHE UND RECHTLICHE RISIKEN

Der Österreichische Post Konzern erwirtschaftete in der Vergangenheit einen erheblichen Teil seines Umsatzes im reservierten Postdienst. Mit 1. Jänner 2011 erfolgte nun jedoch die vollständige Öffnung des österreichischen Postmarktes. Daraus ergeben sich Risiken einer Marktanteilsveränderung. Die rechtlichen Rahmenbedingungen für den Zeitraum nach der vollständigen Liberalisierung wurden mit dem Postmarktgesetz neu geregelt, welches mit 1. Jänner 2011 zur Gänze in Kraft getreten ist. Dieses Postmarktgesetz sieht in vielen Bereichen keine Gleichbehandlung zwischen der Österreichischen Post und ihren Mitbewerbern vor, sondern eine Mehrbelastung der Österreichischen Post.

Die Österreichische Post ist im Rahmen des Universal-dienstes verpflichtet, in ganz Österreich ein Mindestangebot von Postdienstleistungen in vergleichbarer Qualität anzubieten und ein flächendeckendes Netz von 1.650 Post-Geschäftsstellen sicherzustellen. Mit eigenem Personal betriebene Post-Geschäftsstellen dürfen nur nach Durchführung eines behördlichen Verfahrens geschlossen werden, sodass nicht ausgeschlossen werden kann, dass die Österreichische Post – zumindest vorübergehend – zur Führung unrentabler Standorte verpflichtet ist.

Das Postmarktgesetz sieht vor, dass die Österreichische Post – als einziger Postdienstanbieter in Österreich – zur umfassenden Erbringung des Universal-dienstes verpflichtet ist. Der Ersatz der Universal-dienst-Nettokosten wird über einen Ausgleichsfonds abgewickelt, dessen Kosten grundsätzlich zwischen der Gesellschaft und den anderen konzessionierten Postdienstanbietern nach Marktanteilen aufgeteilt werden. In diesen Ausgleichsfonds müssen jedoch nur jene konzessionierten Postdienstanbieter einzahlen, deren Jahresumsätze aus der konzessionierten Tätigkeit 1,0 Mio EUR übersteigen. Zudem werden der Gesellschaft Universal-dienst-Nettokosten nur insoweit ersetzt, als diese 2% der jährlichen Gesamtkosten der Gesellschaft übersteigen. Davon ausgehend, dass die

Gesellschaft auch nach der Marköffnung einen beträchtlichen Marktanteil innehaben wird, muss die Österreichische Post den überwiegenden Teil der Universal-dienst-Nettokosten und die Administration des Ausgleichsfonds also selbst finanzieren.

Weiters verpflichtet das Postmarktgesetz die Österreichische Post dazu, dass sie bestehende Hausbrieffachanlagen im Zeitraum vom 1. Jänner 2011 bis zum 31. Dezember 2012 derart umrüstet, dass sie auch für den Mitbewerb zugänglich sind. Die dadurch entstehenden Umrüstungskosten sind zwischen der Österreichischen Post und den konzessionierten Postdienstanbietern zu 90% im Verhältnis der Marktanteile und nur zu 10% nach der Zahl der konzessionierten Postdienstanbieter aufzuteilen. Geht man von einem hohen Marktanteil aus, wird die Österreichische Post AG den Großteil der Umrüstungskosten selbst tragen müssen. Diese Austauschverpflichtung und die Kostenaufteilungsregelung sind Gegenstand eines von der Österreichischen Post AG eingeleiteten Verfahrens beim Verfassungsgerichtshof.

Sofern es infolge der Liberalisierung zu keiner Gleichbehandlung im Hinblick auf Beschäftigungsverhältnisse und gesetzliche Leistungsanforderungen zwischen der Österreichischen Post und ihren Mitbewerbern und zu einer adäquaten Abgeltung der Kosten des Universal-dienstes kommt, ist eine signifikante Ergebnisbelastung für die Österreichische Post nicht auszuschließen.

Die Österreichische Post geht derzeit nicht davon aus, dass sie verpflichtet wird, ihren Mitbewerbern Zugang zu Teilleistungen einzuräumen. In einem solchen Fall könnten diese jedoch in besonders lukrativen Marktsegmenten Postdienstleistungen selbst erbringen und in weniger lukrativen Marktsegmenten zu regulierten Preisen auf Teilleistungen der Österreichischen Post zurückgreifen. Dies könnte zu erheblichen Ergebnisbeeinträchtigungen führen.

In der Öffentlichkeitsarbeit des Österreichischen Post Konzerns nimmt die Thematik der Liberalisierung im Dialog mit allen Stakeholdern großen Stellenwert ein. Das Unternehmen sieht es als seine Aufgabe, auf die ungenügende Abgeltung des Universal-dienstes und die Problematik der asymmetrischen Marköffnung hinzuweisen.

Die Regulierungsbehörde hat den Umfang der Universal-dienstverpflichtung mit Bescheid definiert. Diesbezüglich bestehen unterschiedliche Rechtsansichten zwischen der Österreichischen Post und der Regulierungsbehörde, über die derzeit ein Verfahren beim Verwaltungsgerichtshof anhängig ist. Eine unterschiedliche Definition der Grenzen des Universal-dienstes kann sich in der marktkonformen Gestaltung des Produktportfolios und der Preisfestsetzung niederschlagen.

Die Österreichische Post unterliegt in der Gestaltung ihrer Geschäftsbedingungen (einschließlich ihrer Entgelte) im Universal-dienst der Kontrolle durch die Regulierungsbehörde. Die Gesellschaft kann deshalb im Bereich des Universal-dienstes nur eingeschränkt durch Preisanpassungen auf Marktveränderungen reagieren. Seit 1. Jänner 2011 gilt zudem die Umsatzsteuerbefreiung nur mehr für Postdien-

leistungen, die ein Universalienstbetreiber im Rahmen der gesetzlichen Universalienstverpflichtung erbringt. Sie gilt nicht für Leistungen, deren Bedingungen individuell ausgehandelt wurden. Aus dem oben angeführten Bescheid ergeben sich teilweise Änderungen hinsichtlich der Universalienstdefinition und dadurch auch hinsichtlich der umsatzsteuerlichen Behandlung von Postsendungen. Zusätzlich könnten Steuerbehörden unterschiedlicher Ansicht hinsichtlich der umsatzsteuerlichen Behandlung von Postdienstleistungen bzw. des Umfangs der Steuerbefreiung für Universalienstleistungen sein. Käme es demzufolge im Rahmen einer Betriebsprüfung zur Festsetzung von Umsatzsteuer-Nachzahlungen, könnte insofern ein Ausfallrisiko bestehen, als die den Kunden nachträglich in Rechnung gestellte Umsatzsteuer nur teilweise einbringlich sein könnte.

Im europäischen Verkehr zwischen Postgesellschaften drängt das Abrechnungssystem nach dem „Agreement for the Remuneration of Mandatory Deliveries of Cross-Border Mails“ (REIMS III und IV) das Abrechnungssystem des Weltpostvereins zurück. Bei REIMS III und IV handelt es sich um eine Vereinbarung über Endvergütungen im grenzüberschreitenden Postdienst, der jedoch nicht alle europäischen Postunternehmen angehören. Die Österreichische Post ist mit 31. Dezember 2011 aus REIMS IV ausgetreten und hat mit Gültigkeit vom 1. Jänner 2012 REIMS V unterzeichnet. Die Vertragsparteien gehen davon aus, dass diese Vereinbarung – wie ihre Vorgängerregelungen (REIMS II, III und IV) – gemäß Art. 81 (3) EG-Vertrag vom Kartellverbot freigestellt ist. Zurzeit laufen die Verhandlungen zum Abschluss bi- oder multilateraler Vereinbarungen über die Abrechnung des grenzüberschreitenden Postdienstes nach dem 31. Dezember 2012 mit jenen europäischen Postgesellschaften, die REIMS V nicht unterzeichnet haben.

Über das regulatorische Umfeld im Postmarkt hinaus muss der Österreichische Post Konzern im Rahmen seines ordentlichen Geschäftsbetriebs eine Vielzahl von rechtlichen Beschränkungen beachten. So sind die vertraglichen und faktischen Gestaltungsspielräume des Unternehmens etwa durch wettbewerbsrechtliche Regelungen eingeschränkt. Die kartellrechtliche Zulässigkeit von Vereinbarungen und Geschäftspraktiken des Österreichischen Post Konzerns war in der Vergangenheit bereits Gegenstand kartellrechtlicher Untersuchungen und Verfahren. Sonstige rechtliche Risiken ergeben sich auch aus nicht vorhersehbaren Gerichtsverfahren mit Mitbewerbern und Kunden.

Zur bestmöglichen Vermeidung von Ergebnisbeeinträchtigungen durch regulatorische und rechtliche Risiken ist der Österreichische Post Konzern bestrebt, in seinen Kernprozessen eine Erweiterung der Wertschöpfung und des Produktportfolios zu erzielen, um seinen Kunden noch bessere Leistungen anzubieten und eine Qualitätsoptimierung zu erreichen. Darüber hinaus beabsichtigt der Österreichische Post Konzern, vermehrt Umsätze im bereits liberalisierten Bereich zu erwirtschaften.

4.2.5 FINANZIELLE RISIKEN

Finanzielle Risiken des Österreichischen Post Konzerns umfassen das Liquiditätsrisiko, das Kredit-/Kontrahenten-

und Produktrisiko, das Zinsänderungsrisiko, das Währungsänderungsrisiko sowie organisatorische Risiken. Eine detaillierte Darstellung der finanziellen Risiken findet sich im Anhang zum Konzernabschluss des Österreichischen Post Konzerns.

Der Konzern hat im Zuge seiner Expansion bedeutsame Firmenwerte und nicht abnutzbare Markenrechte bilanziert. Diese müssen gemäß IAS 36 mindestens einmal jährlich einem Werthaltigkeitstest (Impairment Test) unterzogen werden. Falls dabei Wertminderungen festgestellt werden, sind diese Firmenwerte abzuschreiben.

4.2.6 MARKT- UND WETTBEWERBSRISIKEN

Der Österreichische Post Konzern erwirtschaftet den überwiegenden Teil seines Umsatzes in Österreich. Sollten sich die aktuellen Prognosen zum Wirtschaftswachstum verschlechtern, könnten Planungsprämissen verworfen werden müssen und damit die Planungssicherheit eingeschränkt werden.

Ferner erwirtschaftet das Unternehmen einen nicht unbedeutenden Anteil des Umsatzes mit einer geringen Anzahl von Großkunden. Das wirtschaftlich erfolgreiche Weiterbestehen dieser Großkunden ist somit wesentlich für die stabile Entwicklung des Österreichischen Post Konzerns. Großkunden sind vertraglich nicht verpflichtet, ihre Postsendungen vom Österreichischen Post Konzern befördern zu lassen, und könnten sich entscheiden, mittelfristig zumindest einen Teil ihrer Postsendungen Wettbewerbern der Österreichischen Post zur Zustellung zu übergeben.

Klassische Briefsendungen werden zunehmend durch elektronische Medien ersetzt. Der Trend zur elektronischen Substitution von Briefen, insbesondere zur elektronischen Zustellung, wurde durch die Wirtschaftskrise der vergangenen Jahre beschleunigt und wird auch weiterhin fortbestehen. Diese Entwicklung kann zu nicht unerheblichen Volumenrückgängen und damit Ergebnisbeeinträchtigungen führen.

Der Brief- und Paketmarkt ist durch zunehmenden Wettbewerb gekennzeichnet. Insbesondere das B2C-Paketgeschäft – hier nimmt die Österreichische Post eine führende Stellung im österreichischen Markt ein – ist zum einen von der wirtschaftlichen Entwicklung seines Kundensegments und zum anderen von dem durch das etwaige Auftreten weiterer alternativer Anbieter verschärften Wettbewerb abhängig, sodass ein entsprechender Umsatzausfall nicht ausgeschlossen werden kann. Das Unternehmen ist bestrebt, Kunden durch attraktive Leistungsangebote an sich zu binden.

Des Weiteren wird dem Mengenrückgang infolge der Substitution von Briefsendungen durch elektronische Medien mit neuen Produkten und Dienstleistungen, etwa im Bereich Infomail, im B2B-Geschäft und vor allem entlang der Wertschöpfungskette, entgegengewirkt. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass infolge von Änderungen der gesetzlichen Zustellvorschriften für behördliche Sendungen ein Teil dieser Sendungen nicht

mehr über den Österreichischen Post Konzern zugestellt wird. Die Diversifikation auf mehrere Märkte trägt dazu bei, Risiken einzelner Branchen weit zu streuen bzw. gering zu halten.

Ein Bestandteil der Strategie des Österreichischen Post Konzerns ist das Wachstum durch selektive Akquisitionen und Kooperationen. Dabei ist es wichtig, passende Akquisitionsziele zu finden und erworbene Unternehmen erfolgreich zu integrieren. Die zukünftige Rentabilität dieser Projekte ist in hohem Maß vom Investitionsvolumen bzw. von den Akquisitionspreisen sowie politischen, wirtschaftli-

chen und gesetzlichen Faktoren abhängig. Alle Investitionsmaßnahmen müssen daher strikten finanziellen Kriterien gerecht werden. Die Erträge aus Finanzdienstleistungen sind stark von der wirtschaftlichen Entwicklung des Kooperationspartners BAWAG P.S.K., die Erträge aus Telekommunikationsprodukten von der Produktgestaltung des Kooperationspartners Telekom Austria abhängig.

Alle erwähnten Markt- und Wettbewerbsrisiken können zu nicht unerheblichen Volumenrückgängen und damit Ergebnisbeeinträchtigungen führen.

5. INTERNES KONTROLLSYSTEM UND RISIKOMANAGEMENT IM HINBLICK AUF DEN RECHNUNGSLEGUNGSPROZESS

Der Österreichische Post Konzern ist – als international tätiges Post- und Logistikdienstleistungsunternehmen – im Rahmen seiner Geschäftstätigkeit operativen Risiken ausgesetzt, mit denen sich das Unternehmen bewusst auseinandersetzt. Durch die Konzentration auf das Kerngeschäft sowie die jahrzehntelange Erfahrung in diesem Geschäft ist es dem Österreichischen Post Konzern möglich, diese Risiken frühzeitig zu identifizieren und zu bewerten sowie geeignete Vorsorgemaßnahmen zur Sicherung rasch zu setzen.

5.1 KONTROLLUMFELD

Im Bereich Konzernrechnungslegung setzt sich die Aufbauorganisation aus den lokal in den Konzernunternehmen für das Rechnungswesen verantwortlichen Abteilungen sowie dem zentralen Konzernrechnungswesen der Österreichischen Post AG zusammen.

Die Konzernunternehmen erstellen auf Gesellschaftsebene zeitgerecht vollständige und richtige IFRS-Einzelabschlüsse gemäß den konzerneinheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften. Die IFRS-Einzelabschlüsse sind die Ausgangsbasis für die Weiterverarbeitung im zentralen Konzernrechnungswesen. Die Erstellung des Konzernabschlusses obliegt dem Konzernrechnungswesen, dessen Aufgaben- und Verantwortungsbereiche im Wesentlichen die Betreuung der Meldedatenübernahme der Konzernunternehmen, die Durchführung der Konsolidierungs- und Eliminierungsmaßnahmen sowie die analytische Aufbereitung der Konzernabschlussdaten und die entsprechende Erstellung von Finanzberichten umfassen.

Der Ablauforganisation in der Konzernabschlusserstellung liegt ein strikter Terminplan zugrunde. Die Termine werden jeweils für ein gesamtes Geschäftsjahr erstellt und veröf-

fentlicht. Zusätzlich erhalten die Konzernunternehmen quartalsweise in Form des Konzerninformationsschreibens detaillierte Informationen und Konzernvorgaben zu ausgewählten Themen der Quartalsabschlusserstellung. Entsprechend dem Fertigstellungs-/ Veröffentlichungstermin des Monats-/Quartalsabschlusses bestehen sowohl in den lokalen Organisationseinheiten als auch im Konzernrechnungswesen detaillierte Terminpläne und Arbeitskalender zur Abschlusserstellung und Berichtsaufbereitung.

5.2 RISIKOBEURTEILUNG

Zur Vermeidung von wesentlichen Fehldarstellungen bei der Abbildung von Transaktionen wurden mehrstufig aufgebaute Qualitätssicherungsmaßnahmen mit der Zielsetzung implementiert, dass die IFRS-Einzelabschlüsse für die Zwecke der Konsolidierung richtig erfasst sind. Diese Maßnahmen umfassen einerseits automatisierte Kontrollen (Validierungen) in SAP SEM-BCS und andererseits manuelle Kontrollen der Mitarbeiter der Tochtergesellschaften sowie der Mitarbeiter des Konzernrechnungswesens.

Ausgehend von den Abschlüssen der Konzernunternehmen führt das Konzernrechnungswesen in mehreren Stufen umfangreiche Plausibilitäts- und Datenqualitätschecks durch. Sie sollen sicherstellen, dass die Daten, welche die Transaktionen der Konzernunternehmen abbilden, für die Zwecke der Konsolidierung bzw. die Erstellung des Konzernabschlusses richtig erfasst sind.

Erst nach Durchführung der Qualitätskontrollen auf allen Stufen erfolgt die Freigabe des Konzernabschlusses.

5.3 KONTROLLMASSNAHMEN

Der Konzernabschluss der Österreichischen Post wird auf Grundlage von SAP SEM-BCS monatlich in Form einer Simultankonsolidierung erstellt. Die Erfassung der Anhangangaben sowie die Ermittlung der latenten Steuern erfolgt ebenfalls über SAP SEM-BCS.

Die konzerneinheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden sind im Konzernhandbuch zusammengefasst. IFRS-Neuerungen werden vom Konzernrechnungswesen laufend überwacht und quartalsweise als IFRS-Updates im Konzerninformationsschreiben veröffentlicht. Einmal jährlich erfolgen die Einarbeitung der Updates in das Konzernhandbuch und die Veröffentlichung der aktualisierten Jahresversion des Konzernhandbuchs.

Zusätzlich zum Konzernhandbuch bestehen Richtlinien und Fachkonzepte zu ausgewählten Konzernprozessen, insbesondere zu Konsolidierungskreisänderungen und Akquisitionen. Im Bereich der Stammdaten (z. B. SAP SEM-Positionen, SAP-Konzernkontenplan, Kundendaten) sind zentrale Anlage-/Änderungsprozesse definiert worden.

Die Konsolidierungsprozesse sind im Konsolidierungshandbuch beschrieben. Das Konsolidierungshandbuch vermittelt einen zusammenfassenden Überblick zum Ablauf der Erstellung des Konzernabschlusses mittels SAP SEM-BCS, zu den Qualitäts sicherungsmaßnahmen und zur Berichterstattung im Konzernrechnungswesen. Aufbauend auf den betriebswirtschaftlichen Konsolidierungsregeln werden die Konsolidierungsmethoden im Österreichischen Post Konzern dokumentiert und spezifiziert.

Die IFRS-Einzelabschlüsse werden überwiegend mittels SAP R/3 erstellt. Die IFRS-Überleitung erfolgt im Zuge der parallelen (dualen) SAP-Rechnungslegung. Die Übernahme der Meldedaten in SAP SEM-BCS erfolgt durch automatisierten Upload.

5.4 INFORMATION UND KOMMUNIKATION

Zu Zwecken der Überwachungs- und Kontrollfunktion wird der Konzernabschluss durch die EBIT- bzw. Ergebnisüberleitung kontrolliert. Dabei wird eine Überleitung der Einzelabschlüsse auf den Konzernabschluss unter Berücksichtigung der im Konzern durchgeföhrten Buchungen und Eliminierungen vorgenommen.

Zur Wahrnehmung der Überwachungs- und Kontrollfunktionen werden wesentlichen Führungsebenen vorläufige Konzernabschlussdaten zur Verfügung gestellt.

Im Zuge der Konzernabschlusserstellung werden folgende Berichte erstellt:

- Aufsichtsratsbericht
- Zwischenberichte
- Datenanalyse und Auswertung
- Interner Beteiligungsbericht
- Kurzbericht

Adressaten des vorläufigen sowie des vierteljährlich erstellten Aufsichtsratsberichts sind in erster Linie der Vorstand und der Aufsichtsrat der Österreichischen Post AG.

Neben dem Aufsichtsratsbericht und dem gesetzlich vorgeschriebenen Anhang/Zwischenbericht nach IAS 34 werden weitere interne Zwischenberichte, die weiterführende Erläuterungen zu ausgewählten Positionen, Ergebnisüberleitungen und Kennzahlen enthalten, erstellt.

Ein wesentlicher Punkt in der internen Berichterstattung des Österreichischen Post Konzerns ist die Datenanalyse und Auswertung. Diese beinhaltet vor allem die Berechnung des Konzern-Cashflows sowie die dazugehörigen detaillierten Erläuterungen. Weiters fällt unter diesen Punkt der Berichterstattung die Berechnung von ergebnis- und wertorientierten Kennzahlen sowie von Liquiditätskennzahlen.

Vom Controlling wird monatlich ein interner Beteiligungsbericht erstellt, der Informationen über die Entwicklung der Konzernunternehmen enthält. Dieser Bericht wird ebenfalls dem Vorstand zur Verfügung gestellt.

Der monatlich erstellte Kurzbericht stellt die Zusammenfassung der wesentlichen Finanz- und Leistungskennzahlen des Unternehmens dar. Ausgehend von den vier strategischen Handlungsfeldern und den damit verbundenen Messgrößen werden Kennzahlen vor allem zu Absatz- und Personaldaten bereitgestellt. Die weitere interne Berichtsstruktur orientiert sich am und leitet sich aus dem Kurzbericht ab.

Die Berichterstattung an die Aktionäre der Österreichischen Post AG erfolgt durch Investor Relations in Übereinstimmung mit dem Österreichischen Corporate Governance Kodex sowohl über die Investor-Relations-Website (www.post.at/ir) als auch über direkte Gespräche mit den Investoren. Die veröffentlichten Informationen werden allen Investoren zeitgleich zur Verfügung gestellt. Zusätzlich zu den Pflichtpublikationen (Jahresfinanzbericht/Geschäftsbericht, Zwischenbericht über das erste Quartal, Halbjahresfinanzbericht und Zwischenbericht für die ersten drei Quartale jedes Jahres) stehen den Investoren auf der Investor-Relations-Website zahlreiche weitere Informationen, unter anderem Investoren-Präsentationen, Informationen rund um die Aktie, Ad-hoc-Mitteilungen oder der Finanzkalender, zur Verfügung.

5.5 ÜBERWACHUNG

Kernpunkt des operativen Risikomanagements ist die Identifizierung, Evaluierung und Beherrschung von wesentlichen Risiken aus der operativen Geschäftstätigkeit. Dieser Prozess wird von Schlüsselpersonen in den Divisionen und den Geschäftsfeldern getragen. Die divisional angelegte Organisationsstruktur gliederte sich in drei operativ tätige Divisionen bzw. fünf Geschäftsfelder sowie in unterstützende und beratende Zentral- und Serviceeinheiten.

Die Tochtergesellschaften des Österreichischen Post Konzerns werden dabei im Wesentlichen je nach Tätigkeitsschwerpunkt den einzelnen Divisionen und Geschäftsfeldern zugeordnet. Die in den jeweiligen Einheiten bestehenden wesentlichen Geschäftsrisiken werden identifiziert und laufend beobachtet. Auf dieser Basis werden angemessene Risikomaßnahmen, wie z. B. Backups oder Notfallpläne, festgelegt.

Für den gesamten Österreichischen Post Konzern besteht ein einheitliches Risikomanagement, das alle Organisationseinheiten und wesentlichen Tochtergesellschaften sowie ein internes Kontrollsyste m für alle wesentlichen Prozesse einschließt. Dieses richtet sich grundsätzlich nach dem COSO-Standard „Enterprise Risk Management – Integrated Framework“.

Weitere zentrale Instrumente der Risikoüberwachung und -kontrolle sind konzernweite Richtlinien über den Umgang mit wesentlichen Risiken, der Planungs- und der Controlling-Prozess sowie die laufende Berichterstattung. Die Richtlinien umfassen beispielsweise die Festsetzung und Kontrolle von Limit-Kategorien und Handlungsabläufen zur Begrenzung finanzieller Risiken sowie die strikte Vorgabe des Vier-Augen-Prinzips.

Diese Richtlinien sind Teil des internen Kontrollsyste ms und stellen unter anderem die ordnungsgemäße interne und externe Finanzberichterstattung sicher. Der Planungs-

und Berichtsprozess dient als Frühwarnsystem und als Basis für die Beurteilung der Wirksamkeit der eingeleiteten Steuerungsmaßnahmen. Dabei kommt es nach dem Bericht der dem Gesamtvorstand vorgelegten Spitzenkennzahlen zu monatlichen Performance Reviews in den operativen Einheiten, die sich gemäß dem integrierten Planungs- und Berichtswesen weiter kaskadieren. Wesentliches Merkmal des Planungs- und Berichtswesens neben der vertikalen Integration ist die Konvergenz zwischen internem und externem Berichtswesen. Zudem werden bereits in der Planungsphase Chancen und Risiken zur Plausibilisierung der Erreichbarkeit der Planungsziele berichtet.

Das interne Kontrollsyste m (IKS) als Teil des Risikomanagementsystems ist risikoorientiert aufgebaut und in die Betriebsabläufe integriert. Dies bedeutet, dass Maßnahmen arbeitsbegleitend erfolgen oder dem Arbeitsvollzug unmittelbar vor- oder nachgelagert sind. Das IKS basiert auf genauen Informationen über die Prozesse für die Rechnungslegung und Finanzberichterstattung und schließt auch deren vorgelagerte Unternehmensprozesse mit ein. Änderungen der Organisation bzw. der Geschäftsprozesse haben unmittelbare Auswirkungen auf das IKS, das jeweils unmittelbar an die aktuellen Gegebenheiten angepasst wird. Für die Durchführung der Kontrollen ist die jeweilige Unternehmenseinheit verantwortlich. Die Wirksamkeit des Internen Kontrollsyste ms wird regelmäßig von der Konzernrevision überprüft.

6. INFORMATIONEN GEMÄSS § 243A UGB

Das Grundkapital der Österreichischen Post AG beträgt 337.763.190 EUR und ist geteilt in 67.552.638 Stück auf Inhaber lautende Stückaktien. Es liegen keine Stimmrechtsbeschränkungen oder Syndikatsvereinbarungen vor, die der Gesellschaft bekannt sind.

Die Republik Österreich hält über die Österreichische Industrieholding AG (ÖIAG) 52,8% der Anteile an der Österreichischen Post AG (auf Basis der in Umlauf befindlichen 67.552.638 Stück Aktien). Der Gesellschaft sind keine anderen Aktionäre bekannt, die mehr als 10% der Anteile halten.

Soweit der Gesellschaft bekannt ist, gibt es keine Inhaber von Aktien mit besonderen Kontrollrechten. Mitarbeiter, die auch Aktionäre der Österreichischen Post AG sind, üben ihre Stimmrechte individuell aus. Es existieren keine sich nicht unmittelbar aus dem Gesetz ergebenden Bestimmungen über die Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats sowie über die Änderung der Satzung der Gesellschaft.

Genehmigtes Kapital: Gemäß § 5 der Satzung der Österreichischen Post AG war der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats ermächtigt, bis fünf Jahre nach Eintragung der diesbezüglichen Satzungsänderung in das Firmenbuch das Grundkapital der Gesellschaft um bis zu 175.000.000 EUR durch Ausgabe von bis zu 35.000.000 Stück neuen auf Inhaber lautenden Stückaktien gegen Bareinlagen zu

erhöhen und den Ausgabekurs sowie die Ausgabebedingungen festzusetzen. Die entsprechende Satzungsänderung wurde am 18. März 2006 in das Firmenbuch eingetragen. Diese Ermächtigung ist mit 17. März 2011 erloschen.

Bedingtes Kapital: Gemäß § 5 der Satzung der Österreichischen Post AG war der Vorstand ermächtigt, bis fünf Jahre nach Eintragung der diesbezüglichen Satzungsänderung in das Firmenbuch verzinsliche Wandelschuldverschreibungen auszugeben, mit denen ein Umtausch- oder Bezugsrecht in bis zu 35.000.000 Stück auf Inhaber lautende Aktien ohne Nennwert (Stückaktien) im Gesamtbetrag von insgesamt bis zu 175.000.000 EUR verbunden ist. Zu diesem Zweck wurde das Grundkapital der Gesellschaft um bis zu 175.000.000 EUR durch Ausgabe von bis zu 35.000.000 Stück auf Inhaber lautende Stückaktien mit Stimmrecht bedingt erhöht. Die entsprechende Satzungsänderung wurde am 21. April 2006 in das Firmenbuch eingetragen. Diese Ermächtigung ist mit 20. April 2011 erloschen.

Es gibt keine bedeutsamen Vereinbarungen, an denen die Gesellschaft beteiligt ist, die bei einem Kontrollwechsel in der Gesellschaft infolge eines Übernahmeangebots wirksam werden, sich wesentlich ändern oder enden. Es gibt keine Entschädigungsvereinbarungen zwischen der Gesellschaft und ihren Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern oder Arbeitnehmern für den Fall eines öffentlichen Übernahmeangebots.

Wien, am 1. März 2012

Der Vorstand

Dipl.-Ing. Dr. Georg Pölzl
Generaldirektor

Mag. Dr. Rudolf Jettmar
Generaldirektor-Stellvertreter

Dipl.-Ing. Walter Hitziger
Vorstandsmitglied

Dipl.-Ing. Peter Umundum
Vorstandsmitglied

KONZERN ABSCHLUSS 2011

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2011	46
GESAMTERGEBNISRECHNUNG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2011	47
KONZERNBILANZ FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2011	48
KONZERN-CASHFLOW-STATEMENT FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2011	49
ENTWICKLUNG DES KONZERN-EIGENKAPITALS	50
KONZERNANHANG	51
1. Grundsätzliche Ausführungen	51
2. Grundlagen der Rechnungslegung	51
3. Konsolidierungskreis	52
4. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden	53
5. Ermessensbeurteilungen und zukunftsbezogene Annahmen	62
6. Veröffentlichte, aber noch nicht angewendete Standards	64
7. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung	66
7.1 Umsatzerlöse und Segmentberichterstattung	66
7.2 Sonstige betriebliche Erträge	69
7.3 Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen	70
7.4 Personalaufwand	70
7.5 Abschreibungen	71
7.6 Sonstige betriebliche Aufwendungen	72
7.7 Sonstiges Finanzergebnis	72
7.8 Ergebnis je Aktie	73
8. ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ	73
8.1 Firmenwerte	73
8.2 Immaterielle Vermögenswerte	74
8.3 Sachanlagen	76
8.4 Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien (Investment Property)	79
8.5 Anteile at equity konsolidiert	80
8.6 Finanzinvestitionen in Wertpapiere	82
8.7 Andere Finanzanlagen	82
8.8 Vorräte	83
8.9 Forderungen	83
8.10 Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	84
8.11 Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte (oder Veräußerungsgruppen)	84
8.12 Eigenkapital	85
8.13 Rückstellungen	86
8.14 Ertragsteuerrückstellungen	89
8.15 Finanzverbindlichkeiten	89
8.16 Verbindlichkeiten	90
8.17 Ertragsteuern	90
9. Sonstige Angaben	93
ERKLÄRUNGEN ALLER GESETZLICHEN VERTRETER	109
BESTÄTIGUNGSVERMERK	110

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2011

Mio EUR	Anhang	2010	2011
Umsatzerlöse	(7.1)	2.351,1	2.348,7
Sonstige betriebliche Erträge	(7.2)	90,5	74,6
Gesamte betriebliche Erträge		2.441,7	2.423,2
Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen	(7.3)	-771,0	-759,8
Personalaufwand	(7.4)	-1.120,7	-1.050,1
Abschreibungen	(7.5)	-105,2	-114,4
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(7.6)	-288,8	-320,0
Gesamte betriebliche Aufwendungen		-2.285,8	-2.244,3
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit		155,9	178,9
Ergebnis aus at equity konsolidierten Unternehmen	(8.5)	1,0	-10,6
Sonstiges Finanzergebnis	(7.7)	-8,2	-5,2
Finanzergebnis		-7,2	-15,8
Ergebnis vor Ertragsteuern		148,7	163,1
Ertragsteuern	(8.17)	-30,3	-39,3
Periodenergebnis		118,4	123,8
Zuzurechnen an:			
die Aktionäre des Mutterunternehmens		118,4	123,8
EUR			
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	(7.8)	1,75	1,83
Verwässertes Ergebnis je Aktie	(7.8)	1,75	1,82
Mio EUR			
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit		155,9	178,9
Ergebnis aus at equity konsolidierten Unternehmen	(8.5)	1,0	-10,6
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)		156,9	168,3

GESAMTERGEBNISRECHNUNG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2011

Mio EUR	Anhang	2010	2011
Periodenergebnis		118,4	123,8
Währungsumrechnungsdifferenzen	(8.12)	-0,8	-1,5
Marktbewertung zur Veräußerung gehaltene Finanzinstrumente	(8.12)	1,6	-4,2
Latente Steuern	(8.17)	-0,4	1,0
Marktbewertung von Sicherungsgeschäften	(8.12)	-0,5	0,0
Latente Steuern	(8.17)	0,1	0,0
Sonstiges Ergebnis		0,0	-4,6
Gesamtperiodenergebnis		118,4	119,2
Zuzurechnen an:			
die Aktionäre des Mutterunternehmens		118,4	119,2

KONZERNBILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2011

Mio EUR	Anhang	31.12.2010	31.12.2011
Aktiva			
Langfristiges Vermögen			
Firmenwerte	(8.1)	183,8	165,5
Immaterielle Vermögenswerte	(8.2)	58,9	58,2
Sachanlagen	(8.3)	610,9	587,5
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	(8.4)	33,9	32,8
Anteile at equity konsolidiert	(8.5)	27,3	17,5
Finanzinvestitionen in Wertpapiere	(8.6)	48,0	21,9
Andere Finanzanlagen	(8.7)	41,4	40,6
Forderungen	(8.9)	13,3	26,4
Latente Steuern	(8.17)	49,9	54,6
		1.067,6	1.005,1
Kurzfristiges Vermögen			
Finanzinvestitionen in Wertpapiere	(8.6)	0,2	12,3
Vorräte	(8.8)	16,3	14,4
Forderungen	(8.9)	317,9	323,2
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	(8.10)	313,1	310,6
		647,5	660,4
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte			
	(8.11)	0,0	2,8
		1.715,1	1.668,3
Passiva			
Eigenkapital			
Grundkapital	(8.12)	337,8	337,8
Kapitalrücklagen		130,5	130,5
Gewinnrücklagen		106,5	116,8
Marktbewertung Finanzinstrumente		-1,8	-5,0
Währungsumrechnungsrücklagen		-0,6	-2,0
Periodenergebnis		118,4	123,8
		690,8	702,0
Langfristige Verbindlichkeiten			
Rückstellungen	(8.13)	414,6	396,7
Finanzverbindlichkeiten	(8.15)	24,6	18,6
Verbindlichkeiten	(8.16)	25,9	25,2
Latente Steuern	(8.17)	14,2	12,4
		479,4	452,9
Kurzfristige Verbindlichkeiten			
Rückstellungen	(8.13)	135,1	132,8
Ertragsteuerrückstellungen	(8.14)	25,0	12,7
Finanzverbindlichkeiten	(8.15)	54,5	10,6
Verbindlichkeiten	(8.16)	330,3	346,6
		544,9	502,8
Zur Veräußerung gehaltene Verbindlichkeiten			
	(8.11)	0,0	10,6
		1.715,1	1.668,3

KONZERN-CASHFLOW-STATEMENT FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2011

Mio EUR	Anhang	2010	2011
Geschäftstätigkeit			
Ergebnis vor Ertragsteuern		148,7	163,1
Abschreibungen	(7,5)	105,2	114,4
Ergebnis aus at equity konsolidierten Unternehmen	(8,5)	-1,0	10,6
Ergebniswirksame Bewertung von Finanzinstrumenten	(7,7)	0,0	0,4
Langfristige Rückstellungen		-35,3	-17,6
Ergebnis aus Anlagenverkäufen		-22,5	-5,4
Ergebnis aus dem Abgang von Finanzinstrumenten		0,0	0,7
Gezahlte Steuern		-61,9	-42,0
Nettozufluss/-abfluss Zinsen		0,7	-2,2
Währungsumrechnung		-0,7	-0,9
Sonstige zahlungsunwirksame Vorgänge	(9,1)	0,8	27,5
Cashflow aus dem Ergebnis		134,1	248,6
Veränderungen im Nettoumlauftvermögen			
Forderungen		-5,5	-21,7
Vorräte		2,3	-0,3
Kurzfristige Rückstellungen		22,3	-2,3
Verbindlichkeiten		25,7	3,9
Cashflow aus der Veränderung des Nettoumlauftvermögens		44,9	-20,4
Cashflow aus Geschäftstätigkeit		178,9	228,2
Investitionstätigkeit			
Erwerb von immateriellen Vermögenswerten		-7,8	-11,0
Erwerb von Sachanlagen und Investment Property		-45,5	-73,8
Erlöse aus Anlagenverkäufen		27,4	23,9
Erwerb/Verkauf von Tochterunternehmen	(9,1)	-12,5	-0,4
Erwerb/Verkauf von at equity konsolidierten Unternehmen		-0,3	1,5
Erwerb von Wertpapieren		0,0	-15,1
Erlöse aus dem Verkauf von Wertpapieren		10,0	25,1
Erhaltene Ausschüttungen von at equity konsolidierten Unternehmen	(8,5)	0,2	1,6
Gewährte Darlehen		0,0	-23,3
Erhaltene Zinsen		3,1	5,7
Cashflow aus Investitionstätigkeit		-25,3	-65,8
Free Cashflow		153,6	162,5
Finanzierungstätigkeit			
Veränderung von Finanzverbindlichkeiten		-29,3	-53,4
Ausschüttung		-101,3	-108,1
Gezahlte Zinsen		-3,8	-3,5
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit		-134,4	-165,0
Nettoabnahme/-zunahme des Finanzmittelbestands		19,3	-2,5
Finanzmittelbestand am 1. Jänner		293,8	313,1
Finanzmittelbestand am 31. Dezember		313,1	310,6

ENTWICKLUNG DES KONZERN-EIGENKAPITALS

Geschäftsjahr 2010 Mio EUR	Grund- kapital	Kapital- rücklagen	Gewinn- rücklagen	Marktbewertung Finanzinstrumente				Perioden- ergebnis	Konzern- Eigen- kapital
				Zur Veräu- ßerung gehalten	Siche- rungsge- schäfte	Wäh- rungs- umrech- nungs- rücklagen			
Stand am 1. Jänner 2010	337,8	130,5	128,2	-3,0	0,3	0,2	79,7	673,7	
Ausschüttung			-21,6				-79,7	-101,3	
Periodenergebnis							118,4	118,4	
Sonstiges Ergebnis			0,0	1,2	-0,3	-0,8	0,0	0,0	
Gesamtperioden- ergebnis	0,0	0,0	0,0	1,2	-0,3	-0,8	118,4	118,4	
Stand am 31. Dezember 2010	337,8	130,5	106,5	-1,8	0,0	-0,6	118,4	690,8	

Geschäftsjahr 2011 Mio EUR	Grund- kapital	Kapital- rücklagen	Gewinn- rücklagen	Marktbewertung Finanzinstrumente				Perioden- ergebnis	Konzern- Eigen- kapital
				Zur Veräu- ßerung gehalten	Siche- rungsge- schäfte	Wäh- rungs- umrech- nungs- rücklagen			
Stand am 1. Jänner 2011	337,8	130,5	106,5	-1,8	0,0	-0,6	118,4	690,8	
Veränderung von Rücklagen			10,3				-10,3	0,0	
Ausschüttung							-108,1	-108,1	
Periodenergebnis							123,8	123,8	
Sonstiges Ergebnis				-3,1	0,0	-1,5		-4,6	
Gesamtperioden- ergebnis	0,0	0,0	0,0	-3,1	0,0	-1,5	123,8	119,2	
Stand am 31. Dezember 2011	337,8	130,5	116,8	-5,0	0,0	-2,0	123,8	702,0	

KONZERNANHANG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2011

1. GRUNDSÄTZLICHE AUSFÜHRUNGEN

Die Österreichische Post AG und ihre Tochtergesellschaften sind Logistik- und Dienstleistungsunternehmen im Brief- und Paketbereich. Zu den Geschäftsbereichen des Österreichischen Post Konzerns zählen die Erbringung von Leistungen des Brief- und Paketdienstes, Kombifracht und Speziallogistik sowie die Abwicklung von Finanzgeschäften in Kooperation mit der BAWAG P.S.K.. Zudem umfasst das Dienstleistungsangebot Daten- und Outputmanagement sowie Dokumentenerfassung, -digitalisierung und -veredelung.

Der Sitz der Österreichischen Post AG befindet sich in Wien, Österreich. Die Anschrift lautet Österreichische Post AG, Haidingergasse 1, 1030 Wien. Die Gesellschaft ist in das Firmenbuch beim Handelsgericht Wien zu FN 180219d eingetragen.

2. GRUNDLAGEN DER RECHNUNGSLEGUNG

Die Erstellung des Konzernabschlusses der Österreichischen Post AG für das Geschäftsjahr 2011 erfolgte in Übereinstimmung mit den zum 31. Dezember 2011 vom International Accounting Standards Board (IASB) herausgegebenen und verpflichtend anzuwendenden International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind. Dieser Konzernabschluss entspricht auch allen zum 31. Dezember 2011 geltenden IFRS, wie sie vom IASB veröffentlicht wurden und bereits anzuwenden sind.

Im Geschäftsjahr 2011 wurden folgende neuen oder geänderten Standards und Interpretationen erstmals verpflichtend zur Anwendung gebracht:

Neue Standards und Interpretationen		Inkrafttreten EU ¹
IFRIC 19	Tilgung finanzieller Verbindlichkeiten durch Eigenkapitalinstrumente	01.07.2010
Geänderte Standards und Interpretationen		
IFRS 1	Begrenzte Befreiung erstmaliger Anwender von Vergleichsangaben nach IFRS 7	01.07.2010
IAS 24	Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen	01.01.2011
IAS 32	Finanzinstrumente: Klassifizierung von Bezugsrechten	01.02.2010
IFRIC 14	Vorauszahlungen im Rahmen von Mindestdotierungsverpflichtungen	01.01.2011
Diverse	Jährliche Improvements to IFRS 2010	01.01.2011

¹ Anzuwenden auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem angegebenen Datum beginnen

IFRIC 19 erläutert die Anforderungen der IFRS, wenn ein Unternehmen eine finanzielle Verbindlichkeit durch Ausgabe von Aktien oder anderen Eigenkapitalinstrumenten teilweise oder vollständig tilgt. Derzeit liegt im Österreichischen Post Konzern kein derartiger Anwendungsfall vor.

Die Änderung an IFRS 1, welche bestimmte Befreiungen für Unternehmen vorsieht, die erstmals IFRS anwenden, ist aufgrund der Tatsache, dass der Österreichische Post Konzern kein IFRS-Erstanwender ist, nicht anwendbar.

Die überarbeitete Fassung des IAS 24 soll die Definition von nahestehenden Unternehmen und Personen verdeutlichen und Unternehmen, die öffentlichen Stellen nahestehen, von bestimmten Angaben zu Geschäftsvorfällen mit nahestehenden Unternehmen und Personen befreien. Als öffentliche Stellen sind im

Standard unter anderem Regierungsbehörden definiert. Der Österreichische Post Konzern ist von der Änderung des IAS 24 grundsätzlich betroffen, da die Republik Österreich über die Österreichische Industrieholding AG (ÖIAG) 52,8% der Aktien der Österreichischen Post AG hält. Damit zählen die Republik Österreich und die unter ihrem beherrschenden Einfluss stehenden Unternehmen zu den nahestehenden Unternehmen und Personen des Österreichischen Post Konzerns. IAS 24 sieht jedoch nach wie vor umfangreiche Angaben insbesondere zu signifikanten Geschäftsvorfällen vor, die auch weiterhin in den Abschlüssen des Österreichischen Post Konzerns angegeben werden.

Im aktualisierten IAS 32 ist unter anderem die Bilanzierung von Bezugsrechten, Optionen und Optionsscheinen auf den Erwerb einer festen Anzahl von Eigenkapitalinstrumenten beim Emittenten in anderen als der funktionellen Währung geregelt. Die überarbeiteten Rechnungslegungsverlautbarungen von IAS 32 haben derzeit keinen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Österreichischen Post Konzerns, da keine Bezugsrechte, Optionen oder Optionsscheine in Fremdwährung emittiert wurden.

Aufgrund der Regelungen in IAS 19.58 dürfen Vermögenswerte aus einem leistungsorientierten Plan nur angesetzt werden, wenn daraus ein künftiger wirtschaftlicher Nutzen aus Ansprüchen auf Minderung oder Rückerstattung von Beitragsleistungen resultiert. IFRIC 14 enthält Klarstellungen, wann derartige künftige Vorteile als verfügbar anzusehen sind. Aus den Änderungen in IFRIC 14 ergeben sich derzeit keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss der Österreichischen Post AG.

Im Rahmen der jährlichen „Improvements to IFRS“ werden kleinere Änderungen an den bereits bestehenden Standards und Interpretationen vorgenommen. Auf den Konzernabschluss der Österreichischen Post AG haben diese derzeit keine wesentliche Auswirkungen.

Der Konzernabschluss wird in Euro aufgestellt. Alle Beträge sind, sofern nichts anderes angeführt ist, in Millionen Euro (Mio EUR) angegeben. Bei Summierung von gerundeten Beträgen und Prozentangaben können durch Verwendung automatisierter Rechenhilfen rundungsbedingte Rechendifferenzen auftreten.

3. KONSOLIDIERUNGSKREIS

In den Konzernabschluss sind neben der Österreichischen Post AG 25 inländische (31.12.2010: 23) und 33 ausländische (31.12.2010: 33) Tochterunternehmen einbezogen, bei denen der Österreichischen Post AG unmittelbar oder mittelbar die Mehrheit der Stimmrechte zusteht. Weiters werden 3 inländische (31.12.2010: 4) und 4 ausländische (31.12.2010: 3) Unternehmen nach der Equity-Methode bewertet.

Veränderungen des Konsolidierungskreises

Im Jahr 2011 haben folgende Änderungen im Konsolidierungskreis des Österreichischen Postkonzerns stattgefunden:

Name der Gesellschaft	Anteil am Kapital von	Transaktionszeitpunkt	Erläuterung
Brief			
Post vier Beteiligungs GmbH (R-Electronic-Bill-Presentment Beteiligungs GmbH) ¹	– 100,0%	01.01.2011	Verschmelzung
Mader Zeitschriftenverlagsgesellschaft m.b.H.	25,1%	– 30.06.2011	Anteilsverkauf
Post sechs Beteiligungs GmbH	– 100,0%	06.10.2011	Gründung
Post sieben Beteiligungs GmbH	– 100,0%	06.10.2011	Gründung
Post acht Beteiligungs GmbH	– 100,0%	14.10.2011	Gründung
PostMaster s.r.l.	– 26,0%	20.10.2011	Erwerb

Name der Gesellschaft	Anteil am Kapital von	auf	Transaktionszeitpunkt	Erläuterung
Paket & Logistik				
Distributions GmbH Bergkirchen	–	100,0%	02.08.2011	Gründung
Post neun Beteiligungs GmbH	–	100,0%	06.10.2011	Gründung
Eurodisnet GmbH	100,0%	–	27.12.2011	Liquidation
Corporate				
Post Immobilien GmbH (PTI Immobilienvermittlung GmbH) ¹	–	100,0%	31.03.2011	Verschmelzung

¹ Die in Klammer angeführten Konzernunternehmen wurden auf die zuerst genannten Konzernunternehmen verschmolzen und sind somit nicht mehr im Konsolidierungskreis vorhanden.

Brief

Mit 30. Juni 2011 wurde der 25,1%-Anteil an der Mader Zeitschriftenverlagsgesellschaft m.b.H., Wien, veräußert. Das aus dem Verkauf resultierende Ergebnis beträgt 2,1 Mio EUR und wird im Ergebnis aus at equity konsolidierten Unternehmen gezeigt.

Mit 20. Oktober 2011 erfolgte das Closing zur Übernahme von 26% (inklusive einer Option auf 100% in den folgenden zwei Jahren) an der rumänischen PostMaster s.r.l. durch die Österreichische Post. Damit wurde ein weiterer Schritt im Sinne der Wachstumsstrategie der Division Brief gesetzt und der Einstieg in den rumänischen Mail-Markt, einen der größten CEE-Märkte, erreicht. Das Unternehmen wird als assoziiertes Unternehmen nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen. Der bei der Kaufpreisaufteilung entstandene Firmenwert in Höhe von 1,9 Mio EUR wird als Bestandteil des Anteils an assoziierten Unternehmen ausgewiesen.

Paket & Logistik

Mit 27. Dezember 2011 wurde die Eurodisnet GmbH, Weinheim, liquidiert. Aus der Entkonsolidierung ergibt sich ein Verlust in Höhe von 3,3 Mio EUR, der unter den sonstigen betrieblichen Aufwendungen ausgewiesen wird.

4. BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

4.1 KONSOLIDIERUNGSGRUNDÄTZE

Tochterunternehmen werden beginnend mit dem Zeitpunkt in den Konzernabschluss einbezogen, ab dem der Österreichische Post Konzern die Möglichkeit der Beherrschung erlangt. Die Kapitalkonsolidierung für erstmals in den Konzernabschluss einbezogene Tochterunternehmen erfolgt nach der Erwerbsmethode. Dabei werden die jeweiligen Anschaffungskosten auf die identifizierbaren erworbenen Vermögenswerte und Schulden einschließlich Eventualverbindlichkeiten aufgeteilt.

Immaterielle Vermögenswerte werden je nach Art des Vermögenswerts und der Verfügbarkeit von Informationen anhand eines ertragswertorientierten Verfahrens (Income Approach) bewertet. Für die Bewertung der Kundenbeziehungen wird die Residualwertmethode (Multi-Period Excess Earnings Method) angewendet. Dabei wird der Barwert der ausschließlich durch den zu bewertenden immateriellen Vermögenswert hervorgebrachten Cashflows ermittelt. Ausgehend von der Annahme, dass der zu bewertende immaterielle Vermögenswert erst im Verbund mit anderen materiellen und immateriellen Vermögenswerten Cashflows generiert, werden bei der Ermittlung der relevanten Einzahlungsüberschüsse fiktive Auszahlungen für diese „unterstützenden“ Vermögenswerte (Contributory Asset Charges) berücksichtigt. Die Bewertung von Marken erfolgt durch die Methode der Lizenzpreisanalogie (Relief from Royalty Method). Der Wert des immateriellen Vermögenswerts wird dabei als Barwert fiktiv zu entrichtender Lizenzzahlungen bestimmt, und zwar unter der Annahme, dass sich der betreffende Vermögenswert im Eigentum eines Dritten befindet.

Ein verbleibender aktivischer Unterschiedsbetrag zwischen den Anschaffungskosten und dem Wert des identifizierten und neu bewerteten Nettovermögens wird als Firmenwert ausgewiesen. Ein passivischer Unterschiedsbetrag wird nach einer nochmaligen Beurteilung der Identifizierbarkeit und Bewertung der übernommenen Vermögenswerte, Schulden und Eventualschulden und der Bewertung der Anschaffungskosten als Ertrag erfasst.

Beteiligungen an Unternehmen, auf die – in der Regel aufgrund eines Anteilsbesitzes zwischen 20% und 50% – ein maßgeblicher Einfluss ausgeübt werden kann (assoziierte Unternehmen), sowie gemeinschaftlich geführte Unternehmen werden nach der Equity-Methode bilanziert. Anteile an Unternehmen, bei denen aufgrund von vertraglich vereinbarten Minderheitenrechten die Beherrschungsmöglichkeit fehlt, werden auch at equity bewertet.

Bei der Equity-Methode werden die Anteile zunächst mit den Anschaffungskosten angesetzt und in der Folge um die Eigenkapitalveränderungen der Gesellschaft erhöht bzw. vermindert, soweit diese auf die Anteile der Österreichischen Post entfallen. Der mit einem assoziierten oder einem gemeinschaftlich geführten Unternehmen verbundene Firmenwert ist im Buchwert des Anteils enthalten.

Forderungen und Verbindlichkeiten, Erträge und Aufwendungen aus dem konzerninternen Lieferungs- und Leistungsaustausch werden eliminiert. Zwischenergebnisse im Konzern werden ebenso neutralisiert, sofern sie nicht von untergeordneter Bedeutung sind.

4.2 WÄHRUNGSUMRECHNUNG

Die Darstellungswährung des Österreichischen Post Konzerns ist der Euro. Funktionale Währung für Konzerngesellschaften in Österreich und Ländern, die Teilnehmer der Europäischen Wirtschafts- und Währungsunion sind, ist der Euro. Funktionale Währung der übrigen Tochtergesellschaften ist die jeweilige Landeswährung, da diese Gesellschaften ihre Geschäfte in finanzieller, wirtschaftlicher und organisatorischer Hinsicht selbstständig betreiben.

Geschäftstransaktionen in ausländischer Währung

Konzerngesellschaften erfassen Geschäftsfälle in ausländischer Währung mit dem am Tag der Transaktion gültigen Referenzkurs. Die Umrechnung der monetären Vermögenswerte und Verbindlichkeiten in die funktionale Währung erfolgt mit dem am Bilanzstichtag gültigen Devisenreferenzkurs der Europäischen Zentralbank. Daraus resultierende Fremdwährungsgewinne und -verluste werden im Geschäftsjahr ergebniswirksam erfasst.

Umrechnung von Einzelabschlüssen in ausländischer Währung

Für die Umrechnung der Abschlüsse von Konzerngesellschaften, deren funktionale Währung nicht der Euro ist, wird die modifizierte Stichtagskursmethode angewendet. Alle Bilanzposten mit Ausnahme des Eigenkapitals werden mit dem zum Bilanzstichtag gültigen Devisenreferenzkurs der Europäischen Zentralbank umgerechnet, die Eigenkapitalposten mit dem Anschaffungs- oder Entstehungskurs. Die Aufwendungen und Erträge werden mit den durchschnittlichen Devisenreferenzkursen des Geschäftsjahres umgerechnet. Die hieraus entstehenden Währungsumrechnungsdifferenzen werden ergebnisneutral direkt im Eigenkapital erfasst.

Die der Währungsumrechnung zugrunde gelegten Wechselkurse haben sich im Verhältnis zum Euro wie folgt verändert:

1 EUR	Devisenreferenzkurs am Bilanzstichtag		Jahresdurchschnittskurs	
	31.12.2010	31.12.2011	2010	2011
Britische Pfund	0,8608	n. a.	0,8578	n. a.
Bosnische Konvertible Mark	1,9558	1,9558	1,9558	1,9558
Kroatische Kuna	7,3830	7,5370	7,2891	7,4390
Rumänischer Leu	n. a.	4,3233	n. a.	4,2391
Schwedische Kronen	8,9655	n. a.	9,5373	n. a.
Serbische Dinar	105,4982	104,6409	103,0501	101,9372
Tschechische Kronen	25,0610	25,7870	25,2840	24,5898
Ungarische Forint	277,9500	314,5800	275,4786	279,3726

4.3 ERTRAGS- UND AUFWANDSREALISIERUNG

Die Erfassung von Umsatzerlösen und sonstigen betrieblichen Erträgen erfolgt dann, wenn die Leistung erbracht wurde, die Höhe der Erträge zuverlässig ermittelbar ist und der wirtschaftliche Nutzen dem Konzern wahrscheinlich zufließen wird. Für am Bilanzstichtag noch nicht ausgelieferte Aufträge sowie für Wertzeichen und Freistempelerlöse, für die von der Österreichischen Post AG noch keine Gegenleistung erbracht wurde, werden entsprechende Umsatzabgrenzungen vorgenommen.

Betriebliche Aufwendungen werden mit Inanspruchnahme der Leistung oder zum Zeitpunkt ihrer Verursachung ergebniswirksam.

4.4 ERGEBNIS JE AKTIE

Das Ergebnis je Aktie wird ermittelt, indem der auf die Aktionäre der Österreichischen Post AG entfallende Anteil am Periodenergebnis durch den gewichteten Durchschnitt der im Geschäftsjahr 2011 im Umlauf befindlichen Aktien dividiert wird. Während einer Periode zurückgekaufte Aktien werden zeitanteilig für den Zeitraum, in dem sie sich im Umlauf befinden, berücksichtigt. Im dargestellten Geschäftsjahr gab es keine Verwässerungseffekte. Damit entspricht das verwässerte Ergebnis je Aktie dem unverwässerten Ergebnis je Aktie.

4.5 FIRMENWERTE

Ein Geschäfts- oder Firmenwert ergibt sich als Überschuss des Kaufpreises über das zum beizulegenden Zeitwert bewertete (anteilige) Nettovermögen des gekauften Unternehmens. Firmenwerte werden jährlich auf Werthaltigkeit überprüft. Falls sich Ereignisse oder veränderte Umstände ergeben, die auf eine mögliche Wertminderung hindeuten, ist der Wertminderungstest anlassbezogen durchzuführen. Wertminderungen werden nach den unter Punkt 4.9 Wertminderungen beschriebenen Grundsätzen vorgenommen.

4.6 IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE

Entgeltlich erworbene immaterielle Vermögenswerte werden mit ihren Anschaffungskosten angesetzt und entsprechend ihrer wirtschaftlichen Nutzungsdauer oder Vertragsdauer von drei bis zehn Jahren linear abgeschrieben. Liegen Anhaltspunkte für eine Wertminderung vor und liegt der erzielbare Betrag unter den fortgeführten Anschaffungskosten, wird eine Abschreibung für Wertminderungen berücksichtigt. Bei Wegfall der Gründe für die Wertminderung werden entsprechende Zuschreibungen vorgenommen.

Bei Markenrechten wird grundsätzlich von einer unbegrenzten Nutzungsdauer ausgegangen, da ein Ende der wirtschaftlichen Nutzung nicht abzusehen ist.

Immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer werden nicht planmäßig abgeschrieben, sondern jährlich einem Wertminderungstest unterzogen. Dies gilt auch dann, wenn keine Anhaltspunkte für eine Wertminderung vorliegen. Falls sich Ereignisse oder veränderte Umstände ergeben, die auf eine mögliche Wertminderung hindeuten, ist der Wertminderungstest anlassbezogen durchzuführen.

Die im Zusammenhang mit immateriellen Vermögenswerten durchgeführten Werthaltigkeitstests unterliegen den Grundsätzen, die unter Punkt 4.9 Wertminderungen beschrieben werden.

4.7 SACHANLAGEN

Das Sachanlagevermögen wird zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten, verminder um planmäßige Abschreibungen, bewertet. Die Abschreibungssätze richten sich nach der erwarteten wirtschaftlichen Nutzungsdauer.

Die planmäßigen Abschreibungen werden linear unter Zugrundelegung folgender konzerneinheitlicher Nutzungsdauern berechnet:

Nutzungsdauer	Jahre
Gebäude	20–50
Technische Anlagen und Maschinen	5–10
Fuhrpark	2–8
EDV-technische Ausstattung	3–5
Sonstige Betriebs- und Geschäftsausstattung	5–20

Liegen Anhaltspunkte für eine Wertminderung vor, werden Sachanlagen gemäß den in Punkt 4.9. Wertminderungen angeführten Grundsätzen auf Werthaltigkeit geprüft.

4.8 ALS FINANZINVESTITION GEHALTENE IMMOBILIEN (INVESTMENT PROPERTY)

Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien umfassen jene Immobilien, die zur Erzielung von Mieteinnahmen und/oder zum Zweck von Wertsteigerungen gehalten werden und gesondert veräußert werden könnten. Bei einem betrieblich genutzten Anteil erfolgt eine dem prozentuellen Ausmaß der Nutzung entsprechende Zuordnung. In der Bilanz werden die als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien nach der Anschaffungskostenmethode, verminder um kumulierte Abschreibungen, ausgewiesen. Die Abschreibungen werden dabei linear unter Zugrundelegung einer Nutzungsdauer von 20 bis 50 Jahren vorgenommen. Die Ermittlung der im Anhang angegebenen beizulegenden Zeitwerte der als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien wurde im Wesentlichen von Experten einer Tochtergesellschaft der Österreichischen Post AG unter Anwendung von anerkannten Bewertungsverfahren vorgenommen. Die Bewertung erfolgt auf Basis von ertragsorientierten Bewertungsverfahren. Im Regelfall wurde das Ertragswertverfahren und bei komplexeren Objekten das Discounted-Cashflow-Verfahren angewendet. Für unbebaute Grundstücke wurde das Vergleichswertverfahren auf Basis von erhobenen Vergleichstransaktionen in einem aktiven Markt für die Wertermittlung herangezogen.

4.9 WERTMINDERUNGEN

Zu jedem Bilanzstichtag wird geprüft, ob Anhaltspunkte für eine Wertminderung auf Vermögenswerte gemäß IAS 36 vorliegen. Liegen solche Hinweise vor, wird ein Werthaltigkeitstest durchgeführt. Bei immateriellen Vermögenswerten mit unbestimmter Nutzungsdauer sowie bei Firmenwerten wird unabhängig davon, ob Anhaltspunkte vorliegen, jährlich ein Wertminderungstest durchgeführt. Falls sich Ereignisse oder veränderte Umstände ergeben, die auf eine mögliche Wertminderung hindeuten, werden Wertminderungstests auch unterjährig durchgeführt.

Im Rahmen der Wertminderungstests wird der erzielbare Betrag des betreffenden Vermögenswerts ermittelt. Der erzielbare Betrag entspricht dem höheren Betrag aus beizulegendem Zeitwert abzüglich Verkaufskosten und Nutzungswert.

Sofern der erzielbare Betrag nicht für einen einzelnen Vermögenswert ermittelt werden kann, werden Vermögenswerte zum Zweck des Wertminderungstests zahlungsmittelgenerierenden Einheiten (ZGE) zugeordnet. ZGE werden durch die Zusammenfassung von Vermögenswerten auf der niedrigsten Ebene, die selbstständig

Cashflows generieren oder für interne Managementzwecke überwacht werden, gebildet. Dementsprechend werden Wertminderungstests auf der Ebene von Untersegmenten oder Konzerngesellschaften durchgeführt.

Im Rahmen des Wertminderungstests werden das Sach- und immaterielle Anlagevermögen einer ZGE, einschließlich der nach IAS 36 zugeordneten Vermögensgegenstände und Schulden, mit dem erzielbaren Betrag der ZGE verglichen. Ist die Summe dieser Buchwerte einer ZGE höher als der erzielbare Betrag, erfolgt eine Wertminderung in Höhe der Differenz. Bei Wegfall der Wertminderungen erfolgt, ausgenommen bei Firmenwerten, eine Zuschreibung. Der erzielbare Betrag einer ZGE wird mittels Discounted-Cashflow-Methode (DCF) ermittelt. Diese Berechnung basiert auf der Geschäftsjahresplanung für das Jahr 2012, der Mittelfristplanung für einen Zeitraum von drei Jahren (2013 bis 2015) und einer ewigen Rente. In der ewigen Rente werden die für die einzelnen ZGE langfristig erwarteten Wachstumsraten von bis zu 1,0% berücksichtigt. Die Kapitalkosten werden als gewichteter Durchschnitt der Eigen- und Fremdkapitalkosten berechnet (WACC = Weighted Average Cost of Capital) und nach dem Capital Asset Pricing Model (CAPM) nach Maßgabe der individuellen Verhältnisse der ZGE ermittelt. Der WACC betrug im Berichtszeitraum im Euro-
raum 5,9% bis 8,4% und in anderen Ländern 8,0% bis 13,9%.

Sachanlagen werden bei Vorliegen von Hinweisen für eine Wertminderung oder bei Wegfall von Anhaltpunkten, die in Vorperioden zu einer Wertminderung geführt haben, zum Bilanzstichtag gemäß IAS 36 einem Werthaltigkeitstest unterzogen. Liegt der erzielbare Betrag unter den fortgeführten Anschaffungs- und Herstellungskosten, erfolgt eine Wertminderung. Bei Wegfall der Gründe für eine früher vorgenommene Wertminderung werden entsprechende Zuschreibungen vorgenommen. Der infolge der Zuschreibung erhöhte Buchwert darf dabei die fortgeführten Anschaffungs- und Herstellungskosten nicht überschreiten.

4.10 FINANZIERUNGSLEASING

Gehen bei geleasten Vermögenswerten alle mit dem Eigentum verbundenen wesentlichen Risiken und Chancen aus dem Leasinggegenstand auf die Österreichische Post über (Finanzierungsleasing gemäß IAS 17), so werden diese zum beizulegenden Zeitwert des Vermögenswerts oder zum niedrigeren Barwert der künftigen Mindestleasingzahlungen im langfristigen Vermögen aktiviert. Die planmäßigen Abschreibungen erfolgen über die wirtschaftliche Nutzungsdauer oder, wenn kürzer, über die Laufzeit des Leasingvertrags. Die aus den Leasingverträgen resultierenden Zahlungsverpflichtungen sind unter den Finanzverbindlichkeiten passiviert.

4.11 FINANZIELLE VERMÖGENSWERTE

Im Österreichischen Post Konzern werden finanzielle Vermögenswerte in folgende Klassen gemäß IFRS 7 eingeteilt: Finanzinvestitionen in Wertpapiere, andere Finanzanlagen, Forderungen sowie Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente. Diese finanziellen Vermögenswerte werden den IAS-39-Kategorien „Kredite und Forderungen“ (Loans and Receivables), „bis zur Endfälligkeit gehaltene Finanzinvestitionen“ (Held to Maturity Investments), „zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte“ (Available for Sale Financial Assets) und „finanzielle Vermögenswerte zum beizulegenden Zeitwert durch die Gewinn- und Verlustrechnung“ (Financial Assets at Fair Value through Profit or Loss) zugeordnet.

„Kredite und Forderungen“ werden zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet. Dabei erfolgt die Bewertung bei Zugang mit dem beizulegenden Zeitwert. Ein allenfalls bestehender Unterschied zwischen diesem Wert und dem Tilgungsbetrag (z. B. bei unverzinslichen oder vom Marktniveau abweichenden Zinsen) wird nach der Effektivzinsmethode periodengerecht abgegrenzt und im Finanzergebnis ausgewiesen.

Liegen Anzeichen für eine Wertminderung vor, wird eine ergebniswirksame Wertberichtigung bis auf den Barwert der erwarteten zukünftigen Cashflows vorgenommen. Im Österreichischen Post Konzern wird der Anteil der uneinbringlichen Forderungen unter Berücksichtigung der Kunden- und Marktstruktur auf Basis einer Fälligkeitsanalyse ermittelt. Zudem werden Wertminderungen dann erfasst, wenn aufgrund objektiver Hinweise nicht mit der Einbringlichkeit der Forderung zu rechnen ist. Wertberichtigungen werden grundsätzlich über ein Wertberichtigungskonto gebucht. Bei Wegfall der Gründe für die Wertberichtigung erfolgt eine Wertaufholung bis zu den Anschaffungskosten.

„Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte“ werden zum Marktwert bilanziert. Unrealisierte Gewinne und Verluste werden bis zur Realisierung unter Berücksichtigung latenter Steuern gesondert im Eigenkapital (Marktbewertung Finanzinstrumente) ausgewiesen. Zu jedem Bilanzstichtag werden die Buchwerte der zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerte daraufhin untersucht, ob objektive Anzeichen für eine Wertminderung vorliegen. Objektive Anzeichen sind beispielsweise erhebliche finanzielle Schwierigkeiten des Schuldners, der Ausfall oder der Verzug von Zins- oder Tilgungszahlungen,

der Wegfall eines aktiven Marktes sowie wesentliche Änderungen des wirtschaftlichen, rechtlichen oder marktbezogenen Umfeldes. Ein Wegfall des Wertminderungsgrundes wird bei Eigenkapitalinstrumenten ergebnisneutral und bei den übrigen Finanzinstrumenten ergebniswirksam erfasst. Käufe und Verkäufe werden am Erfüllungstag, d. h. am Valutatag, gebucht.

Andere Finanzanlagen, für die kein geregelter Markt existiert und deren beizulegender Zeitwert auch durch Bewertungsmethoden nicht zuverlässig ermittelt werden kann, werden zu Anschaffungskosten bewertet. Wertminderungen werden ergebniswirksam erfasst. Etwaige Wertaufholungen dürfen weder ergebniswirksam noch ergebnisneutral berücksichtigt werden.

4.12 VORRÄTE

Die Bewertung der Vorräte erfolgt mit dem niedrigeren Betrag aus Anschaffungskosten und Nettoveräußerungswert am Bilanzstichtag. Die Bestandswertermittlung wird nach dem gleitenden Durchschnittspreisverfahren durchgeführt. Wertminderungen aufgrund von Veralterung oder mangelnder Gängigkeit werden bei Ermittlung des Nettoveräußerungswerts berücksichtigt.

Noch nicht abrechenbare Leistungen sind mit dem niedrigeren Betrag aus Herstellungskosten und Nettoveräußerungswert bewertet.

4.13 ZUR VERÄUSSERUNG GEHALTENE LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE (ODER VERÄUSSERUNGSGRUPPEN)

Langfristige Vermögenswerte oder Veräußerungsgruppen werden als zur Veräußerung gehalten klassifiziert, wenn der zugehörige Buchwert überwiegend durch ein Veräußerungsgeschäft und nicht durch fortgesetzte Nutzung realisiert wird. Diese Bedingung wird nur dann als erfüllt angesehen, wenn die Veräußerung höchstwahrscheinlich ist und der langfristige Vermögenswert (oder die Veräußerungsgruppe) in seiner (ihrer) jetzigen Beschaffenheit für einen sofortigen Verkauf verfügbar ist. Eine Veräußerung ist dann höchstwahrscheinlich, wenn die zuständige Managementebene einen Plan für den Verkauf des Vermögenswerts (oder der Veräußerungsgruppe) beschlossen hat und mit der Suche nach einem Käufer und der Durchführung des Plans aktiv begonnen wurde und davon ausgegangen werden kann, dass der Veräußerungsvorgang innerhalb eines Jahres nach einer solchen Klassifizierung abgeschlossen wird.

Für den Fall, dass die Veräußerung für den Konzern höchstwahrscheinlich ist und dies mit einem Verlust der Kontrolle über ein Tochterunternehmen einhergeht, sind sämtliche Vermögenswerte und Schulden dieses Tochterunternehmens als zur Veräußerung gehalten zu klassifizieren, sofern die oben genannten Voraussetzungen hierfür erfüllt sind. Dies gilt unabhängig davon, ob der Konzern einen nicht beherrschenden Anteil an dem früheren Tochterunternehmen nach der Veräußerung zurückbehält.

Langfristige Vermögenswerte (oder Veräußerungsgruppen), die als zur Veräußerung gehalten klassifiziert sind, werden mit dem niedrigeren Betrag aus ihrem Buchwert und dem beizulegenden Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten bewertet. Im Fall eines negativen beizulegenden Werts einer Veräußerungsgruppe wird nach Berücksichtigung der Wertminderung der zur Veräußerung gehaltenen lang- und kurzfristigen Vermögensgegenstände ein Passivposten eingestellt.

4.14 RÜCKSTELLUNGEN FÜR ABFERTIGUNGEN, PENSIONEN UND JUBILÄUMSGELDER

Rückstellungen für Abfertigungen

Abfertigungsrückstellungen werden für gesetzliche und vertragliche Ansprüche von Angestellten gebildet. Abfertigungsansprüche haben Mitarbeiter österreichischer Konzerngesellschaften im Falle der Erreichung des Pensionsantrittsalters sowie bei der Beendigung des Dienstverhältnisses durch den Dienstgeber. Die Höhe der Ansprüche ist von der Anzahl der Dienstjahre und dem bei Abfertigungsanfall maßgeblichen Bezug abhängig. Beamte haben grundsätzlich keinen Anspruch auf Abfertigungszahlungen. Die Berechnung erfolgt nach versicherungsmathematischen Grundsätzen nach der Methode der laufenden Einmalprämien (Projected Unit Credit Method), wobei versicherungsmathematische Gewinne und Verluste sofort zur Gänze ergebniswirksam realisiert werden.

Für Angestellte in österreichischen Konzerngesellschaften, deren Dienstverhältnis erst nach dem 31. Dezember 2002 begonnen hat, werden die Abfertigungsverpflichtungen durch die laufende Entrichtung entsprechender Beiträge an die Mitarbeitervorsorgekasse abgegolten. Darüber hinaus besteht für den Österreichischen Post Konzern keine weitere Verpflichtung.

Rückstellungen für Pensionen

Die Versorgungsverpflichtungen des Österreichischen Post Konzerns umfassen sowohl beitragsorientierte als auch leistungsorientierte Versorgungssysteme.

Gegenüber Beamten bestehen keine Pensionszusagen. Pensionsleistungen für Beamte werden grundsätzlich durch die Republik Österreich erbracht. Für Mitglieder des Vorstands werden Beiträge an eine Pensionskasse entrichtet. Aufgrund gesetzlicher Bestimmungen ist der Österreichische Post Konzern verpflichtet, Pensionsdeckungsbeiträge an die Republik Österreich zu entrichten. Die Beiträge betragen (einschließlich der von den Beamten selbst zu tragenden Beiträge) seit dem 1. Oktober 2005 je nach Alter und Beitragsgrundlage zwischen 15,8% und 28,3% der Vergütungen an aktive Beamte und werden im Personalaufwand ausgewiesen.

Bestimmten Mitarbeitern des Österreichischen Post Konzerns wurde eine leistungsorientierte Pensionszusage erteilt. Die Berechnung der Rückstellungen für leistungsorientierte Pensionszusagen erfolgt nach der Methode der laufenden Einmalprämien. Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste werden sofort ergebniswirksam erfasst.

Rückstellungen für Jubiläumsgelder

Im Österreichischen Post Konzern bestehen zum Teil Verpflichtungen gegenüber Angestellten und Beamten, nach Erreichen eines bestimmten Dienstalters Jubiläumsgelder auszuzahlen.

In Österreich erfolgen Auszahlungen im Falle einer 25-jährigen Dienstzugehörigkeit in Höhe von zwei Monatsgehältern und im Falle einer 40-jährigen Dienstzugehörigkeit in Höhe von vier Monatsgehältern. Mitarbeitern, die zum Zeitpunkt des Pensionsantrittsalters mindestens 35 Dienstjahre aufweisen, wird ebenfalls ein Jubiläumsgeld von vier Monatsgehältern ausgezahlt. Für Mitarbeiter die dem Kollektivvertrag für Bedienstete der Österreichischen Post AG gemäß § 19 Abs. 3 Poststrukturgesetz (PTSG), Erster Teil unterliegen (gültig ab 1. August 2009), erfolgen Auszahlungen im Falle einer 20-jährigen Dienstzugehörigkeit in Höhe von einem Monatsgehalt, bei 25-jähriger Dienstzugehörigkeit in Höhe von eineinhalb Monatsgehältern, bei 35-jähriger Dienstzugehörigkeit in Höhe von zweieinhalb Monatsgehältern und bei 40-jähriger Dienstzugehörigkeit in Höhe von dreieinhalb Monatsgehältern. Für Mitarbeiter, die dem Zweiten Teil dieses Kollektivvertrags unterliegen, werden keine Jubiläumsgelder ausgezahlt.

Jubiläumsgeldrückstellungen werden analog zu den Rückstellungen für Abfertigungen und Pensionen nach der Methode der laufenden Einmalprämien ermittelt.

Mit Ausnahme des Zinsaufwandes werden alle Veränderungen aus den Abfertigungs-, Pensions- und Jubiläumsgeldrückstellungen im Personalaufwand ausgewiesen. Der Zinsaufwand wird im Finanzergebnis gezeigt.

Folgende Parameter wurden der Berechnung der Abfertigungs-, Pensions- und Jubiläumsgeldrückstellungen zum 31. Dezember 2010 und 2011 zugrunde gelegt:

	2010	2011
Rechnungszinssatz	4,5%	4,5%
Gehaltssteigerung/Rentendynamik	gestaffelt (0%–4%)	gestaffelt (0%–4%)
Fluktuationsabschlag	gestaffelt (0%–20%)	gestaffelt (0%–21%)
Pensionsantrittsalter		
Weibliche Angestellte	55–65	55–67
Männliche Angestellte	60–65	60–67
Beamte	60–65	60–65

4.15 RÜCKSTELLUNGEN FÜR UNTERAUSLASTUNG

Rückstellungen für Unterauslastung werden für künftige Personalaufwendungen für Mitarbeiter gebildet, die unkündbar sind (vor allem Beamte) und im Unternehmen nicht mehr oder nur mehr zum Teil zur Leistungserbringung eingesetzt werden können.

Bei diesen Dienstverhältnissen handelt es sich um belastende Verträge im Sinne des IAS 37, bei denen die unvermeidbaren Kosten zur Erfüllung der vertraglichen Verpflichtungen höher sind als der erwartete wirtschaftliche Nutzen.

Rückstellungen für Unterauslastung werden für Mitarbeiter gebildet, die dem Post Arbeitsmarkt zugewiesen sind. Darüber hinaus werden Rückstellungen auch für Mitarbeiter gebildet, bei denen eine Versetzung in den Post Arbeitsmarkt beschlossen wurde, für die aber der unternehmensinterne Organisationsänderungsprozess zur Versetzung noch nicht endgültig abgeschlossen wurde bzw. aufgrund eines besonderen Versetzungsschutzes oder Krankheit derzeit nicht möglich ist.

Die Rückstellungen werden unter Anwendung eines einheitlichen durchschnittlichen Unterauslastungsgrades unter Berücksichtigung eines Fluktuationsabschlages ermittelt.

Weiters wird für jene Mitarbeiter vorgesorgt, die sich in einem Verfahren zur Versetzung in den Ruhestand wegen Dienstunfähigkeit befinden. Zusätzlich wurde für die Übernahme von Mitarbeitern der Österreichischen Post AG in verschiedene Bundesministerien, für die entsprechend der Vereinbarungen die Gehälter refun-diert werden müssen, bis zum Ende des Refundierungszeitraumes eine Vorsorge gebildet.

Für unkündbare Mitarbeiter, die an ein Logistikunternehmen verleast werden, für die die Österreichische Post AG laut Vertrag nur die kollektivvertragliche Entlohnung dieses Unternehmens vergütet erhält, wurde für den die Vergütung übersteigenden Lohnaufwand durch eine Rückstellung vorgesorgt. Die Berechnung des Rückstellungsbetrags erfolgt als Barwert der bis zur Pensionierung der jeweiligen Mitarbeiter anfallenden Unterdeckung.

Die Rückstellungen für Unterauslastung werden unter Berücksichtigung erwarteter Gehaltssteigerungen von 4,0% (2010: 4,0%) und eines Abzinsungssatzes von 4,5% (2010: 4,5%) ermittelt.

4.16 SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN

Unter den sonstigen Rückstellungen werden gemäß IAS 37 rechtliche oder faktische Verpflichtungen gegenüber Dritten ausgewiesen, die auf zurückliegenden Ereignissen beruhen, bei denen es wahrscheinlich ist, dass sie zu einem Abfluss von Ressourcen führen werden, und bei denen eine verlässliche Schätzung der Höhe der Verpflichtung möglich ist. Die Rückstellungen werden mit jenen Werten angesetzt, die zum Zeitpunkt der Erstellung des Jahresabschlusses nach bester Schätzung ermittelt werden können. Ist eine vernünftige Schätzung des Betrags nicht möglich, unterbleibt die Bildung einer Rückstellung. Unterscheidet sich der auf Basis eines marktüblichen Zinssatzes ermittelte Barwert der Rückstellung wesentlich vom geschätzten Zahlungsbetrag, wird der Barwert der Verpflichtung angesetzt.

Rückstellungen für belastende Verträge werden berücksichtigt, wenn die unvermeidbaren Kosten zur Erfüllung der vertraglichen Verpflichtung höher sind als der erwartete wirtschaftliche Nutzen.

Restrukturierungsrückstellungen werden gemäß IAS 37 angesetzt, wenn ein ausreichend detaillierter, formaler Plan vorliegt und mit den Restrukturierungsmaßnahmen bereits begonnen oder der Plan bereits vor dem Bilanzstichtag veröffentlicht wurde

4.17 FINANZIELLE VERBINDLICHKEITEN

Im Österreichischen Post Konzern werden finanzielle Verbindlichkeiten gemäß IAS 39 in die Klassen finanzielle Verbindlichkeiten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert, und solche, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden, unterteilt. Finanzverbindlichkeiten werden bei Zuzählung in Höhe des tatsächlich zugeflossenen Betrags abzüglich Transaktionskosten und zu-/abzüglich eines Agios/Disagios erfasst. Bei Bewertung zu fortgeführten Anschaffungskosten wird der Unterschied zwischen dem erhaltenen Betrag und dem Rückzahlungsbetrag über die Laufzeit nach der Effektivzinsmethode verteilt und im Finanzergebnis erfasst.

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und andere Verbindlichkeiten werden zu fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt.

4.18 ERTRAGSTEUERN

Der für das Geschäftsjahr ausgewiesene Ertragsteueraufwand umfasst die für die einzelnen Gesellschaften aus dem steuerpflichtigen Einkommen und dem im jeweiligen Land anzuwendenden Steuersatz errechnete Ertragsteuer („tatsächliche Steuer“) sowie die Veränderung der latenten Steuern.

Die Ermittlung der latenten Steuern erfolgt nach der Balance-Sheet-Liability-Methode für alle temporären Differenzen zwischen der IFRS-Bilanz und der Steuerbilanz. Weiters wird der wahrscheinlich realisierbare Steuervorteil aus bestehenden Verlustvorträgen in die Ermittlung einbezogen. Keine Berücksichtigung von latenten Steuern erfolgt bei Unterschiedsbeträgen aus steuerlich nicht absetzbaren Firmenwerten und mit Beteiligungen zusammenhängenden temporären Unterschieden, soweit sich diese in absehbarer Zeit nicht umkehren. Aktive latente Steuern werden angesetzt, wenn es wahrscheinlich ist, dass der enthaltene Steuervorteil realisierbar ist. Der Ansatz von aktiven latenten Steuern auf steuerliche Verlustvorträge erfolgt in dem Umfang, in dem es wahrscheinlich ist, dass in absehbarer Zeit steuerpflichtiges Einkommen zur Verfügung steht.

Die latenten Steuern werden auf Basis der Steuersätze ermittelt, die in den einzelnen Ländern zum Bilanzstichtag gelten oder für den Zeitpunkt bereits beschlossen sind, in dem die latenten Steueransprüche und -schulden realisiert werden. Für österreichische Konzernunternehmen wurde zur Ermittlung der Steuerabgrenzungen ein Körperschaft-steuersatz von 25% angewendet.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die für ausländische Gesellschaften bei der Berechnung der latenten Ertragsteuern angewendeten Steuersätze:

Land	Steuersatz	Land	Steuersatz
Belgien	34,0%	Niederlande	25,5%
Bosnien-Herzegowina	10,0%	Serbien	10,0%
Deutschland	28,4%–30,9%	Slowakei	19,0%
Kroatien	20,0%	Ungarn	10,0%
Montenegro	9,0%		

4.19 DERIVATIVE FINANZINSTRUMENTE

Zur Begrenzung und Steuerung von bestehenden Zinsänderungen werden einzelne derivative Finanzinstrumente eingesetzt.

Sämtliche derivativen Finanzinstrumente werden als Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten bilanziert. Derivative Finanzinstrumente und eingebettete derivative Finanzinstrumente, die integraler Bestandteil von bestimmten Verträgen sind und gesondert ausgewiesen werden müssen, werden bei Zugang und in den Folgeperioden zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Unrealisierte Bewertungsgewinne und -verluste aus derivativen Finanzgeschäften sind ergebniswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Derivative Finanzinstrumente (Sicherungsgeschäfte), die der Absicherung von bilanzierten Vermögenswerten und Verbindlichkeiten dienen, werden zum beizulegenden Zeitwert angesetzt. Bewertungsgewinne und -verluste werden sofort ergebniswirksam erfasst.

4.20 AKTIENBASIERTE VERGÜTUNGEN

Der Aufsichtsrat der Österreichischen Post AG hat im Dezember 2009 die Einführung aktienbasierter Vergütungsprogramme beschlossen. In den Geschäftsjahren 2010 und 2011 wurde jeweils ein Vergütungsprogramm für Vorstandsmitglieder und Führungskräfte realisiert. Voraussetzung für die Teilnahmeberechtigung war der Erwerb einer bestimmten Anzahl an Aktien der Österreichischen Post AG nach vorgegebenen Richtlinien. Dieses Eigeninvestment ist bis zum Ende des nächstfolgenden Jahres nach Ablauf des Performancezeitraums ununterbrochen zu halten (Tranche eins: 31. Dezember 2013, Tranche zwei: 31. Dezember 2014). Von den Vorstandsmitgliedern nehmen die Herren Dipl.-Ing. Dr. Georg Pölzl, Mag. Dr. Rudolf Jettmar, Dipl.-Ing. Walter Hitziger und Dipl.-Ing. Dr. Herbert Götz an beiden Vergütungsprogrammen und Herr Dipl.-Ing. Peter Umundum am zweiten Vergütungsprogramm teil.

Die Anzahl der für das Eigeninvestment bei Programmbeginn benötigten Aktien der Österreichischen Post AG ergibt sich für die Mitglieder des Vorstands aus einem definierten Prozentsatz des Bruttofixgehaltes, dividiert durch den Referenzkurs des vierten Quartals des jeweiligen Vorjahres. Das Eigeninvestment der Führungskräfte orientiert sich an der gewählten Investmentkategorie gemäß Teilnahmebedingungen. Die für die aktienbasierten Vergütungsprogramme nötigen Eigeninvestments betragen zum 31. Dezember 2011 für die Mitglieder des Vorstands insgesamt 54.920 Aktien, für Führungskräfte 105.600 Aktien.

Am Anspruchstag werden den Teilnehmern Bonusaktien gewährt, oder es erfolgt ein Barausgleich. Die Zahl der Bonusaktien hängt vom Ausmaß der Erreichung der im Voraus definierten Leistungskriterien ab. Zu Beginn des Programms wurden Zielwerte für Schlüsselindikatoren festgelegt. Die maßgeblichen Indikatoren sind Earnings per Share (EPS), Free Cashflow und Total Shareholder Return (TSR), wobei die Teilziele gleich gewichtet sind. Die Zielerreichung wird über den dreijährigen Beobachtungszeitraum ermittelt.

Die Gesamtbonifikation richtet sich nach der Gesamtzielerreichung anhand obiger Parameter sowie der Kursentwicklung. Die Gesamtbonifikation nach drei Jahren ist mit 175% bei Tranche eins und 200% bei Tranche zwei jener Bonifikation gedeckelt und mit 25% als Minimum jener Bonifikation begrenzt, die bei 100% Gesamtzielerreichung vorgesehen ist.

Die Bonifikation kann in Aktien oder in bar erfolgen. Die Anzahl der Bonusaktien zum 31. Dezember 2011 beträgt für Tranche eins 187.338 und für Tranche zwei 393.045. Die durchschnittlich gewichteten Zeitwerte pro Aktie betragen für Tranche eins 24,69 Euro und für Tranche zwei 25,70 Euro. Zum 31. Dezember 2011 ergeben sich daraus rechnerische Zeitwerte für die beiden Tranchen in Höhe von 4,6 Mio EUR bzw. 10,1 Mio EUR. Diese wurden mit Hilfe eines Modells ermittelt, welches auf der erwarteten Erreichung der Leistungskriterien und dem erwarteten Aktienkurs beruht. Die erwarteten Aufwendungen aus dem aktienbasierten Vergütungsprogramm sind über den Performancezeitraum in Form einer Rückstellung zu verteilen. Die Dotierung des Geschäftsjahres 2011 beträgt 4,0 Mio EUR. Zum Bilanzstichtag besteht eine aliquote Rückstellung in Höhe von 5,3 Mio EUR.

5. ERMESSENSBEURTEILUNGEN UND ZUKUNFTSBEZOGENE ANNAHMEN

Die Erstellung des Konzernabschlusses in Übereinstimmung mit den IFRS erfordert bei der Anwendung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden Ermessensbeurteilungen sowie die Festlegung von Annahmen über zukünftige Entwicklungen durch die Unternehmensleitung, die den Ansatz und den Wert der Vermögenswerte und Schulden, die Angabe von sonstigen Verpflichtungen zum Bilanzstichtag und den Ausweis von Erträgen und Aufwendungen des Geschäftsjahres wesentlich beeinflussen. Insbesondere bei folgenden Annahmen und Schätzungen besteht ein Risiko, dass es in zukünftigen Geschäftsjahren zu einer Anpassung von Vermögenswerten und Schulden kommen kann:

5.1 RÜCKSTELLUNGEN FÜR ABFERTIGUNGEN, PENSIONEN UND JUBILÄUMSGELDER

Der Bewertung der bestehenden Abfertigungs-, Pensions- und Jubiläumsgeldrückstellungen (Buchwert 31.12.2011: 176,9 Mio EUR; 31.12.2010: 177,1 Mio EUR) liegen Annahmen zum Abzinsungssatz, zum Pensionsantrittsalter, zur Lebenserwartung, zu Fluktuationsraten und zu künftigen Gehaltserhöhungen zugrunde.

Eine Änderung des Rechnungszinssatzes um +/- 1 Prozentpunkt sowie eine Änderung der Gehaltssteigerung/Rentendynamik um +/- 1 Prozentpunkt hätte bei Gleichbleiben aller übrigen Parameter folgende Auswirkungen auf die Höhe der in der Tabelle angeführten Rückstellungen:

Mio EUR	Rechnungszinssatz		Gehaltssteigerung/Rentendynamik	
	-1%-Punkt	+1%-Punkt	-1%-Punkt	+1%-Punkt
Abfertigungen	12,7	-10,3	-10,4	12,4
Pensionen	0,3	-0,2	-0,2	0,2
Jubiläumsgelder	8,6	-8,1	-8,1	8,5

5.2 RÜCKSTELLUNG FÜR UNTERAUSLASTUNG

Zur Bewertung der Rückstellung für Unterauslastung einzelner Organisationseinheiten (Buchwert 31.12.2011: 239,0 Mio EUR; 31.12.2010: 244,1 Mio EUR) werden Annahmen über Fluktuation, Pensionsantrittsalter, Abzinsungssatz, künftige Gehaltssteigerungen und den künftigen Auslastungsgrad der betroffenen Mitarbeiter getroffen.

Eine Änderung des durchschnittlichen Auslastungsgrades um +/- 10 Prozentpunkte bzw. eine Änderung des Abzinsungssatzes oder der angenommenen Gehaltssteigerungen um jeweils +/- 1 Prozentpunkt hätte bei Gleichbleiben aller anderen Parameter folgende Auswirkungen auf die Höhe der Rückstellungen:

Mio EUR	Durchschnittlicher Auslastungsgrad		Rechnungszinssatz	Gehaltssteigerung		
	-10%-Punkte	+10%-Punkte		-1%-Punkt	+1%-Punkt	-1%-Punkt
Unterauslastung	-28,7	30,9	17,3	-15,3	-15,6	17,2

5.3 VERMÖGENSWERTE UND SCHULDEN IM ZUSAMMENHANG MIT UNTERNEHMENSERWERBEN

Im Rahmen von Unternehmenserwerben sind Schätzungen im Zusammenhang mit der Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte der erworbenen Vermögenswerte und Schulden erforderlich. Immaterielle Vermögenswerte werden je nach Art des Vermögenswerts und der Verfügbarkeit von Informationen anhand einer geeigneten Bewertungsmethode (siehe dazu Kapitel „Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden“; Punkt 4.1 Konsolidierungsgrundsätze) ermittelt. Beizulegende Zeitwerte von Grundstücken und Gebäuden werden in der Regel durch externe Experten oder Experten im Konzern bewertet.

5.4 WERTMINDERUNGEN VON IMMATERIELLEN VERMÖGENSWERTEN, FIRMENWERTEN UND SACHANLAGEN

Die Beurteilung der Werthaltigkeit von immateriellen Vermögenswerten, Firmenwerten und Sachanlagen basiert auf zukunftsbezogenen Annahmen. Die verwendeten Annahmen, die der Ermittlung des erzielbaren Betrags im Zuge der Wertminderungstests zugrunde gelegt wurden, werden in Kapitel „Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden“ unter Punkt 4.9 Wertminderungen erläutert.

5.5 FINANZINSTRUMENTE

Zur Beurteilung der Werthaltigkeit von Finanzinstrumenten, für die kein aktiver Markt vorhanden ist, werden alternative finanzmathematische Bewertungsmethoden herangezogen. Die der Bestimmung des beizulegenden Zeitwerts zugrunde gelegten Parameter beruhen teilweise auf zukunftsbezogenen Annahmen. Diese werden in den entsprechenden Abschnitten erläutert.

6. VERÖFFENTLICHE, ABER NOCH NICHT ANGEWENDETE STANDARDS

Im Geschäftsjahr 2011 hat der Österreichische Post Konzern die nachfolgend dargestellten und vom IASB herausgegebenen Standards, Interpretationen und Änderungen zu bestehenden Standards nicht vorzeitig angewandt. Der Konzern evaluiert derzeit die Anwendbarkeit und die Auswirkungen der neuen und geänderten Standards und Interpretationen auf den Konzernabschluss der Österreichischen Post AG.

Neue Standards und Interpretationen		Inkrafttreten IASB ¹	In EU anerkannt
IFRS 9	Finanzinstrumente	01.01.2015	–
IFRS 10	Konzernabschlüsse	01.01.2013	–
IFRS 11	Gemeinsame Vereinbarungen	01.01.2013	–
IFRS 12	Angaben zu Beteiligungen an anderen Unternehmen	01.01.2013	–
IFRS 13	Bemessung des beizulegenden Zeitwerts	01.01.2013	–
IFRIC 20	Abraumkosten in der Produktionsphase einer über Tagebau erschlossenen Mine	01.01.2013	–

Geänderte Standards und Interpretationen			
IFRS 1	Hyperinflation und Umstellungszeitpunkt für IFRS-Erstanwender	01.07.2011	–
IFRS 7	Finanzinstrumente: Angaben – Übertragung finanzieller Vermögenswerte	01.07.2011	November 2011
IFRS 7	Darstellung – Saldierung finanzieller Vermögenswerte und finanzieller Verbindlichkeiten	01.01.2013	–
IAS 1	Darstellung von Posten des sonstigen Gesamtergebnisses	01.07.2012	–
IAS 12	Latente Steuern: Rückgewinnung der zugrunde liegenden Vermögenswerte	01.01.2012	–
IAS 19	Änderung zu IAS 19 Leistungen an Arbeitnehmer	01.01.2013	–
IAS 27	Separate Abschlüsse	01.01.2013	–
IAS 28	Anteile an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	01.01.2013	–
IAS 32	Saldierung finanzieller Vermögenswerte und finanzieller Verbindlichkeiten	01.01.2014	–

¹ Anzuwenden auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem angegebenen Datum beginnen

Der neue Standard IFRS 9 soll IAS 39 „Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung“ schrittweise ersetzen. Es wurde eine Aufteilung in drei Phasen beschlossen, wobei bislang nur Phase 1 (Klassifizierung und Bewertung von Finanzinstrumenten) abgeschlossen wurde. Der derzeit veröffentlichte Standard bezieht sich auf die Klassifizierung und Bewertung von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten sowie auf die Ausbuchung von finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten. Die Phasen 2 (Wertminderungen) und 3 (Bilanzierung von Sicherungsbeziehungen) wurden bislang noch nicht abgeschlossen.

IFRS 10 schafft eine einheitliche Definition für den Begriff der Beherrschung und damit eine einheitliche Grundlage für das Vorliegen einer Mutter-Tochter-Beziehung und die hiermit verbundene Abgrenzung des Konsolidierungskreises. Der neue Standard ersetzt die bisher relevanten IAS 27 „Konzern- und Einzelabschlüsse“ und SIC-12 „Konsolidierung – Zweckgesellschaften“.

Mit dem neuen IFRS 11 wird die Bilanzierung von Sachverhalten, in denen ein Unternehmen gemeinschaftliche Führung über ein Gemeinschaftsunternehmen oder eine gemeinschaftliche Tätigkeit ausübt, geregelt. Das bisherige Wahlrecht der Quotenkonsolidierung bei gemeinschaftlich geführten Unternehmen wird abgeschafft, Gemeinschaftsunternehmen sind künftig stets nach der Equity-Methode zu bilanzieren. Liegt eine gemeinschaftliche Tätigkeit vor, sind Vermögenswerte, Schulden, Erträge und Aufwendungen, die dem beteiligten Unternehmen direkt zurechenbar sind, unmittelbar im Konzernabschluss des beteiligten Unternehmens zu erfassen.

IFRS 12 legt die erforderlichen Angaben für Unternehmen fest, die in Übereinstimmung mit den beiden neuen Standards IFRS 10 „Konzernabschlüsse“ und IFRS 11 „Gemeinsame Vereinbarungen“ bilanzieren, und ersetzt die derzeit in IAS 28 „Anteile an assoziierten Unternehmen“ enthaltenen Angabepflichten.

Der neue Standard IFRS 13 beschreibt, wie der beizulegende Zeitwert zu bestimmen ist, und erweitert die Angaben zum beizulegenden Zeitwert. Zielsetzung ist die standardübergreifende Vereinheitlichung des Fair-Value-Begriffs und der bei der Fair-Value-Ermittlung anzuwendenden Methoden sowie insbesondere auch der mit der Fair-Value-Bewertung einhergehenden Anhangangaben.

Die Interpretation IFRIC 20 beschäftigt sich mit der Bilanzierung von Kosten für Abraumbeseitigung, die in der Erschließungsphase einer Tagbergbaumine anfallen.

Durch die Änderung in IFRS 1 wurde der bislang verwendete Verweis auf das Datum 1. Jänner 2004 als fester Umstellungszeitpunkt durch die allgemeine Formulierung „Zeitpunkt des Übergangs auf IFRS“ ersetzt. Daneben werden Regeln für jene Fälle aufgenommen, in denen ein Unternehmen aufgrund von Hyperinflation nicht in der Lage ist, allen Vorschriften der IFRS gerecht zu werden.

Die Änderungen in IFRS 7 betreffen erweiterte Angabepflichten bei der Übertragung finanzieller Vermögenswerte. Sie sollen dem Bilanzadressaten ermöglichen, die Beziehungen zwischen den übertragenen, aber nicht vollständig ausgebuchten finanziellen Vermögenswerten und den korrespondierenden finanziellen Verbindlichkeiten zu verstehen sowie bei ausgebuchten finanziellen Vermögenswerten die Art des anhalten Engagements und die verbundenen Risiken zu beurteilen.

Im Zusammenhang mit den Änderungen des IAS 32 wurden zusätzliche Angabevorschriften in IFRS 7 für saldierte Finanzinstrumente aufgenommen, welche eine Überleitung von der Brutto- auf die Nettorisikoposition von Finanzinstrumenten ermöglichen sollen. Diese Angaben sind zukünftig auch für Instrumente unter Globalaufrechnungsvereinbarungen oder ähnlichen Vereinbarungen anzugeben, selbst wenn die zugrunde liegenden Instrumente nicht saldiert ausgewiesen werden.

Die beiden Ergebnisbestandteile (Gewinn/Verlust sowie sonstiges Ergebnis) können weiterhin in einer einzelnen oder in zwei aufeinander folgenden Aufstellungen dargestellt werden. Gemäß der Änderung des IAS 1 müssen Unternehmen die im sonstigen Ergebnis dargestellten Posten nach zwei Kategorien unterteilen – in Abhängigkeit davon, ob sie in Zukunft über die Gewinn- und Verlustrechnung gebucht werden (sogenanntes Recycling) oder nicht.

Die Änderung zu IAS 12 „Ertragsteuern“ enthält eine teilweise Klarstellung zur Behandlung temporärer steuerlicher Differenzen im Zusammenhang mit der Anwendung des Zeitwertmodells von IAS 40. Bei als Finanzinvestitionen gehaltenen Immobilien ist es oftmals schwierig zu beurteilen, ob sich bestehende Differenzen im Rahmen der fortgeführten Nutzung oder im Zuge der Veräußerung umkehren. Die Änderung sieht vor, grundsätzlich von einer Umkehrung durch Veräußerung auszugehen.

Die Möglichkeit zur Berücksichtigung von versicherungsmathematischen Gewinnen/Verlusten im Rahmen der Korridormethode wurde mit der Änderung des IAS 19 abgeschafft. Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste werden somit in jener Periode berücksichtigt, in der sie angefallen sind. Die Erfassung erfolgt im sonstigen Ergebnis und damit direkt im Eigenkapital. Der adaptierte IAS 19 fordert weiters erweiterte Anhangangaben im Zusammenhang mit leistungsorientierten Plänen.

Die Vorschriften für separate Abschlüsse sind weiterhin in IAS 27 geregelt. Die restlichen Bestandteile von IAS 27 werden durch IFRS 10 „Konzernabschlüsse“ ersetzt.

In IAS 28 ist es durch die Veröffentlichung von IFRS 10, IFRS 11 und IFRS 12 lediglich zu Folgeänderungen gekommen.

Eine Saldierung von Finanzinstrumenten ist weiterhin nur dann möglich, wenn die Bedingungen des IAS 32 erfüllt werden. Durch die Änderungen des IAS 32 wurden in die Anwendungsleitlinien lediglich Klarstellungen in Bezug auf den Begriff des „gegenwärtigen Zeitpunkts“ sowie den Begriff der „Gleichzeitigkeit“ aufgenommen.

7. ERLÄUTERUNGEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

7.1 UMSATZERLÖSE UND SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Im Österreichischen Post Konzern erfolgt die Identifizierung der berichtspflichtigen Segmente auf Basis der divisionalen Organisationsstruktur, welche die unterschiedlichen Dienstleistungen widerspiegelt.

Brief

Die Haupttätigkeit der Division Brief besteht in der Annahme und Zustellung von Brief- und anderen Postsendungen in Österreich und deren Weiterleitung ins Ausland. Des Weiteren fallen die Annahme und Zustellung von adressierten und unadressierten Werbesendungen, Zeitungen und Regionalmedien sowie eine Reihe von Zusatzdienstleistungen auf dem Gebiet des Direct Marketings in das Tätigkeitsfeld dieser Division. Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette (Daten- und Output-Management, Dokumentenscanning sowie Konzeption und Produktion von Dokumenten und Direct Mailings) ergänzen das Angebot.

Paket & Logistik

Die Division Paket & Logistik bietet Paket-, Express- und Logistikdienstleistungen in Österreich, Deutschland, Benelux sowie in Südost-/Osteuropa an. Im Rahmen der Logistikdienstleistungen liegt das Hauptaugenmerk auf den Bereichen Kombifracht, Pharma- und temperaturgeführte Transporte sowie auf B2B- und B2C-Paketdienstaktivitäten.

Filialnetz

Die Division Filialnetz verfügt über eines der größten flächendeckenden Vertriebsnetze in Österreich. Das Dienstleistungs- und Produktspektrum umfasst Postdienstleistungen, Finanzdienstleistungen in Kooperation mit der BAWAG P.S.K. sowie ein breites Sortiment von Handelswaren und Angeboten im Bereich Philatelie.

Corporate

Den anderen Divisionen nicht zuordenbare Aktivitäten werden als Corporate gezeigt. Sie umfassen z. B. den Bereich der Immobilien, EDV-Dienstleistungen sowie die Organisationseinheit Post Arbeitsmarkt.

Konsolidierung

In der Spalte Konsolidierung wird die Eliminierung der Beziehungen zwischen den Divisionen vorgenommen.

Geschäftsjahr 2010 Mio EUR	Brief	Paket & Logistik	Filialnetz	Corporate	Konsoli- dierung	Konzern
Außenumsetz	1.389,4	802,0	157,9	5,1	-3,1	2.351,1
Innenumsetz	54,3	24,4	171,5	168,8	-419,0	0,0
Umsatz gesamt	1.443,7	826,4	329,3	173,8	-422,1	2.351,1
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	234,4	10,5	-30,8	-58,3	0,0	155,9
Ergebnis aus at equity konsolidierten Unternehmen	0,5	0,0	0,0	0,6	0,0	1,0
EBIT	234,9	10,5	-30,8	-57,7	0,0	156,9
Segmentvermögen	279,8	425,6	59,2	470,2	-0,7	1.234,1
Anteile at equity konsolidiert	26,4	0,1	0,0	0,9	0,0	27,3
Segmentschulden	310,0	105,2	77,0	410,1	-1,6	900,7
Segmentinvestitionen	31,5	15,0	3,7	10,7	0,0	60,8
Abschreibungen	40,0	26,5	5,9	32,8	0,0	105,2
davon Wertminderungen erfolgswirksam	5,2	2,1	0,0	1,5	0,0	8,8
Mitarbeiter ¹	14.841	4.008	4.274	1.846	0	24.969

¹ Periodendurchschnitt, Vollzeitkräfte

Geschäftsjahr 2011 Mio EUR	Brief	Paket & Logistik	Filialnetz	Corporate	Konsoli- dierung	Konzern
Außenumsatz	1.347,6	846,5	153,1	5,4	-4,0	2.348,7
Innenumsatz	57,1	24,9	170,7	158,4	-411,2	0,0
Umsatz gesamt	1.404,7	871,5	323,8	163,9	-415,2	2.348,7
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	307,1	-28,3	-17,8	-82,1	0,0	178,9
Ergebnis aus at equity konsolidierten Unternehmen	-11,4	0,0	0,0	0,8	0,0	-10,6
EBIT	295,7	-28,3	-17,8	-81,3	0,0	168,3
Segmentvermögen	345,4	392,5	46,6	432,8	-7,7	1.209,5
Anteile at equity konsolidiert	17,2	0,1	0,0	0,3	0,0	17,5
Segmentschulden	313,6	124,4	81,0	398,2	-9,3	907,9
Segmentinvestitionen	43,4	18,4	8,9	21,3	0,0	92,0
Abschreibungen	27,1	40,3	8,0	39,0	0,0	114,4
davon Wertminderungen erfolgswirksam	0,1	16,8	2,5	8,3	0,0	27,6
Mitarbeiter ¹	13.667	4.057	3.815	1.830	0	23.369

¹ Periodendurchschnitt, Vollzeitkräfte

ERLÄUTERUNGEN ZU DEN AUSGEWIESENEN WERTEN NACH DIVISIONEN

Internes und externes Rechnungswesen sind im Österreichischen Post Konzern harmonisiert. Es gibt keine Unterschiede zwischen den Bewertungen des Segmentergebnisses, des Segmentvermögens und der Segmentverbindlichkeiten und jenen des Konzerns.

Der Außenumsatz des Konzerns entspricht der Summe der Segmentumsatzerlöse mit externen Kunden nach Konsolidierung der intersegmentären Leistungsbeziehungen. Der Innenumsatz stellt die Umsätze aus der internen Leistungsverrechnung mit anderen Segmenten dar. Über die leistungsspezifische Verrechnung hinaus leistet die Division Brief der Division Filialnetz zur Abgeltung der sich aus der Universalienstverpflichtung ergebenden Aufwendungen einen Infrastrukturbetrag.

Das Segmentvermögen umfasst das langfristige Vermögen (ohne Finanzinvestitionen in Wertpapiere und Andere Finanzanlagen, Anteile at equity konsolidiert und Latente Steuern) und das kurzfristige Vermögen (ohne Finanzinvestitionen in Wertpapiere und Andere Finanzanlagen, Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente und Forderungen aus Ertragsteuern sowie Zinsabgrenzungen).

Als Segmentverbindlichkeiten werden langfristige Verbindlichkeiten (ohne Finanzverbindlichkeiten und Latente Steuern) und kurzfristige Verbindlichkeiten (ohne Finanzverbindlichkeiten, Verbindlichkeiten sowie Rückstellungen für Ertragsteuern und Verbindlichkeiten aus Zinsabgrenzungen) gezeigt.

Die Segmentinvestitionen beinhalten Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Firmenwerte sowie Sachanlagen.

Die Abschreibungen (planmäßige Abschreibungen und Abschreibungen für Wertminderungen) resultieren aus den der jeweiligen Division zugeordneten Vermögenswerten.

Die Anzahl der Mitarbeiter auf Segmentebene wird auf Basis von Vollzeitäquivalenten der durchschnittlichen Zahl der Arbeitnehmer im Geschäftsjahr dargestellt.

ÜBERLEITUNGSRECHNUNGEN

Die Überleitung von Segmentvermögen und -schulden auf die entsprechenden Konzernwerte stellt sich folgendermaßen dar:

Überleitung Vermögen Mio EUR	2010	2011
Segmentvermögen	1.234,1	1.209,5
Anteile at equity konsolidiert	27,3	17,5
Den Segmenten nicht zugeordnete Vermögenswerte:		
Wertpapiere und andere Finanzanlagen	89,6	74,8
Aktive latente Steuern	49,9	54,6
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	313,1	310,6
Sonstige Zins- und Steuerforderungen	0,9	1,4
Konzernvermögen	1.715,1	1.668,3

Überleitung Schulden Mio EUR	2010	2011
Segmentschulden	900,7	907,9
Den Segmenten nicht zugeordnete Schulden:		
Lang- und kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	84,3	34,0
Passive latente Steuern	14,2	12,4
Ertragsteuerrückstellungen	25,0	12,7
Sonstige Zins- und Steuerverbindlichkeiten	0,0	-0,8
Konzernschulden	1.024,2	966,3

ERLÄUTERUNGEN ZU DEN AUSGEWIESENEN WERTEN NACH REGIONEN

Geschäftsjahr 2010 Mio EUR	Österreich	Deutschland	Andere Länder	Konzern
Außenumsatz	1.629,7	581,9	139,6	2.351,1
Segmentvermögen	895,7	259,0	79,4	1.234,1
davon langfristig	659,2	187,9	53,8	900,9
Segmentinvestitionen	43,3	13,4	4,1	60,8

Geschäftsjahr 2011 Mio EUR	Österreich	Deutschland	Andere Länder	Konzern
Außenumsatz	1.687,4	523,2	138,0	2.348,7
Segmentvermögen	871,0	259,0	79,5	1.209,5
davon langfristig	642,6	183,8	44,2	870,5
Segmentinvestitionen	77,8	7,8	6,4	92,0

Die Umsätze werden nach dem Standort der leistungserbringenden Gesellschaft gezeigt.

Das ausgewiesene Segmentvermögen sowie die Investitionen werden entsprechend den Standorten der Vermögenswerte ausgewiesen.

Informationen über wichtige Kunden

Im Österreichischen Post Konzern besteht keine Abhängigkeit von wichtigen Kunden, über die gemäß IFRS 8 zu berichten wäre.

7.2 SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE

Mio EUR	2010	2011
Aktivierte Eigenleistungen	1,0	0,9
Abgang von Sachanlagen	24,3	8,8
Mieten und Pachten	24,0	23,7
Weiterverrechnete Aufwendungen	5,5	4,8
Abgeltungen von Schadensfällen	3,1	2,3
Andere	32,7	34,2
	90,5	74,6

Für einen Teil der als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien werden Mieterträge aus in der Regel kündbaren Operating-Mietverhältnissen vereinnahmt. Die abgeschlossenen Mietverträge beinhalten Indexierungen der Mieten sowie mittel- bis langfristige Vertragslaufzeiten.

Die im Geschäftsjahr 2011 erwirtschafteten Miet-, Leasing- und Pachterträge stammen im Wesentlichen von der Österreichischen Post AG. Die entsprechenden zum Teil oder zur Gänze vermieteten Vermögenswerte sind in der Bilanz zum 31. Dezember 2011 mit einem Buchwert in Höhe von 209,1 Mio EUR (31.12.2010: 227,1 Mio EUR) erfasst.

In den anderen sonstigen betrieblichen Erträgen sind erfolgswirksam erfasste Erträge aus Währungsumrechnung in Höhe von 1,2 Mio EUR (2010: 0,4 Mio EUR) enthalten. Darüber hinaus sind im Geschäftsjahr 2011 in der Position Andere Erträge aus der Personalbereitstellung und –verwaltung in Höhe von 6,3 Mio EUR (2010: 6,2 Mio EUR) sowie Palettenerträge in Höhe von 5,6 Mio EUR (2010: 4,4 Mio EUR) und Erträge aus Vertragsstrafen in Höhe von 2,4 Mio EUR (2010: 1,6 Mio EUR) enthalten.

7.3 MATERIALAUFWAND UND AUFWAND FÜR BEZOGENE LEISTUNGEN

Mio EUR	2010	2011
Material		
Treib- und Brennstoffe	27,3	33,7
Handelswaren	31,1	27,3
Wertzeichen	2,7	2,3
Betriebsmittel, Bekleidung	19,4	15,5
Ersatzteile, Sonstiges	1,4	1,7
Industriepapier	19,4	0,0
Bewertungsänderungen	0,5	3,0
	101,8	83,5
Bezogene Leistungen		
Internationale Postbetreiber	67,2	66,3
Werbemittelverteiler	34,3	37,8
Energie	25,4	21,3
Transporte	491,9	513,7
Andere	50,4	37,2
	669,2	676,3
	771,0	759,8

7.4 PERSONALAUFWAND

Mio EUR	2010	2011
Löhne und Gehälter	845,9	805,3
Abfertigungen	35,3	24,5
Altersversorgung	0,1	0,2
Gesetzlich vorgeschriebene Abgaben und Beiträge	227,0	210,1
Andere Personalaufwendungen	12,5	10,0
	1.120,7	1.050,1

Im Geschäftsjahr 2011 wurden aufwandswirksame Beiträge an die Mitarbeitervorsorgekasse (MVK) betreffend beitragsorientierte Abfertigungsverpflichtungen in Höhe von 1,8 Mio EUR (2010: 1,6 Mio EUR) erfasst.

Die Aufwendungen für Abfertigungen gliedern sich wie folgt:

Mio EUR	2010	2011
Vorstände	-0,1	0,5
Leitende Angestellte	0,5	1,5
Andere Arbeitnehmer	34,8	22,6
	35,3	24,5

Die Pensionsdeckungsbeiträge an die Republik Österreich betrugen (nach Abzug der von den Beamten geleisteten Pensionsbeiträge) für das Geschäftsjahr 2011 63,2 Mio EUR (2010: 66,0 Mio EUR).

Die durchschnittliche Anzahl der Arbeitnehmer betrug im Geschäftsjahr:

	2010	2011
Arbeiter	2.171	1.468
Angestellte	13.451	13.042
Beamte	11.438	10.672
Lehrlinge	77	57
Anzahl nach Köpfen	27.137	25.239
Entsprechende Vollzeitkraftäquivalente	24.969	23.369

7.5 ABSCHREIBUNGEN

Mio EUR	2010	2011
Wertminderungen Firmenwerte	2,1	15,3
Abschreibungen immaterielle Vermögenswerte		
Planmäßige Abschreibungen	11,9	10,1
Wertminderungen	0,6	0,1
	12,6	10,2
Abschreibungen Sachanlagen		
Planmäßige Abschreibungen	80,7	73,1
Wertminderungen	5,8	11,5
	86,6	84,6
Abschreibungen als Finanzinvestition gehaltene Immobilien		
Planmäßige Abschreibungen	3,8	3,5
Wertminderungen	0,2	0,7
	4,0	4,2
	105,2	114,4

Die Wertminderungstests zum 31. Dezember 2011 ergaben einen Wertminderungsbedarf auf Firmenwerte in Höhe von 15,3 Mio EUR, wovon 13,0 Mio EUR auf die ZGE trans-o-flex Deutschland und 2,3 Mio EUR auf die ZGE City Express Serbien entfallen, die beide dem Segment Paket & Logistik zugeordnet sind. Den Wertminderungstests lagen die Mittelfristplanung der jeweiligen ZGE zugrunde. Der Abzinsungssatz (WACC), welcher für die Ermittlung des Nutzungswerts der ZGE trans-o-flex Deutschland verwendet wurde, beträgt 7,1% (2010: 6,9%).

Von den Wertminderungen auf Sachanlagen in Höhe von 11,5 Mio EUR, die auf Basis von Nutzungswertüberlegungen im Wesentlichen aufgrund technischer Veralterung durchgeführt wurden, entfallen 7,6 Mio EUR auf Gebäude im Segment Corporate sowie 2,5 Mio EUR auf Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung im Segment Filialnetz der Österreichischen Post AG. Weiters wurde eine Wertminderung auf Grundstücke und Bauten in Höhe von 1,4 Mio EUR in der trans-o-flex Belgium B.V.B.A. im Segment Paket & Logistik vorgenommen.

7.6 SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

Mio EUR	2010	2011
EDV-Dienstleistungen	28,0	28,5
Instandhaltung	41,5	39,7
Leasing, Miet- und Pachtzinsen	78,8	76,1
Reise- und Fahrtaufwendungen	27,7	26,6
Fremdpersonal und Leasingkräfte	13,5	14,0
Beratung	13,8	13,4
Entsorgung und Reinigung	14,4	13,7
Kommunikation und Werbung	12,9	15,3
Telefon	5,8	5,0
Versicherungen	9,8	9,2
Sonstige Steuern (nicht vom Einkommen und Ertrag)	8,1	8,0
Andere	34,6	70,5
	288,8	320,0

In den anderen sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind erfolgswirksam erfasste Aufwendungen aus Währungsumrechnung in Höhe von 0,7 Mio EUR (2010: 0,8 Mio EUR) enthalten. Darüber hinaus sind im Geschäftsjahr 2011 in der Position Andere Aufwendungen im Zusammenhang mit IFRS 5 in Höhe von 18,3 Mio EUR sowie Aufwendungen in Höhe von 8,9 Mio EUR für den gesetzlich vorgeschriebenen Austausch von nicht dem Postmarktgesezt 2011 entsprechenden Hausbrieffachanlagen und ein Verlust in Höhe von 3,3 Mio EUR aus der Entkonsolidierung der Eurodisnet GmbH, Weinheim, enthalten.

7.7 SONSTIGES FINANZERGEBNIS

Mio EUR	Anhang	2010	2011
Zinserträge		3,4	6,3
Wertpapiererträge		0,7	1,0
Erträge aus der Fremdwährungsbewertung		0,0	0,1
		4,1	7,4
Zinsaufwendungen für Finanzverbindlichkeiten		-3,8	-3,7
Zinsaufwendungen für Rückstellungen	(8.13.1)	-8,5	-7,7
Verluste aus dem Abgang von Wertpapieren und sonstigen Anteilen		0,0	-0,8
Aufwendungen aus der Fremdwährungsbewertung		0,0	-0,2
		-12,2	-12,3
Bewertungsergebnis von derivativen Finanzinstrumenten	(9.2.5)	0,0	-0,4
		-8,2	-5,2

7.8 ERGEBNIS JE AKTIE

		2010	2011
Aktionären des Mutterunternehmens zurechenbares Periodenergebnis	(Mio EUR)	118,4	123,8
Gewichtete durchschnittliche Anzahl von für die Berechnung des unverwässerten Ergebnisses je Aktie verwendeten Stammaktien	(Stück)	67.552.638	67.552.638
Gewichtete durchschnittliche Anzahl von für die Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie verwendeten Stammaktien	(Stück)	67.646.564	67.937.037
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	(EUR)	1,75	1,83
Verwässertes Ergebnis je Aktie	(EUR)	1,75	1,82

Die gewichtete durchschnittliche Anzahl von für die Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie verwendeten Stammaktien ergibt sich wie folgt:

		2010	2011
Stammaktien	(Stück)	67.552.638	67.552.638
Aktien, für die eine Herausgabe ohne Gegenleistung angenommen wird:			
Anteilsbasierte Vergütung	(Stück)	93.926	384.399
Gewichtete durchschnittliche Anzahl von für die Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie verwendeten Stammaktien	(Stück)	67.646.564	67.937.037

8. ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ

8.1 FIRMENWERTE

Mio EUR	2010	2011
Anschaffungs-/Herstellungskosten		
Stand am 1. Jänner	233,5	219,2
Zugang aus Unternehmenserwerben	3,1	0,4
Zugänge	1,7	0,0
Abgang aus Entkonsolidierung	18,4	3,3
Abgänge	0,6	0,0
Stand am 31. Dezember	219,2	216,3
Wertminderungen		
Stand am 1. Jänner	51,7	35,4
Zugänge	2,1	15,3
Abgang aus Entkonsolidierung	18,4	0,0
Stand am 31. Dezember	35,4	50,7
Buchwert am 1. Jänner	181,8	183,8
Buchwert am 31. Dezember	183,8	165,5

Die Abgänge aus Entkonsolidierung in Höhe von 3,3 Mio EUR betreffen die Eurodisnet GmbH, Weinheim.

Folgende Tabelle zeigt die Firmenwerte nach Segmenten:

Mio EUR	31.12.2010	31.12.2011
Brief		
feibra	29,1	29,1
Online Post Austria GmbH	3,1	3,1
Andere	10,4	10,4
	42,6	42,6
Paket & Logistik		
trans-o-flex Deutschland	127,9	111,6
Andere	13,4	11,4
	141,3	123,0
Gesamt	183,8	165,5

8.2 IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE

Geschäftsjahr 2010 Mio EUR	Anhang	Kunden- beziehungen	Marken- rechte	Sonstige im- materielle Vermögens- werte	Gesamt
Anschaffungs-/Herstellungskosten					
Stand am 1. Jänner 2010		73,8	30,0	40,2	144,0
Zugang aus Unternehmenserwerben		0,0	0,0	0,1	0,1
Abgang aus Entkonsolidierung		11,0	1,3	3,2	15,4
Zugänge		3,2	0,0	6,1	9,3
Abgänge		0,0	0,0	0,2	0,2
Umbuchungen		0,0	0,0	0,1	0,1
Währungsumrechnungsdifferenzen		-0,3	0,0	0,0	-0,4
Stand am 31. Dezember 2010		65,7	28,7	43,1	137,5
Abschreibungen/Wertminderungen					
Stand am 1. Jänner 2010		44,2	2,2	30,9	77,3
Abgang aus Entkonsolidierung		8,4	0,0	2,5	10,9
Zugänge	(7,5)	6,5	0,4	5,7	12,6
Abgänge		0,0	0,0	0,1	0,1
Währungsumrechnungsdifferenzen		-0,2	0,0	0,0	-0,2
Stand am 31. Dezember 2010		42,0	2,7	33,9	78,6
Buchwert am 1. Jänner 2010		29,6	27,8	9,4	66,7
Buchwert am 31. Dezember 2010		23,7	26,1	9,2	58,9

Geschäftsjahr 2011 Mio EUR	Anhang	Kunden- beziehungen	Marken- rechte	Sonstige im- materielle Vermögens- werte	Gesamt
Anschaffungs-/Herstellungskosten					
Stand am 1. Jänner 2011		65,7	28,7	43,1	137,5
Zugänge		0,0	0,0	11,0	11,0
Abgänge		0,4	0,0	3,1	3,4
Umbuchungen		0,0	0,0	0,0	0,0
Zur Veräußerung gehalten		0,0	0,0	-0,1	-0,1
Währungsumrechnungsdifferenzen		-0,1	0,0	0,0	-0,1
Stand am 31. Dezember 2011		65,2	28,7	50,8	144,8
Abschreibungen/Wertminderungen					
Stand am 1. Jänner 2011		42,0	2,7	33,9	78,6
Zugänge	(7,5)	6,1	0,4	3,7	10,2
Abgänge		0,0	0,0	2,1	2,1
Währungsumrechnungsdifferenzen		-0,1	0,0	0,0	-0,1
Stand am 31. Dezember 2011		48,0	3,1	35,5	86,6
Buchwert am 1. Jänner 2011		23,7	26,1	9,2	58,9
Buchwert am 31. Dezember 2011		17,3	25,6	15,3	58,2

In den immateriellen Vermögenswerten sind Markenrechte mit unbegrenzter Nutzungsdauer in Höhe von 25,2 Mio EUR (31.12.2010: 25,2 Mio EUR) enthalten.

Markenrechte in Höhe von 0,4 Mio EUR, die ursprünglich aufgrund einer unbegrenzten Nutzungsdauer keiner planmäßigen Abschreibung unterlagen, werden aufgrund eines Beschlusses im Dezember 2008, die im Rahmen von Unternehmensakquisitionen in Südost-/Osteuropa erworbenen Markenrechte im Segment Paket & Logistik sukzessive durch die Marke trans-o-flex zu ersetzen, seit dem Geschäftsjahr 2009 über vier Jahre planmäßig abgeschrieben.

Die aktivierten Kundenbeziehungen werden linear abgeschrieben und weisen eine Restnutzungsdauer von eins bis sieben Jahren auf.

Folgende Tabelle zeigt die Markenrechte zum 31. Dezember 2010 und 2011 nach Segmenten:

Mio EUR	31.12.2010	31.12.2011
Paket & Logistik		
trans-o-flex Deutschland	25,2	25,2
Andere	0,9	0,4
	26,1	25,6

8.3 SACHANLAGEN

Geschäftsjahr 2010 Mio EUR	Anhang	Grund- stücke und Bauten	Technische Anlagen und Maschinen	Andere Anlagen, Betriebs- u. Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlun- gen und Anlagen in Bau	Gesamt
Anschaffungs-/ Herstellungskosten						
Stand am 1. Jänner 2010		851,9	191,6	288,5	24,7	1.356,8
Abgang aus Entkonsolidierung		21,7	28,2	3,4	0,0	53,3
Zugänge		7,1	9,8	30,9	2,0	49,8
Abgänge		14,4	4,0	28,7	0,0	47,1
Umbuchungen		9,4	11,0	1,0	-20,8	0,5
Umgliederungen gemäß IAS 40		-17,6	0,0	0,0	0,0	-17,6
Währungsumrechnungs- differenzen		0,2	0,4	-0,4	0,0	0,3
Stand am 31. Dezember 2010		814,9	180,6	288,0	6,0	1.289,4
Abschreibungen/ Wertminderungen						
Stand am 1. Jänner 2010		374,2	123,9	162,9	0,0	661,0
Abgang aus Entkonsolidierung		3,4	12,0	1,8	0,0	17,3
Zugänge	(7,5)	27,3	19,0	40,3	0,0	86,6
Abgänge		11,4	1,7	26,6	0,0	39,6
Umbuchungen		0,0	0,1	0,6	0,0	0,6
Umgliederungen gemäß IAS 40		-12,8	0,0	0,0	0,0	-12,8
Währungsumrechnungs- differenzen		0,0	0,1	-0,2	0,0	-0,1
Stand am 31. Dezember 2010		373,8	129,4	175,2	0,0	678,5
Buchwert am 1. Jänner 2010		477,7	67,6	125,6	24,7	695,7
Buchwert am 31. Dezember 2010		441,0	51,1	112,8	6,0	610,9

Geschäftsjahr 2011 Mio EUR	Anhang	Grund- stücke und Bauten	Technische Anlagen und Maschinen	Andere Anlagen, Betriebs- u. Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlun- gen und Anlagen in Bau	Gesamt
Anschaffungs-/ Herstellungskosten						
Stand am 1. Jänner 2011		814,9	180,6	288,0	6,0	1.289,4
Zugänge		6,5	6,2	52,6	15,6	80,9
Abgänge		13,4	2,0	46,9	0,0	62,3
Umbuchungen		1,2	3,4	0,2	-4,8	0,0
Umgliederungen gemäß IAS 40		-29,1	0,0	0,0	0,0	-29,1
Zur Veräußerung gehalten		-4,1	-1,0	-5,6	0,0	-10,7
Währungsumrechnungs- differenzen		-0,3	0,0	-0,2	0,0	-0,5
Stand am 31. Dezember 2011		775,7	187,2	288,1	16,8	1.267,7
Abschreibungen/ Wertminderungen						
Stand am 1. Jänner 2011		373,8	129,4	175,2	0,0	678,5
Zugänge	(7,5)	32,2	14,2	38,2	0,0	84,6
Abgänge		10,6	1,9	43,4	0,0	56,0
Umbuchungen		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Umgliederungen gemäß IAS 40		-21,9	0,0	0,0	0,0	-21,9
Zur Veräußerung gehalten		-1,4	-0,5	-2,9	0,0	-4,8
Währungsumrechnungs- differenzen		0,0	0,0	-0,1	0,0	-0,2
Stand am 31. Dezember 2011		372,2	141,1	166,9	0,0	680,2
Buchwert am 1. Jänner 2011		441,0	51,1	112,8	6,0	610,9
Buchwert am 31. Dezember 2011		403,6	46,0	121,2	16,8	587,5

Die als Sicherheiten verpfändeten Sachanlagen weisen einen Buchwert von 10,1 Mio EUR (31.12.2010: 16,4 Mio EUR) auf.

Cross Border Lease

Im Geschäftsjahr 2002 hat die Österreichische Post AG mit zwei US-Trusts eine Cross-Border-Leasing-Transaktion abgeschlossen. Die Österreichische Post AG hat diesen beiden Trusts auf 99 Jahre ein Fruchtgenussrecht an Postsortieranlagen in Wien, Graz, Salzburg und Innsbruck gegen Leistung eines „Grant Payments“ von 117 Mio USD eingeräumt. Gleichzeitig wurde ein Lease Agreement abgeschlossen, in dem die Österreichische Post AG auf 24 Jahre das Nutzungsrecht an diesen Anlagen wieder zurückgemietet hat. Die als Sicherheiten verpfändeten Sachanlagen weisen einen Buchwert von 8,8 Mio EUR (31.12.2010: 14,4 Mio EUR) auf. In diesem Lease Agreement wurde der Österreichischen Post AG auch das Recht eingeräumt, das Fruchtgenussrecht an den Postsortieranlagen entweder mit 1. Jänner 2022 zu einem Fixpreis („EBO Payment Amount“) oder am Ende des Leasingvertrags zum Verkehrswert, mindestens jedoch zum „End of Term Purchase Option Price“ zurückzukaufen.

Die Österreichische Post AG hat ihre Verpflichtung zur Zahlung der Leasingraten einschließlich eines allfälligen EBO Payment an zwei Payment Undertaker ausgelagert. Zu diesem Zweck hat die Österreichische Post AG Zahlungen an die Payment Undertaker geleistet (108,3 Mio USD) und die entsprechende Verbindlichkeit ausgebucht. Die Payment Undertaker haben sich ihrerseits verpflichtet, die entsprechenden Beträge zu den festgesetzten Zahlungsterminen für die Österreichische Post AG zu leisten. Bei der Österreichischen Post AG verbleibt das Risiko einer möglichen Inanspruchnahme im Falle einer Insolvenz der Payment Undertaker. Die aufgrund der Abstufung des Ratings eines Payment Undertakers erforderliche zusätzliche Sicherung durch Wertpapiere wurde hinterlegt.

Zum Bilanzstichtag stellt sich das Rating der beiden Payment Undertakers wie folgt dar:

	31.12.2010	31.12.2011
Standard & Poor's:	A+ (Positive) bzw. AA- (Negative)	A+ (Stable) bzw. AA- (Stable)
Moody's:	A1 (Stable) bzw. Aa3 (Stable)	A1 (Positive) bzw. Aa3 (Negative)

Zum 31. Dezember 2011 beläuft sich der von den Payment Undertaker zu leistende Betrag auf 87,1 Mio EUR (31.12.2010: 84,9 Mio EUR).

Der aus dieser Transaktion der Österreichischen Post AG zugeflossene Nettobarwertvorteil wird unter den passiven Rechnungsabgrenzungsposten (31.12.2011: 4,8 Mio EUR; 31.12.2010: 5,3 Mio EUR) ausgewiesen und verteilt über die Vertragslaufzeit ertragswirksam aufgelöst.

Finanzierungsleasing

NETTOBUCHWERTE UND NUTZUNGSDAUERN DER GELEASTEN VERMÖGENSWERTE

Mio EUR	Nutzungs- dauer	Buchwert 31.12.2010	Buchwert 31.12.2011
Grundstücke und Bauten	43	22,2	7,4
Technische Anlagen und Maschinen	5–10	2,6	1,9
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	5–10	5,6	4,7

In der folgenden Tabelle wird die Summe der künftigen Mindestleasingzahlungen zum Bilanzstichtag auf deren Barwert übergeleitet:

Mio EUR	2010	2011
Mindestleasingzahlungen		
Bis zu einem Jahr	6,0	3,5
Länger als ein und bis zu fünf Jahre	11,2	9,6
Länger als fünf Jahre	2,0	0,0
	19,3	13,1
abzüglich:		
Zukünftige Finanzierungskosten	-2,2	-1,6
Barwert der Leasingverpflichtungen		
Bis zu einem Jahr	5,5	2,9
Länger als ein und bis zu fünf Jahre	9,6	8,5
Länger als fünf Jahre	2,0	0,0
	17,1	11,5

Die Kriterien für die Klassifizierung als Finanzierungsleasing waren im Wesentlichen der Barwert- und der Laufzeittest. Darüber hinaus wurden Ankaufsoptionen zu vorteilhaften Bedingungen am Ende der Laufzeit sowie Verlängerungs- und Preisangepassungsklauseln berücksichtigt.

Für einen Teil der Mietverträge ist die Mietzahlung an den 3-Monats-EURIBOR gebunden. Im Geschäftsjahr 2011 gab es wie im Vorjahr keine damit zusammenhängenden bedingten Mietzahlungen.

8.4 ALS FINANZINVESTITION GEHALTENE IMMOBILIEN (INVESTMENT PROPERTY)

Mio EUR	Anhang	2010	2011
Anschauffungs-/Herstellungskosten			
Stand am 1. Jänner		105,7	105,2
Zugänge		0,1	0,1
Abgänge		18,2	11,9
Umgliederungen		17,6	29,1
Stand am 31. Dezember		105,2	122,5
Abschreibungen			
Stand am 1. Jänner		68,7	71,3
Zugänge	(7,5)	4,0	4,2
Abgänge		14,2	7,7
Umgliederungen		12,8	21,9
Stand am 31. Dezember		71,3	89,7
Buchwert am 1. Jänner		37,0	33,9
Buchwert am 31. Dezember		33,9	32,8

Mio EUR	31.12.2010	31.12.2011
Beizulegender Zeitwert	118,9	162,8
Mieteinnahmen	11,7	11,8
Betriebliche Aufwendungen für vermietete Immobilien	3,2	3,1
Betriebliche Aufwendungen für nicht vermietete Immobilien	1,5	1,4

Im laufenden Geschäftsjahr wurden wie im Vorjahr keine Fremdkapitalkosten aktiviert.

Die Mieteinnahmen und die betrieblichen Aufwendungen für vermietete Immobilien enthalten nur Erträge und Aufwendungen gegenüber Dritten. Konzerninterne Aufwendungen und Erträge sind in obiger Tabelle nicht dargestellt.

8.5 ANTEILE AT EQUITY KONSOLIDIERT

Zusammensetzung der Buchwerte Mio EUR	Anteile in %	31.12.2010	Anteile in %	31.12.2011
D2D – direct to document GmbH, Wien	30,0	3,8	30,0	0,0
Eurodis GmbH, Weinheim	59,4	0,1	59,4	0,1
FEIPRO Vertriebs GesmbH, Gaweinstal	50,0	0,3	50,0	0,3
Kolos Marketing s.r.o., Nyrany	10,0	0,0	10,0	0,0
Mader Zeitschriftenverlagsgesellschaft m.b.H., Wien	25,1	1,2	–	–
MEILLERGHP GmbH, Schwandorf	65,0	21,1	65,0	14,7
OmniMedia Werbegesellschaft m.b.H., Wien	21,0	0,9	21,0	0,3
PostMaster s.r.l., Bucureşti	–	–	26,0	2,2
		27,3		17,5

Beim Konzern der MEILLERGHP GmbH handelt es sich aufgrund der vertraglich vereinbarten Mitbestimmungsrechte der Schweizerischen Post um ein Gemeinschaftsunternehmen gemäß IAS 31. Die Kolos Marketing s.r.o. wird nach der Equity-Methode konsolidiert, da die restlichen 90% vom Gemeinschaftsunternehmen MEILLERGHP GmbH gehalten werden.

Überleitung der Buchwerte Mio EUR	2010	2011
Nettobuchwert zum 1. Jänner	8,3	27,3
Zugang aus Unternehmenserwerben	0,0	2,1
Zugang aufgrund Verlust der Beherrschung	29,1	0,0
Zugang aus Gesellschafterzuschuss	0,0	4,0
Abgang aus Unternehmensverkauf	0,0	-1,4
Abgang aufgrund sukzessivem Unternehmenszusammenschluss	-2,9	0,0
Wertminderung	0,0	-3,9
Anteiliges Jahresergebnis laufend	-7,0	-8,9
Ausschüttungen	-0,2	-1,6
Währungsumrechnung	0,0	-0,2
Nettobuchwert zum 31. Dezember	27,3	17,5

Der Zugang aus Unternehmenserwerben in Höhe von 2,1 Mio EUR ergibt sich aus dem Kauf der PostMaster s.r.l., Bucharest. Der Zugang aus Gesellschafterzuschuss über 4,0 Mio EUR betrifft die MEILLERGHP GmbH, Schwandorf.

Der Abgang aus Unternehmensverkäufen in Höhe von 1,4 Mio EUR ist auf die Veräußerung der Mader Zeitschriftenverlagsgesellschaft m.b.H., Wien, zurückzuführen. Das aus dem Verkauf resultierende Ergebnis beträgt 2,1 Mio EUR und wird im Ergebnis aus at equity konsolidierten Unternehmen gezeigt. Die Wertminde rung über 3,9 Mio EUR ergibt sich aus der Bewertung der D2D – direct to document GmbH, Wien.

Das Ergebnis aus at equity konsolidierten Unternehmen in Höhe von -10,6 Mio EUR (2010: 1,0 Mio EUR) ergibt sich wie folgt:

Mio EUR	2010	2011
Anteiliges Jahresergebnis laufend	-7,0	-8,9
Veräußerungsergebnis Mader	-	2,1
Wertminderung D2D – direct to document GmbH	-	-3,9
Entkonsolidierungserfolg meiller Gesellschaften	-21,0	-
Neubewertung der Anteile an MEILLERGHP GmbH	29,0	-
Ergebnis aus at equity konsolidierten Unternehmen	1,0	-10,6

Folgende Tabelle zeigt eine aggregierte Darstellung der anteiligen Finanzinformationen für die im Konzern bestehenden assoziierten Unternehmen:

Mio EUR	31.12.2010	31.12.2011
Vermögenswerte	10,1	7,4
Schulden	7,5	6,5

Mio EUR	2010	2011
Umsatzerlöse	28,9	31,7
Periodenergebnis	0,9	1,6

Folgende Tabelle zeigt eine aggregierte Darstellung der anteiligen Finanzinformationen für die im Konzern bestehenden Gemeinschaftsunternehmen.

Mio EUR	31.12.2010	31.12.2011
Vermögenswerte langfristig	44,7	38,1
Vermögenswerte kurzfristig	26,2	16,2
Schulden langfristig	16,8	11,6
Schulden kurzfristig	41,3	38,4

Mio EUR	2010	2011
Erträge	65,9	101,0
Aufwendungen	80,9	111,0

Neben bestehenden Darlehen (16,6 Mio EUR) sowie bestehenden Haftungen (4,4 Mio EUR) gegenüber der MEILLERGHP GmbH besteht noch eine vertragliche Finanzierungsverpflichtung in Höhe von 4,9 Mio EUR (31.12.2010: 11,5 Mio EUR).

8.6 FINANZINVESTITIONEN IN WERTPAPIERE

31. Dezember 2010 Mio EUR	Buchwert	Unrealisier- ter Gewinn/ Verlust	Realisierter Gewinn/ Verlust	Marktwert		Gesamt
				Restlaufzeit <1 Jahr	Restlaufzeit >1 Jahr	
Zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere (Available for Sale)						
Investmentfondsanteile	0,3	0,0	0,0	0,0	0,3	0,3
Anleihen	48,0	-2,4	0,0	24,8	23,1	48,0
	48,3	-2,4	0,0	24,8	23,4	48,3
31. Dezember 2011 Mio EUR	Buchwert	Unrealisier- ter Gewinn/ Verlust	Realisierter Gewinn/ Verlust	Marktwert		Gesamt
				Restlaufzeit <1 Jahr	Restlaufzeit >1 Jahr	
Zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere (Available for Sale)						
Investmentfondsanteile	0,2	0,0	0,0	0,0	0,2	0,2
Anleihen	33,9	-6,6	0,0	12,1	21,9	33,9
	34,1	-6,6	0,0	12,1	22,1	34,1

Die Zinssätze der festverzinslichen Wertpapiere liegen zwischen 3,0% und 4,9% (31.12.2010: 3,0% und 3,8%).

8.7 ANDERE FINANZANLAGEN

Mio EUR	31.12.2010	31.12.2011
Zur Veräußerung verfügbare Finanzinstrumente (Available for sale)		
Strategische und andere Anteile	40,6	40,6
Zu Anschaffungskosten bewertete Finanzinstrumente		
Andere Anteile	0,8	0,0
	41,4	40,6

Der in den Anderen Finanzanlagen enthaltene Buchwert der strategischen Anteile betreffend die BAWAG P.S.K. zum 31. Dezember 2011 beträgt 36,4 Mio EUR (31.12.2010: 36,4 Mio EUR) und entspricht dem Zeitwert.

8.8 VORRÄTE

Mio EUR	31.12.2010	31.12.2011
Hilfs- und Betriebsstoffe	9,4	9,6
abzüglich Wertminderungen	-4,5	-5,1
Unfertige Erzeugnisse	0,0	0,0
Handelswaren	13,4	13,4
abzüglich Wertminderungen	-2,1	-3,5
Noch nicht abrechenbare Leistungen	0,0	0,0
	16,3	14,4

Der Buchwert der zum Nettoveräußerungswert angesetzten Vorräte beträgt 0,2 Mio EUR (31.12.2010: 0,3 Mio EUR). Wertberichtigungen waren insbesondere wegen eingeschränkter Verwertbarkeit und langer Lagerdauer erforderlich.

8.9 FORDERUNGEN

In nachfolgender Tabelle werden die Forderungen nach Wertberichtigungen gezeigt:

Mio EUR	31.12.2010		Gesamt	31.12.2011		Gesamt
	Restlaufzeit <1 Jahr	Restlaufzeit >1 Jahr		Restlaufzeit <1 Jahr	Restlaufzeit >1 Jahr	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	250,9	0,0	250,9	255,8	0,0	255,8
Forderungen gegenüber at equity konsolidierten Unternehmen	8,9	0,3	9,2	2,9	15,0	18,0
Andere Forderungen	58,1	13,0	71,1	64,4	11,4	75,8
	317,9	13,3	331,1	323,2	26,4	349,6

Aufgrund der überwiegenden Kurzfristigkeit dieses Postens wird unterstellt, dass die Marktwerte im Wesentlichen den Buchwerten entsprechen.

Folgende Tabelle zeigt die Entwicklung der Wertberichtigungen zu Forderungen für die Geschäftsjahre 2010 und 2011:

Mio EUR	2010	2011
Stand am 1. Jänner	17,5	17,1
Veränderung	-0,3	0,4
Stand am 31. Dezember	17,1	17,5

8.10 ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE

Mio EUR	31.12.2010	31.12.2011
Guthaben bei Kreditinstituten	27,2	22,6
Kurzfristige Veranlagungen (Termingelder)	283,7	284,5
Kassenbestand	2,2	3,4
313,1	310,6	

Der durchschnittliche Zinssatz bei den Termingeldern lag zum 31. Dezember 2011 bei 1,9% (31.12.2010: 1,2%).

Die Marktwerte entsprechen den Buchwerten.

8.11 ZUR VERÄUSSERUNG GEHALTENE LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE (ODER VERÄUSSERUNGSGRUPPEN)

Im Jahr 2011 hat die Österreichische Post AG einen Plan über die Veräußerung der trans-o-flex Nederland B.V., Dordrecht, und der trans-o-flex Belgium B.V.B.A., Turnhout, welche hundertprozentige Beteiligungen der Österreichischen Post AG sind, beschlossen.

Demzufolge wurden die Vermögenswerte und Verbindlichkeiten der trans-o-flex Nederland B.V. und der trans-o-flex Belgium B.V.B.A., die dem Segment Paket & Logistik zugeordnet sind, gemäß IFRS 5 „Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und aufgegebene Geschäftsbereiche“ als Veräußerungsgruppe klassifiziert. Ausgenommen von der Reklassifizierung sind bestimmte Sachanlagen, die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, die Finanzverbindlichkeiten sowie bestimmte Verbindlichkeiten und Rückstellungen, die nicht veräußert werden. Die Österreichische Post geht davon aus, dass die Veräußerung innerhalb den nächsten drei Quartale abgeschlossen ist.

Im Einklang mit IFRS 5 werden die Vermögenswerte und Schulden der Veräußerungsgruppe getrennt von den fortgeführten Geschäftsbereichen jeweils in einer Bilanzposition ausgewiesen. Geschäftsvorfälle zwischen der Veräußerungsgruppe und den fortgeführten Geschäftsbereichen des Konzerns werden in Übereinstimmung mit IAS 27 „Konzern- und Einzelabschlüsse“ weiterhin vollständig eliminiert.

In der folgenden Tabelle werden die Vermögenswerte und Verbindlichkeiten der Veräußerungsgruppe sowie die Wertminderungen dargestellt:

Mio EUR	Umklassifizierung gemäß IFRS 5	Wertminderungen/sonstige Vorsorgen ¹	Summe Klassifizierung gemäß IFRS 5
Immaterielle Vermögenswerte	0,1	0,1	0,0
Sachanlagen	5,9	3,2	2,8
Anteile at equity konsolidiert	0,0	0,0	0,0
Vorräte	0,2	0,2	0,0
Forderungen	11,8	11,8	0,0
Summe der Vermögenswerte der Veräußerungsgruppe	17,9	15,2	2,8
Langfristige Rückstellungen	0,3	0,0	0,3
Passive latente Steuern	0,7	0,0	0,7
Kurzfristige Rückstellungen	0,1	3,1	3,2
Kurzfristige Verbindlichkeiten	6,4	0,0	6,4
Summe der Verbindlichkeiten der Veräußerungsgruppe	7,5	3,1	10,6

¹ Die Wertminderungen/sonstigen Vorsorgen sind in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen „Andere“ ausgewiesen.

8.12 EIGENKAPITAL

Eigenkapitalbestandteile

Das Grundkapital der Österreichischen Post AG beträgt 337,8 Mio EUR. Das Grundkapital ist in 67.552.638 Stück auf Inhaber lautende stimm- und gewinnberechtigte Aktien geteilt.

Die Anzahl der im Umlauf befindlichen dividendenberechtigten Aktien hat sich im Geschäftsjahr wie folgt entwickelt:

	Stück
Stand am 1. Jänner 2011	67.552.638
Stand am 31. Dezember 2011	67.552.638
Gewichteter Durchschnitt der Aktien im Geschäftsjahr 2011	67.552.638

Hauptaktionärin der Österreichischen Post AG auf Basis der im Umlauf befindlichen Aktien ist mit einem Anteil von 52,8% die Österreichische Industrieholding AG, Wien.

Die Kapitalrücklagen resultieren aus Einzahlungen und Einlagen durch die Aktionäre. Die in der Entwicklung des Eigenkapitals des Konzerns dargestellten Kapitalrücklagen entsprechen jenen des Einzelabschlusses der Österreichischen Post AG.

Die Gewinnrücklagen des Konzerns umfassen gesetzliche und freie Rücklagen sowie in Vorjahren erwirtschaftete Ergebnisse, vermindert um Gewinnausschüttungen.

Die Marktbewertung Finanzinstrumente umfasst einerseits die Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren Finanzinstrumenten sowie andererseits die Marktbewertung von Sicherungsinstrumenten. In der Position „Marktbewertung zur Veräußerung verfügbare Finanzinstrumente“ werden Gewinne und Verluste aus Änderungen des Marktwerts von zur Veräußerung verfügbaren Finanzinstrumenten ergebnisneutral dargestellt. Die erfassten Beträge werden nach Steuern gezeigt.

Die Währungsumrechnungsrücklagen enthalten alle Kursdifferenzen, die aus der Umrechnung der in ausländischer Währung aufgestellten Jahresabschlüsse von Tochterunternehmen entstanden sind.

Das Periodenergebnis des Geschäftsjahrs 2011 beträgt 123,8 Mio EUR (2010: 118,4 Mio EUR). Basis für die Gewinnverteilung ist entsprechend dem österreichischen Aktiengesetz der Jahresabschluss der Österreichischen Post AG zum 31. Dezember 2011. Der darin ausgewiesene ausschüttungsfähige Bilanzgewinn beträgt 134,6 Mio EUR (2010: 149,4 Mio EUR).

Für das Geschäftsjahr 2011 ist gemäß Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstands eine Ausschüttung von insgesamt 114,8 Mio EUR (Basisdividende von 1,70 EUR je Aktie; 2010: 108,1 Mio EUR, Basisdividende von 1,60 EUR je Aktie) vorgesehen.

Kapitalmanagement

Das Kapitalmanagement des Konzerns zielt auf eine für die Einhaltung der Wachstums- und Akquisitionsziele sowie für die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts angemessene Kapitalstruktur ab.

Im Rahmen der Dividendenpolitik für die folgenden Jahre beabsichtigt der Konzern, basierend auf einer soliden Bilanzstruktur und der Erwirtschaftung entsprechender Cashflows, die bestehende Dividendenpolitik auch mittelfristig fortzusetzen. Unter der Voraussetzung einer weiterhin guten Geschäftsentwicklung wird die Österreichische Post zumindest 75% des Nettoergebnisses (Periodenergebnis) an die Aktionäre ausschütten. Die Dividende soll sich mit dem Konzernergebnis weiterentwickeln.

Bei einer Bilanzsumme von 1.668,3 Mio EUR zum 31. Dezember 2011 (31.12.2010: 1.715,1 Mio EUR) beträgt die Eigenkapitalquote zum 31. Dezember 2011 42,1% (31.12.2010: 40,3%).

8.13 RÜCKSTELLUNGEN

Mio EUR	Restlaufzeit <1 Jahr	31.12.2010		Gesamt	Restlaufzeit <1 Jahr	31.12.2011		Gesamt
		Restlaufzeit >1 Jahr	Gesamt			Restlaufzeit >1 Jahr	Gesamt	
Rückstellungen für Abfertigungen	0,0	79,1	79,1		0,0	80,2	80,2	
Rückstellungen für Pensionen	0,0	2,4	2,4		0,0	2,4	2,4	
Rückstellungen für Jubiläumsgelder	0,0	95,6	95,6		0,0	94,3	94,3	
Andere Rückstellungen für Mitarbeiter	97,4	231,8	329,2		87,9	214,7	302,6	
Sonstige Rückstellungen	37,8	5,7	43,5		44,9	5,1	50,0	
	135,1	414,6	549,7		132,8	396,7	529,5	

8.13.1 RÜCKSTELLUNGEN FÜR ABFERTIGUNGEN, PENSIONEN UND JUBILÄUMSGELDER

Geschäftsjahr 2010 Mio EUR	Abfertigun- gen	Pensionen	Jubiläums- gelder	Gesamt
Barwert der Verpflichtung am 1. Jänner 2010	72,9	5,4	93,7	171,9
Abgang aus Entkonsolidierung	0,0	-3,3	-0,2	-3,4
Dienstzeitaufwand	5,2	0,1	4,9	10,1
Zinsaufwand	3,6	0,3	4,6	8,5
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	4,8	0,3	-1,0	4,1
Tatsächliche Zahlungen	-7,4	-0,3	-6,4	-14,1
Barwert der Verpflichtung am 31. Dezember 2010	79,1	2,4	95,6	177,1

Geschäftsjahr 2011 Mio EUR	Abfertigun- gen	Pensionen	Jubiläums- gelder	Gesamt
Barwert der Verpflichtung am 1. Jänner 2011	79,1	2,4	95,6	177,1
Dienstzeitaufwand	5,4	0,1	4,9	10,4
Zinsaufwand	3,5	0,1	4,1	7,7
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	-0,7	0,0	-4,4	-5,1
Tatsächliche Zahlungen	-7,1	-0,2	-5,9	-13,2
Barwert der Verpflichtung am 31. Dezember 2011	80,2	2,4	94,3	176,9

Der in der Gewinn- und Verlustrechnung enthaltene Aufwand für Abfertigungen, Pensionen und Jubiläumsgelder wird bis auf den Zinsaufwand, welcher im Finanzergebnis dargestellt wird, im Personalaufwand ausgewiesen.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Barwerte der Rückstellungen für Abfertigungen, Pensionen und Jubiläumsgelder der letzten fünf Jahre:

Mio EUR	Abferti-gungen	Pensionen	Jubiläums-gelder	Gesamt
31. Dezember 2007	68,6	5,4	92,5	166,5
31. Dezember 2008	69,0	5,3	91,4	165,8
31. Dezember 2009	72,9	5,4	93,7	171,9
31. Dezember 2010	79,1	2,4	95,6	177,1
31. Dezember 2011	80,2	2,4	94,3	176,9

Folgende Tabelle zeigt die erfahrungsbedingten Anpassungen – Gewinne (–) und Verluste (+) – in Prozent des Barwerts der Verpflichtung (Stand am 31. Dezember 2011) für Abfertigungs-, Pensions- und Jubiläumsgeldrückstellungen für das Geschäftsjahr 2011. Für die Geschäftsjahre 2007 bis 2009 werden die gesamten versicherungsmathematischen Gewinne (–) bzw. Verluste (+) in Prozent des Barwerts der Verpflichtung (Stand am 31. Dezember 2010) für Abfertigungs-, Pensions- und Jubiläumsgeldrückstellungen dargestellt.

Mio EUR	2007	2008	2009	2010	2011
Abfertigungen	-0,1%	1,6%	2,1%	-1,1%	-0,9%
Pensionen	-2,8%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Jubiläumsgelder	-1,3%	-3,3%	-1,5%	-5,6%	-4,6%

8.13.2 ANDERE RÜCKSTELLUNGEN FÜR MITARBEITER

Geschäftsjahr 2010 Mio EUR	Unter-auslastung	Sonstige personalbe-zogene Rück-stellungen	Gesamt
Stand am 1. Jänner 2010	285,6	74,5	360,2
Abgang aus Entkonsolidierung	0,0	-3,2	-3,2
Umgliederung	-12,0	0,2	-11,8
Neubildung	19,5	67,7	87,2
Verwendung	-17,8	-50,7	-68,5
Auflösung	-44,4	-4,3	-48,7
Aufzinsung	13,1	1,0	14,1
Stand am 31. Dezember 2010	244,1	85,1	329,2

Geschäftsjahr 2011 Mio EUR	Unter-auslastung	Sonstige personalbe-zogene Rück-stellungen	Gesamt
Stand am 1. Jänner 2011	244,1	85,1	329,2
Umgliederung	-13,5	-0,1	-13,6
Neubildung	71,7	51,6	123,3
Verwendung	-22,7	-56,9	-79,6
Auflösung	-49,6	-13,8	-63,4
Aufzinsung	9,1	0,7	9,8
Zur Veräußerung gehalten	0,0	-3,1	-3,1
Stand am 31. Dezember 2011	239,0	63,6	302,6

Andere Rückstellungen für Mitarbeiter beinhalten die Rückstellungen für Unterauslastung und Sonstige personalbezogene Rückstellungen.

Aufgrund des laufenden postinternen Organisationsprozesses zur Anpassung an die sich ändernden Marktbedingungen ist es im Geschäftsjahr 2011 zu einer Neubildung der Rückstellung für Unterauslastung in Höhe von 71,7 Mio EUR gekommen. Insbesondere wurde in der Neubildung der Rückstellung für jene Mitarbeiter in Höhe von 14,1 Mio EUR vorgesorgt, die künftig in verschiedene Bundesministerien wechseln und deren Kosten bis zu einem festgelegten Zeitpunkt (Refundierungszeitraum) übernommen werden.

Die Umgliederung im Geschäftsjahr 2011 in Höhe von 13,5 Mio EUR (2010: 12,0 Mio EUR) betrifft eine Umgliederung in die Verbindlichkeiten für jene Mitarbeiter, die bereits endgültig von einem Bundesministerium übernommen wurden.

Weiterhin nahmen jene Mitarbeiter, die aus dem Arbeitsprozess ausgeschieden sind, die Möglichkeiten in Anspruch (freiwillige Abfertigung, Überbrückungsmodell gemäß Sozialplan, Pensionierung gem. § 14 Beamten-Dienstrechtsgesetz), das Unternehmen zu verlassen bzw. konnte eine Anzahl von Mitarbeitern wieder in den Arbeitsprozess integriert werden. Insgesamt erfolgte dadurch eine Auflösung der Rückstellung für Unterauslastung in Höhe von 49,6 Mio EUR.

Die Sonstigen personalbezogenen Rückstellungen enthalten im Wesentlichen Vorsorgen für Erfolgsbeteiligungen, Leistungsprämien und andere noch nicht bezahlte Mitarbeiteransprüche.

In der Neubildung für Sonstige personalbezogene Rückstellungen sind Vorsorgen für das Überbrückungsmodell gemäß Sozialplan in Höhe von 4,8 Mio EUR enthalten.

In den Sonstigen personalbezogenen Rückstellungen ist eine Rückstellung für Restrukturierung in Höhe von 5,9 Mio EUR enthalten, die im Wesentlichen geplante Personalanpassungen im Segment Filialnetz betrifft.

8.13.3 SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN

Geschäftsjahr 2010 Mio EUR	Noch nicht erbrachte Leistungen	Andere	Gesamt
Stand am 1. Jänner 2010	21,2	17,2	38,4
Abgang aus Entkonsolidierung	0,0	-1,1	-1,1
Umgliederung	0,0	0,3	0,3
Neubildung	21,8	9,4	31,2
Verwendung	-21,2	-3,0	-24,2
Auflösung	0,0	-1,2	-1,2
Aufzinsung	0,0	0,1	0,1
Währungsumrechnung	0,0	0,0	0,0
Stand am 31. Dezember 2010	21,8	21,6	43,5

Geschäftsjahr 2011 Mio EUR	Noch nicht erbrachte Leistungen	Andere	Gesamt
Stand am 1. Jänner 2011	21,8	21,6	43,5
Neubildung	26,0	12,7	38,7
Verwendung	-21,8	-8,8	-30,6
Auflösung	0,0	-1,3	-1,4
Aufzinsung	0,0	0,1	0,1
Zur Veräußerung gehalten	0,0	-0,4	-0,4
Währungsumrechnung	0,0	0,0	0,0
Stand am 31. Dezember 2011	26,0	23,9	50,0

Die Rückstellungen für noch nicht erbrachte Leistungen umfassen Umsatzabgrenzungen für am 31. Dezember 2011 noch nicht ausgelieferte Aufträge sowie die bis zum 31. Dezember 2011 veräußerten Wertzeichen und Freistempelerlöse, für die von der Österreichischen Post AG noch keine Gegenleistung erbracht wurde.

Die Position Andere setzt sich im Wesentlichen aus Rückstellungen für Prozesskosten sowie für Rechts-, Prüfungs- und Beratungsaufwand sowie für Schadensfälle zusammen. Entsprechend der Verpflichtung der Österreichischen Post AG für den gesetzlich vorgeschriebenen Austausch von nicht dem Postmarktgesetz 2011 entsprechenden Hausbrieffachanlagen wird in der Position Andere eine Rückstellung in Höhe von 7,9 Mio EUR gebildet.

8.14 ERTRAGSTEUERRÜCKSTELLUNGEN

Mio EUR	2010	2011
Stand am 1. Jänner	33,9	25,0
Neubildung	2,1	11,4
Verwendung	-10,9	-23,1
Auflösung	0,0	-0,5
Stand am 31. Dezember	25,0	12,7

8.15 FINANZVERBINDLICHKEITEN

Mio EUR	31.12.2010			31.12.2011		
	Restlaufzeit <1 Jahr	Restlaufzeit >1 Jahr	Gesamt	Restlaufzeit <1 Jahr	Restlaufzeit >1 Jahr	Gesamt
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	4,9	12,2	17,0	5,0	9,4	14,4
Verbindlichkeiten ABCP Programm und Factoring	44,6	0,0	44,6	2,6	0,0	2,6
Verbindlichkeiten Finanzierungsleasing	5,0	12,0	17,0	2,9	8,5	11,5
Derivative Finanzinstrumente	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,2
Andere Finanzverbindlichkeiten	0,0	0,5	0,5	0,1	0,5	0,6
	54,5	24,6	79,1	10,6	18,6	29,2

Die Marktwerte und wesentlichen Konditionen der Finanzverbindlichkeiten stellen sich wie folgt dar:

Mio EUR	Marktwert 31.12.2010	Effektiv- verzinsung 2010	Marktwert 31.12.2011	Effektiv- verzinsung 2011
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten				
Fix verzinst Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	13,1	3,41%	12,6	2,1%–3,6%
Variabel verzinst Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	4,9	0,25%–3,5%	2,9	6,0%
	18,0		15,4	
Verbindlichkeiten ABCP Programm und Factoring	44,6	1,78%–3,18%	2,6	2,5%–3,0%
Verbindlichkeiten Finanzierungsleasing	17,2	3,75%–10,79%	11,5	1,9%–11,4%
Derivative Finanzinstrumente	0,0	n. a.	0,2	3,2%
Andere Finanzverbindlichkeiten	0,5	3,00%	0,6	3,0%–4,8%
	80,3		30,3	

Die Ermittlung der Marktwerte erfolgte durch das jeweilige Kreditinstitut mittels Abzinsung der künftig zu leistenden Zahlungen unter Anwendung eines aktuellen Marktzinssatzes, wobei bei variabel verzinsten Positionen (Geld- und Kapitalmarkt-Floater) der Marktwert mit dem Nominale gleichgesetzt wurde.

Im Geschäftsjahr 2006 hat der Österreichische Post Konzern im Zuge eines Unternehmenserwerbs ein Asset Backed Commercial Paper (ABCP) Programm übernommen. Im Rahmen dieses Programms mit einer Laufzeit von fünf Jahren und einem Maximallimit in Höhe von 51,6 Mio EUR wurden bestehende und zukünftige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (31.12.2010: 41,7 Mio EUR) an eine nicht nahestehende Zweckgesellschaft verkauft. Im Konzernabschluss wurden die verkauften und abgetretenen Forderungen infolge des Verbleibs des wirtschaftlichen Risikos weiterhin als Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ausgewiesen, die aus dem ABCP Programm erhaltenen Beträge (31.12.2010: 42,4 Mio EUR) wurden als kurzfristige Finanzverbindlichkeiten gezeigt. Im August 2011 ist dieses Asset Backed Commercial Paper Programm ausgelaufen.

Im Geschäftsjahr 2010 hat die trans-o-flex Belgium B.V.B.A. einen Factoring-Vertrag abgeschlossen. Die verkauften Forderungen betragen zum Stichtag 3,9 Mio EUR (31.12.2010: 3,7 Mio EUR). Im Konzernabschluss werden die verkauften und abgetretenen Forderungen infolge des Verbleibs des wirtschaftlichen Risikos weiterhin als Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ausgewiesen, die von der Factoring-Bank erhaltenen Beträge in Höhe von 2,6 Mio EUR (31.12.2010: 2,2 Mio EUR) werden gemeinsam mit dem ABCP Programm als kurzfristige Finanzverbindlichkeiten gezeigt.

8.16 VERBINDLICHKEITEN

Mio EUR	31.12.2010			31.12.2011		
	Restlaufzeit <1 Jahr	Restlaufzeit >1 Jahr	Gesamt	Restlaufzeit <1 Jahr	Restlaufzeit >1 Jahr	Gesamt
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	210,5	0,0	210,5	202,6	0,0	202,6
Verbindlichkeiten gegenüber at equity konsolidierten Unternehmen	1,4	0,0	1,4	2,2	0,0	2,2
Verbindlichkeiten nicht konsumierte Urlaube	46,3	0,0	46,3	47,9	0,0	47,9
Andere Verbindlichkeiten	72,1	25,9	98,1	93,8	25,2	119,1
	330,3	25,9	356,2	346,6	25,2	371,8

Aufgrund der überwiegenden Kurzfristigkeit dieses Postens wird unterstellt, dass die Marktwerte im Wesentlichen den Buchwerten entsprechen.

8.17 ERTRAGSTEUERN

Mio EUR	2010	2011
Laufender Steueraufwand	37,7	44,1
Steuergutschriften/-nachzahlungen für Vorjahre	0,4	-0,1
Latenter Steueraufwand/-ertrag	-7,8	-4,7
	30,3	39,3

Temporäre Unterschiede zwischen den Wertansätzen im Konzernabschluss und dem jeweiligen steuerlichen Wertansatz wirken sich wie folgt auf die in der Bilanz ausgewiesenen latenten Steuern aus:

Mio EUR	31.12.2010	31.12.2011
Aktive latente Steuern auf temporäre Differenzen		
Immaterielle Vermögenswerte	0,0	0,1
Firmenwerte	0,5	0,3
Finanzanlagen	19,9	32,0
Rückstellungen	23,9	17,0
Finanzverbindlichkeiten	0,4	0,5
	44,6	50,0
Passive latente Steuern auf temporäre Differenzen		
Kundenbeziehungen	-5,5	-3,8
Markenrechte	-7,2	-7,1
Andere immaterielle Vermögenswerte	-0,1	0,0
Sachanlagen	-6,4	-5,3
Vorräte	-0,1	-0,1
Forderungen	-0,9	-0,8
Verbindlichkeiten	-0,1	-0,1
	-20,2	-17,2
Latente Steuern auf Verlustvorträge		
Latente Steuern – Netto	11,3	9,4
Aktive latente Steuern	49,9	54,6
Passive latente Steuern	-14,2	-12,4
Latente Steuern – Netto	35,7	42,2

Folgende aktive latente Steuern wurden nicht angesetzt:

Mio EUR	31.12.2010	31.12.2011
Aktive latente Steuern auf:		
Noch nicht genutzte steuerliche Verluste	20,4	13,0
Andere Bewertungsunterschiede	1,0	0,8

Die Entwicklung und die Aufteilung der gesamten Veränderung der latenten Steuern in ergebniswirksame und ergebnisneutrale Komponenten wird in folgender Tabelle dargestellt:

Mio EUR	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern
Stand am 1. Jänner 2010	43,2	15,4
Ergebniswirksame Veränderungen	7,0	-0,8
Ergebnisneutrale Veränderungen		
Zur Veräußerung gehaltene Wertpapiere	-0,4	0,0
Sicherungsgeschäfte	0,1	0,0
Abgang aus Entkonsolidierung	0,0	-0,4
	-0,3	-0,4
Stand am 31. Dezember 2010	49,9	14,2
Stand am 1. Jänner 2011	49,9	14,2
Ergebniswirksame Veränderungen	3,6	-1,8
Ergebnisneutrale Veränderungen		
Zur Veräußerung gehaltene Wertpapiere	1,0	0,0
	1,0	0,0
Stand am 31. Dezember 2011	54,6	12,4

STEUERÜBERLEITUNGSRECHNUNG

Mio EUR	2010	2011
Ergebnis vor Ertragsteuern	148,7	163,1
Rechnerische Ertragsteuer	37,2	40,8
Steuerminderung aufgrund von		
Teilwertabschreibung Tochtergesellschaften	-12,3	-15,3
Anpassung an ausländische Steuersätze	-0,4	-1,2
Übrige steuermindernde Posten	-2,8	-4,0
	-15,5	-20,4
Steuermehrung aufgrund von		
Firmenwertabschreibungen	0,5	0,6
Steuerfreie Dividenden und Beteiligungserträge	-0,3	2,3
Übrige steuermehrnde Posten	2,6	9,6
	2,9	12,5
Ertragsteueraufwand der Periode	24,5	32,9
Aperiodischer Ertragsteueraufwand/-ertrag	0,4	-0,1
Veränderung nicht gebildeter aktiver latenter Steuern auf Verlustvorträge	5,4	6,4
Tatsächliche Ertragsteuer	30,3	39,3

9. SONSTIGE ANGABEN

9.1 ERLÄUTERUNGEN ZUM CASHFLOW-STATEMENT

Zahlungsmittel umfassen Barmittel und Sichteinlagen. Zahlungsmitteläquivalente sind kurzfristige, äußerst liquide Finanzinvestitionen, die jederzeit in bestimmte Zahlungsmittelbeträge umgewandelt werden können und nur unwesentlichen Wertschwankungen unterliegen.

Zum Konzern-Cashflow-Statement werden weiters folgende Angaben gemacht:

Auszahlungen aus dem Erwerb und der Veräußerung von Tochterunternehmen

Der Cashflow aus dem Erwerb und der Veräußerung von Tochterunternehmen setzt sich wie folgt zusammen:

Mio EUR	2010	2011
Unternehmenserwerbe		
Auszahlungen für Unternehmenserwerbe		
Erwerbszeitpunkt aktuelles Geschäftsjahr	-2,4	0,0
Erwerbszeitpunkt Vorjahre	-1,2	-0,4
	-3,6	-0,4
Übernommene Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	0,9	0,0
	-2,6	-0,4
Unternehmensveräußerungen		
Abgegangene Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-9,8	0,0
	-9,8	0,0
Summe	-12,5	-0,4

Sonstige zahlungsunwirksame Vorgänge

Die im Cashflow aus dem Ergebnis neutralisierten sonstigen zahlungsunwirksamen Vorgänge setzen sich wie folgt zusammen:

Mio EUR	2010	2011
Unbare Aufwendungen im Zusammenhang mit IFRS 5	0,0	18,3
Ergebnis aus Entkonsolidierung	0,8	3,3
Bewertung gewährte Darlehen	0,0	4,4
Andere	0,0	1,5
Summe	0,8	27,5

Übrige nicht zahlungswirksame Geschäftsvorfälle

Die aus dem erstmaligen Ansatz von im laufenden Geschäftsjahr abgeschlossenen Finanzierungsleasingverträgen resultierenden Vermögenswerte und Finanzverbindlichkeiten (31.12.2011: 3,4 Mio EUR; 31.12.2010: 1,6 Mio EUR) führen zu keiner Veränderung der Cashflows aus Investitions- und Finanzierungstätigkeit, da es sich hierbei um nicht zahlungswirksame Transaktionen handelt. Die geleisteten Leasingzahlungen werden im Cashflow aus Finanzierungstätigkeit dargestellt.

9.2 FINANZINSTRUMENTE

Zu den Finanzinstrumenten zählen finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten (originäre Finanzinstrumente) sowie derivative Finanzinstrumente.

9.2.1 FINANZIELLE VERMÖGENSWERTE

Folgende Tabelle zeigt die Buchwerte der finanziellen Vermögenswerte für die Geschäftsjahre 2010 und 2011:

Finanzielle Vermögenswerte Mio EUR	Zur Veräuße- rung verfügbare (Fair Value)	Zur Veräuße- rung verfügbare (At Cost)	Kredite und Forderun- gen	Siche- rungs- geschäfte	Zahlungs- mittel	Buchwert
31. Dezember 2010						
Wertpapiere	48,3	0,0	0,0	0,0	0,0	48,3
Forderungen Lieferung und Leistung	0,0	0,0	250,9	0,0	0,0	250,9
Forderungen at equity konsolidierte Unternehmen	0,0	0,0	9,2	0,0	0,0	9,2
Derivative finanzielle Vermögenswerte	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,3
Andere Forderungen	0,0	0,0	31,0	0,0	0,0	31,0
Strategische und andere Anteile	40,6	0,8	0,0	0,0	0,0	41,4
Zahlungsmittel	0,0	0,0	0,0	0,0	313,1	313,1
	88,9	0,8	291,0	0,3	313,1	694,1
Übrige sonstige Vermögenswerte						39,8
	88,9	0,8	291,0	0,3	313,1	733,9

Finanzielle Vermögenswerte Mio EUR	Zur Veräuße- rung verfügbare (Fair Value)	Zur Veräuße- rung verfügbare (At Cost)	Kredite und Forderun- gen	Siche- rungs- geschäfte	Zahlungs- mittel	Buchwert
31. Dezember 2011						
Wertpapiere	34,1	0,0	0,0	0,0	0,0	34,1
Forderungen Lieferung und Leistung	0,0	0,0	255,8	0,0	0,0	255,8
Forderungen at equity konsolidierte Unternehmen	0,0	0,0	18,0	0,0	0,0	18,0
Derivative finanzielle Vermögenswerte	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,2
Andere Forderungen	0,0	0,0	31,2	0,0	0,0	31,2
Strategische und andere Anteile	40,6	0,0	0,0	0,0	0,0	40,6
Zahlungsmittel	0,0	0,0	0,0	0,0	310,6	310,6
	74,8	0,0	305,0	0,2	310,6	690,5
Übrige sonstige Vermögenswerte						44,5
	74,8	0,0	305,0	0,2	310,6	735,0

9.2.2 FINANZIELLE VERBINDLICHKEITEN

Folgende Tabelle zeigt die Buchwerte der finanziellen Verbindlichkeiten für die Geschäftsjahre 2010 und 2011:

Finanzielle Verbindlichkeiten Mio EUR	Zu fortgeführ- ten Anschaf- fungskosten bewertet	Finanzie- rungs- leasing	Sicherungs- geschäfte	Buchwert
31. Dezember 2010				
Verzinsliche Finanzverbindlichkeiten	61,6	17,0	0,0	78,6
Andere langfristige Finanzverbindlichkeiten	0,5	0,0	0,0	0,5
Verbindlichkeiten Lieferung und Leistung	210,5	0,0	0,0	210,5
Verbindlichkeiten at equity konsolidierte Unternehmen	1,4	0,0	0,0	1,4
Andere Verbindlichkeiten	24,5	0,0	0,0	24,5
	298,5	17,0	0,0	315,4
Übrige sonstige Verbindlichkeiten				119,8
	298,5	17,0	0,0	435,3

Finanzielle Verbindlichkeiten Mio EUR	Zu fortgeführ- ten Anschaf- fungskosten bewertet	Finanzie- rungs- leasing	Sicherungs- geschäfte	Buchwert
31. Dezember 2011				
Verzinsliche Finanzverbindlichkeiten	17,1	11,5	0,0	28,6
Andere langfristige Finanzverbindlichkeiten	0,5	0,0	0,0	0,5
Verbindlichkeiten Lieferung und Leistung	202,6	0,0	0,0	202,6
Verbindlichkeiten at equity konsolidierte Unternehmen	2,2	0,0	0,0	2,2
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten	0,0	0,0	0,2	0,2
Andere Verbindlichkeiten	23,8	0,0	0,0	23,8
	246,2	11,5	0,2	257,9
Übrige sonstige Verbindlichkeiten				143,2
	246,2	11,5	0,2	401,1

9.2.3 FAIR-VALUE-HIERARCHIE

Die nachstehende Tabelle stellt die Finanzinstrumente dar, deren Folgebewertung zum beizulegenden Zeitwert vorgenommen wird. Diese sind unterteilt in Stufe 1 bis 3 – je nachdem, inwieweit der beizulegende Zeitwert auf dem Markt beobachtbar ist:

Stufe-1-Bewertungen zum beizulegenden Zeitwert sind solche, die sich aus notierten Preisen (unangemessen) auf aktiven Märkten für identische finanzielle Vermögenswerte oder Schulden ergeben.

Stufe-2-Bewertungen zum beizulegenden Zeitwert sind solche, die auf Parametern beruhen, die nicht notierten Preisen für Vermögenswerte und Schulden wie in Stufe 1 entsprechen (Daten), entweder direkt abgeleitet (d. h. als Preise) oder indirekt abgeleitet (d. h. abgeleitet aus Preisen).

Stufe-3-Bewertungen zum beizulegenden Zeitwert sind solche, die sich aus Modellen ergeben, welche Parameter für die Bewertung von Vermögenswerten oder Schulden verwenden, die nicht auf beobachtbaren Marktdaten basieren (nicht beobachtbare Parameter, Annahmen).

Mio EUR	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Gesamt
31. Dezember 2010				
Finanzielle Vermögenswerte der Kategorie „erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet“				
Derivative finanzielle Vermögenswerte	0,3	0,0	0,0	0,3
Finanzielle Vermögenswerte der Kategorie „zur Veräußerung verfügbar“				
Wertpapiere	48,3	0,0	0,0	48,3
Strategische und andere Anteile	0,0	0,0	40,6	40,6

Mio EUR	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Gesamt
31. Dezember 2011				
Finanzielle Vermögenswerte der Kategorie „erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet“				
Derivative finanzielle Vermögenswerte	0,2	0,0	0,0	0,2
Finanzielle Vermögenswerte der Kategorie „zur Veräußerung verfügbar“				
Wertpapiere	34,1	0,0	0,0	34,1
Strategische und andere Anteile	0,0	0,0	40,6	40,6
Finanzielle Verbindlichkeiten der Kategorie „erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet“				
Sonstige derivative finanzielle Verbindlichkeiten	-0,2	0,0	0,0	-0,2

Während der Berichtsperiode wurden keine Transfers zwischen den Stufen 1 und 2 vorgenommen.

Folgende Tabelle zeigt die Überleitung der Stufe-3-Bewertungen zum beizulegenden Zeitwert von finanziellen Vermögenswerten für die Geschäftsjahre 2010 und 2011:

Mio EUR	Zur Veräußerung verfügbar 2010	Zur Veräußerung verfügbar 2011
Anfangsbestand 1. Jänner	40,6	40,6
Gesamte Gewinne und Verluste	0,0	0,0
Erfolgswirksam in der Position Sonstiges Finanzergebnis erfasst	0,0	0,0
Endbestand 31. Dezember	40,6	40,6

9.2.4 DERIVATIVE FINANZINSTRUMENTE

In folgender Tabelle werden der Bezugswert und der Marktwert der verschiedenen derivativen Finanzinstrumente dargestellt:

Mio EUR	31.12.2010		31.12.2011	
	Nominale (Bezugswert)	Marktwert	Nominale (Bezugswert)	Marktwert
Andere derivative Finanzinstrumente				
Strukturierte Zins-Swaps	5,0	0,3	8,0	-0,1
Strukturierte Zins-Caps	2,0	0,0	38,1	0,0
	0,3			0,0

Der Österreichische Post Konzern hat Zins-Swaps mit einer durchschnittlichen Restlaufzeit von 7,0 Jahren zur Verminderung des Zinsänderungsrisikos von verzinslichen Wertpapieren abgeschlossen.

Die festen Zinssätze der zu zahlenden Zinsen lagen zum 31. Dezember 2011 zwischen 1,7% und 4,8% (31.12.2010: 3,0% und 3,8%).

Die variablen Zinssätze, die während der Laufzeit der Swap-Vereinbarungen wesentlichen Änderungen unterliegen können, sind an verschiedene Interbankensätze gebunden.

Der Marktwert derivativer Finanzinstrumente entspricht jenem Wert, den der Österreichische Post Konzern bei Auflösung des Geschäfts am Bilanzstichtag erhalten würde oder zahlen müsste. Dabei werden die gegenwärtigen Marktverhältnisse sowie das aktuelle Zinsniveau und die Bonität der Vertragspartner berücksichtigt.

Weiters hat der Österreichische Post Konzern einen Zins-Cap für einen Investitionskredit mit einer Restlaufzeit von 3,5 Jahren sowie einen Zins-Cap zur Deckelung der Zinsen von Konzernfinanzverbindlichkeiten mit einer Restlaufzeit von 2,5 Jahren abgeschlossen.

9.2.5 NETTOGEWINNE UND -VERLUSTE

Die folgende Tabelle zeigt die in der Gewinn- und Verlustrechnung enthaltenen Nettogewinne oder -verluste für die Geschäftsjahre 2010 und 2011:

Mio EUR	2010	2011
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte		
Dividenden- und Wertpapiererträge	0,7	1,0
Veräußerungsergebnis aus Wertpapieren und sonstigen Anteilen	0,0	-0,7
	0,7	0,3
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten	0,0	-0,4
Finanzielle Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet	-0,8	-0,6
Kredite und Forderungen	0,0	-0,1
	-0,9	-1,1
	-0,1	-0,8

Im Geschäftsjahr 2010 wurden die gesamten Nettogewinne in Höhe von 0,7 Mio EUR direkt in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Im Geschäftsjahr 2011 wurden Nettoverluste der zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerte in Höhe von 0,1 Mio EUR erfolgswirksam aus der Rücklage für die Marktbe- wertung von Finanzinstrumenten zur Veräußerung verfügbar entnommen und Nettogewinne in Höhe von 0,3 Mio EUR direkt in die Gewinn- und Verlustrechnung gebucht.

Das Ergebnis der erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten entspricht dem Bewertungs- und Veräußerungsergebnis der derivativen Finanzinstrumente.

9.2.6 GESAMTZINSERTRÄGE UND -AUFWENDUNGEN

Die Gesamtzinsenräge und -aufwendungen für finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten, mit Ausnahme der erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumente, stellen sich dar wie folgt:

Mio EUR	2010	2011
Zinserträge aus Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	2,5	4,3
Andere Zinserträge	0,0	0,7
	2,5	5,0
Zinsaufwendungen für Kredite	2,0	1,3
Andere Zinsaufwendungen	1,7	2,2
	3,7	3,4

9.3 RISIKEN/RISIKOMANAGEMENT

9.3.1 DARSTELLUNG DER RISIKOARTEN

Liquiditätsrisiko

Aufgabe der Liquiditätssicherung ist die jederzeitige Sicherstellung der Zahlungsfähigkeit der Unternehmensgruppe. Basis des Liquiditätsmanagements ist ein Liquiditätsplan, der laufend Soll-Ist-Analysen unterzogen und bei Bedarf angepasst wird. Durch die aktive Steuerung von Zahlungsströmen wird der Zinssaldo optimiert.

Die folgenden Tabellen zeigen die Fälligkeiten der noch zu leistenden Bruttozahlungsverpflichtungen zum 31. Dezember 2010 und 2011:

31. Dezember 2010 Mio EUR	Buchwert	Brutto- Cashflow	Restlaufzeiten		
			<1 Jahr	1–5 Jahre	>5 Jahre
Finanzverbindlichkeiten					
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten (fix verzinst)	12,1	13,1	2,8	10,4	0,0
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten (variabel verzinst)	4,9	5,0	3,9	1,1	0,0
Verbindlichkeiten ABCP Programm und Factoring	44,6	44,6	44,6	0,0	0,0
Verbindlichkeiten Finanzierungsleasing	17,0	19,8	6,2	11,6	2,0
Andere Finanzverbindlichkeiten (ohne Derivate)	0,5	0,5	0,5	0,0	0,0
	79,1	83,1	57,9	23,1	2,0
Verbindlichkeiten – Finanzinstrumente					
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	210,5	210,5	210,5	0,0	0,0
Verbindlichkeiten gegenüber at equity konsolidierten Unternehmen	1,4	1,4	1,4	0,0	0,0
Andere Verbindlichkeiten – Finanzinstrumente	24,5	24,5	22,1	0,6	1,8
	236,4	236,4	234,0	0,6	1,8
Summe finanzielle Verbindlichkeiten	315,4	319,4	291,9	23,7	3,9
Übrige sonstige Verbindlichkeiten	119,8	120,0	103,2	16,8	0,0
Summe Verbindlichkeiten	435,3	439,5	395,1	40,5	3,9

31. Dezember 2011 Mio EUR	Buchwert	Brutto-Cashflow	<1 Jahr	Restlaufzeiten	
				1–5 Jahre	>5 Jahre
Finanzverbindlichkeiten					
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten (fix verzinst)	11,5	12,6	2,3	10,2	0,0
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten (variabel verzinst)	2,9	2,9	2,9	0,0	0,0
Verbindlichkeiten Factoring	2,6	2,6	2,6	0,0	0,0
Verbindlichkeiten Finanzierungsleasing	11,5	13,1	3,5	9,6	0,0
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten	0,2	0,2	0,0	0,0	0,2
Andere Finanzverbindlichkeiten (ohne Derivate)	0,6	0,6	0,6	0,0	0,0
	29,2	31,9	11,9	19,8	0,2
Verbindlichkeiten – Finanzinstrumente					
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	202,6	202,6	202,6	0,0	0,0
Verbindlichkeiten gegenüber at equity konsolidierten Unternehmen	2,2	2,2	2,2	0,0	0,0
Andere Verbindlichkeiten – Finanzinstrumente	23,8	23,8	22,3	0,5	1,0
	228,6	228,6	227,2	0,5	1,0
Summe finanzielle Verbindlichkeiten	257,9	260,5	239,0	20,3	1,2
Übrige sonstige Verbindlichkeiten	143,2	143,3	119,7	23,5	0,0
Summe Verbindlichkeiten	401,1	403,8	358,8	43,9	1,2

Kreditrisiko/Kontrahentenrisiko/Produktrisiko/Risiko Payment Undertaker

Auf der Aktivseite stellen die ausgewiesenen Beträge gleichzeitig das maximale Bonitäts- und Ausfallsrisiko dar, da keine generellen Aufrechnungsvereinbarungen bestehen. Das Risiko bei Forderungen kann insgesamt als gering eingeschätzt werden, da die Mehrzahl der Kunden bar bezahlt oder einem Bankeinzugsverfahren zugestimmt hat. Ferner besteht ein Großteil der offenen Forderungen gegenüber ausländischen Postgesellschaften, bei denen es sich um Vertragspartner bester Bonität handelt.

Soweit bei den finanziellen Vermögenswerten Ausfallsrisiken erkennbar sind, werden diese Risiken durch Wertberichtigungen erfasst. Zur Vermeidung von Kreditrisiken werden Finanzkontrakte nur mit Kontrahenten einwandfreier Bonität abgeschlossen. Aus diesem Grund wird das allgemeine Kreditrisiko aus den eingesetzten Finanzinstrumenten für gering gehalten.

Für Geldmarkttransaktionen bestehen festgelegte Handelslimits. Zur Begrenzung des Ausfallsrisikos bei Anleihen, Schuldverschreibungen und strukturierten Finanzierungen werden nur Papiere von Emittenten mit einem Rating von zumindest A (Moody's bzw. S&P-Äquivalent) oder vergleichbarer Bonität angekauft. Im Wertpapier-Portfolio befinden sich nur Papiere auf Investor-Grade-Niveau. Als Handelspartner für OTC-Transaktionen oder für in strukturierten Geschäften integrierte Transaktionen kommen gleichfalls nur Kontrahenten mit erstklassiger Bonität in Frage. Anteile an Investmentfonds werden nur bei international anerkannten Kapitalanlagegesellschaften gehalten. Besonderes Augenmerk gilt auch der Liquidität und der Abwicklungssicherheit der abgeschlossenen Finanzprodukte.

Im Rahmen einer Cross-Border-Leasing-Transaktion wurde durch eine Einmalzahlung die Verpflichtung zur Zahlung der Leasingraten einschließlich eines allfälligen EBO Payment an Payment Undertaker ausgelagert. Als Payment Undertaker wurden Finanzinstitute mit bester Bonität (Qualified Issuer) ausgewählt. Im Falle des Equity Payment Undertakers wurden Mindestratings vereinbart, wobei mit Unterschreiten dieser Grenzen zusätzliche Sicherheiten in Form von Wertpapieren vom Payment Undertaker beizubringen sind und bei weiterem Sinken des Ratings die Verpflichtung besteht, den Equity Payment Undertaker zu wechseln. Damit rechtzeitig auf die jeweilige Situation der Payment Undertaker reagiert werden kann, erfolgt zumindest quartalsweise eine Überprüfung des Ratings der aktuellen Payment Undertaker sowie des Ratings vergleichbarer Kreditinstitute. Zudem ist zu jedem Bilanzstichtag von den Payment Undertaker in einer Bestätigung über den planmäßigen Verlauf der Transaktionen zu berichten und sind die offenen Rückführungsrate bekanntzugeben.

Die Überfälligkeitssstruktur der Forderungen für die Geschäftsjahre 2010 und 2011 zeigt folgendes Bild:

Mio EUR	Anhang	Nicht überfällig	Überfällig <1 Jahr	Überfällig >1 Jahr	Gesamt
31. Dezember 2010					
Buchwert vor Wertberichtigungen (Finanzinstrumente)		256,5	40,1	11,9	308,5
abzüglich: Einzelwertberichtigung		1,9	3,7	10,5	16,2
abzüglich: Pauschale (Einzel)wertberichtigung		0,9	0,1	0,0	0,9
Buchwert nach Wertberichtigungen (Finanzinstrumente)		253,7	36,3	1,4	291,4
Buchwert sonstige Forderungen					39,8
		(8,9)			331,1

Mio EUR	Anhang	Nicht überfällig	Überfällig <1 Jahr	Überfällig >1 Jahr	Gesamt
31. Dezember 2011					
Buchwert vor Wertberichtigungen (Finanzinstrumente)		280,9	28,7	12,9	322,5
abzüglich: Einzelwertberichtigung		0,8	2,6	12,7	16,1
abzüglich: Pauschale (Einzel)wertberichtigung		1,0	0,1	0,0	1,1
Buchwert nach Wertberichtigungen (Finanzinstrumente)		279,1	26,0	0,2	305,3
Buchwert sonstige Forderungen					44,3
		(8,9)			349,6

Zinsänderungsrisiko

Das Zinsänderungsrisiko stellt das Risiko dar, das sich aus der Wertänderung von Finanzinstrumenten, anderen Bilanzposten oder zinsbedingten Zahlungsströmen infolge von Schwankungen von Marktzinssätzen ergibt. Das Zinsänderungsrisiko beinhaltet das Barwertrisiko bei fest verzinsten Bilanzposten und das Zahlungsstromrisiko bei variabel verzinsten Bilanzposten.

Ein Zinsänderungsrisiko liegt vor allem bei Forderungen und Verbindlichkeiten mit Laufzeiten über einem Jahr vor. Solche längeren Laufzeiten sind im operativen Bereich nicht von materieller Bedeutung, spielen jedoch bei Finanzinvestitionen in Wertpapiere, anderen Finanzanlagen sowie Finanzverbindlichkeiten eine Rolle.

Die Steuerung des Zinsänderungsrisikos im Finanzbereich orientiert sich am Portfolio-Ansatz. Gesteuert werden grundsätzlich nicht Einzelpositionen, sondern das gesamte Finanzportfolio unter Bedachtnahme auf die jeweilige Grundtransaktion. Zu diesem Zweck werden selektiv auch derivative Instrumente wie Zins-Swaps und Zins-Caps eingesetzt. Das Finanzportfolio wird täglich der vorgegebenen Benchmark gegenübergestellt.

Eine detaillierte Darstellung der Finanzinvestitionen in Wertpapiere und der anderen Finanzanlagen findet sich in Punkten 8.6 Finanzinvestitionen in Wertpapiere und 8.7 Andere Finanzanlagen des Konzernanhangs, Details zu Finanzverbindlichkeiten können Punkt 8.15 Finanzverbindlichkeiten entnommen werden.

Eine Änderung des Marktzinssatzes um +/- 1 Prozentpunkt hätte auf Basis der Portfoliozusammensetzung bei Gleichbleiben aller übrigen Parameter folgende Auswirkung auf die Höhe der in folgender Tabelle angeführten Positionen:

Mio EUR	Marktzinssatz	
	+1%-Punkt	-1%-Punkt
Geschäftsjahr 2010		
Sonstiges Finanzergebnis	3,2	-3,2
Geschäftsjahr 2011		
Sonstiges Finanzergebnis	3,4	-3,4

Währungsänderungsrisiko

Als Währungsänderungsrisiko wird der mögliche Verlust aus Marktveränderungen durch schwankende Wechselkurse angesehen.

Auf der Aktivseite ergeben sich keine Risiken aus Währungsänderungen, da Lieferungen nahezu zur Gänze auf Euro-Währungsbasis abgewickelt werden. Gleiches gilt grundsätzlich für die übrigen originären Finanzinstrumente.

9.3.2 RISIKOMANAGEMENT

Ziel des Finanz- und Risikomanagements des Österreichischen Post Konzerns ist die Sicherung des Unternehmenserfolges gegen finanzielle Risiken jeglicher Art. Grundsätzlich wird beim Management der Finanzpositionen ein strategischer Portfolio-Ansatz unter Bedachtnahme auf eine konservative Risikopolitik verfolgt.

Die aktuelle Risikosituation im Finanzbereich wird laufend in einem standardisierten Berichtswesen dargestellt. Weiters bestehen im Österreichischen Post Konzern klare, schriftlich festgelegte Strategien und operative Richtlinien für die Behandlung aller finanziellen Risiken.

Das Risikomanagement unterliegt einem vom Vorstand beschlossenen Regelwerk, welches Ziele, Grundsätze, Aufgaben und Kompetenzen festlegt. Darüber hinaus formuliert dieses Regelwerk standardisierte Abläufe, um Revisionssicherheit zu gewährleisten.

Zudem werden durch die Organisation der Tätigkeitsabläufe (wie z. B. Trennung von Handel und Buchführung von Finanztransaktionen, Sicherung von elektronischen Daten) organisatorische Risiken im Finanzbereich so weit wie möglich ausgeschaltet.

9.4 SONSTIGE VERPFLICHTUNGEN

Sonstige finanzielle Verpflichtungen resultieren im Wesentlichen aus Operating-Miet- und Leasingverträgen für Betriebs- und Geschäftsgebäude. Daneben bestehen Operating-Miet- und Leasingverträge für technische Anlagen und Maschinen sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung.

Die sich aus vor Ende der Laufzeit unkündbaren Operating-Miet- und Leasingverträgen ergebenden künftigen Mindestleasingzahlungen betragen für die Geschäftsjahre 2010 und 2011:

Mio EUR	2010	2011
Bis zu einem Jahr	49,1	52,2
Länger als ein und bis zu fünf Jahren	137,1	143,9
Länger als fünf Jahre	174,7	156,9
	360,9	353,1

Die wesentlichen Miet- und Leasingverträge für Betriebs- und Geschäftsgebäude beinhalten Verlängerungsoptionen sowie Ausstiegsklauseln, welche den Marktkonditionen für Geschäftsliegenschaften entsprechen. Ebenso sind in diesen Verträgen Anpassungen der Leasingzahlungen an Preisindizes vorgesehen. In eingeschränktem Umfang sind die Leasingzahlungen an Umsatzzahlen gebunden. Es bestehen unkündbare Unter Vermietungen mit künftigen Mindestleasingzahlungen von 0,1 Mio EUR (2010: 2,6 Mio EUR).

Im Geschäftsjahr wurde ein Betrag von 51,2 Mio EUR (2010: 51,7 Mio EUR) an Zahlungen für Operating-Miet- und Leasingverträge erfolgswirksam erfasst. Der gesamte Betrag entfällt auf Mindestleasingzahlungen.

Für immaterielle Vermögenswerte bestanden zum Stichtag 31. Dezember 2011 Erwerbsverpflichtungen in Höhe von 0,1 Mio EUR (31.12.2010: 0,0 Mio EUR). Die Erwerbsverpflichtungen für Sachanlagen betragen zum 31. Dezember 2011 25,4 Mio EUR (31.12.2010: 6,4 Mio EUR).

Angaben im Zusammenhang mit Cross-Border-Lease-Transaktionen werden in den Kapiteln 8.3 Sachanlagen sowie 9.3.1 Darstellung der Risikoarten erläutert.

Es bestehen Haftungen für das Gemeinschaftsunternehmen MEILLERGHP GmbH, die in Kapitel 8.5 Anteile at equity konsolidiert näher erläutert werden.

9.5 GESCHÄFTSBEZIEHUNGEN ZU NAHESTEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN

Die Republik Österreich hält über die Österreichische Industrieholding AG (ÖIAG) 52,8% der Aktien der Österreichischen Post AG. Damit zählen die Republik Österreich und die unter ihrem beherrschenden Einfluss stehenden Unternehmen zu den nahestehenden Unternehmen und Personen des Österreichischen Post Konzerns. Weiters sind alle verbundenen, Gemeinschaftsunternehmen und at equity konsolidierten Unternehmen sowie Vorstände und Aufsichtsräte der Österreichischen Post AG, Geschäftsführer von Konzernunternehmen sowie leitende Angestellte nahestehende Unternehmen und Personen.

Mit der BBG Bundesbeschaffung GmbH, Wien, besteht eine Vereinbarung im Namen und auf Rechnung des Bundes zur Auslieferung von Postsendungen von Bundeseinrichtungen. Im Geschäftsjahr 2011 wurden Dienstleistungen im Wert von 114,3 Mio EUR (2010: 99,8 Mio EUR) für die vertraglich festgelegten Bundeseinrichtungen erbracht. Zum 31. Dezember 2011 wurden Forderungen in Höhe von 10,7 Mio EUR (31.12.2010: 9,0 Mio EUR) gegenüber der BBG Bundesbeschaffung GmbH ausgewiesen.

Die Umsatzerlöse aus Leistungen der Österreichischen Post AG gegenüber dem Bundesrechenzentrum betrugen im Geschäftsjahr 2011 31,9 Mio EUR (2010: 30,3 Mio EUR). An Forderungen gegenüber dem Bundesrechenzentrum wies die Österreichische Post AG zum 31. Dezember 2011 2,4 Mio EUR (31.12.2010: 2,3 Mio EUR) aus.

Darüber hinaus sind zahlreiche staatliche Stellen und unter dem beherrschenden Einfluss der Republik Österreich stehende Unternehmen unmittelbar Kunden des Österreichischen Post Konzerns. Diese Geschäftsbeziehungen bestehen innerhalb des Leistungsspektrums des Österreichischen Post Konzerns zu fremdüblichen Konditionen. Die im Rahmen dieser Geschäftsbeziehungen erbrachten Leistungen sind jeweils nicht erheblich für die Gesamteinnahmen des Österreichischen Post Konzerns. Die daraus zum 31. Dezember 2011 offenen Posten werden in den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ausgewiesen.

Weiters nahm die Österreichische Post AG Leistungen des im Eigentum der Republik Österreich stehenden ÖBB-Konzerns (insbesondere der Rail Cargo Austria AG) zu fremdüblichen Konditionen in Anspruch. Die Aufwendungen gegenüber Unternehmen des ÖBB-Konzerns beliefen sich im Geschäftsjahr 2011 auf 15,1 Mio EUR (2010: 17,4 Mio EUR). Zum 31. Dezember 2011 wurden Verbindlichkeiten in Höhe von 0,1 Mio EUR (31.12.2010: 0,6 Mio EUR) gegenüber dem ÖBB-Konzern ausgewiesen. Die Österreichische Post AG weist gegenüber dem ÖBB-Konzern Forderungen per 31. Dezember 2011 in Höhe von 0,2 Mio EUR (31.12.2010: 0,3 Mio EUR) sowie Erträge im Geschäftsjahr 2011 in Höhe von 2,2 Mio EUR (2010: 1,8 Mio EUR) aus.

Per 31. Dezember 2011 hatte die Österreichische Post AG Forderungen gegenüber der A1 Telekom Austria AG in Höhe von 7,6 Mio EUR (31.12.2010: 6,5 Mio EUR) sowie Verbindlichkeiten in Höhe von 4,7 Mio EUR (31.12.2010: 2,9 Mio EUR). Im Geschäftsjahr 2011 erbrachte die Österreichische Post AG gegenüber der A1 Telekom Austria AG Dienstleistungen in Höhe von 73,5 Mio EUR (2010: 68,2 Mio EUR), die Aufwendungen gegenüber der A1 Telekom Austria AG beliefen sich im Geschäftsjahr 2011 auf 38,8 Mio EUR (2010: 46,6 Mio EUR).

Zum Bilanzstichtag bestehen bei der Österreichischen Post AG Verbindlichkeiten gegenüber dem OMV-Konzern in Höhe von 1,5 Mio EUR (31.12.2010: 2,5 Mio EUR). Die Aufwendungen der Österreichischen Post AG gegenüber dem OMV-Konzern betrugen im Geschäftsjahr 2011 16,3 Mio EUR (2010: 13,4 Mio EUR), die Erträge beliefen sich auf 0,4 Mio EUR (2010: 0,3 Mio EUR).

Mit Gemeinschaftsunternehmen bestehen Geschäftsbeziehungen im Zusammenhang mit Direct-Marketing-Dienstleistungen zu fremdüblicher Preisgestaltung. Zum Bilanzstichtag bestehen gegenüber Gemeinschaftsunternehmen offene Forderungen in Höhe von 17,2 Mio EUR (31.12.2010: 6,6 Mio EUR) sowie Verbindlichkeiten in Höhe von 0,0 Mio EUR (31.12.2010: 0,1 Mio EUR). Im Geschäftsjahr 2011 betrugen die Aufwendungen 0,6 Mio EUR, die Erträge beliefen sich auf 2,0 Mio EUR.

Mit assoziierten Unternehmen bestehen Geschäftsbeziehungen im Zusammenhang mit Werbung und Öffentlichkeitsarbeit sowie mit Beförderungsleistungen von Postsendungen zu fremdüblicher Preisgestaltung. Die von assoziierten Unternehmen erbrachten Leistungen betragen im Geschäftsjahr 2011 10,8 Mio EUR (2010: 8,1 Mio EUR). Die Umsatzerlöse aus Leistungen für assoziierte Unternehmen betragen in Relation zum Gesamtumsatz 0,1% (2010: 0,9%). Zum Bilanzstichtag bestehen gegenüber at equity konsolidierten Unternehmen offene Forderungen in Höhe von 0,7 Mio EUR (31.12.2010: 2,5 Mio EUR) sowie offene Verbindlichkeiten in Höhe von 2,2 Mio EUR (31.12.2010: 1,3 Mio EUR).

Folgende Vergütungen einschließlich der Veränderung von Rückstellungen wurden an Aufsichtsräte, Vorstände und leitende Angestellte in den Geschäftsjahren 2010 und 2011 gewährt:

Mio EUR	Aufsichtsräte	Vorstände	Leitende Angestellte	Gesamt
Geschäftsjahr 2010				
Kurzfristig fällige Leistungen	0,2	3,4	16,2	19,8
Leistungen nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses	0,0	0,0	0,0	0,0
Andere langfristig fällige Leistungen	0,0	-0,1	0,0	-0,1
Leistungen aus Anlass der Beendigung des Arbeitsverhältnisses	0,0	0,0	0,1	0,1
Aktienbasierte Vergütungen	0,0	0,6	0,8	1,3
	0,2	3,8	17,1	21,1

Mio EUR	Aufsichtsräte	Vorstände	Leitende Angestellte	Gesamt
Geschäftsjahr 2011				
Kurzfristig fällige Leistungen	0,2	3,8	17,7	21,7
Leistungen nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses	0,0	0,9	0,3	1,2
Andere langfristig fällige Leistungen	0,0	0,0	0,0	0,0
Leistungen aus Anlass der Beendigung des Arbeitsverhältnisses	0,0	0,0	0,2	0,2
Aktienbasierte Vergütungen	0,0	1,4	2,6	4,0
	0,2	6,1	20,8	27,1

Im Geschäftsjahr 2011 bestanden keine Geschäftsbeziehungen mit leitenden Angestellten

9.6 AUFWENDUNGEN FÜR ABSCHLUSSPRÜFER

Im Geschäftsjahr 2011 stellte sich das Honorar für den Abschlussprüfer Deloitte Audit Wirtschaftsprüfungs GmbH und mit ihm verbundenen Unternehmen wie folgt dar:

Leistungen Wirtschaftsprüfer in EUR	2011
Abschlussprüfung	
Einzel- und Konzernabschluss zum 31.12.2011 der Österreichischen Post AG	156.200,00
Abschlussprüfungen zum 31.12.2011 bei Tochtergesellschaften der Österreichischen Post AG	110.500,00
Andere Bestätigungsleistungen	0,00
Steuerberatungsleistungen	1.485,00
Sonstige Beratungsleistungen	177.940,00
	446.125,00

9.7 KONZERNUNTERNEHMEN

Name und Sitz des Unternehmens	Anteil in %	Konsoli- dierungsart
Post Paket Service GmbH, Wien	100,00	VK
Post & Co Vermietungs OG, Wien	100,00	VK
Post International Beteiligungs GmbH, Wien	100,00	VK
Post.Wertlogistik GmbH, Wien	100,00	VK
Post.Maintain Management Objektverwaltungs- und -instandhaltungs GmbH, Wien	100,00	VK
Medien.Zustell GmbH, Wien	100,00	VK
Austrian Post International Deutschland GmbH, Bonn	100,00	VK
Post Immobilien GmbH, Wien	100,00	VK
Post eins Beteiligungs GmbH, Wien	100,00	VK
Post zwei Beteiligungs GmbH, Wien	100,00	VK
Post drei Beteiligungs GmbH, Wien	100,00	VK
Post vier Beteiligungs GmbH, Wien	100,00	VK
A4 Business Solutions GmbH, Wien	100,00	VK
Post fünf Beteiligungs GmbH, Wien	100,00	VK
Weber Escal d.o.o., Zagreb	100,00	VK
Scanpoint GmbH, Wien	100,00	VK
Scanpoint Deutschland GmbH, Schwandorf	100,00	VK
Scanpoint Slovakia s.r.o., Brezno	100,00	VK
feibra GmbH, Wien	100,00	VK
PROWERB Gesellschaft für produktive Werbung GmbH, Wien	100,00	VK
feibra Magyarország Kft, Budapest	100,00	VK
PS Postservicegesellschaft m.b.H., Wien	100,00	VK
feibra West GmbH, Wien	100,00	VK
Post d.o.o. za usluge, Zagreb	100,00	VK
Online Post Austria GmbH, Wien	100,00	VK
Overseas Trade Co Ltd d.o.o., Zagreb	100,00	VK
Slovak Parcel Service s. r. o., Bratislava	100,00	VK
IN TIME s.r.o., Bratislava	100,00	VK

Name und Sitz des Unternehmens	Anteil in %	Konsoli- dierungsart
Kolos s.r.o., Bratislava	100,00	VK
Austrian Post International Ungarn Kft, Gyal	100,00	VK
trans-o-flex Hungary Kft, Gyal	100,00	VK
City Express d.o.o., Beograd	100,00	VK
trans-o-flex Austria GmbH, Wien	100,00	VK
24-VIP d.o.o., Sarajevo	100,00	VK
City Express Montenegro d.o.o., Podgorica	100,00	VK
Post sechs Beteiligungs GmbH, Wien	100,00	VK
Post sieben Beteiligungs GmbH, Wien	100,00	VK
Post acht Beteiligungs GmbH, Wien	100,00	VK
Post neun Beteiligungs GmbH, Wien	100,00	VK
trans-o-flex Deutschland		
trans-o-flex Logistics Group GmbH, Weinheim	100,00	VK
trans-o-flex GmbH, Weinheim	100,00	VK
trans-o-flex Verwaltung GmbH, Weinheim	100,00	VK
trans-o-flex Schnell-Lieferdienst GmbH & Co KG, Weinheim	100,00	VK
trans-o-flex Transport Logistik GmbH, Weinheim	100,00	VK
trans-o-flex Customer-Service GmbH, Weinheim	100,00	VK
trans-o-flex Linienverkehr GmbH, Weinheim	100,00	VK
trans-o-flex Logistik Service GmbH, Weinheim	100,00	VK
trans-o-flex Admin-Service GmbH, Weinheim	100,00	VK
trans-o-flex IT-Service GmbH, Weinheim	100,00	VK
ThermoMed Verwaltungs GmbH, Weinheim	100,00	VK
trans-o-flex ThermoMed GmbH & Co KG, Weinheim	100,00	VK
trans-o-flex Accounting Service GmbH, Weinheim	100,00	VK
trans-o-flex Billing Service GmbH, Weinheim	100,00	VK
Scherübl Transport GmbH, Frankenburg/a.H. ¹	74,90	VK
trans-o-flex Nederland B.V., Dordrecht ³	100,00	VK
trans-o-flex Belgium B.V.B.A., Turnhout ³	100,00	VK
LogIn Service d.o.o., Sarajevo	100,00	VK
Distributions GmbH, Bergkirchen	100,00	VK
MEILLERGHP		
MEILLERGHP GmbH, Schwandorf ²	65,00	EQ
MEILLERGHP CZ s.r.o., Nyrany ²	65,00	
MEILLERGHP a.s., Pilsen ²	65,00	
MEILLERGHP SARL, Versailles ²	65,00	
Mailstep Holding a.s., Prag ²	65,00	
GHP Direct France s.a.r.l., Le Chesnay ²	65,00	
MEILLERGHP AB, Landskrona ²	65,00	
MEILLERGHP Sp.z.o.o., Kraków ²	65,00	
GHP Direct Rus o.o.o., Moskva ²	65,00	
Kolos Marketing s.r.o., Nyrany ²	58,50	

Name und Sitz des Unternehmens	Anteil in %	Konsoli- dierungsart
Kolos Marketing s.r.o., Nyrany	10,00	EQ
D2D - direct to document GmbH, Wien	30,00	EQ
FEIPRO Vertriebs GesmbH, Gaweinstal	50,00	EQ
PostMaster s.r.l., Bucureşti	26,00	EQ
Omnimedia Werbegesellschaft m.b.H., Wien	21,00	EQ
Eurodis GmbH, Weinheim	59,40	EQ
OMNITEC Informationstechnologie-Systemservice GmbH, Wien	50,00	KK

¹ Bei der Scherübl Transport GmbH werden aufgrund der dem Minderheitengesellschafter zustehenden Put-Option 100% der Anteile konsolidiert und damit keine Minderheitenanteile im Eigenkapital gezeigt sowie der Firmenwert in vollem Ausmaß angesetzt.

² Das Ergebnis aus at equity konsolidierten Unternehmen der MEILLERGHP GmbH entspricht dem anteiligen Konzernjahresergebnis des MEILLERGHP Konzerns und beinhaltet anteilig das Jahresergebnis der Tochtergesellschaften.

³ Zur Veräußerung gehalten

VK – Vollkonsolidierung, EQ – Equity-Konsolidierung, KK – keine Konsolidierung wegen Unwesentlichkeit

Die trans-o-flex Gesellschaften mit Sitz in Deutschland machen Gebrauch von der gesetzlichen Befreiung der Offenlegung gemäß §§ 264 Abs. 3, 264 b dHGB.

9.8 EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Im Zuge der strategischen Neuausrichtung des Österreichischen Post Konzerns – umgesetzt durch das konzernweite Projekt ORG 2012 – kommt es ab dem 1. Jänner 2012 zu Änderungen in der Segmentstruktur. Die bestehenden Segmente „Brief“ und „Filialnetz“ werden zu einem neuen Segment „Brief, Werbepost & Filialen“ zusammengefasst. Gleichzeitig erfolgt eine weitere Unterteilung der so entstandenen Segmente „Brief, Werbepost & Filialen“, „Paket & Logistik“ und „Corporate“ in Subsegmente. Die neue Segmentierung spiegelt die strategischen Geschäftsfelder des Österreichischen Post Konzerns wider, welche die Basis der internen Organisations-, Steuerungs- und Berichtsstrukturen darstellen.

In diesem Zusammenhang wird ab dem 1. Jänner 2012 auch die Reporting-Logik im Österreichischen Post Konzern umgestellt. Während im Geschäftsjahr 2011 letztmalig nach der alten divisionalen Organisationsstruktur – unterteilt in die Divisionen „Brief“, „Paket & Logistik“, „Filialnetz“ und „Corporate“ – berichtet wurde, kommt es ab dem Geschäftsjahr 2012 zu einer Umstellung und zu einer Unterteilung in die Divisionen „Brief, Werbepost & Filialen“, „Paket & Logistik“ sowie „Corporate“. Mit dieser Neuorganisation verfolgt der Österreichische Post Konzern das Ziel, die Qualität der Berichterstattung zu erhöhen und dem wachsenden internen und externen Informationsbedarf gerecht zu werden.

Im Geschäftsjahr 2011 hat die Österreichische Post AG beschlossen, die Gesellschaften trans-o-flex Nederland B.V., Dordrecht sowie trans-o-flex Belgium B.V.B.A., Turnhout zu veräußern. Die Verhandlungen mit dem potentiellen Käufer sind im Laufen.

Mit 20. Februar 2012 erfolgte das Signing zur Übernahme von 26% am bulgarischen Unternehmen M&BM Express OOD durch die Österreichische Post. Die Gesellschaft ist in den Bereichen Hybridmail, adressierte und unadressierte Briefsendungen für Businesskunden sowie Druck tätig. Der Kaufvertrag sieht eine Option auf den Erwerb von je weiteren 25% in den Jahren 2013 und 2014 vor.

Der Vorstand der Österreichischen Post AG hat den geprüften Konzernabschluss zum 31. Dezember 2011 am 1. März 2012 zur Weitergabe an den Aufsichtsrat freigegeben. Der Aufsichtsrat hat die Aufgabe, den Konzernabschluss zu prüfen und zu erklären, ob er den Konzernabschluss billigt.

Wien, am 1. März 2012

Der Vorstand



Dipl.-Ing. Dr. Georg Pölzl
Generaldirektor



Mag. Dr. Rudolf Jettmar
Generaldirektor-Stellvertreter



Dipl.-Ing. Walter Hitziger
Vorstandsmitglied



Dipl.-Ing. Peter Umundum
Vorstandsmitglied

ERKLÄRUNG ALLER GESETZLICHEN VERTRETER GEMÄSS § 82 ABS. 4 Z3 BÖRSEG

Als gesetzliche Vertreter der Österreichischen Post AG bestätigen wir nach bestem Wissen, dass der im Einklang mit den maßgebenden Rechnungslegungsstandards aufgestellte Konzernabschluss zum 31. Dezember 2011 ein möglichst getreues Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt, dass der Konzernlagebericht den Geschäftsverlauf, das Geschäftsergebnis und die Lage des Konzerns so darstellt, dass ein möglichst getreues Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns entsteht, und dass der Konzernlagebericht die wesentlichen Risiken und Ungewissheiten beschreibt, denen der Konzern ausgesetzt ist.

Wien, am 1. März 2012

Der Vorstand

Dipl.-Ing. Dr. Georg Pölzl
Generaldirektor

Mag. Dr. Rudolf Jettmar
Generaldirektor-Stellvertreter,
verantwortlich für Finanzen

Dipl.-Ing. Walter Hitziger
Vorstandsmitglied,
verantwortlich für Brief, Werbepost & Filialen

Dipl.-Ing. Peter Umundum
Vorstandsmitglied,
verantwortlich für Paket & Logistik

BESTÄTIGUNGSVERMERK

Bericht zum Konzernabschluss

Wir haben den beigefügten Konzernabschluss der Österreichische Post AG, Wien, für das Geschäftsjahr vom 1. Jänner 2011 bis zum 31. Dezember 2011 geprüft. Dieser Konzernabschluss umfasst die Konzernbilanz zum 31. Dezember 2011, die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung und Gesamtergebnisrechnung, die Konzerngeldflussrechnung und die Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung für das am 31. Dezember 2011 endende Geschäftsjahr sowie den Konzernanhang.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter für den Konzernabschluss und für die Buchführung

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind für die Konzernbuchführung sowie für die Aufstellung des Konzernabschlusses verantwortlich, der ein möglichst getreues Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRSs), wie sie in der EU anzuwenden sind, vermittelt. Diese Verantwortung beinhaltet: Gestaltung, Umsetzung und Aufrechterhaltung eines internen Kontrollsysteams, soweit dieses für die Aufstellung des Konzernabschlusses und die Vermittlung eines möglichst getreuen Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns von Bedeutung ist, damit dieser frei von wesentlichen Fehldarstellungen ist, sei es aufgrund von beabsichtigten oder unbeabsichtigten Fehlern; die Auswahl und Anwendung geeigneter Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden; die Vornahme von Schätzungen, die unter Berücksichtigung der gegebenen Rahmenbedingungen angemessen erscheinen.

Verantwortung des Abschlussprüfers und Beschreibung von Art und Umfang der gesetzlichen Abschlussprüfung

Unsere Verantwortung besteht in der Abgabe eines Prüfungsurteils zu diesem Konzernabschluss auf der Grundlage unserer Prüfung. Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung der in Österreich geltenden gesetzlichen Vorschriften und der vom International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) der International Federation of Accountants (IFAC) herausgegebenen International Standards on Auditing (ISAs) durchgeführt.

Diese Grundsätze erfordern, dass wir die Standesregeln einhalten und die Prüfung so planen und durchführen, dass wir uns mit hinreichender Sicherheit ein Urteil darüber bilden können, ob der Konzernabschluss frei von wesentlichen Fehldarstellungen ist.

Eine Prüfung beinhaltet die Durchführung von Prüfungshandlungen zur Erlangung von Prüfungsnachweisen hinsichtlich der Beträge und sonstigen Angaben im Konzernabschluss.

Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Abschlussprüfers unter Berücksichtigung seiner Einschätzung des Risikos eines Auftretens wesentlicher Fehldarstellungen, sei es aufgrund von beabsichtigten oder unbeabsichtigten Fehlern.

Bei der Vornahme dieser Risikoeinschätzung berücksichtigt der Abschlussprüfer das interne Kontrollsysteem, soweit es für die Aufstellung des Konzernabschlusses und die Vermittlung eines möglichst getreuen Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns von Bedeutung ist, um unter Berücksichtigung der Rahmenbedingungen geeignete Prüfungshandlungen festzulegen, nicht jedoch um ein Prüfungsurteil über die Wirksamkeit der internen Kontrollen des Konzerns abzugeben.

Die Prüfung umfasst ferner die Beurteilung der Angemessenheit der angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden und der von den gesetzlichen Vertretern vorgenommenen wesentlichen Schätzungen sowie eine Würdigung der Gesamtaussage des Konzernabschlusses. Wir sind der Auffassung, dass wir ausreichende und geeignete Prüfungsnachweise erlangt haben, sodass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unser Prüfungsurteil darstellt.

Prüfungsurteil

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt. Aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss nach unserer Beurteilung den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt ein möglichst getreues Bild der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns zum 31. Dezember 2011 sowie der Ertragslage des Konzerns und der Zahlungsströme des Konzerns für das Geschäftsjahr vom 1. Jänner 2011 bis zum 31. Dezember 2011 in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRSs), wie sie in der EU anzuwenden sind.

Aussagen zum Konzernlagebericht

Der Konzernlagebericht ist aufgrund der gesetzlichen Vorschriften darauf zu prüfen, ob er mit dem Konzernabschluss in Einklang steht und ob die sonstigen Angaben im Konzernlagebericht nicht eine falsche Vorstellung von der Lage des Konzerns erwecken. Der Bestätigungsvermerk hat auch eine Aussage darüber zu enthalten, ob der Konzernlagebericht mit dem Konzernabschluss in Einklang steht und ob die Angaben nach § 243a UGB zutreffen.

Der Konzernlagebericht steht nach unserer Beurteilung in Einklang mit dem Konzernabschluss. Die Angaben gemäß § 243a UGB sind zutreffend.

Wien, am 1. März 2012

Deloitte Audit Wirtschaftsprüfungs GmbH

Mag. Walter Müller e.h.
Wirtschaftsprüfer

Mag. Josef Spadinger e.h.
Wirtschaftsprüfer

Die Veröffentlichung oder Weitergabe des Konzernabschlusses mit unserem Bestätigungsvermerk darf nur in der von uns bestätigten Fassung erfolgen. Dieser Bestätigungsvermerk bezieht sich ausschließlich auf den deutschsprachigen und vollständigen Konzernabschluss samt Konzernlagebericht. Für abweichende Fassungen sind die Vorschriften des § 281 Abs 2 UGB zu beachten.

GLOSSAR / STICHWORTVERZEICHNIS

GLOSSAR

Capital Employed

Immaterielle Vermögenswerte und Firmenwerte
+ Sachanlagen
+ Als Finanzinvestitionen gehaltene Immobilien
+ Anteile an at equity konsolidierten Unternehmen
+ Anteile an nicht konsolidierten Unternehmen
+ Vorräte
+ Forderungen
+ Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte
– Unverzinsliches Fremdkapital
= Capital Employed

Earnings before Interest and Taxes (EBIT)

Ergebnis vor Zinsen und Steuern; entspricht dem Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit zuzüglich des Ergebnisses aus at equity konsolidierten Unternehmen.

EBIT-Marge

EBIT im Verhältnis zum Umsatz.

Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortisation (EBITDA)

Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen; entspricht dem EBIT zuzüglich der Abschreibungen.

EBITDA-Marge

EBITDA im Verhältnis zum Umsatz.

Earnings before Taxes (EBT)

Ergebnis vor Steuern.

Eigenkapitalquote

Eigenkapital im Verhältnis zum Gesamtkapital (Bilanzsumme).

STICHWORTVERZEICHNIS

Akquisitionen 29f, 36	BAWAG P.S.K. 6, 24, 36	Dividende 3, 7, 36	EBITDA 3, 4, 24, 26
Aktionärsstruktur 9	Bestätigungsvermerk 110f	Division Brief 33f	Eigenkapital 3, 50
Aufsichtsrat 12ff, 18f	Bilanz 3, 48	Division Brief, Werbepost	Elektronische Substitution 6
Ausblick 36ff	Cashflow 3, 29, 120	& Filialen 7, 116	Ergebnis je Aktie 3, 4, 24, 73
Ausschüsse des	Cashflow-Statement 49	Division Filialnetz 35f	Forschung und Entwicklung 32
Aufsichtsrats 13	Collator 29	Division Paket & Logistik 34f	Gewinn- und Verlust-
Bankdienstleistungen 6, 35	Corporate Governance 8ff	EBIT 3, 4, 24, 26	rechnung 3, 46

Eigenkapitalrentabilität (ROE)

Ergebnis nach Ertragsteuern im Verhältnis zum Eigenkapital (ohne aufgegebene Geschäftsbereiche) zum 1. Jänner abzüglich geflossener Dividende; drückt die Ertragskraft des Unternehmens aus.

Ergebnis je Aktie

Periodenergebnis dividiert durch die durchschnittliche Anzahl der Aktien.

Free Cashflow

Cashflow aus Geschäftstätigkeit zuzüglich des Cashflow aus Investitionstätigkeit; zeigt, in welchem Umfang flüssige Mittel zur Bedienung des zu verzinsenden Kapitals zur Verfügung stehen.

IFRS

International Financial Reporting Standards; internationale Rechnungslegungsstandards.

Nettofinanzmittelüberschuss bzw. Nettofinanzmittelverschuldung

Finanzverbindlichkeiten

+ andere verzinsliche Verbindlichkeiten

+ Sozialkapital

+ Andere verzinsliche Rückstellungen

= Verzinsliches Fremdkapital

- Finanzinvestitionen in Wertpapiere

- Andere Finanzanlagen und verzinsliche Forderungen

- Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

= Verzinsliche Aktiva

= Nettofinanzmittelüberschuss bzw. Nettofinanzmittelverschuldung

Return on Capital Employed (ROCE)

EBIT im Verhältnis zum durchschnittlichen Capital Employed.

Hauptversammlung **7, 12ff**
Investitionen **29f**
Kennzahlen **3f, 119f**
Kerngeschäft **6, 35, 40**
Liberalisierung **6, 18, 38**
Liquidität **28f**
MEILLERGHP **23, 25, 33, 80f**

Mitarbeiter **31, 37**
Nettoverschuldung **3, 120**
Nettofinanzmittelverschuldung/
EBITDA **3, 28f**
Paketvolumen **22, 35**
Periodenergebnis **24, 26, 46ff**
Personalaufwand **46, 70**

Post Aktie **3f, 121f**
Post Partner **6, 24, 36**
Postmarkt **38f**
Risikomanagement **8ff, 37ff, 99ff**
Strategie **18, 40**
trans-o-flex **18, 32, 74ff, 106**
Umsatz **3, 6f, 23ff**

Umwelt **32**
Universaldienst **31, 38f**
Vergütung **15f**
Vorstand **6f, 10ff**
Wertschöpfung **39**
Zustellgeschwindigkeit **31**

GESCHICHTE DER POST

1490	Erste standardisierte Postverbindung Europas zwischen Innsbruck und Mechelen (Belgien)
1750	Ab Mitte des 18. Jahrhunderts regelmäßig Postkutschenverkehr
1787	Erstmalige Verwendung von Orts- und Tagesstempeln
1817	Neuordnung des Portoentrichtungssystems, Einführung der Briefkästen
1850	Einführung der Briefmarken, Beginn des Transports von Postsendungen per Bahn
1863	Internationale Postkonferenz in Paris – Richtlinien für den Abschluss internationaler Postverträge
1869	Erste Postkarten, eine Erfindung aus Österreich, gelangen in Umlauf
1874	Gründung des Weltpostvereins
1875	Erfindung und Inbetriebnahme einer pneumatischen Rohrpostanlage in Wien
1916	Erste Hausbriefkästen in Österreich
1918	Weltweit erster ziviler Flugpostdienst in Österreich
1928	Einführung Hausbriefkästen/-fachanlagen
1938	Eingliederung in die Deutsche Reichspost
1945	Wiederaufnahme des österreichischen Postdienstes Reorganisation und Wiederaufbau des österreichischen Postnetzes
1957	Einführung von Landbriefträgerabgabekästen, Inbetriebnahme einer mechanischen Paketverteilanlage im Postamt Wien 101 (Westbahnhof)
1959	Inbetriebnahme einer mechanischen Briefveil- und Beutelstückförder- und -verteilanlage im Postamt Wien 101 (Westbahnhof)
1966	Etablierung des Postleitzahlensystems
1986	Express Mail Service (EMS) als neues Service mit prioritärer Behandlung für Briefe und Pakete
1996	Gründung der Post und Telekom Austria
1999	Rechtliche Verselbstständigung der Österreichischen Post AG (für Post und Postbus) Gezielte Investitionen in Modernisierung der Logistikinfrastruktur
2000	Abspaltung des Geschäftszweigs Postbus an die ÖIAG
2001	Akquisition feibra Österreich (unadressierte Werbesendungen)
2002	Akquisition der slowakischen Paketgesellschaften Slovak Parcel Service (SPS) und In-Time
2003	Übernahme der kroatischen Overseas Trade
2005	Erwerb von feibra Ungarn (unadressierte Werbesendungen) Aufstockung des Anteils an feibra Österreich (unadressierte Werbesendungen) auf 100%
2006	Börsengang an der Wiener Börse – 49% Streubesitz Akquisition von Kolos, Slowakei (Werbesendungen); Wiener Bezirkszeitung, Österreich (Medienpost); Weber Escal, Kroatien (Werbesendungen); trans-o-flex, Deutschland (B2B-Speziallogistik)
2007	Weitere Akquisitionen und Erschließung von Nischen: Übernahme von Weber Escal, Kroatien (Direct Marketing); Scanpoint Europe, Deutschland (Dokumenten-Digitalisierung); Road Parcel Logistics und Merland Expressz, Ungarn (Paketmarkt); Scherübl Transport, Österreich (Pharmatransporte); meiller direct, Deutschland (Direct Marketing); VOP und DHL EXPRESS DDS, Belgien und Niederlande (Paketgeschäft); ST Media, Kroatien (unadressierte Werbesendungen); City Express, Serbien und Montenegro (Paketgeschäft); Beteiligung von 5% an BAWAG P.S.K.

2008 Integration bestehender Gesellschaften und selektive Akquisitionen: 24VIP, Bosnien-Herzegowina (Paketgeschäft); Cont-Média, Kroatien (Direct Marketing); HSH Holding, Belgien (Paketgeschäft)

2009 Postmarktgesetz definiert Rahmenbedingungen für Liberalisierung des Briefmarktes
Akquisition von Rhenus Life Science, Deutschland (Pharmalogistik)
Neuer Kollektivvertrag für neu eintretende Mitarbeiter

2010 Erhöhung des Anteils an der EBPP Electronic Bill Presentment and Payment GmbH, einem führenden Unternehmen in der elektronischen Rechnungslegung, von 40% auf nunmehr 100%, Einbringung des Direct-Mail-Produzenten meiller direct in ein Joint Venture mit der Schweizerischen Post: am neu entstandenen Unternehmen MEILLERGHP hält die Österreichische Post 65%

2011 Vollständige Liberalisierung des österreichischen Briefmarkts ab 1. Jänner 2011
Umbenennung der 100%-Tochtergesellschaft EBPP Electronic Bill Presentment and Payment GmbH in Online Post Austria GmbH, Übernahmen eines 26%-Anteils an der rumänischen PostMaster s.r.l.

2011 IM ÜBERBLICK

Jänner

Die erste Filiale neuen Typs von BAWAG P.S.K. und Post wird offiziell eröffnet. In Innsbruck startet das neue Filialkonzept für ganz Österreich.

Der Aufsichtsrat stellt die Weichen für eine zukunftsorientierte Führungsstruktur: die bisher getrennten Divisionen Filialnetz und Brief sollen mittelfristig zusammengeführt werden.

März

Der Aufsichtsrat entscheidet über die zukünftige Führungsstruktur der Österreichischen Post: Dipl.-Ing. Walter Hitziger wird als Vorstand für die Bereiche Brief und Filialnetz bestellt, Dipl.-Ing. Walter Oblin wird Dr. Rudolf Jettmar als Finanzvorstand nachfolgen.

April

Bei der Hauptversammlung der Österreichischen Post AG wird allen Tagesordnungspunkten zugestimmt. Als Dividende wird die vom Vorstand vorgeschlagene Ausschüttung von 1,60 EUR pro Aktie bestätigt.

Mai

Ab 1. Mai 2011 vereinfacht die Österreichische Post ihr bisher 14-stufiges, auf Gewicht basierendes Tarifmodell auf ein System mit fünf Stufen, bei denen überwiegend das Format relevant ist.

Der neue Klick.Brief erleichtert den Büroalltag wesentlich – vom Druck bis zur Zustellung benötigt der Absender nur mehr einen Mausklick.

Juni

Die Österreichische Post startet ein Trainee-Programm: Aufbau von elf Trainees zu Nachwuchskräften.

Die Post-Tochter PS GmbH beginnt im Herbst mit der Umrüstung der Hausbrieffachanlagen.

Juli

Die Österreichische Post präsentiert die Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT: alle Sendungen in Österreich werden ab 2011 klimaneutral zugestellt.

September

Als nächster Schritt bei der Neuausrichtung der Österreichischen Post startet am 1. September die neue Division Brief, Werbepost & Filialen.

Die neue Post Empfangsbox wird getestet: Eine Zwischenbilanz des Einsatzes in städtischen Wohnhausanlagen fällt sehr zufriedenstellend aus.

Oktober

Die Österreichische Post nimmt ihre ersten 18 E-Autos in Betrieb.

Der Pilotbetrieb für das neue KUVERT startet: Werbesendungen werden künftig gebündelt in einem Umschlag zugestellt.

Die Österreichische Post kündigt Paket-Zustellungen per SMS und E-Mail an.

Die Post beteiligt sich mit 26% an PostMaster s.r.l., der Nummer 1 unter den alternativen Postdienstleistern in Rumänien.

November

Die neue Service- und Kommunikationsplattform „Post Manager“ wird gelauncht. Sie bietet ein hohes Maß an Sicherheit für alle wichtigen und vertraulichen Dokumente und Unterlagen.

ADRESSEN VON TOCHTERGESELLSCHAFTEN

Österreichische Post AG

Haidingergasse 1
1030 Wien, Österreich
T: +43 (0) 577 67 0
I: www.post.at

A4 Business Solutions GmbH

Wipplingerstraße 23
1010 Wien, Österreich
T: +43 (1) 247 77 0
I: www.a4b.at

Austrian Post International Deutschland GmbH

Rheinwerkallee 2
53227 Bonn, Deutschland
T: +49 (0) 228 932949 0
I: www.austrianpost.de

City Express d.o.o.

Kumodraška 240
11010 Belgrad, Serbien
T: +381 (11) 3093 009
I: www.cityexpress.rs

City Express Montenegro d.o.o.

Branka Radicevica 12
81000 Podgorica, Crna Gora,
Montenegro
T: +382 (20) 641 166
I: www.cityexpress.me

feibra GmbH

Altmannsdorfer Straße 329
1230 Wien, Österreich
T: +43 (1) 66 130 0
I: www.feibra.at

feibra Magyarország Kft.

Váci út 95
1139 Budapest, Ungarn
T: +36 (1) 340 9921
I: www.feibra.hu

In Time s.r.o.

Senecká cesta 1
90028 Ivanka pri Dunaji, Slowakei
T: +421 (2) 48 707 901
I: www.intime.sk

Kolos s.r.o.

Senecká cesta 1
90028 Ivanka pri Dunaji, Slowakei
T: +421 (2) 65 316 504
I: www.kolos.sk

MEILLERGHP GmbH

Gutenbergstraße 1-5
92421 Schwandorf, Deutschland
T: +49 (0) 9431 620 0
I: www.meillerdirect.com

Overseas Trade Co.Ltd. d.o.o.

Zastavnice 38a
10251 Hrvatski Leskovac, Kroatien
T: +385 (1) 460 70 01
I: www.overseas.hr

Post Immobilien GmbH

Haidingergasse 1
1030 Wien, Österreich
T: +43 (0) 577 67 0
I: www.postimmobilien.at

Post.Maintain Management

**Objektverwaltungs- und
Instandhaltungs GmbH**
Haidingergasse 1
1030 Wien, Österreich
T: +43 (0) 577 67 23881

PostMaster S.R.L.

Str. Transilvaniei 64, Sector 1
010799 Bukarest, Rumänien
T: +40 (21) 335 33 08
I: www.post-master.ro

Post.Wertlogistik GmbH

Steinheilgasse 1
1210 Wien, Österreich
T: +43 (0) 577 67 26713

Scanpoint Europe Holding GmbH

Haidingergasse 1
1030 Wien, Österreich
T: +43 (0) 1 512 21 21 0
I: www.scanpoint.eu

Scherübl Transport GmbH

Hondastraße 1
2351 Wiener Neudorf, Österreich
T: +43 (0) 2236 677 194 0
I: www.scheruebl.com

Slovak Parcel Service s.r.o.

Senecká cesta 1
90028 Ivanka pri Dunaji, Slowakei
T: +421 (2) 48 707 211
I: www.sps-sro.sk

trans-o-flex Belgium B.V.B.A.

Bremheidelaan 10
2300 Turnhout, Belgien
T: +32 (0) 14 42 60 51
I: www.trans-o-flex.be

trans-o-flex Hungary Kft.

Európa út 12
1239 Budapest, Ungarn
T: +36 (29) 887 154
I: www.tof.hu

trans-o-flex Logistics Group GmbH

Hertzstraße 10
69469 Weinheim, Deutschland
T: +49 (0) 6201 988 0
I: www.trans-o-flex.de

trans-o-flex Nederland B.V.

Koenendelseweg 19
5222 BG's Hertogenbosch
Niederlande
T: +31 (0) 73 627 45 56
I: www.trans-o-flex.nl

Weber Escal d.o.o.

Zastavnice 38a
10251 Hrvatski Leskovac, Kroatien
T: +385 (1) 6175 111
I: www.weber-escal.com

24VIP Logistics Services d.o.o.

Tresnje 1
71000 Sarajewo, Bosnien-Herzegowina
T: +387 (33) 76 44 39
I: www.24vip.net

KONTAKT

Österreichische Post AG

Unternehmenszentrale
Haidingergasse 1
1030 Wien
T: +43 (0) 577 67 0
E: info@post.at
I: www.post.at

Investor Relations

Dipl.-Ing. Harald Hagenauer
T: +43 (0) 577 67 30401
F: +43 (0) 577 67 30409
E: investor@post.at
I: www.post.at/ir

Unternehmenskommunikation

Mag. Manuela Bruck
T: +43 (0) 577 67 20795
F: +43 (0) 577 67 28039
E: info@post.at
I: www.post.at/pr

Geschäftskunden

T: 0800 212 212
www.business.post.at

Privatkunden

Post-Kundenservice¹
T: 0810 010 100

EMS- und Paket-Auskunft¹
T: 0810 010 100

Briefmarkensammlerservice¹
T: 0800 100 197
I: www.philatelie.at

Postfiliale

T: +43 (0) 577 67-xxxx²
I: www.post.at/filialfinder

Persönliche Briefmarke

I: www.meine-marke.at

Österreichische Post Online-Geschäftsbericht 2011
www.post.at/gb2011

CSR – Nachhaltigkeit

www.post.at/csr
www.post.at/co2neutral

Wenn Sie mehr über die Österreichische Post wissen wollen (Geschäftsberichte, Quartalsberichte etc.), haben Sie die Möglichkeit, sich auf unseren Verteiler setzen zu lassen:

T: +43 (0) 577 67 30401
E: investor@post.at
I: www.post.at/ir

¹ Für Österreich

² Bitte „xxxx“ durch die Postleitzahl Ihrer Postfiliale ersetzen, und schon haben Sie eine direkte Verbindung.

KENNZAHLENÜBERBLICK 2002–2011

Gewinn- und Verlustrechnung		2002 ¹ IFRS	2003 ² IFRS	2004 ² IFRS	2005 IFRS	2006 IFRS	2007 IFRS	2008 IFRS	2009 IFRS	2010 IFRS	2011 IFRS
Umsatzerlöse	Mio EUR	1.571,7	1.585,2	1.654,4	1.701,6	1.736,7	2.315,7	2.441,4	2.356,9	2.351,1	2.348,7
Sonstige betriebliche Erträge	Mio EUR	57,4	71,7	73,0	52,9	58,8	72,6	81,0	89,6	90,5	74,6
Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen	Mio EUR	-198,4	-228,8	-241,8	-241,9	-258,0	-692,2	-778,2	-766,1	-771,0	-759,8
Personalaufwand	Mio EUR	-1.015,0	-1.020,7	-1.046,6	-1.064,0	-1.063,0	-1.120,4	-1.119,2	-1.139,3	-1.120,7	-1.050,1
Sonstige betriebliche Aufwendungen	Mio EUR	-254,2	-250,6	-236,7	-223,5	-243,9	-284,0	-304,5	-277,0	-288,8	-320,0
Ergebnis aus at equity konsolidierten Unternehmen	Mio EUR	1,0	0,9	0,7	-1,3	1,1	0,9	1,2	5,1	1,0	-10,6
Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	Mio EUR	101,6	157,7	203,1	223,8	231,7	292,7	321,7	269,2	262,1	282,7
EBITDA-Marge	%	6,5%	9,9%	12,3%	13,2%	13,3%	12,6%	13,2%	11,4%	11,1%	12,0%
Abschreibungen	Mio EUR	-108,1	-129,6	-120,9	-120,8	-108,4	-130,0	-152,2	-119,8	-105,2	-114,4
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	Mio EUR	4,1	28,1	82,2	103,0	123,3	162,8	169,5	149,4	156,9	168,3
EBIT-Marge	%	0,3%	1,8%	5,0%	6,1%	7,1%	7,0%	6,9%	6,3%	6,7%	7,2%
Sonstiges Finanzergebnis	Mio EUR	4,7	-2,5	-5,4	-2,1	7,2	2,1	-11,3	-24,6	-8,2	-5,2
Ergebnis vor Steuern (EBT)	Mio EUR	-6,6	25,6	76,7	100,9	130,5	164,9	158,2	124,8	148,7	163,1
Ertragsteuern	Mio EUR	-0,7	-10,8	-29,9	-10,9	-30,8	-42,2	-39,3	-45,1	-30,3	-39,3
Ergebnis aufgegebene Geschäftsbereiche	Mio EUR	-	2,1	3,2	9,8	-	-	-	-	-	-
Periodenergebnis	Mio EUR	-2,5	16,9	50,0	99,9	99,8	122,6	118,9	79,7	118,4	123,8
Ergebnis je Aktie ³	EUR	-0,06	0,21	0,71	1,43	1,43	1,75	1,71	1,18	1,75	1,83
Mitarbeiter (Periodendurchschnitt, Vollzeitkräfte)		29.558	27.713	26.342	25.192	24.456	25.764	27.002	25.921	24.969	23.369

¹ Inklusive Versicherungssparte (Postversicherung AG)² Bereinigt um Versicherungssparte (Postversicherung AG)³ Bezogen auf 70.000.000 Stück Aktien, 2008 auf 69.505.601 Stück Aktien, ab 2009 bezogen auf 67.552.638 Stück Aktien

Cashflow		2002 ¹ IFRS	2003 ² IFRS	2004 ² IFRS	2005 IFRS	2006 IFRS	2007 IFRS	2008 IFRS	2009 IFRS	2010 IFRS	2011 IFRS
Cashflow aus dem Ergebnis vor Steuern	Mio EUR	–	–	250,5	316,9	327,1	328,5	278,3	220,7	196,0	290,6
Cashflow aus dem Ergebnis	Mio EUR	121,2	127,6	263,7	283,1	277,6	292,4	237,0	195,8	134,1	248,6
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	Mio EUR	76,3	145,0	223,8	298,0	238,0	295,9	233,4	230,0	178,9	228,2
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	Mio EUR	–153,8	–44,4	–125,5	–92,6	–142,6	–142,4	–23,1	6,9	–25,3	–65,8
Free Cashflow	Mio EUR	–	–	–	–	95,4	153,4	210,3	236,9	153,6	162,5
Dividenden-ausschüttung	Mio EUR	–76,6	100,6	98,3	205,4	95,4	153,5	210,3	236,9	108,1	114,8
Bilanz											
Bilanzsumme	Mio EUR	1.631,8	1.617,9	1.795,7	1.563,0	1.901,6	2.058,6	1.874,6	1.775,3	1.715,1	1.668,3
Langfristiges Vermögen	Mio EUR	1.287,6	1.021,7	1.011,4	997,4	1.272,9	1.361,9	1.252,1	1.141,3	1.067,6	1.005,1
Kurzfristiges Vermögen	Mio EUR	344,1	287,4	393,7	542,6	614,9	694,3	622,5	634,0	647,5	660,4
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	Mio EUR	–	–	–	–	–	–	–	–	–	2,8
Eigenkapital	Mio EUR	718,9	698,9	712,5	762,1	821,4	874,3	741,5	673,7	690,8	702,0
Langfristige Verbindlichkeiten	Mio EUR	426,3	218,2	287,5	361,3	564,0	598,0	551,8	514,0	479,4	452,9
Kurzfristige Verbindlichkeiten	Mio EUR	486,6	405,2	421,0	439,6	516,2	586,3	581,3	587,6	544,9	502,8
Zur Veräußerung gehaltene Verbindlichkeiten	Mio EUR	–	–	–	–	–	–	–	–	–	10,6
Verzinsliches Fremdkapital	Mio EUR	–	–	293,1	369,1	607,6	711,5	655,9	629,5	540,3	471,6
Verzinsliche Aktiva	Mio EUR	–	–	196,6	397,1	433,7	538,1	385,8	398,3	413,7	410,1
Nettoverschuldung/-überschuss	Mio EUR	–	–	–96,5	28,0	–173,9	–173,4	–270,2	–231,2	–126,6	–61,5
Net Debt/EBITDA		–	–	0,48	–0,13	0,75	0,59	0,84	0,86	0,48	0,22
Eigenkapitalquote	%	44,1%	43,2%	39,7%	48,8%	43,2%	42,5%	39,6%	38,0%	40,3%	42,1%
Eigenkapitalrentabilität (ROE)	%	–0,3%	2,5%	7,2%	13,6%	13,8%	16,3%	16,8%	13,9%	20,7%	21,3%
Capital Employed	Mio EUR	–	–	796,2	694,3	935,0	992,2	952,5	861,7	767,5	708,9
Gearing Ratio	Mio EUR	–	–	–	–	–	–	36,4%	34,3%	18,3%	8,8%
Return on Capital Employed (ROCE)	%	–	–	10,2%	13,8%	15,1%	16,9%	17,4%	16,5%	19,3%	22,8%

¹ Inklusive Versicherungssparte (Postversicherung AG)

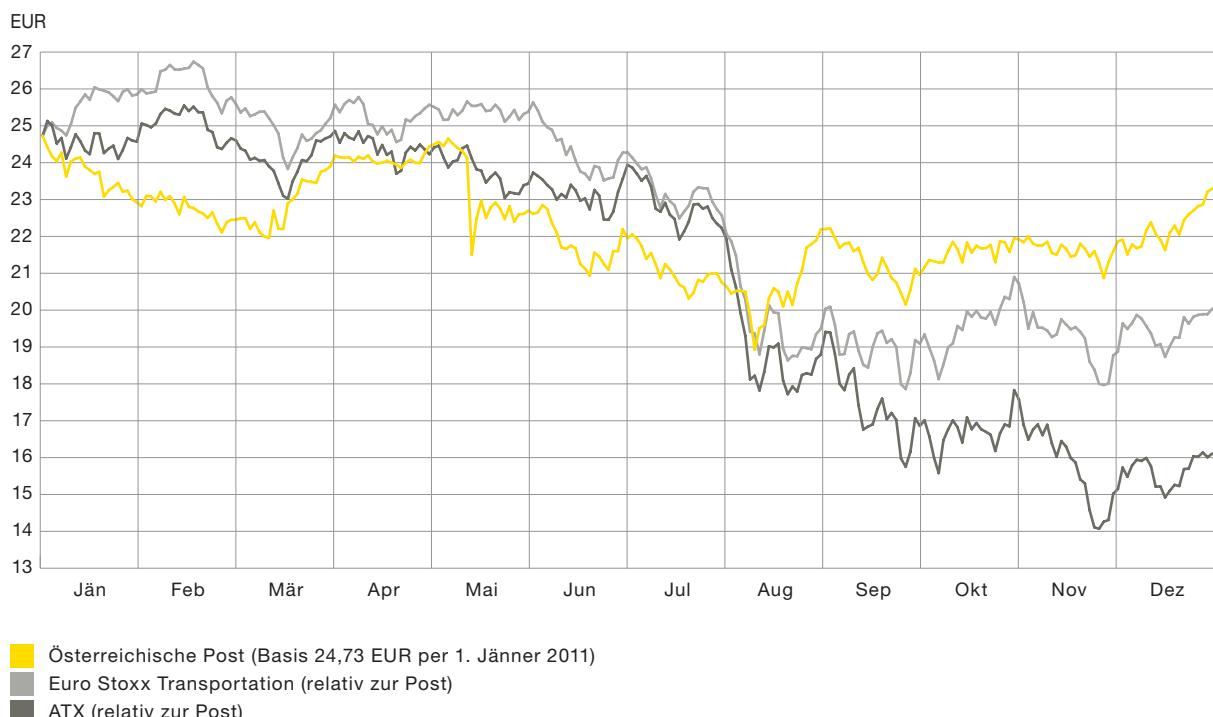
² Bereinigt um Versicherungssparte (Postversicherung AG)

FINANZKALENDER 2012

15. März 2012	Jahresergebnis 2011, Veröffentlichung: 07:30h – 07:40h
7. April 2012	Record Date für die Teilnahme an der Hauptversammlung
17. April 2012	Hauptversammlung 2012, Wien
30. April 2012	Record Date für Dividendenzahlung
2. Mai 2012	Ex-Dividendentag und Dividendenzahltag für Dividende von 1,70 EUR je Aktie ¹
16. Mai 2012	Zwischenbericht 1. Quartal 2012, Veröffentlichung: 07:30h – 07:40h
10. August 2012	Halbjahresfinanzbericht 2012, Veröffentlichung: 07:30h – 07:40h
16. November 2012	Zwischenbericht 1. bis 3. Quartal 2012, Veröffentlichung: 07:30h – 07:40h

¹ Vorschlag an die Hauptversammlung am 17. April 2012

ENTWICKLUNG DER POST AKTIE (JÄNNER–DEZEMBER 2011)



AKTIENKENNZAHLEN

	2002 ¹	2003 ²	2004 ²	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Aktienkurs zum 31.12.		-	-	-	36,10	23,99	24,10	19,02	24,73	23,30
Dividende je Aktie	Mio EUR	0,51	0,51	0,57	0,57	1,00	2,40	2,50	1,50	1,60
Total Shareholder Return	%	-	-	-	+90,0%	-30,8%	+10,5%	-10,7%	+37,9%	+0,7%
Total Shareholder Return seit Börse- gang (IPO-Preis 19,0 EUR)	%	-	-	-	+90,0%	+31,5%	+44,7%	31,2%	+69,1%	+70,0%
Marktkapitali- sierung per Ende Dezember	Mio EUR	-	-	-	2.527,0	1.679,3	1.628,0	1.284,9	1.670,6	1.574,0

¹ Inklusive Versicherungssparte (Postversicherung AG)

² Bereinigt um Versicherungssparte (Postversicherung AG)

³ Vorschlag an die Hauptversammlung am 17. April 2012

Basisinformationen

ISIN	AT0000APOST4
Handelssymbol (Wiener Börse)	POST
Reuters Code	POST.VI
Bloomberg Code	POST AV
Anzahl der Aktien per 31. Dezember 2011	67.552.638 Stück
Handelsplatz	Wiener Börse
Emissionskurs	EUR 19,00
Erster Handelstag	31. Mai 2006
Mindeststückzahl (kleinste handelbare Aktienanzahl)	1
Aktiengattung	Stammaktien
Aktiensplit	Kein Aktiensplit

IMPRESSUM

Herausgeber und Medieninhaber

Österreichische Post AG
Haidingergasse 1, 1030 Wien
T: +43 (0) 577 67 0, E: info@post.at
FN: 180219d, Handelsgericht Wien

Konzept, Gestaltung und Gesamtkoordination

be.public Werbung Finanzkommunikation, Wien
Projektagentur Weixelbaumer, Linz

Druck

Niederösterreichisches Pressehaus, St. Pölten

Wir haben diesen Bericht mit der größtmöglichen Sorgfalt erstellt und die Daten überprüft. Rundungs-, Satz- oder Druckfehler können dennoch nicht ausgeschlossen werden. Bei der Summierung von gerundeten Beträgen und Prozentangaben können durch Verwendung automatischer Rechenhilfen rundungsbedingte Rechendifferenzen auftreten.

Dieser Bericht enthält auch zukunftsbezogene Einschätzungen und Aussagen, die wir auf Basis aller uns zum gegenwärtigen Zeitpunkt zur Verfügung stehenden Informationen getroffen haben. Diese zukunftsbezogenen Aussagen werden üblicherweise mit Begriffen wie „erwarten“, „schätzen“, „planen“, „rechnen“ etc. umschrieben. Wir weisen darauf hin, dass die tatsächlichen Gegebenheiten – und damit auch die tatsächlichen Ergebnisse – aufgrund verschiedenster Faktoren von den in diesem Bericht dargestellten Erwartungen abweichen können.

Personenbezogene Formulierungen sind geschlechtsneutral zu verstehen.

Dieser Geschäftsbericht ist auch in englischer Sprache verfügbar. Maßgeblich ist in Zweifelsfällen die deutschsprachige Version.

Redaktionsschluss: 1. März 2012

GESCHÄFTSBERICHT | ÖSTERREICHISCHE POST AG | FACTS & FIGURES

WENN'S WIRKLICH WICHTIG IST,
DANN LIEBER MIT DER POST.



JAHRESABSCHLUSS 2011
ÖSTERREICHISCHE POST AG
EINZELABSCHLUSS NACH ÖSTERREICHISCHEM UGB



ANLAGENVERZEICHNIS

Bilanz zum 31. Dezember 2011	3
Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr 2011	5
Anhang für das Geschäftsjahr 2011	6
Lagebericht für das Geschäftsjahr 2011	32

BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2011

Aktiva	31.12.2010 TEUR	31.12.2011 EUR
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte	5.164	9.256.482,33
II. Sachanlagen		
1. Grundstücke, grundstücksähnliche Rechte und Bauten, einschließlich der Bauten auf fremdem Grund	271.553	242.755.016,48
2. technische Anlagen und Maschinen	41.883	36.466.630,97
3. andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	85.965	93.937.473,28
4. geleistete Anzahlungen und Anlagen in Bau	4.265	5.850.090,27
	403.666	379.009.211,00
III. Finanzanlagen		
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	453.716	412.698.944,60
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	55.676	54.986.158,37
3. Beteiligungen	988	237.394,90
4. Wertpapiere (Wertrechte) des Anlagevermögens	91.018	81.138.409,68
	601.398	549.060.907,55
	1.010.228	937.326.600,88
B. Umlaufvermögen		
I. Vorräte		
1. Hilfs- und Betriebsstoffe	4.218	4.014.751,71
2. Waren	11.171	9.760.929,45
	15.389	13.775.681,16
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	163.810	175.247.545,22
2. Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen	49.804	99.373.984,47
3. Forderungen gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	2.013	139.484,54
4. sonstige Forderungen und Vermögensgegenstände	27.505	22.969.557,61
	243.132	297.730.571,84
III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	286.912	290.028.370,70
	545.433	601.534.623,70
C. Rechnungsabgrenzungsposten	27.235	31.879.674,26
	1.582.896	1.570.740.898,84



	31.12.2010 TEUR	31.12.2011 EUR
Passiva		
A. Eigenkapital		
I. Grundkapital	337.763	337.763.190,00
II. Kapitalrücklagen		
1. gebundene	12.237	12.236.810,00
2. nicht gebundene	118.300	118.299.759,74
III. Gewinnrücklagen		
1. gesetzliche Rücklage	35.000	35.000.000,00
2. andere Rücklagen (freie Rücklagen)	15.000	15.000.000,00
IV. Bilanzgewinn,		
davon Gewinnvortrag: EUR 41.277.419,14; Vorjahr: TEUR 4.430	149.362	134.615.591,53
	667.661	652.915.351,27
B. Unversteuerte Rücklagen		
1. Bewertungsreserve auf Grund von Sonderabschreibungen	16.356	15.930.444,32
C. Rückstellungen		
1. Rückstellungen für Abfertigungen	76.955	77.904.000,00
2. Steuerrückstellungen	22.952	11.471.000,00
3. sonstige Rückstellungen	512.096	512.112.472,95
	612.003	601.487.472,95
D. Verbindlichkeiten		
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	9.741	6.750.162,30
2. erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	153	68.251,94
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	136.301	123.795.509,05
4. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	59.709	64.291.864,06
5. Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	1.108	1.985.135,95
6. sonstige Verbindlichkeiten,	70.363	95.866.909,13
davon aus Steuern: EUR 37.042.759,68; Vorjahr: TEUR 16.487		
davon im Rahmen der sozialen Sicherheit: EUR 18.386.114,25;		
Vorjahr: TEUR 19.685	277.374	292.757.832,43
E. Rechnungsabgrenzungsposten	9.501	7.649.797,87
	1.582.896	1.570.740.898,84
Sonstige vertragliche Haftungsverhältnisse	154.049	148.448.423,33

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2011

	2010 TEUR	2011 EUR
1. Umsatzerlöse	1.595.006	1.635.717.240,48
2. sonstige betriebliche Erträge		
a)Erträge aus dem Abgang vom Anlagevermögen mit Ausnahme der Finanzanlagen	23.064	8.595.819,20
b)Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	1.142	2.248.569,17
c)übrige	48.944	66.798.957,23
3. Aufwendungen für Material und sonstige bezogene Leistungen		
a)Materialaufwand	-58.455	-60.418.207,56
b)Aufwendungen für bezogene Leistungen	-208.050	-219.719.479,83
4. Personalaufwand		
a)Gehälter	-751.175	-713.916.405,26
b)Aufwendungen für Abfertigungen und Leistungen an betriebliche Mitarbeitervorsorgekassen	-16.936	-26.042.397,43
c)Aufwendungen für Altersversorgung	-104	-158.087,45
d)Aufwendungen für gesetzlich vorgeschriebene Sozialabgaben sowie vom Entgelt abhängige Abgaben und Pflichtbeiträge	-199.038	-187.173.710,47
e)Sonstige Sozialaufwendungen	-7.536	-7.946.360,79
5. Abschreibungen auf immaterielle Gegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-66.986	-72.676.876,24
davon außerplanmäßige Abschreibungen auf das Anlagevermögen gemäß § 204 Abs. 2 UGB: EUR 10.768.678,07; Vorjahr: TEUR 3.435		
6. sonstige betriebliche Aufwendungen		
a)Steuern, soweit nicht vom Einkommen und Ertrag	-6.235	-6.097.348,77
b)übrige	-206.293	-236.538.528,92
7. Zwischensumme aus Z 1 bis 6 (Betriebsergebnis)	147.349	182.673.183,36
8. Erträge aus Beteiligungen	35.330	20.414.897,40
davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 20.414.897,40; Vorjahr: TEUR 35.330		
9. Erträge aus anderen Wertpapieren des Finanzanlagevermögens	753	1.006.657,27
10. sonstige Zinsenerträge	5.036	7.783.177,68
davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 2.483.379,05; Vorjahr: TEUR 838		
11. Erträge aus dem Abgang von und der Zuschreibung zu Finanzanlagen	9	21.660,00
davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 0,-; Vorjahr: TEUR 7		
12. Aufwendungen aus Finanzanlagen	-5.243	-78.646.768,35
davon Abschreibungen: EUR 77.895.668,35; Vorjahr: TEUR 5.236		
davon Aufwendungen aus verbundenen Unternehmen: EUR 77.895.668,35; Vorjahr: TEUR 5.236		
13. Zinsenaufwendungen	-1.895	-2.158.528,62
davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 1.328.258,64; Vorjahr: TEUR 1.235		
14. Zwischensumme aus Z 8 bis 13 (Finanzergebnis)	33.991	-51.578.904,62
15. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	181.340	131.094.278,74
16. Steuern vom Einkommen und Ertrag	-32.758	-38.181.490,15
17. Jahresüberschuss	148.583	92.912.788,59
18. Auflösung unversteuerter Rücklagen	140	425.383,80
19. Zuweisung zu unversteuerten Rücklagen	-3.792	0,00
20. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	4.430	41.277.419,14
21. Bilanzgewinn	149.362	134.615.591,53

ANHANG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2011

Inhaltsverzeichnis

1. Grundsätzliche Ausführungen	7
2. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden	8
2.1 Allgemeine Angaben	8
2.2 Anlagevermögen	8
2.3 Umlaufvermögen	9
2.4 Rückstellungen	10
2.5 Verbindlichkeiten	10
2.6 Steuerliche Verhältnisse	11
3. Erläuterungen zur Bilanz	12
3.1 Anlagevermögen	12
3.2 Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	14
3.3 Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	14
3.4 Aktive Rechnungsabgrenzungsposten	14
3.5 Eigenkapital	15
3.6 Unversteuerte Rücklagen	15
3.7 Rückstellungen	16
3.8 Verbindlichkeiten	17
3.9 Passive Rechnungsabgrenzungsposten	17
3.10 Sonstige Angaben	17
4. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung	21
4.1 Umsatzerlöse	21
4.2 Sonstige betriebliche Erträge	21
4.3 Aufwendungen für Material und sonstige bezogene Leistungen	21
4.4 Personalaufwand	21
4.5 Aufwendungen für Abfertigungen und für Altersversorgung	22
4.6 Sonstige betriebliche Aufwendungen	22
4.7 Erträge aus Beteiligungen	23
4.8 Aufwendungen aus Finanzanlagen	23
4.9 Steuern vom Einkommen	24
5. Risikomanagement	25
6. Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats	27
Bestätigungsvermerk	29



1. Grundsätzliche Ausführungen

Die Österreichische Post AG und ihre Tochtergesellschaften sind Dienstleistungsunternehmen im Bereich der Postbeförderung. Zu den Hauptgeschäftsbereichen der Österreichischen Post AG zählen die Erbringung von Leistungen des Brief- und Paketdienstes sowie die Abwicklung von Finanzgeschäften in Kooperation mit der BAWAG P.S.K.

Der Sitz der Österreichischen Post AG befindet sich in Wien, Österreich. Die Anschrift lautet: Österreichische Post AG, Haidingerstraße 1, 1030 Wien. Die Gesellschaft ist in das Firmenbuch beim Handelsgericht Wien (FN 180219d) eingetragen.

Die Österreichische Post AG ist ein konsolidierungspflichtiges Mutterunternehmen im Sinne des § 244 UGB und stellt gemäß § 245 a Abs. 1 UGB ihren Konzernabschluss nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) auf.



2. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

2.1 Allgemeine Angaben

Der Jahresabschluss zum 31. Dezember 2011 wurde nach den Rechnungslegungsvorschriften des österreichischen Unternehmensgesetzbuches (UGB) in der geltenden Fassung, unter Beachtung der Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung sowie der Generalnorm, ein möglichst getreues Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens zu vermitteln, aufgestellt.

Der Jahresabschluss wurde in Euro aufgestellt. Alle Beträge sind, sofern nichts anderes angeführt ist, in tausend Euro (TEUR) angegeben. Bei Summierung von gerundeten Beträgen und Prozentangaben können durch Verwendung automatisierter Rechenhilfen rundungsbedingte Rechendifferenzen auftreten.

Für die Erstellung des Jahresabschlusses wurde der Grundsatz der Vollständigkeit eingehalten. Bei der Bewertung wurde der Grundsatz der Einzelbewertung beachtet und eine Fortführung des Unternehmens unterstellt.

Dem Vorsichtsprinzip wurde Rechnung getragen, indem nur die am Abschlussstichtag verwirklichten Gewinne ausgewiesen wurden. Alle erkennbaren Risiken und drohenden Verluste wurden berücksichtigt.

Die Gewinn- und Verlustrechnung wurde nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt.

2.2 Anlagevermögen

Immaterielle Vermögensgegenstände und **Sachanlagen** werden mit den Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten, vermindernd um planmäßige Abschreibungen, angesetzt. Außerplanmäßige Abschreibungen werden bei voraussichtlich dauernder Wertminderung durchgeführt.

Die planmäßigen Abschreibungen werden linear unter Zugrundelegung folgender Nutzungsdauern und Abschreibungssätze berechnet:

	Nutzungsdauer in Jahren	Abschreibungssatz in %
Immaterielle Vermögensgegenstände	3-10	10-33
Gebäude	20-50	2-5
Grundstückseinrichtungen	10	10
Technische Anlagen und Maschinen	8-10	10-12,5
Werkzeuge, Mess- und Prüfgeräte	5	20
Büromaschinen	5-8	12,5-20
EDV- Großrechner/Netzwerkkomponenten	5	20
EDV- Arbeitsplatzausstattung	3-4	25-33,3
Alarmanlagen	5	20
Büroeinrichtung und Schaltermöbel	12	8,33
Sozialeinrichtungen	8	12,5
Depotbriefkästen	10	10
Briefkästen	20	5
Fuhrpark	4-10	10-25



Für Zugänge des 1. Halbjahres wird die volle Jahresabschreibung, für Zugänge des 2. Halbjahres die halbe Jahresabschreibung angesetzt.

Geringwertige Vermögensgegenstände gemäß § 13 EStG werden im Zugangsjahr voll abgeschrieben. In der Entwicklung des Anlagevermögens werden sie als Zu- und Abgang sowie Abschreibung des Geschäftsjahrs ausgewiesen.

Finanzanlagen werden zu Anschaffungskosten bewertet. Außerplanmäßige Abschreibungen werden vorgenommen, wenn der beizulegende Wert zum Abschlussstichtag niedriger ist und die Wertminderungen voraussichtlich von Dauer sind.

Ausleihungen werden zu Anschaffungskosten bewertet. Sofern sie unverzinslich sind, werden sie mit dem am Bilanzstichtag geltenden Zinssatz abgezinst und mit dem Barwert angesetzt.

2.3 Umlaufvermögen

Die Bewertung der **Vorräte** erfolgt zu Anschaffungs- und Herstellungskosten unter Beachtung des Niederstwertprinzips. Die Bestandswertermittlung wird in einem ersten Schritt nach dem gleitenden Durchschnittspreisverfahren durchgeführt. Der zweite Schritt der Bewertung umfasst eine gegebenenfalls erforderliche Abwertung auf einen zum Bilanzstichtag unter dem Durchschnittspreis liegenden niedrigeren Einkaufspreis. Der letzte Bewertungsschritt berücksichtigt die Gängigkeit der Vorräte. Nach Maßgabe der Umschlaghäufigkeit¹ werden, wenn nötig, vom Bestandswert entsprechende Abschläge (bis 100%) vorgenommen.

Forderungen und **sonstige Vermögensgegenstände** werden mit dem Nennwert bewertet, soweit nicht im Fall erkennbarer Einzelrisiken, der niedrigere beizulegende Wert angesetzt wird. Zur Berücksichtigung allgemeiner Kreditrisiken bestehen pauschal ermittelte Wertberichtigungen. Soweit erforderlich, wird eine spätere Fälligkeit von Forderungen durch Abzinsung berücksichtigt.

Die **liquiden Mittel** sind zum Nennwert angesetzt.

Fremdwährungsforderungen gegenüber Drittländern werden mit dem Entstehungskurs oder mit dem niedrigeren Devisengeldkurs des Bilanzstichtages angesetzt. Die Forderungen aus dem internationalen Postverkehr werden großteils in Euro bzw. mit Drittländern in Sonderziehungsrechten abgerechnet. Die Bewertung der Sonderziehungsrechte erfolgt zum Referenzkurs des International Monetary Fund zum Bilanzstichtag.

¹ Die Umschlaghäufigkeit errechnet sich, indem man den durchschnittlichen Jahresverbrauch durch den durchschnittlichen Ist-Bestand dividiert.

2.4 Rückstellungen

Rückstellungen für Abfertigungen werden für gesetzliche und vertragliche Ansprüche von Angestellten gebildet. Die Rückstellung wird nach versicherungsmathematischen Grundsätzen unter Zugrundelegung der Vorschriften der International Financial Reporting Standards (IAS 19) berechnet. Die Bewertung erfolgt nach der Projected Unit Credit Method unter Zugrundelegung eines gesetzlichen Pensionsantrittsalters von 55 bis maximal 65 Jahren für weibliche und von 60 bis maximal 65 Jahren für männliche Angestellte und unter Berücksichtigung der Übergangsbestimmungen gemäß Pensionsharmonisierungsgesetz 2003 und schrittweiser Anhebung des Regelpensionsalters für Frauen. Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste werden erfolgswirksam erfasst. Für Beamte wurde keine Abfertigungsrückstellung gebildet.

Folgende Parameter wurden zugrunde gelegt:

	2010	2011
Rechnungszinssatz	4,5%	4,5%
Gehaltssteigerung	4,0%	4,0%
Fluktuationsabschlag	gestaffelt 2-8%	gestaffelt 2-8%

Für Dienstnehmer, deren Dienstverhältnisse nach dem 31. Dezember 2002 begonnen haben, werden die Abfertigungsverpflichtungen durch die laufende Entrichtung der Beiträge an eine Mitarbeitervorsorgekasse abgegolten.

Rückstellungen für den Abfertigungen ähnliche Verpflichtungen werden für **Jubiläumsgelder** gebildet. Die Berechnung erfolgt analog dem Verfahren für die Abfertigungsrückstellung unter Zugrundelegung der gleichen Parameter.

Die **übrigen Rückstellungen** werden in Höhe der voraussichtlichen Inanspruchnahme gebildet und berücksichtigen alle erkennbaren Risiken und der Höhe nach noch nicht feststehende Verbindlichkeiten. Sie umfassen im Wesentlichen Vorsorgen für Personal, für noch nicht konsumierte Urlaube, Unterauslastungen, im Umlauf befindliche Postwertzeichen und aufgelieferte, jedoch noch nicht zugestellte Brief- und Paketsendungen, Abgeltungsverpflichtungen für Personalanpassungsmaßnahmen und sonstige ungewisse Verbindlichkeiten.

Die **Rückstellung für Unterauslastung** wird für künftige Personalaufwendungen für Mitarbeiter gebildet, die unkündbar sind (vor allem Beamte) und im Unternehmen nicht mehr oder nur mehr zum Teil zur Leistungserbringung eingesetzt werden können. Die Rückstellung wurde unter Anwendung eines einheitlichen durchschnittlichen Unterauslastungsgrades unter Berücksichtigung eines Fluktuationsabschlages ermittelt.

Weiters wird in der Rückstellung für Unterauslastung für jene Mitarbeiter vorgesorgt, die sich in einem Verfahren zur Versetzung in den Ruhestand wegen Dienstunfähigkeit befinden. Zusätzlich wurde für die Übernahme von Mitarbeitern der Österreichischen Post AG in die Bundesministerien für Inneres, Finanzen und Justiz hinsichtlich deren Gehaltaufwand bis zum Ende des Refundierungszeitraumes eine Vorsorge gebildet.

Der Berechnung der Rückstellung für Unterauslastung wurden unverändert zum Vorjahr Gehaltssteigerungen von 4,0% und ein Abzinsungssatz von 4,5% zugrunde gelegt.

2.5 Verbindlichkeiten

Verbindlichkeiten sind mit ihrem Rückzahlungsbetrag unter Bedachtnahme auf den Grundsatz der Vorsicht angesetzt. Fremdwährungsverbindlichkeiten gegenüber Drittländern werden mit ihrem Entstehungskurs oder mit dem höheren Devisenbriefkurs zum Bilanzstichtag bewertet. Verbindlichkeiten aus dem internationalen Postverkehr werden großteils in Euro bzw. mit Drittländern in Sonderziehungsrechten abgerechnet. Die Bewertung der Sonderziehungsrechte erfolgt zum Bilanzstichtag mit dem Referenzkurs des International Monetary Fund.



2.6 Steuerliche Verhältnisse

Umsatzsteuer

Für alle Postdienstleistungen (Briefe, Pakete und EMS-Sendungen) gelten ab 1. Jänner 2010 die Bestimmungen der Richtlinie 2008/8/EG vom 12. Februar 2008 bezüglich des Ortes der Dienstleistung. Für Dienstleistungen, die an unternehmerische Leistungsempfänger erbracht werden, gilt generell das Empfängerortprinzip (§ 3 a Abs. 6 UStG), für Dienstleistungen an nichtunternehmerische Leistungsempfänger kommt das Unternehmensortprinzip zur Anwendung (§ 3 a Abs. 7 UStG).

Die Berücksichtigung der Erkenntnisse aus der EuGH-Entscheidung vom 23. April 2009 und der geänderten postrechtlichen Bestimmungen im Postmarkgesetz hatten zur Folge, dass die Beförderung von EMS-Sendungen sowie von Paketen über 20 kg ab 1. Juli 2010 nicht mehr zu den steuerfreien Universalienstleistungen gehört.

Mit 1. Jänner 2011 wurde die Steuerfreiheit von Postdienstleistungen – bedingt durch die Umsetzung des o.g. EuGH-Urteils in nationales Recht - mit Änderung des § 6 Abs. 1 Z. 10 lit. b UStG weiter eingeschränkt. Umsatzsteuerbefreit sind nur mehr Postdienstleistungen, die ein Universalienstbetreiber im Sinne des § 12 des Postmarkgesetzes als solcher erbringt. Die Steuerfreiheit gilt nicht für Leistungen, deren Bedingungen individuell ausgehandelt worden sind.

Die Österreichische Post AG ist ein Unternehmen, das neben Umsätzen, die zum Ausschluss vom Vorsteuerabzug führen, auch solche Umsätze bewirkt, bei denen ein solcher Ausschluss nicht gegeben ist.

Steuerfreie Umsätze der Österreichischen Post AG, die den Vorsteuerabzug ausschließen, sind vor allem die Universalienstleistungen (v.a Briefe bis 2 kg und Pakete bis 10 kg) sowie jene aus der Vermittlung von Bankdienstleistungen (§ 6 Abs. 1 Z. 8 UStG).

Soweit Aufwendungen nicht direkt steuerpflichtigen Umsätzen oder steuerfreien Umsätzen zuordenbar sind, erfolgt der Vorsteuerabzug im Verhältnis der zum Vorsteuerabzug berechtigenden, steuerpflichtigen Umsätze zu den gesamten Umsätzen. Dieses Verhältnis wird in Form eines Prozentsatzes, des sogenannten Pro-rata-Satzes, angegeben.

Steuern vom Einkommen

Die Österreichische Post AG als Gruppenträger bildet mit mehreren Tochtergesellschaften eine Unternehmensgruppe i.S.d. § 9 KStG. Das Vorliegen einer Unternehmensgruppe bewirkt, dass die steuerlichen Ergebnisse der Gruppenmitglieder der Österreichischen Post AG zugerechnet werden. Eine unternehmensrechtliche Zuweisung der Ergebnisse erfolgt nicht.

Innerhalb der Unternehmensgruppe erfolgt ein Ausgleich der steuerlichen Mehr- oder Minderbelastung des Gruppenträgers durch die Verrechnung positiver und negativer Steuerumlagen. Positive Steuerumlagen sind Ausgleichszahlungen der Gruppenmitglieder an den Gruppenträger aufgrund der Überrechnung der positiven Ergebnisse. Negative Steuerumlagen sind als Ausgleich für die Überrechnung negativer Ergebnisse von Gruppenmitgliedern an den Gruppenträger von der Österreichischen Post AG zu leisten.



3. Erläuterungen zur Bilanz

3.1 Anlagevermögen

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens und die Aufgliederung der Jahresabschreibung sind im Anlagespiegel (Beilage A) dargestellt.

In den Sachanlagen ist bei den Grundstücken der Österreichischen Post AG ein Grundwert von TEUR 71.498 (31.12.2010 TEUR 74.023) enthalten.

Im Geschäftsjahr 2011 wurden außerplanmäßige Abschreibungen des Sachanlagevermögens in Höhe von TEUR 10.769 (2010: TEUR 3.435) und des Finanzanlagevermögens in Höhe von TEUR 77.896 (2010: TEUR 5.236) vorgenommen. Im Geschäftsjahr 2011 wurde die Beteiligung an der Post eins Beteiligungs GmbH im Zusammenhang mit der trans-o-flex Gruppe Deutschland mit TEUR 74.010 und an der Post drei Beteiligungs GmbH mit TEUR 3.885 (2010: TEUR 5.236) außerplanmäßig abgeschrieben.

Da die Emittenten der im Finanzanlagevermögen ausgewiesenen Schuldinstrumente weiterhin ein gutes Bonitätsrating aufweisen und die Kursrückgänge nicht auf finanzielle Schwierigkeiten der Emittenten, sowie auf Verringerung zukünftiger Cashflows oder auf Ausfälle von Zins- und Tilgungszahlungen schließen lassen, ist eine dauerhafte Wertminderung nicht anzunehmen. Außerplanmäßige Abschreibungen gemäß § 204 Abs. 2 zweiter Satz UGB unterbleiben daher. Der Buchwert der im Finanzanlagevermögen ausgewiesenen Schuldinstrumente beträgt TEUR 40.527; der beizulegende Zeitwert beläuft sich auf TEUR 33.941.



Beteiligungen der Österreichischen Post AG

Name und Sitz der Gesellschaft	Anteil zum 31.12.2011	Eigenkapital zum 31.12.2011 TEUR	Jahres- ergebnis 2011 TEUR	
			%	
Anteile an verbundenen Unternehmen				
Post Paket Service GmbH, Wien	100	33.368	2.832	
Post & Co Vermietungs OG, Wien	100	148.254	4.294	
Medien.Zustell GmbH, Wien**)	100	600	278	
Post.Maintain Management Objektverwaltungs- u. instandhaltungs GmbH, Wien**)	100	14.850	-849	
A4 Business Solutions GmbH, Wien**)	100	204	86	
Post.Wertlogistik GmbH, Wien	100	4.027	107	
Post Immobilien GmbH, Wien**)	100	1.201	-508	
feibra GmbH, Wien**)	100	17.110	11.428	
feibra Magyarország Kft, Budapest***)	100	2.757	275	
Post International Beteiligungs GmbH, Wien**)	100	47.450	787	
Austrian Post International Deutschland GmbH, Bonn**))***)	100	2.963	1.847	
KOLOS s.r.o., Bratislava***)	100	374	-134	
Weber Escal d.o.o., Zagreb***)	100	2.564	786	
Post eins Beteiligungs GmbH, Wien	100	71.019	-118.680	
Post drei Beteiligungs GmbH, Wien	100	44.228	25.987	
Post sechs Beteiligungs GmbH, Wien	100	32	-3	
Post sieben Beteiligungs GmbH, Wien	100	2.212	-3	
Post neun Beteiligungs GmbH, Wien	100	33	-2	
Beteiligungen an assoziierten Unternehmen				
Omnimedia Werbegesellschaft m.b.H., Wien*)		21	4.317	3.762
Sonstige Beteiligungen				
OMNITEC Informationstechnologie-Systemservice GmbH, Wien		50	378	23

*) Jahresabschluss zum 30.06.2011

**) Unternehmensgruppe i.S.d. § 9 KStG

***) gemäß IFRS-Reportingpackage zum 31. Dezember 2011

Der Beteiligungsansatz der Post International Beteiligungs GmbH erhöhte sich aufgrund von Großmutterzuschüssen um insgesamt TEUR 1.400. Davon entfielen TEUR 500 auf die 24-VIP d.o.o. und TEUR 900 auf die City Express d.o.o.

Die Österreichische Post AG gründete am 6. Oktober 2011 die Post sechs Beteiligungs GmbH und die Post neun Beteiligungs GmbH mit einer Stammeinlage von je TEUR 35, sowie die Post sieben Beteiligungs GmbH mit einer Stammeinlage von TEUR 70. Weiters wurden nicht rückzahlbare Zuschüsse in Höhe von insgesamt TEUR 35.339 an folgende Konzerngesellschaften geleistet:

Post eins Beteiligungs GmbH:

- trans-o-flex Schnell-Lieferdienst GmbH & Co KG: TEUR 25.000

Post drei Beteiligungs GmbH:

- Post vier Beteiligungs GmbH: TEUR 1.350 für Online Post Austria GmbH, TEUR 6.500 für MEILLERGHP GmbH und TEUR 344 für PostMaster s.r.l.

Post sieben Beteiligungs GmbH:

- Post acht Beteiligungs GmbH: TEUR 2.145 für den Erwerb der PostMaster s.r.l.

Der Buchwert der Anteile im Zusammenhang mit der BAWAG P.S.K. Bank für Arbeit und Wirtschaft und Österreichische Postsparkasse AG beträgt unverändert zum Vorjahr TEUR 36.400.

Insgesamt wurden Ausleihungen in Höhe von TEUR 54.986 (31.12.2010: TEUR 55.676) an Post fünf Beteiligungs GmbH vergeben. Die Ausleihungen sind zur Gänze langfristig.

3.2 Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

TEUR	31.12.2010		31.12.2011	
	bis 1 Jahr	über 1 Jahr	bis 1 Jahr	über 1 Jahr
mit einer Restlaufzeit von				
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	163.810	0	175.248	0
Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen	42.464	7.340	48.142	51.232
Forderungen gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	2.013	0	139	0
Sonstige Forderungen und Vermögensgegenstände	21.427	6.078	22.970	0
	229.714	13.418	246.498	51.232

In den Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen sind Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von TEUR 1.129 (31.12.2010: TEUR 1.029) und sonstige Forderungen in Höhe von TEUR 98.245 (31.12.2010: TEUR 48.775) enthalten.

Die sonstigen Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen entfallen mit TEUR 1.928 (31.12.2010: TEUR 2.353) auf Steuerumlagen, mit TEUR 21.992 (31.12.2010: TEUR 36.450) auf Gewinnausschüttungen und Ergebnisüberrechnungen sowie mit TEUR 74.325 (31.12.2010: TEUR 9.972) auf sonstige Verrechnungen und Finanzierungen.

Zum Jahresende wurden pauschal ermittelte Wertberichtigungen zu Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von TEUR 868 (31.12.2010: TEUR 818) vorgenommen. Die Ermittlung der pauschalen Wertberichtigungen wird im mehrjährigen Jahresrhythmus an den tatsächlichen Schadensverlauf angepasst.

In den sonstigen Forderungen sind Ertragszinsen in Höhe von TEUR 1.217 (31.12.2010: TEUR 680) sowie sonstige übrige Erträge in Höhe von TEUR 4.375 (31.12.2010: TEUR 11.028) enthalten, die erst nach dem Abschlussstichtag zahlungswirksam werden.

3.3 Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten

TEUR	31.12.2010	31.12.2011
Guthaben bei Kreditinstituten	1.305	2.196
Termingelder	283.500	284.500
Kassenbestände	2.107	3.332
	286.912	290.028

3.4 Aktive Rechnungsabgrenzungsposten

Aktive Rechnungsabgrenzungsposten wurden in Höhe von TEUR 31.880 (31.12.2010: TEUR 27.235) gebildet; davon entfallen TEUR 17.281 (31.12.2010: TEUR 17.948) auf vorausbezahlte Bezüge an Mitarbeiter und TEUR 5.699 (31.12.2010: TEUR 7.659) auf Mietzinsvorauszahlungen.



3.5 Eigenkapital

Das Grundkapital der Österreichischen Post AG beträgt TEUR 337.763. Es ist in 67,6 Mio auf Inhaber lautende stimm- und gewinnberechtigte Aktien geteilt. Hauptaktionärin der Österreichischen Post AG ist mit einem Anteil von 52,8% die Österreichische Industrieholding AG, Wien.

Im Geschäftsjahr 2006 wurde der Vorstand in einer außerordentlichen Hauptversammlung gemäß § 174 Abs. 2 AktG ermächtigt, innerhalb von fünf Jahren Wandelschuldverschreibungen, mit denen ein Umtauschrechtf auf bis zu 35 Mio Stück Stammaktien der Gesellschaft im Gesamtbetrag von bis zu 175 Mio EUR verbunden ist, auszugeben. Weiters wurde der Vorstand ermächtigt eine bedingte Kapitalerhöhung des Grundkapitals um bis zu 175 Mio EUR durch Ausgabe von bis zu 35 Mio Stück neue auf Inhaber lautende Stückaktien zur Gewährung von Umtauschrechten an die Gläubiger der Wandelschuldverschreibungen durchzuführen. Diese Ermächtigungen sind im Geschäftsjahr 2011 erloschen.

Im Rahmen der am 22. April 2008 abgehaltenen Hauptversammlung wurde der Vorstand ermächtigt, während einer Geltungsdauer von 18 Monaten eigene Aktien im Ausmaß von 10% des Grundkapitals nach den Bestimmungen des Aktiengesetzes und des Börsegesetzes gemäß § 65 Abs. 1 Z. 8 AktG zu erwerben und zum Zwecke der Kapitalherabsetzung durch Einziehung von Aktien gemäß § 192 AktG einzuziehen. Das Aktienrückkaufsprogramm, begonnen am 19. August 2008, wurde am 31. Dezember 2008 abgeschlossen. Alle eigenen Aktien (2.447.362 Stück) wurden am 24. April 2009 eingezogen und damit das Grundkapital herabgesetzt. In der Höhe des Nennwerts der eigenen Anteile wurde eine gebundene Kapitalrücklage eingestellt.

Die nicht gebundene Kapitalrücklage beträgt zum 31. Dezember 2011 unverändert zum Vorjahr TEUR 118.300.

Die gesetzliche Gewinnrücklage beträgt zum Bilanzstichtag TEUR 35.000 (31.12.2010: TEUR 35.000). Weiters wurde gemäß Gewinnverwendungsbeschluss der Hauptversammlung vom 22. April 2010 eine freie Gewinnrücklage in Höhe von TEUR 15.000 durch Umgliederung aus dem Gewinnvortrag gebildet.

3.6 Unversteuerte Rücklagen

Die Bewertungsreserven aufgrund von Sonderabschreibungen gliedern sich wie folgt:

TEUR	01.01.2011	Auflösung	31.12.2011
Übertragung stiller Reserven gem. § 12 Abs. 1 EStG			
Grundstücke und Gebäude	9.650	23	9.627
Betriebs- und Geschäftsausstattung	13	4	8
Fahrzeuge	221	96	125
	9.884	124	9.759

Die Rechtsgrundlage für die Zuweisung zu Bewertungsreserven aufgrund von Sonderabschreibungen stellt die mit dem Konjunkturpaket 2009 geschaffene Begünstigung einer vorzeitigen Abschreibung für körperliche Anlagegüter im Sinne des § 7a EStG dar. Der Anwendungszeitraum war auf Anschaffungen, die in den Jahren 2009 und 2010 getätigten wurden, begrenzt.

TEUR	01.01.2011	Auflösung	Umbuchung	31.12.2011
Vorzeitige Abschreibung gem. § 7 a EStG				
Technische Anlagen und Maschinen	411	6	57	462
Betriebs- und Geschäftsausstattung	1.987	270		1.717
Fahrzeuge	4.018	25		3.993
Betriebsanlagen in Bau	57		-57	0
	6.472	301	0	6.171

3.7 Rückstellungen

Die Rückstellungen setzen sich zum Bilanzstichtag wie folgt zusammen:

TEUR	01.01.2011	Umgliederung	Verbrauch	Auflösung	Zuweisung	31.12.2011
Abfertigungen	76.955		8.853	255	10.057	77.904
Steuern	22.952		22.230	0	10.749	11.471
Jubiläumsgelder	92.998		7.323	5.907	11.779	91.547
Noch nicht konsumierte						
Urlaube	44.073		0	0	1.197	45.270
Betriebsvereinbarung	31.467		19.041	43	5.542	17.925
Noch nicht erbrachte						
Leistungen	21.815		21.815	0	26.037	26.037
Sonstige Personalkosten	52.029		40.388	13.596	44.625	42.670
Ausstehende						
Eingangsrechnungen	15.858		13.609	1.901	24.522	24.870
Vorsorge für						
Unterauslastung	226.966	-13.486	21.258	48.326	77.675	221.572
Abgeltungsverpflichtung	7.808		841	1.010	790	6.747
Übrige sonstige						
Aufwendungen	19.083		7.341	641	24.373	35.474
Sonstige						
Rückstellungen	512.097	-13.486	131.616	71.423	216.541	512.112
Rückstellungen gesamt	612.004	-13.486	162.699	71.679	237.347	601.487

In den Rückstellungen für übrige sonstige Aufwendungen ist eine Rückstellung in Höhe von TEUR 22.220 für den gesetzlich vorgeschriebenen Austausch nicht EU-konformer Hausbrieffachanlagen enthalten.

Für jene Mitarbeiter, die vom Bundesministerium für Inneres übernommen wurden, wurde im Geschäftsjahr 2011 ein Betrag in Höhe von TEUR 13.486 in eine Verbindlichkeit umgegliedert.

Von den Auflösungen der Rückstellungen wurden TEUR 70.455 im Personalaufwand verrechnet.

3.8 Verbindlichkeiten

TEUR	31.12.2010			
	bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	Gesamt
mit einer Restlaufzeit von				
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstitute	2.991	0	6.750	9.741
erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	153	0	0	153
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	136.301	0	0	136.301
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	59.709	0	0	59.709
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	1.108	0	0	1.108
sonstige Verbindlichkeiten	54.446	14.725	1.192	70.363
	254.707	14.725	7.942	277.374

TEUR	31.12.2011			
	bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	Gesamt
mit einer Restlaufzeit von				
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstitute	0	6.750	0	6.750
erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	68	0	0	68
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	123.796	0	0	123.796
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	64.292	0	0	64.292
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	1.985	0	0	1.985
sonstige Verbindlichkeiten	78.178	16.720	968	95.867
	268.319	23.470	968	292.758

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen resultieren aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von TEUR 6.567 (31.12.2010: TEUR 4.949), aus Steuerumlagen in Höhe von TEUR 561 (31.12.2010: TEUR 400) und sonstigen Verrechnungen mit TEUR 57.164 (31.12.2010: TEUR 54.360).

In den sonstigen Verbindlichkeiten sind Personalaufwendungen in Höhe von TEUR 46.323 (31.12.2010: TEUR 50.590) und sonstige übrige Aufwendungen in Höhe von TEUR 1.153 (31.12.2010: TEUR 5.425) enthalten, die erst nach dem Abschlussstichtag zahlungswirksam werden.

3.9 Passive Rechnungsabgrenzungsposten

Passive Rechnungsabgrenzungen wurden in Höhe von TEUR 7.650 (31.12.2010: TEUR 9.501) gebildet; davon entfallen TEUR 4.805 (31.12.2010: TEUR 5.285) auf den Nettobarwertvorteil aus dem Cross Border Leasing.

3.10 Sonstige Angaben

Haftungsverhältnisse

Cross Border Leasing

Im Geschäftsjahr 2002 hat die Österreichische Post AG mit zwei US-Trusts eine Cross Border Leasing-Transaktion abgeschlossen. Die Österreichische Post AG hat diesen beiden Trusts auf 99 Jahre ein Fruchtgenussrecht an Postsortieranlagen in Wien, Graz, Salzburg und Innsbruck gegen Leistung eines „Grant Payments“ von 117 Mio USD eingeräumt. Gleichzeitig wurde ein Lease Agreement abgeschlossen, in dem die Österreichische Post AG auf 24 Jahre das Nutzungsrecht an diesen Anlagen wieder zurückgemietet hat.

Die als Sicherheiten verpfändeten Sachanlagen weisen einen Buchwert von TEUR 8.801 (31.12.2010: TEUR 14.422) auf. In diesem Lease Agreement wurde der Österreichischen Post AG auch das Recht eingeräumt, das Fruchtgenussrecht an den Postsortieranlagen entweder mit 1. Jänner 2022 zu einem Fixpreis („EBO Payment“)

Amount“) oder am Ende des Leasingsvertrages zum Verkehrswert, mindestens jedoch zum „End of Term Purchase Option Price“ zurückzukaufen.

Die Österreichische Post AG hat ihre Verpflichtung zur Zahlung der Leasingraten einschließlich eines allfälligen EBO Payment an zwei Payment Undertaker ausgelagert. Zu diesem Zweck hat die Österreichische Post AG Zahlungen an die Payment Undertaker geleistet (Mio USD 108,3) und die entsprechende Verbindlichkeit ausgebucht. Die Payment Undertaker haben sich ihrerseits verpflichtet, die entsprechenden Beträge zu den festgesetzten Zahlungsterminen für die Österreichische Post AG zu leisten. Bei der Österreichischen Post AG verbleibt das Restrisiko einer möglichen Inanspruchnahme im Falle einer Insolvenz der Payment Undertaker. Die aufgrund der in Vorjahren erfolgten Abstufung des Ratings eines Payment Undertakers erforderliche zusätzliche Besicherung durch Wertpapiere wurde hinterlegt.

Zum Bilanzstichtag stellt sich das Rating der beiden Payment Undertaker wie folgt dar:

	31.12.2010	31.12.2011
Standard & Poor's	A+(Positive) bzw. AA-(Negative)	A+(Stable) bzw. AA-(Stable)
Moody's	A1(Stable) bzw. Aa3 (Stable)	A1(Positive) bzw. Aa3 (Negative)

Zum 31. Dezember 2011 beläuft sich der von den Payment Undertakern zu leistende Betrag auf TEUR 87.120 (31.12.2010: TEUR 84.866).

Der aus dieser Transaktion der Österreichischen Post AG zugeflossene Nettobarwertvorteil wird unter den passiven Rechnungsabgrenzungsposten (31.12.2011: TEUR 4.805; 31.12.2010: TEUR 5.285) ausgewiesen und verteilt über die Vertragslaufzeit ertragswirksam aufgelöst.

Patronatserklärungen

Mit 26. Jänner 2007 hat die Österreichische Post AG für ein Darlehen der Post fünf Beteiligungs GmbH über TEUR 95.926 an die trans-o-flex Schnell-Lieferdienst GmbH & Co KG die Haftung für die rechtzeitige Rückzahlung übernommen. 2009 wurde dieses Darlehen um TEUR 50.000 auf TEUR 45.926 reduziert.

Im Jahr 2009 wurden Haftungen für trans-o-flex Belgium B.V.B.A. in Höhe von TEUR 3.444 (aushaftender Betrag am 31.12.2011: TEUR 1.495) und im Geschäftsjahr 2010 in Höhe von TEUR 3.800 (aushaftender Betrag am 31.12.2011: TEUR 3.201) übernommen.

Im Jahr 2011 wurden Haftungen für MEILLERGHP GmbH in Höhe von TEUR 4.436 (aushaftender Betrag am 31.12.2011: TEUR 2.875) und für trans-o-flex ThermoMed GmbH & Co KG in Höhe von TEUR 7.500 (aushaftender Betrag am 31.12.2011: TEUR 7.500) übernommen.

Weiters bestehen sonstige Haftungsverhältnisse gegenüber verbundenen Unternehmen mit einem Betrag von TEUR 543 (aushaftender Betrag zum 31.12.2011: TEUR 331).

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

TEUR	31.12.2010	31.12.2011
Bestellverpflichtungen für Investitionen	4.986	22.361
Verpflichtungen aus der Nutzung von in der Bilanz nicht ausgewiesenen Sachanlagen		
im folgenden Geschäftsjahr	45.232	46.449
davon gegenüber verbundenen Unternehmen	8.905	8.741
in den folgenden fünf Jahren (statistisch hochgerechnet)	226.818	231.430
davon gegenüber verbundenen Unternehmen	44.527	43.707

Derivative Finanzinstrumente

Die Österreichische Post AG hat zur Verminderung des Zinsänderungsrisikos von festverzinslichen Wertpapieren Zins-Swaps abgeschlossen. Die festen Zinssätze lagen im Geschäftsjahr 2011 zwischen 1,691% und 4,750% (2010: zwischen 2,998% und 3,768%). Die variablen Zinssätze, die während der Laufzeit der Swap-Vereinbarung wesentlichen Änderungen unterliegen können, sind an verschiedene Interbankensätze gebunden.

Der Marktwert derivativer Finanzinstrumente entspricht jenem Wert, den die Österreichische Post AG bei Auflösung des Geschäfts am Bilanzstichtag erhalten würde oder zahlen müsste. Hierbei werden die gegenwärtigen Marktverhältnisse sowie das aktuelle Zinsniveau und die Bonität der Swap-Partner berücksichtigt. Ist der beizulegende Zeitwert am Bilanzstichtag negativ, wird dafür mit einer Rückstellung vorgesorgt.

Der im Geschäftsjahr 2010 und 2011 bestehende Zins-Swap weist folgende Werte auf:

TEUR	31.12.2010	31.12.2011
Nominal	5.000	5.000
Marktwert	290	145
durchschnittlich empfangener Zinssatz	3,593%	2,880%
durchschnittlich zu zahlender Zinssatz	1,519%	1,895%
Restlaufzeit in Jahren	8,8	7,8

Für einen weiteren im Geschäftsjahr 2011 abgeschlossenen Zins-Swap stellen sich die Werte wie folgt dar:

TEUR	31.12.2011
Nominal	3.000
Marktwert	-209
durchschnittlich empfangener Zinssatz	2,824%
durchschnittlich zu zahlender Zinssatz	4,750%
Restlaufzeit in Jahren	6,2

Aktienbasierte Vergütungsprogramme

Der Aufsichtsrat der Österreichischen Post AG hat im Dezember 2009 die Einführung aktienbasierter Vergütungsprogramme beschlossen. In den Geschäftsjahren 2010 und 2011 wurde jeweils ein Vergütungsprogramm für Vorstandsmitglieder und Führungskräfte realisiert. Voraussetzung für die Teilnahmeberechtigung war der Erwerb einer bestimmten Anzahl an Aktien der Österreichischen Post AG nach vorgegebenen Richtlinien. Dieses Eigeninvestment ist bis zum Ende des nächstfolgenden Jahres nach Ablauf des Performancezeitraums ununterbrochen zu halten (Tranche 1: 31.12.2013, Tranche 2: 31.12.2014). Von den Vorstandsmitgliedern nehmen die Herren Dipl.-Ing. Dr. Georg Pöhlz, Mag. Dr. Rudolf Jettmar, Dipl.-Ing. Walter Hitziger und Dipl.-Ing. Dr. Herbert Götz an beiden Vergütungsprogrammen und Herr Dipl.-Ing. Peter Ummundum am zweiten Vergütungsprogramm teil.

Die für das Eigeninvestment nötige Anzahl an Aktien der Österreichischen Post AG bei Programmbeginn ergibt sich für die Mitglieder des Vorstands als definierter Prozentsatz des Bruttofixgehaltes dividiert durch den Referenzkurs des vierten Quartals des jeweiligen Vorjahres. Das Eigeninvestment der Führungskräfte orientiert sich an der gewählten Investmentkategorie gemäß Teilnahmebedingungen. Die für die aktienbasierten Vergütungsprogramme nötigen Eigeninvestments betragen zum 31. Dezember 2011 für die Mitglieder des Vorstands insgesamt 54.920 Aktien, für die teilnehmenden Führungskräfte 105.600 Aktien.

Am Anspruchstag werden den Teilnehmern Bonusaktien gewährt oder es erfolgt ein Barausgleich. Die Zahl der Bonusaktien hängt vom Ausmaß der Erreichung der im Voraus definierten Leistungskriterien ab. Zu Beginn des Programms wurden Zielwerte für Schlüsselindikatoren festgelegt. Die maßgeblichen Indikatoren sind Earnings per Share (EPS), Free Cashflow und Total Shareholder Return (TSR), wobei die Teilziele gleich gewichtet sind. Die Zielerreichung wird über einen dreijährigen Beobachtungszeitraum ermittelt.

Die Gesamtbonifikation richtet sich nach der Gesamtzielerreichung aus obigen Parametern sowie der Kursentwicklung. Die Gesamtbonifikation nach drei Jahren ist mit 175% bei Tranche 1 und 200% bei Tranche 2 jener Bonifikation gedeckelt und mit 25% als Minimum jener Bonifikation begrenzt, die bei 100% Gesamtzielerreichung vorgesehen ist.

Die Bonifikation kann in Aktien oder in bar erfolgen. Zum 31. Dezember 2011 ergeben sich rechnerische Zeitwerte für die beiden Tranchen in Höhe von TEUR 4.625 bzw. TEUR 10.100. Diese wurden mit Hilfe eines Modells ermittelt, welches auf der erwarteten Erreichung der Leistungskriterien und dem erwarteten Aktienkurs beruht. Die erwarteten Aufwendungen aus dem aktienbasierten Vergütungsprogramm sind über den Performancezeitraum in Form einer Rückstellung zu verteilen. Die Dotierung des Geschäftsjahrs 2011 beträgt TEUR 3.987. Zum Bilanzstichtag besteht eine aliquote Rückstellung in Höhe von TEUR 5.294 (31.12.2010: TEUR 1.307).

4. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

4.1 Umsatzerlöse

TEUR	31.12.2010	31.12.2011
Division Brief	1.227.007	1.272.434
Division Paket & Logistik	218.333	233.875
Division Filialnetz	149.665	129.409
	1.595.006	1.635.717

4.2 Sonstige betriebliche Erträge

TEUR	31.12.2010	31.12.2011
Erträge aus dem Abgang vom Anlagevermögen mit Ausnahme der Finanzanlagen	23.064	8.596
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	1.142	2.249
Erträge aus Mieten und Pachten	25.663	40.688
Abgeltungen von Schadensfällen	2.696	1.904
Erträge aus der Auflösung von Wertberichtigungen	847	738
Weiterverrechnete Aufwendungen	12.980	14.847
Übrige	6.758	8.621
	73.150	77.643

4.3 Aufwendungen für Material und sonstige bezogene Leistungen

TEUR	31.12.2010	31.12.2011
Materialaufwand	58.455	60.418
Aufwand für bezogene Leistungen	208.050	219.719
	266.505	280.138

4.4 Personalaufwand

TEUR	31.12.2010	31.12.2011
Gehälter	751.175	713.916
Aufwendungen für Abfertigungen	15.530	24.472
Beiträge an Mitarbeiterversorgekassen	1.406	1.570
Aufwendungen für Altersversorgung	104	158
Aufwendungen für gesetzlich vorgeschriebene Sozialabgaben sowie vom Entgelt abhängige Abgaben und Pflichtbeiträge	199.038	187.174
Sonstige Sozialaufwendungen	7.536	7.946
	974.788	935.237

Die durchschnittliche Zahl an Arbeitnehmern betrug im Geschäftsjahr:

	31.12.2010	31.12.2011
Beamte	11.169	10.413
Angestellte	11.367	10.950
Summe	22.536	21.363
Entsprechende Vollzeitkräfte	20.695	19.907

TEUR	31.12.2010	31.12.2011
Bezüge an aktive Vorstandsmitglieder	3.347	3.869
Bezüge an ehemalige Vorstandsmitglieder	0	912
Bezüge für Mitglieder des Aufsichtsrats	173	161
	3.520	4.942

4.5 Aufwendungen für Abfertigungen und für Altersversorgung

Die Aufwendungen für Abfertigungen und für Altersversorgung verteilen sich wie folgt:

TEUR	31.12.2010	31.12.2011
Vorstände	90	663
Leitende Angestellte	301	258
Andere Arbeitnehmer	16.648	25.280
	17.039	26.200

4.6 Sonstige betriebliche Aufwendungen

TEUR	31.12.2010	31.12.2011
Steuern, nicht vom Einkommen und Ertrag	6.235	6.097
Übrige	206.293	236.539
	212.527	242.636

Die übrigen Aufwendungen gliedern sich wie folgt:

TEUR	31.12.2010	31.12.2011
Miet- und Pachtaufwendungen	50.444	51.168
Instandhaltung und Immobilienverwaltung	34.859	34.568
EDV-Dienstleistungsaufwand	25.633	24.763
Reiseaufwand	25.534	24.533
Entsorgung und Reinigung	13.760	13.290
Kommunikation und Werbung	11.896	13.747
Beratungsaufwand	9.222	9.092
Personalbereitstellung	7.513	8.334
Versicherungsaufwand	5.520	5.259
Telefonaufwand	3.553	2.989
Verluste aus dem Abgang von Sachanlagevermögen	873	2.849
Aus- und Fortbildung	1.584	954
sonstige	15.904	44.992
	206.293	236.539

Die Erläuterungen zu den Aufwendungen für Leistungen an den Abschlussprüfer sind im Konzernabschluss dargestellt.

4.7 Erträge aus Beteiligungen

TEUR	31.12.2010	31.12.2011
Gewinnausschüttungen	31.490	16.121
Ergebnisüberrechnung Personengesellschaften	3.840	4.294
	35.330	20.415

4.8 Aufwendungen aus Finanzanlagen

TEUR	31.12.2010	31.12.2011
Verluste aus dem Abgang von Finanzanlagen	7	751
Abschreibungen auf Beteiligungen	5.236	77.896
	5.243	78.647



4.9 Steuern vom Einkommen

Im Jahr 2011 wurden von den Gruppenmitgliedern positive steuerliche Ergebnisse in Höhe von TEUR 16.065 (2010: TEUR 11.120) und negative steuerliche Ergebnisse in Höhe von TEUR 4.031 (2010: TEUR 4.437) an den Gruppenträger Österreichische Post AG überrechnet. Aufgrund dieser Überrechnung ergeben sich positive Steuerumlagen in Höhe von TEUR 4.016 (2010: TEUR 2.780) sowie negative Umlagen im Betrage von TEUR 1.008 (2010: TEUR 1.109). Die überwiegende Zuweisung positiver steuerlicher Ergebnisse führte per Saldo zu einer Erhöhung der Körperschaftsteuerbelastung des Gruppenträgers im Ausmaß von TEUR 3.008 (2010: TEUR 1.671).

Der Körperschaftsteueraufwand der Unternehmensgruppe beträgt nach Zurechnung der einzelnen steuerlichen Ergebnisse der Gruppenmitglieder TEUR 41.189 (2010: TEUR 34.560). Nach Berücksichtigung der Steuerumlagen der Gruppenmitglieder ergibt sich für die Österreichische Post AG ein Körperschaftsteueraufwand 2011 in Höhe von TEUR 38.180 (2010: TEUR 32.889). Die Körperschaftsteuerbelastung resultiert ausschließlich aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit.

Im Jahr 2011 gab es steuerpflichtige Auflösungen von unversteuerten Rücklagen in Höhe von TEUR 425 (2010: TEUR 140).

Vom Wahlrecht zur Aktivierung von latenten Steuern in Höhe von TEUR 47.341 exklusive Gruppenmitgliedern (2010: TEUR 37.018) wurde kein Gebrauch gemacht.



5. Risikomanagement

Ziel des Finanz- und Risikomanagements der Österreichischen Post AG ist die Sicherung des Unternehmenserfolges gegen finanzielle Risiken jeglicher Art. Grundsätzlich wird beim Management der Finanzpositionen ein strategischer Portefeuilleansatz unter Bedachtnahme auf eine konservative Risikopolitik verfolgt.

Das Risikomanagement unterliegt einem vom Vorstand beschlossenen Regelwerk, welches Ziele, Grundsätze, Aufgaben und Kompetenzen festlegt. Darüber hinaus formuliert dieses Regelwerk standardisierte Abläufe, um Revisionssicherheit zu gewährleisten.

Die aktuelle Risikosituation im Finanzbereich wird laufend in einem standardisierten Berichtswesen dargelegt.

Bei der Österreichischen Post AG bestehen klare, schriftliche Strategien und operative Richtlinien für die Behandlung aller finanziellen Risiken. Finanzielle Risiken umfassen das Liquiditätsrisiko, das Kreditrisiko/Kontrahentenrisiko/Produktrisiko, das Zinsänderungsrisiko, das Währungsänderungsrisiko sowie organisatorische Risiken.

Liquiditätsrisiko

Aufgabe der Liquiditätssicherung ist die jederzeitige Sicherstellung der Zahlungsfähigkeit der Unternehmensgruppe. Basis des Liquiditätsmanagements ist ein Liquiditätsplan, der laufend Soll-Ist Analysen unterzogen und bei Bedarf angepasst wird. Durch die aktive Steuerung von Zahlungsströmen wird der Zinssaldo optimiert.

Kreditrisiko/Kontrahentenrisiko/Produktrisiko/Risiko Payment Undertaker

Auf der Aktivseite stellen die ausgewiesenen Beträge gleichzeitig das maximale Bonitäts- und Ausfallsrisiko dar, da keine generellen Aufrechnungsvereinbarungen bestehen. Das Risiko bei Forderungen kann insgesamt als gering eingeschätzt werden, da die Mehrzahl der Kunden ohnedies bar bezahlt bzw. einem Bankeinzugsverfahren zugestimmt haben. Ferner besteht ein Großteil der offenen Forderungen gegenüber ausländischen Postgesellschaften, bei denen es sich um Vertragspartner bester Bonität handelt.

Soweit bei den finanziellen Vermögenswerten Ausfallsrisiken erkennbar sind, werden diese Risiken durch Wertberichtigungen erfasst. Zur Vermeidung von Kreditrisiken werden Finanzkontrakte nur mit Kontrahenten einwandfreier Bonität abgeschlossen. Aus diesem Grund wird das allgemeine Kreditrisiko aus den eingesetzten Finanzinstrumenten für gering gehalten.

Für Geldmarktransaktionen bestehen festgelegte Handelslimits. Zur Begrenzung des Ausfallsrisikos bei Anleihen, Schuldverschreibungen und strukturierten Finanzierungen werden nur Papiere von Emittenten mit einem Rating von mindestens A (Moody's bzw. S & P Äquivalent) oder vergleichbarer Bonität angekauft. Im Wertpapierportfolio befinden sich nur Papiere auf Investor Grade Niveau. Als Handelspartner für OTC-Transaktionen bzw. für in strukturierten Geschäften integrierte Transaktionen kommen gleichfalls nur Kontrahenten mit erstklassigen Bonitäten in Frage. Besonderes Augenmerk gilt auch der Liquidität und der Abwicklungssicherheit der abgeschlossenen Finanzprodukte.

Im Rahmen einer Crossborder-Leasing Transaktion wurde durch eine Einmalzahlung die Verpflichtung zur Zahlung der Leasingraten einschließlich eines allfälligen EBO Payment an Payment Undertaker ausgelagert. Als Payment Undertaker wurden Finanzinstitute mit bester Bonität (Qualified Issuer) ausgewählt. Im Falle des Equity Payment Undertakers wurden Mindestratings vereinbart, wobei mit Unterschreiten dieser Grenzen zusätzliche Sicherheiten in Form von Wertpapieren vom Payment Undertaker beizubringen sind und bei weiterem Sinken des Ratings die Verpflichtung besteht, den Equity Payment Undertaker zu wechseln. Damit rechtzeitig auf die jeweilige Situation der Payment Undertaker reagiert werden kann, erfolgt zumindest quartalsweise eine Überprüfung des Ratings der aktuellen Payment Undertaker sowie des Ratings vergleichbarer Kreditinstitute. Zudem ist zu jedem Jahresabschluss von den Payment Undertakern in einer Saldenbestätigung über den planmäßigen Verlauf der Transaktionen zu berichten und die offenen Rückführungsquoten bekannt zu geben.



Zinsänderungsrisiko

Das Zinsänderungsrisiko stellt das Risiko dar, das sich aus der Wertänderung von Finanzinstrumenten, anderen Bilanzposten oder zinsbedingten Zahlungsströmen infolge von Schwankungen von Marktzinssätzen ergibt. Das Zinsänderungsrisiko beinhaltet das Barwertrisiko bei fest verzinsten Bilanzposten und das Zahlungsstromrisiko bei variabel verzinsten Bilanzposten.

Ein Zinsänderungsrisiko liegt vor allem bei Forderungen und Verbindlichkeiten mit Laufzeiten über einem Jahr vor. Solche längeren Laufzeiten sind im operativen Bereich nicht von materieller Bedeutung, spielen jedoch bei Finanzanlagen und Finanzschulden eine Rolle.

Die Steuerung des Zinsänderungsrisikos im Finanzbereich orientiert sich am Portfolio-Ansatz. Gesteuert werden grundsätzlich nicht Einzelpositionen, sondern das gesamte Finanzportfolio unter Bedachtnahme auf die jeweilige Grundtransaktion. Zu diesem Zweck werden selektiv auch derivative Instrumente, wie Zins-Swaps eingesetzt. Täglich wird das Finanzportfolio der vorgegebenen Benchmark gegenübergestellt.

Währungsänderungsrisiko

Als Währungsänderungsrisiko wird der mögliche Verlust aus Marktveränderungen durch schwankende Wechselkurse angesehen.

Auf der Aktivseite ergeben sich keine Risiken aus Währungsänderungen, da Lieferungen nahezu zur Gänze auf Euro-Währungsbasis abgewickelt werden. Gleiches gilt grundsätzlich für die übrigen originären Finanzinstrumente.

Organisatorische Risiken

Durch die Organisation der Tätigkeitsabläufe (wie z.B. Trennung von Handel und Buchführung von Finanztransaktionen, Sicherung von elektronischen Daten) sind organisatorische Risiken im Finanzbereich, so weit wie möglich, ausgeschaltet.



6. Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats

Vorstand

GD Dipl.-Ing. Dr. Georg Pölzl	Vorsitzender des Vorstands
GD-Stv. Mag. Dr. Rudolf Jettmar	Stellvertretender Vorsitzender des Vorstands
Dipl.-Ing. Dr. Herbert Götz	bis 31. Dezember 2011
Dipl.-Ing. Walter Hitziger	
Dipl.-Ing. Peter Umundum	seit 1. April 2011
Dipl.-Bwt. (FH) Carl-Gerold Mende	bis 31. März 2011

Aufsichtsrat

Mag. Markus Beyrer	seit 28. April 2011 Vorsitzender des Aufsichtsrats
Dr. Peter Michaelis	bis 28. April 2011 Vorsitzender des Aufsichtsrats
Dr. Edith Hlawati	Stellvertreterin des Vorsitzenden des Aufsichtsrats
Prof. Dr. Edgar Ernst	
Dr. Erich Hampel	
Mag. Günter Leonhartsberger	
Chris E. Muntwyler	
Mag. Markus Pichler	seit 28. April 2011
Dr. Gerhard Roiss	bis 28. April 2011
Elisabeth Stadler	seit 28. April 2011
Dr. Karl Stoss	bis 28. April 2011
Helmut Köstinger	
Martin Palensky	
Andreas Schieder	
Manfred Wiedner	



Wien, am 1. März 2012

Der Vorstand

Dipl.-Ing. Dr. Georg Pölzl e.h.

Generaldirektor

Mag. Dr. Rudolf Jettmar e.h.

Generaldirektor-Stellvertreter

Dipl.-Ing. Walter Hitziger e.h.

Vorstandsmitglied

Dipl.-Ing. Peter Umundum e.h.

Vorstandsmitglied



Bestätigungsvermerk

Bericht zum Jahresabschluss

Wir haben den beigefügten Jahresabschluss der Österreichische Post AG, Wien, für das Geschäftsjahr vom 1. Jänner 2011 bis zum 31. Dezember 2011 unter Einbeziehung der Buchführung geprüft. Dieser Jahresabschluss umfasst die Bilanz zum 31. Dezember 2011, die Gewinn- und Verlustrechnung für das am 31. Dezember 2011 endende Geschäftsjahr sowie den Anhang.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter für den Jahresabschluss und für die Buchführung

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind für die Buchführung sowie für die Aufstellung und den Inhalt des Jahresabschlusses verantwortlich, der ein möglichst getreues Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft in Übereinstimmung mit den österreichischen unternehmensrechtlichen Vorschriften vermittelt. Diese Verantwortung beinhaltet: Gestaltung, Umsetzung und Aufrechterhaltung eines internen Kontrollsystems, soweit dieses für die Aufstellung des Jahresabschlusses und die Vermittlung eines möglichst getreuen Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft von Bedeutung ist, damit dieser frei von wesentlichen Fehldarstellungen ist, sei es auf Grund von beabsichtigten oder unbeabsichtigten Fehlern; die Auswahl und Anwendung geeigneter Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden; die Vornahme von Schätzungen, die unter Berücksichtigung der gegebenen Rahmenbedingungen angemessen erscheinen.

Verantwortung des Abschlussprüfers und Beschreibung von Art und Umfang der gesetzlichen Abschlussprüfung

Unsere Verantwortung besteht in der Abgabe eines Prüfungsurteils zu diesem Jahresabschluss auf der Grundlage unserer Prüfung. Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung der in Österreich geltenden gesetzlichen Vorschriften und Grundsätze ordnungsgemäßer Abschlussprüfung durchgeführt. Diese Grundsätze erfordern, dass wir die Standesregeln einhalten und die Prüfung so planen und durchführen, dass wir uns mit hinreichender Sicherheit ein Urteil darüber bilden können, ob der Jahresabschluss frei von wesentlichen Fehldarstellungen ist.

Eine Prüfung beinhaltet die Durchführung von Prüfungshandlungen zur Erlangung von Prüfungsnachweisen hinsichtlich der Beträge und sonstigen Angaben im Jahresabschluss. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßem Ermessen des Abschlussprüfers unter Berücksichtigung seiner Einschätzung des Risikos eines Auftretens wesentlicher Fehldarstellungen, sei es auf Grund von beabsichtigten oder unbeabsichtigten Fehlern. Bei der Vornahme dieser Risikoeinschätzung berücksichtigt der Abschlussprüfer das interne Kontrollsyste, soweit es für die Aufstellung des Jahresabschlusses und die Vermittlung eines möglichst getreuen Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft von Bedeutung ist, um unter Berücksichtigung der Rahmenbedingungen geeignete Prüfungshandlungen festzulegen, nicht jedoch um ein Prüfungsurteil über die Wirksamkeit der internen Kontrollen der Gesellschaft abzugeben. Die Prüfung umfasst ferner die Beurteilung der Angemessenheit der angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden und der von den gesetzlichen Vertretern vorgenommenen wesentlichen Schätzungen sowie eine Würdigung der Gesamtaussage des Jahresabschlusses.

Wir sind der Auffassung, dass wir ausreichende und geeignete Prüfungsnachweise erlangt haben, sodass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unser Prüfungsurteil darstellt.



Prüfungsurteil

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt. Auf Grund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Jahresabschluss nach unserer Beurteilung den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt ein möglichst getreues Bild der Vermögens- und Finanzlage der Österreichische Post AG zum 31. Dezember 2011 sowie der Ertragslage der Gesellschaft für das Geschäftsjahr vom 1. Jänner 2011 bis zum 31. Dezember 2011 in Übereinstimmung mit den österreichischen Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung.

Aussagen zum Lagebericht

Der Lagebericht ist auf Grund der gesetzlichen Vorschriften darauf zu prüfen, ob er mit dem Jahresabschluss in Einklang steht und ob die sonstigen Angaben im Lagebericht nicht eine falsche Vorstellung von der Lage der Gesellschaft erwecken. Der Bestätigungsvermerk hat auch eine Aussage darüber zu enthalten, ob der Lagebericht mit dem Jahresabschluss in Einklang steht und ob die Angaben nach § 243a UGB zutreffen.

Der Lagebericht steht nach unserer Beurteilung in Einklang mit dem Jahresabschluss. Die Angaben gemäß § 243a UGB sind zutreffend.

Wien, am 1. März 2012

Deloitte Audit Wirtschaftsprüfungs GmbH

Mag. Walter Müller e.h.
Wirtschaftsprüfer

Mag. Josef Spadinger e.h.
Wirtschaftsprüfer

Die Veröffentlichung oder Weitergabe des Jahresabschlusses mit unserem Bestätigungsvermerk darf nur in der von uns bestätigten Fassung erfolgen. Dieser Bestätigungsvermerk bezieht sich ausschließlich auf den deutschsprachigen und vollständigen Jahresabschluss samt Lagebericht. Für abweichende Fassungen sind die Vorschriften des § 281 Abs. 2 UGB zu beachten.



Zusammensetzung des Anlagevermögens zum 31.12.2011
Unternehmensrechtliche Darstellung

TEUR	Anschaffungs-/ Herstellungskosten 01.01.2011	Zugänge	Abgänge	Umbuchungen	Anschaffungs-/ Herstellungskosten 31.12.2011	Abschreibungen (kumuliert) 31.12.2011	Buchwert 31.12.2011	Buchwert 01.01.2011	Abschreibungen im Geschäftsjahr 2011
I. Immaterielle Vermögensgegenstände									
Konzessionen, gew. Schutzrechte und ähnliche Rechte geleistete Anzahlungen	32.964 0	6.857 16	-1.644 0	0	38.177 16	-28.938 0	9.239 16	5.164 0	-2.735 0
	32.964	6.873	-1.644	0	38.193	-28.938	9.255	5.164	-2.735
II. Sachanlagen									
Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremdem Grund	679.001	4.990	-25.105	1.209	660.095	-417.341	242.754	271.553	-28.162
technische Anlagen und Maschinen	164.086	3.708	-167	4.700	172.327	-135.860	36.467	41.883	-12.122
andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung geleistete Anzahlungen und Anlagen in Bau	219.821 5.921	39.959 5.839	-32.509 0	0	227.271 5.851	-133.334 0	93.937 5.851	85.965 4.265	-29.658 0
	1.068.829	54.496	-57.781	0	1.065.544	-686.535	379.009	403.666	-69.942
III. Finanzanlagen									
Anteile an verbundenen Unternehmen Ausleihungen an verbundene Unternehmen Beteiligungen Wertpapiere (Wertrechte) des Anlagevermögens	1.114.928 59.825 989 131.037	36.879 0 0 15.099	0 -690 -751 -24.978	0 0 0 0	1.151.807 59.135 238 121.158	-739.108 -4.148 0 -40.019	412.699 54.987 238 81.139	453.716 55.676 989 91.018	-77.896 0 0 0
	1.306.779	51.978	-26.419	0	1.332.338	-783.275	549.063	601.399	-77.896
Gesamt	2.408.572	113.347	-85.844	0	2.436.075	-1.498.748	937.327	1.010.229	-150.573

LAGEBERICHT 2011

DER ÖSTERREICHISCHEN POST AG

NACH § 243 UGB

Inhaltsverzeichnis

1.	Umfeld und Rahmenbedingungen	33
1.1	Wirtschaftliches Umfeld	33
1.2	Rechtliche Rahmenbedingungen	34
1.3	Struktur des Unternehmens	34
1.3.1	Division Brief	34
1.3.2	Division Paket & Logistik	35
1.3.3	Division Filialnetz	35
2.	Geschäftsverlauf 2011	36
2.1	Umsatzentwicklung	36
2.2	Gewinn- und Verlustrechnung	37
2.3	Vermögens- und Finanzlage	38
2.4	Bericht über Zweigniederlassungen	38
2.5	Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren	39
2.5.1	Cashflow	39
2.5.2	Ergebnis- und wertorientierte Kennzahlen	39
2.5.3	Mitarbeiter	39
2.5.4	Gesundheit und Arbeitssicherheit	40
2.5.5	Umwelt	40
2.5.6	Forschung und Entwicklung	40
2.5.7	Innovationsmanagement	40
2.6	Besondere Ereignisse nach dem Bilanzstichtag	41
3.	Voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens und wesentliche Risiken und Ungewissheiten	42
3.1	Voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens	42
3.2	Wesentliche Risiken und Ungewissheiten	42
3.2.1	Struktur der Dienstverhältnisse	42
3.2.2	Technische Risiken	43
3.2.3	Regulatorische und rechtliche Risiken	43
3.2.4	Finanzielle Risiken	45
3.2.5	Markt- und Wettbewerbsrisiken	45
4.	Internes Kontrollsysteem und Risikomanagement im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess	47
4.1	Kontrollumfeld	47
4.2	Risikobeurteilung	47
4.3	Kontrollmaßnahmen	47
4.4	Information und Kommunikation	48
4.5	Überwachung	48
5.	Informationen gemäß § 243a UGB	49

1. Umfeld und Rahmenbedingungen

1.1 Wirtschaftliches Umfeld

Im Geschäftsjahr 2011 erhöhte sich die Wirtschaftsleistung im Euroraum insgesamt um 1,6% (IWF). Besser als der europäische Durchschnitt entwickelte sich dabei die österreichische Wirtschaft, die eine Steigerung des Bruttoinlandsprodukts von 3,2% verbuchen konnte (WIFO). Waren zu Jahresbeginn noch starke Wachstumsraten zu verzeichnen, ließ die Wachstumsdynamik ab der Jahresmitte 2011 jedoch deutlich nach. Diese Entwicklung ist vor allem auf die Staatsschuldenkrise im Euroraum zurückzuführen, die sich auch 2012 weiterhin dämpfend auf die Wirtschaft auswirken dürfte. Gemäß Prognosen des österreichischen Wirtschaftsforschungsinstituts wird die österreichische Wirtschaft im Jahr 2012 nur mehr um 0,4% expandieren. Angesichts der Konjekturintrübung sollten auch die Rohstoffpreise im Verlauf des Jahres 2012 weiter sinken. Dies wird die Inflationsrate in Österreich auf rund 2% reduzieren, was wiederum weitere Kaufkraftverluste der privaten Haushalte abfedert. Der private Konsum wird daher mit einem Zuwachs von 0,8% die Konjunktur stützen. Im Jahr 2013 sollte die österreichische Wirtschaft wieder von der allgemeinen Erholung der Weltwirtschaft profitieren, jedoch weiterhin nur ein verhaltenes Wirtschaftswachstum von 1,6% verzeichnen (WIFO).

Für die Entwicklung des Brief- und Paketmarktes sind neben der Wirtschaftsleistung auch die Bevölkerungsentwicklung und die Zunahme der Anzahl der Haushalte eines Landes von Bedeutung. In Österreich ergab sich auch 2011 ein leichtes Bevölkerungswachstum, wobei die Anzahl der Haushalte aufgrund des Trends zu Einpersonenhaushalten tendenziell etwas zunimmt (Statistik Austria).

Der Trend zur elektronischen Substitution der Briefvolumina bleibt bestehen. Insbesondere Telekommunikations- und Versorgungsunternehmen versuchen physische Sendungsvolumina zu reduzieren. Das Volumen der Werbesendungen ist abhängig von der Intensität der Werbeaktivitäten der Unternehmen. Obwohl dieser Markt von konjunkturellen Schwankungen betroffen ist, zeigt sich, dass Werbesendungen ein unverzichtbarer Teil im Marketing-Mix der Wirtschaft sind. Der vierteljährlich erscheinende Forecast von ZenithOptimedia geht davon aus, dass sich der Werbemarkt in Westeuropa trotz des schwierigen konjunkturellen Umfelds als äußerst robust erweisen wird. Für 2012 wird ein Plus von 2,0% prognostiziert und 2013 sollte sogar wieder ein etwas stärkeres Wachstum von 2,8% zu verzeichnen sein.

Die Paketmengen im privaten Bereich steigen dank der ständig zunehmenden Bedeutung des Online-Shopping weiter. Das Fracht- und Expressgeschäft wiederum konnte durch die verbesserte Wirtschaftslage und ein ausgeweitetes Angebot wieder zulegen. Die Entwicklung der Sendevolumina im internationalen Paket- und Frachtgeschäft wird wesentlich von der Stärke des Aufschwungs und den Handelsströmen sowie der damit verbundenen Preisentwicklung abhängen, wobei das Paketvolumen tendenziell etwas wächst als die Wirtschaft insgesamt.

1.2 Rechtliche Rahmenbedingungen

Basierend auf der dritten EU-Postdienste-Richtlinie erließ der österreichische Gesetzgeber das Postmarktgesetz, das mit 1. Jänner 2011 zur Gänze in Kraft getreten ist. Die wesentlichsten Neuerungen sind:

Das Beförderungsmonopol der Österreichischen Post AG für Briefsendungen bis 50 Gramm ist mit 31. Dezember 2010 entfallen. Gleichzeitig endete damit für die Österreichische Post AG ab 1. Jänner 2011 aber auch der indirekte Ausgleich für die Verpflichtungen aus dem Universaldienst. Die Österreichische Post AG bleibt auch nach der vollständigen Marktoffnung Österreichs Universaldienstleister und garantiert damit die Versorgung mit qualitativ hochwertigen Postdienstleistungen in ganz Österreich.

Der ab 2011 neu definierte Universaldienst beschränkt sich im Sinne der Sicherung der Grundversorgung primär auf Postsendungen, die an den gesetzlich definierten Zugangspunkten abgegeben werden können, das sind z. B. Post-Geschäftsstellen oder Briefkästen. Postdienste für Sendungen, die von Großkunden in Verteilzentren eingeliefert werden, zählen – mit Ausnahme von Zeitungen – jedenfalls nicht zum Universaldienst. Die Regulierungsbehörde hat den Umfang der Universaldienstverpflichtung mit Bescheid definiert. Gegen diesen Bescheid wurde seitens der Österreichischen Post AG eine Beschwerde beim Verwaltungsgerichtshof eingebracht. Der Ersatz der Universaldienst-Nettokosten wird über einen Ausgleichsfonds abgewickelt, wobei der Kostenaufwand zwischen der Österreichischen Post AG und den konzessionierten Postdienstanbietern nach Marktanteilen geteilt wird. In diesen Ausgleichsfonds müssen nur jene konzessionierten Postdienstanbieter einzahlen, deren Jahresumsätze aus der konzessionierten Tätigkeit 1,0 Mio EUR übersteigen. Zudem werden der Österreichischen Post AG Universaldienst-Nettokosten nur so weit ersetzt, als diese das Unternehmen unverhältnismäßig finanziell belasten. Dies ist dann der Fall, wenn die Universaldienst-Nettokosten 2% der jährlichen Gesamtkosten der Österreichischen Post AG überschreiten.

Die Österreichische Post AG ist zum Austausch der nicht dem Gesetz entsprechenden Hausbrieffachanlagen und Landabgabekästen verpflichtet und hat diesen Austausch vorzufinanzieren. Die Kosten für den Austausch sind der Österreichischen Post AG nach einem gesetzlich geregelten Aufteilungsschlüssel teilweise zu ersetzen. Diese Austauschverpflichtung und die Kostenaufteilungsregelung sind Gegenstand eines von der Österreichischen Post AG eingeleiteten Verfahrens beim Verfassungsgerichtshof.

Seit 1. Jänner 2011 unterliegt die gewerbsmäßige Beförderung von Briefsendungen mit einem Gewicht bis 50 Gramm einer Konzessionspflicht.

Seit 1. Jänner 2011 gilt die Umsatzsteuerbefreiung nur mehr für Postdienste im Rahmen der gesetzlichen Universaldienstverpflichtung. Universaldienstleistungen, deren Bedingungen individuell vereinbart wurden, unterliegen der Umsatzsteuer zum Normalsteuersatz. Daraus ergeben sich Änderungen hinsichtlich der umsatzsteuerlichen Behandlung von Postsendungen.

Mit 1. Mai 2011 sind Allgemeine Geschäftsbedingungen für Briefdienste in Kraft getreten, die im Universaldienstbereich ein vereinfachtes, kundenorientiertes Produkt- und Dienstleistungsangebot mit formatbasierten Tarifen vorsehen. Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen wurden vonseiten der Regulierungsbehörde eingehend geprüft und gebilligt.

1.3 Struktur des Unternehmens

1.3.1 Division Brief

Die Division Brief umfasst drei Geschäftsfelder: Briefpost, Infomail und Medienpost. Das Kerngeschäft besteht aus dem weltweiten Versand von Briefen und Postkarten, der Annahme und Zustellung von adressierten und unadressierten Werbesendungen, Zeitungen und Zeitschriften, der Zustellung von Sendungen aus der ganzen Welt an jeden Adressaten in Österreich sowie umfangreichen Service- und Zusatzleistungen aus dem Direct Mail Bereich und dem Poststellen-Management.

1.3.2 Division Paket & Logistik

Das Kerngeschäft der Division Paket & Logistik besteht in der Annahme, Beförderung und Zustellung von Paketen und Paletten. Ergänzt wird es durch ein auf die jeweiligen Märkte und Kunden zugeschnittenes Dienstleistungsangebot.

1.3.3 Division Filialnetz

Die Österreichische Post AG bietet ihr Dienstleistungsangebot in 1.880 eigen- und fremdbetriebenen Postgeschäftsstellen an. Darüber hinaus nimmt die Österreichische Post AG eine führende Position im Vertrieb von Telekommunikationsprodukten (Mobil- und Festnetztelefone) ein. Für unseren Partner BAWAG P.S.K. werden Finanzdienstleistungen über ein gemeinsam betriebenes Filialnetz angeboten.



2. Geschäftsverlauf 2011

2.1 Umsatzentwicklung

Der Umsatz der Österreichischen Post AG konnte 2011 um 2,6% auf 1.635,7 Mio EUR gesteigert werden. Zuwächse wurden dabei in der Division Paket & Logistik (+7,1%) und Brief (+3,7%) verzeichnet. Die in der Division Filialnetz erzielten Umsätze gingen im selben Zeitraum um 13,5% zurück. Im Jahr 2011 gab es mit 250 Arbeitstagen zwei Werkstage weniger als in der Vergleichsperiode des Vorjahrs (252 Arbeitstage).

Die Verteilung des Umsatzes auf die einzelnen Divisionen zeigt die hohe Bedeutung der Division Brief, auf die ein Anteil von 78% vom Gesamtumsatz entfällt. Die Division Paket & Logistik trug mit 14% zum Umsatz bei. Die Division Filialnetz erwirtschaftete 8% des Gesamtumsatzes.

Außenumsatz nach Divisionen

Mio EUR	2010	2011	Veränderung 2010/2011
Umsatz gesamt	1.595,0	1.635,7	2,6%
Brief	1.227,0	1.272,4	3,7%
Paket & Logistik	218,3	233,9	7,1%
Filialnetz	149,7	129,4	-13,5%

Umsatz Division Brief nach Geschäftsfeldern

Mio EUR	2010	2011	Veränderung 2010/2011
Briefpost	718,9	750,4	4,4%
Infomail	372,7	384,3	3,1%
Medienpost	135,4	137,7	1,7%

In der Division Brief verbesserte sich der Umsatz um 3,7% auf 1.272,4 Mio EUR. Im größten Geschäftsfeld Briefpost konnte der Umsatz im Periodenvergleich um 4,4% auf 750,4 Mio EUR verbessert werden. Der anhaltenden Substitution von Briefen durch elektronische Medien wirkten positive Effekte entgegen, wie etwa eine Volumenumschichtung von Paket- zu Briefdienstleistungen im Internethandel, Umsatzzuwächse im Bereich Mail-Solutions sowie das mit Mai 2011 eingeführte neue Produkt- und Markensortiment. Die nunmehrige Differenzierung zwischen „Prio“- und „Eco“-Produkt bietet für Business-Kunden mehr Wahlmöglichkeiten in der Zustellgeschwindigkeit. Der überwiegende Teil der Kunden hat sich 2011 für „Prio“ entschieden. Im Geschäftsfeld Infomail (adressierte und unadressierte Werbesendungen) erhöhte sich der Umsatz 2011 um 3,1% auf 384,3 Mio EUR. Diese Entwicklung zeigt, dass sich die Werbewirtschaft 2011 solide präsentierte. Innovative Lösungen wie etwa individualisierte Werbesendungen wurden vom Markt gut aufgenommen. Der Umsatz im Geschäftsfeld Medienpost entwickelte sich 2011 mit 137,7 Mio EUR (+1,7%) leicht steigend.

In der Division Paket & Logistik konnte der Umsatz 2011 um 7,1% auf 233,9 Mio EUR gesteigert werden. Ein stetiger Volumenanstieg ist zu verzeichnen. Der Anstieg beruht sowohl auf Marktanteilsgewinnen bei Business to Business (B2B)-Kunden als auch auf Steigerungen im Privatkundengeschäft. Ein Haupttreiber bei Privatkunden war der steigende Internethandel.

Die Organisationsstruktur im Filialnetz unterliegt aktuell einem Wandel. In den vergangenen zwölf Monaten wurde die Anzahl der Post Partner von 1.117 auf 1.258 per Ende 2011 weiter gesteigert. Diese Veränderung hatte ebenso Auswirkungen auf die Umsatz- und Kostenstruktur, wie die neu gestaltete Partnerschaft mit BAWAG P.S.K., in deren Rahmen Umsätze aus dem Finanzdienstleistungsgeschäft seit 1. Jänner 2011 einer neuen kostenbasierten Vergütungslogik unterliegen. Der Umsatz reduzierte sich um 13,5% auf 129,4 Mio EUR.

2.2 Gewinn- und Verlustrechnung

Die Gewinn- und Verlustrechnung der Österreichischen Post AG zeigt für 2011 folgendes Bild:

Mio EUR	2010	2011	Veränderung 2010/2011	Struktur in %
Umsatzerlöse	1.595,0	1.635,7	2,6%	100,0%
Sonstige betriebliche Erträge	73,1	77,6	6,1%	4,7%
Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen	-266,5	-280,1	5,1%	-17,1%
Personalaufwand	-974,8	-935,2	-4,1%	-57,2%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-212,5	-242,6	14,2%	-14,8%
Beteiligungsergebnis	30,1	-57,5	-	-3,5%
Abschreibungen	-67,0	-72,7	8,5%	-4,4%
EBIT (Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit)	177,4	125,2	-29,4%	7,7%
Sonstiges Finanzergebnis	3,9	5,9	51,5%	0,4%
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	181,3	131,1	-27,7%	8,0%
Steuern	-32,8	-38,2	16,6%	-2,3%
Jahresüberschuss	148,6	92,9	-37,5%	5,7%

Die sonstigen betrieblichen Erträge sind gegenüber dem Vorjahr um 6,1% auf 77,6 Mio EUR gestiegen und haben einen Anteil von 4,7% an den Umsatzerlösen.

Der Aufwand für Material und bezogene Leistungen erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 5,1% auf 280,1 Mio EUR. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen um 14,2% auf 242,6 Mio EUR.

Der Personalaufwand ist mit einem Anteil von 57,2% an den Umsatzerlösen der größte Aufwandsposten der Österreichischen Post AG und ist im Bereichszeitraum um 4,1% auf 935,2 Mio EUR gesunken.

Das Beteiligungsergebnis reduzierte sich gegenüber dem Vorjahr um 87,6 Mio EUR aufgrund im Geschäftsjahr 2011 durchgeföhrter außerplanmäßiger Abschreibungen auf Beteiligungen im Zusammenhang mit der trans-o-flex Gruppe Deutschland sowie geringeren Beteiligungserträgen im Vergleich zum Vorjahr.

Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen der Österreichischen Post AG stiegen 2011 um 8,5% auf 72,7 Mio EUR. Dies ist ein Anteil von 4,4% am Umsatz. Der Anstieg ist auf erhöhte außerplanmäßige Abschreibungen auf Gebäude zurückzuführen.

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) der Österreichischen Post AG reduzierte sich 2011 auf 125,2 Mio EUR. Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EGT) betrug im Geschäftsjahr 2011 131,1 Mio EUR. Nach Abzug von Steuern im Ausmaß von 38,2 Mio EUR ergibt sich ein Jahresüberschuss in Höhe von 92,9 Mio EUR. Unter Berücksichtigung der Auflösung von unversteuerten Rücklagen sowie des Gewinnvortrages betrug der Bilanzgewinn 2011 134,6 Mio EUR.



2.3 Vermögens- und Finanzlage

Die Bilanz der Österreichischen Post AG für das Geschäftsjahr 2011 weist folgende Struktur auf:

Mio EUR	31.12.2010	31.12.2011	Struktur 31.12.2011 in %
Aktiva			
Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagevermögen	408,8	388,3	24,7%
Finanzanlagen	601,4	549,1	35,0%
Vorräte, Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände und Rechnungsabgrenzungsposten	285,8	343,4	21,9%
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	286,9	290,0	18,5%
	1.582,9	1.570,7	100,0%
Passiva			
Eigenkapital	667,7	652,9	41,6%
Unversteuerte Rücklagen	16,4	15,9	1,0%
Rückstellungen	612,0	601,5	38,3%
Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungsposten	286,9	300,4	19,1%
	1.582,9	1.570,7	100,0%

Die Österreichische Post AG setzt auf eine risikoaverse Geschäftsgebarung. Dies zeigt sich an der hohen Eigenkapitalquote, den geringen Finanzverbindlichkeiten und der soliden Zahlungsmittelveranlagung mit möglichst geringem Risiko.

Die Position immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagevermögen verringerte sich gegenüber 2010 um 20,5 Mio EUR auf 388,3 Mio EUR. Die größten Posten des Sachanlagevermögens sind Grundstücke und Bauten mit einem Buchwert von 242,8 Mio EUR sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung mit 93,9 Mio EUR.

Die Finanzanlagen beinhalten Anteile an verbundenen Unternehmen sowie Wertpapiere des Anlagevermögens.

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände enthalten insbesondere Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 175,2 Mio EUR (2010: 163,8 Mio EUR) sowie Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von 99,4 Mio EUR (2010: 49,8 Mio EUR). Die Bilanzposition Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten hat sich im Geschäftsjahr 2011 auf 290 Mio EUR erhöht.

Auf Basis des Eigenkapitals von 652,9 Mio EUR und der unversteuerten Rücklagen von 15,9 Mio EUR ergibt sich zum 31. Dezember 2011 eine Eigenkapitalquote von 42,6% (Vorjahr 43,2%).

Die Rückstellungen in Höhe von 601,5 Mio EUR sind größtenteils langfristig und beinhalten unter anderem Rückstellungen für Abfertigungen und Jubiläumsgelder. Für Personalaufwendungen von Mitarbeitern, die unkündbar sind und im Unternehmen nicht mehr oder nur mehr zum Teil zur Leistungserbringung eingesetzt werden können, wurde mit einer Rückstellung für Unterauslastung in Höhe von 221,6 Mio EUR vorgesorgt. Diese enthält auch eine Rückstellung in Höhe von 21,4 Mio EUR für Mitarbeiter, die in ein Bundesministerium wechseln sollen und für die die Österreichische Post AG die Gehaltaufwendungen für einen bestimmten Zeitraum weiterhin trägt.

Die Verbindlichkeiten und passiven Rechnungsabgrenzungsposten der Österreichischen Post AG in Höhe von 300,4 Mio EUR stiegen gegenüber dem Vorjahr um 4,7%.

2.4 Bericht über Zweigniederlassungen

Die Österreichische Post AG unterhält keine Zweigniederlassungen.



2.5 Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

2.5.1 Cashflow

Mio EUR	2010	2011
Cashflow aus dem Ergebnis	103,2	197,1
+/- Veränderungen im Nettoumlauvermögen	44,6	-4,8
= Cashflow aus Geschäftstätigkeit	147,8	192,3
+/- Cashflow aus Investitionstätigkeit	2,4	-14,5
= Free Cashflow	150,2	177,8
+/- Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-116,8	-174,7
= Nettoveränderung liquider Mittel	33,4	3,1

2.5.2 Ergebnis- und wertorientierte Kennzahlen

	2010	2011
EBIT-Marge ¹⁾	11,1%	7,7%
ROE ²⁾	27,9%	16,2%
ROCE ³⁾	24,1%	18,5%
Capital Employed ⁴⁾	735,7 Mio EUR	678,5 Mio EUR

¹⁾ EBIT-Marge = EBIT/Umsatz

²⁾ Return on Equity = Jahresüberschuss/Eigenmittel zum 1. Jänner abzüglich Dividende

³⁾ Return on Capital Employed = EBIT/durchschnittliches Capital Employed

⁴⁾ Capital Employed = Immaterielle Vermögensgegenstände + Sachanlagevermögen + assoziierte Unternehmen + Vorräte + Forderungen – unverzinsliches Fremdkapital (Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, erhaltene Anzahlungen, Passive Rechnungsabgrenzungen und sonstige Verbindlichkeiten)

2.5.3 Mitarbeiter

Der durchschnittliche Personalstand der Österreichischen Post AG reduzierte sich 2011 um 787 (minus 3,8%) auf 19.908 Mitarbeiter (Vollzeitkräfte). Der überwiegende Teil der Mitarbeiter ist in der Division Brief beschäftigt.

Mitarbeiter nach Divisionen	2010	2011	Anteil in %
Brief	13.509	13.194	66,3%
Paket & Logistik	1.508	1.503	7,5%
Filialnetz	4.166	3.695	18,6%
Corporate	1.512	1.516	7,6%
Gesamt	20.695	19.908	100,0%

2.5.4 Gesundheit und Arbeitssicherheit

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sowie betriebliche Gesundheitsförderung sind wichtige Elemente der Unternehmenspolitik der Österreichischen Post AG. Motivierte Mitarbeiter sind die Basis eines auf menschlicher Arbeitskraft aufgebauten Logistikkonzeptes, das den bestmöglichen Service für die Kunden gewährleistet. Die Österreichische Post AG legt daher auf die Gesundheit und Sicherheit ihrer Mitarbeiter besonderes Augenmerk. Trainings über sicheres und gesundes Verhalten am Arbeitsplatz, Bewegungstipps, Tabak- und Alkoholprävention, die Gestaltung einer gesundheitsfördernden und ergonomischen Arbeitsumgebung sowie behinderten- und altersgerechte Arbeitsplätze zählen zu den Schwerpunkten des vielschichtigen, unternehmenseigenen Gesundheitsprogramms.

2.5.5 Umwelt

Die Österreichische Post AG ist sich ihrer Verantwortung gegenüber der Umwelt bewusst und sucht daher laufend nach Optimierungspotenzialen, um ihren ökologischen Fußabdruck zu minimieren. Neben umfangreichen eigenen Maßnahmen nimmt sie auch aktiv an Projekten wie dem Greenhouse Gas Reduction Programme von PostEurop oder dem Environmental Measurement and Monitoring System (EMMS) der International Postal Corporation (IPC) teil, die auf die Reduktion von Treibhausgas-Emissionen abzielen.

Im Jahr 2011 hat die Österreichische Post AG die Initiative „CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT“ gestartet: Alle Briefe, Pakete und Werbesendungen wurden bereits im Jahr 2011 in Österreich ausnahmslos CO₂ neutral zugestellt. Diese Initiative wird in einem Drei-Stufen-Programm umgesetzt: Oberste Priorität hat die Vermeidung von Emissionen in den eigenen Kernprozessen. Dies betrifft vor allem die Bereiche Gebäude und Fuhrpark, so etwa durch optimierte Routenplanung, eine moderne Fahrzeugflotte und Schulungen der Fahrer hinsichtlich einer umweltschonenden Fahrweise oder Monitoring des Energieverbrauchs in Gebäuden. In einem zweiten Schritt setzt die Österreichische Post AG auf alternative Energieformen. So plant die Österreichische Post AG ihren E-Fuhrpark in den nächsten Jahren – abhängig vom Förderumfeld sowie der Eignung der Fahrzeuge für den postalischen Betrieb – weiter deutlich auszubauen. Darüber hinaus bezieht die Österreichische Post AG ab 2012 nur noch „Grünen Strom“ (Strom aus erneuerbaren Energiequellen) und prüft darüber hinaus die Errichtung von Photovoltaikanlagen auf ihren Verteilzentren. Alle Emissionen, die derzeit noch nicht vermieden werden können, werden durch die Unterstützung anerkannter und zertifizierter Klimaschutzprojekte mit hohen ökologischen und sozioökonomischen Komponenten kompensiert. In Summe entstehen dadurch keinerlei klimaschädliche Auswirkungen der Geschäftstätigkeit der Österreichischen Post AG.

2.5.6 Forschung und Entwicklung

Als reines Dienstleistungsunternehmen verfolgt die Österreichische Post AG keine klassischen Forschungsaktivitäten. Produktinnovation erfolgt auf Basis kontinuierlicher Analyse der Markt- und Kundenbedürfnisse.

2.5.7 Innovationsmanagement

Ein wesentlicher Schlüssel zum Erfolg in sich verändernden Märkten liegt in der Entwicklung und Markteinführung innovativer Produkte sowie der Erweiterung der bestehenden Produktpalette. Die Österreichische Post AG hat im Geschäftsjahr 2011 eine Vielzahl solcher Lösungen einerseits im Bereich ihrer Online-Services und andererseits im Bereich ihrer Servicedienstleistungen umgesetzt. Zudem wurde im Mai 2011 ein neues vereinfachtes Produktpotfolio mit fünf Tarifstufen eingeführt, das Briefporti nun nicht mehr primär nach Gewicht, sondern nach Format verrechnet.

Im Bereich Online-Services entwickelte die Österreichische Post AG ihre Lösungen vor allem in den Bereichen elektronische Post, Online-Paketmarke und Online Shop weiter. Die Online-Services der Österreichischen Post AG zeichnen sich dabei durch ein hohes Maß an Sicherheit und Vertrauenswürdigkeit aus. Im neuen Geschäftsfeld Mail-Solutions wird speziell an innovativen Systemlösungen zur Optimierung der Geschäfts- und Verwaltungsprozesse von Business-Kunden gearbeitet. Der Fokus liegt hierbei auf dualem Versand und Empfang (digital/physisch), effektivem Poststellen-Management, digitaler Dokumentenverarbeitung und integrierten Druckdienstleistungen sowie wirkungsvollen CRM-Anwendungen (Geomarketing, Adressmanagement etc.). Diese Lösungen sorgen in

Verbindung mit innovativen Online-Services für mehr Effizienz, höhere Flexibilität und generell eine kundenorientierte Optimierung von Kommunikationsprozessen. So wurde im Jahr 2011 etwa der Post Manager gelauncht, eine Plattform für sensible elektronische Dokumente und Nachrichten. Der Post Manager sammelt elektronisch eingeschriebene Briefe, Rechnungen oder andere wichtige Unterlagen von unterschiedlichen Portalen automatisch ein und stellt sie übersichtlich dar. Gespeichert werden die Dokumente in einem sicheren österreichischen Bankenrechenzentrum und sind sowohl während des Zugriffs als auch während der Speicherung verschlüsselt.

Im Rahmen einer umfangreichen Service- und Qualitätsoffensive mit Fokus auf Privatkunden wurden im Geschäftsjahr 2011 zudem neue Self-Service-Lösungen entwickelt. Dazu zählen die Post Abgabe- und Empfangsboxen, die im Rahmen von Pilotprojekten sehr gut von den Kunden angenommen wurden. Im Bereich Logistics Solutions entwickelt die Österreichische Post AG zudem laufend maßgeschneiderte Kundenlösungen im Bereich Warehousing und Kontraktlogistik sowie diverse „Value Added Services“.

2.6 Besondere Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Ab dem 1. Januar 2012 kommt es zu Änderungen in der Segmentstruktur und damit auch in der Reporting-Logik im Österreichischen Post Konzern. Die bestehenden Segmente „Brief“ und „Filialnetz“ werden zu einem neuen Segment „Brief, Werbepost & Filialen“ zusammengefasst. Die neue Segmentierung spiegelt die strategischen Geschäftsfelder des Österreichischen Post Konzerns wider, welche die Basis der internen Organisations-, Steuerungs- und Berichtsstrukturen darstellen.

Es gab darüber hinaus keine besonderen Ereignisse nach dem Bilanzstichtag.

3. Voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens und wesentliche Risiken und Ungewissheiten

3.1 Voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens

Für das Jahr 2012 geht die Österreichische Post AG davon aus, dass die Geschäftsentwicklung auch weiterhin von zwei wesentlichen Faktoren beeinflusst wird: der strukturellen Veränderung des Briefgeschäfts und der allgemeinen Wirtschaftslage.

Die strukturelle Veränderung manifestiert sich im stetigen Rückgang der Sendungsvolumina in der adressierten Briefpost. Dem internationalen Trend folgend, ist in Österreich auch weiterhin von einem Rückgang zwischen 3% und 5% pro Jahr auszugehen. Demgegenüber sorgt der weiter zunehmende Internethandel für anhaltendes Wachstum bei den transportierten Paketmengen – insbesondere im Privatkundensegment.

Die gedämpften Konjunkturprognosen für das Jahr 2012 könnten sich zwar auf ein zurückhaltendes Konsumverhalten der Verbraucher, aber auch der Werbewirtschaft auswirken. Die Österreichische Post AG rechnet allerdings damit, dass die Werbepost – als effizientestes Werbemittel – ihren Platz behaupten kann. Vor diesem Hintergrund geht die Österreichische Post AG auch für 2012 davon aus, dass es gelingt, den strategischen Kurs zu halten und die operativen Ziele auch in einem schwierigen Marktumfeld zu erreichen.

Der erwirtschaftete operative Cashflow wird umsichtig und zielgerichtet für nachhaltige Effizienzsteigerungen, Strukturmaßnahmen und Zukunftsinvestitionen eingesetzt werden. Diese dienen einerseits als Ersatzinvestitionen für bestehende Anlagen und andererseits zur stetigen Modernisierung und Effizienzsteigerung – etwa durch neue Sortiertechnik für Werbesendungen. Zur Abrundung und Absicherung des Kerngeschäfts sind nationale und internationale Akquisitionen möglich. Aktuell sind jedoch keine großen Schritte in diese Richtung absehbar.

Für das Geschäftsjahr 2011 wird der Vorstand der Österreichischen Post AG der nächsten Hauptversammlung am 17. April 2012 die Ausschüttung einer Dividende von 1,70 EUR je Aktie vorschlagen. Basierend auf einer soliden Bilanzstruktur und der Erwirtschaftung entsprechender Cashflows soll die bestehende attraktive Dividendenpolitik auch weiterhin fortgesetzt werden: Die Österreichische Post AG möchte zumindest 75% des Nettoergebnisses an die Aktionäre ausschütten.

3.2 Wesentliche Risiken und Ungewissheiten

3.2.1 Struktur der Dienstverhältnisse

Der Großteil der Mitarbeiter der Österreichischen Post AG steht in einem öffentlich-rechtlichen Dienstverhältnis und unterliegt den Bestimmungen des Beamten Dienstrechts. Daraus ergeben sich Besonderheiten im Zusammenhang mit der dienstrechten Verwendung. Bei einem Großteil der Belegschaft kann es durch die bestehenden rechtlichen Bedingungen zu keiner Kapazitätsanpassung im Falle von Mengenverlusten kommen, außerdem ist keine Anpassung des Gehaltsniveaus an eventuell niedrigere Marktkonditionen möglich. Das Beamten Dienstrecht führt insgesamt zu einer geringen Kostenflexibilität. Die Österreichische Post AG ist im Hinblick auf den liberalisierten Markt zunehmend mit den Grenzen der dienstrechten Verwendungsmöglichkeiten für die ihr zugewiesenen Beamten konfrontiert. Die Lösung dieser Problematik nimmt im Dialog mit dem verantwortlichen Gesetzgeber eine besondere Rolle ein.

Aus Änderungen des Poststrukturgesetzes 1996 und den laufenden Änderungen des Beamten Dienstrechts können sich für die Österreichische Post AG, soweit diese Regelungen nicht auf die spezielle Wettbewerbssituation der Österreichischen Post AG Rücksicht nehmen, zusätzliche Belastungen und unerwartete Mehrkosten ergeben, auf deren Entstehen das Unternehmen keinen Einfluss hat.

Der österreichische Gesetzgeber hat vorgesehen, dass die im Jahr 2008 für Beamte auf Bundesebene getroffene Pensionskassenregelung sinngemäß auf die der Gesellschaft zugewiesenen Beamten anzuwenden wäre. Dies könnte gegebenenfalls einen erhöhten Personalaufwand für die Österreichische Post AG bedeuten, falls diese Regelung tatsächlich auf die Gesellschaft anzuwenden ist.



Nach dem Poststrukturgesetz 1996 sind Änderungen des Beamtenstreichs, die für Bundesbeamte eingeführt werden, grundsätzlich auch auf die der Gesellschaft zugewiesenen Beamten anwendbar. Im Ergebnis können Änderungen des Beamtenstreichs daher unmittelbar die Kostenstruktur der Gesellschaft verändern. Ebenso können weitere Risiken aus unterschiedlichen Interpretationen des Poststrukturgesetzes grundsätzlich nicht ausgeschlossen werden. Nach derzeitigem Kenntnisstand sollten daraus keine weiteren Ansprüche gegenüber der Österreichischen Post AG durchsetzbar sein.

Der Strukturthematik im Bereich der Bediensteten begegnet die Österreichische Post AG mit zunehmend flexiblern Arbeitsprozessen und Arbeitszeitmodellen. Zur Erhöhung des Qualifikationsniveaus der Mitarbeiter wurden umfassende Maßnahmen gesetzt. Zur Milderung der Folgen der Restrukturierungsmaßnahmen wurde eine besondere Betriebsvereinbarung abgeschlossen.

Nicht unerhebliche finanzielle Auswirkungen könnten sich auch aus Rechtsstreitigkeiten ergeben, die das Bestehen bzw. Nichtbestehen von Kettendienstverhältnissen zum Gegenstand haben. Die Österreichische Post AG versucht dieses Risiko durch entsprechende Vertragsgestaltungen zu minimieren.

3.2.2 Technische Risiken

Die Österreichische Post AG ist in hohem Maße auf die Verwendung von komplexen technischen Systemen angewiesen und setzt bei der Erbringung seiner Dienstleistungen maßgeblich auf den Einsatz von Datenverarbeitungssystemen, modernen Kommunikationsmedien und anderen technischen Einrichtungen. Vor diesem Hintergrund hat die Österreichische Post AG in den vergangenen Jahren umfangreiche Investitionen vorgenommen, um ihr Verteilnetz zu modernisieren. Die Leistungserbringung des Unternehmens hängt dabei von der Funktionsfähigkeit weniger wichtiger Standorte ab. Sollten technische Systeme vorübergehend oder dauerhaft ausfallen oder sollte es zu unberechtigten Datenzugriffen und Datenmanipulationen kommen oder sollten längerfristige kollektive Arbeitsniederlegungen stattfinden, könnte dies zu Störungen des Geschäftsablaufs und zu Verlusten von Reputation und Kunden führen sowie zusätzliche Kosten verursachen. Zur Bewältigung dieser technischen und operativen Risiken wurden Sicherheitsmaßnahmen, Prozesse und Regeln festgelegt, die verschiedene Eventualitäten abdecken und einen reibungslosen Ablauf sicherstellen sollen. Im Rechenzentrumsbetrieb wird eine Outsourcing-Strategie verfolgt. Durch Vertragsgestaltung und Service-Level-Management wird die Verfügbarkeit aller ausgelagerten Tätigkeiten abgesichert. Die Vertragspartner sind verpflichtet, einschlägige gültige Zertifizierungen vorzuweisen.

3.2.3 Regulatorische und rechtliche Risiken

Die Österreichische Post AG erwirtschaftete in der Vergangenheit einen erheblichen Teil ihres Umsatzes im reservierten Postdienst. Mit 1. Jänner 2011 erfolgte die vollständige Öffnung des österreichischen Postmarktes. Daraus ergeben sich Risiken einer Marktanteilsveränderung. Die rechtlichen Rahmenbedingungen für den Zeitraum nach der vollständigen Liberalisierung wurden mit dem Postmarktgesetz neu geregelt, welches mit 1. Jänner 2011 zur Gänze in Kraft getreten ist. Dieses Postmarktgesetz sieht in vielen Bereichen keine Gleichbehandlung zwischen der Österreichischen Post AG und ihren Mitbewerbern vor, sondern eine Mehrbelastung der Österreichischen Post AG.

Die Österreichische Post AG ist im Rahmen des Universaldienstes verpflichtet, in ganz Österreich ein Mindestangebot von Postdienstleistungen in vergleichbarer Qualität anzubieten und ein flächendeckendes Netz von 1.650 Post-Geschäftsstellen sicherzustellen. Mit eigenem Personal betriebene Post-Geschäftsstellen dürfen nur nach Durchführung eines behördlichen Verfahrens geschlossen werden, sodass nicht ausgeschlossen werden kann, dass die Österreichische Post AG – zumindest vorübergehend – zur Führung unrentabler Standorte verpflichtet ist.

Das Postmarktgesetz sieht vor, dass die Österreichische Post AG - als einziger Postdienstanbieter in Österreich - zur umfassenden Erbringung des Universaldienstes verpflichtet ist. Der Ersatz der Universaldienst-Nettokosten wird über einen Ausgleichsfonds abgewickelt, dessen Kosten grundsätzlich zwischen der Gesellschaft und den anderen konzessionierten Postdienstanbietern nach Marktanteilen aufgeteilt werden. In diesen Ausgleichsfonds müssen jedoch nur jene konzessionierten Postdienstanbieter einzahlen, deren Jahresumsätze aus der konzessionierten Tätigkeit 1,0 Mio EUR übersteigen. Zudem werden der Gesellschaft Universaldienst-Nettokosten nur insoweit ersetzt,



als diese 2% der jährlichen Gesamtkosten der Gesellschaft übersteigen. Davon ausgehend, dass die Gesellschaft auch nach der Marktoffnung einen beträchtlichen Marktanteil innehaben wird, muss die Österreichische Post AG den überwiegenden Teil der Universaldienst-Nettokosten und die Administration des Ausgleichsfonds selbst finanzieren.

Weiters verpflichtet das Postmarktgesetz die Österreichische Post AG dazu, dass sie bestehende Hausbrieffachanlagen im Zeitraum vom 1. Jänner 2011 bis zum 31. Dezember 2012 derart umrüstet, dass sie auch für den Mitbewerb zugänglich sind. Die dadurch entstehenden Umrüstungskosten sind zwischen der Österreichischen Post AG und den konzessionierten Postdienstanbietern zu 90% im Verhältnis der Marktanteile und nur zu 10% nach der Zahl der konzessionierten Postdienstanbieter aufzuteilen. Geht man von einem hohen Marktanteil aus, wird die Österreichische Post AG den Großteil der Umrüstungskosten selbst tragen müssen. Diese Austauschverpflichtung und die Kostenaufteilungsregelung sind Gegenstand eines von der Österreichischen Post AG eingeleiteten Verfahrens beim Verfassungsgerichtshof.

Sofern es infolge der Liberalisierung zu keiner Gleichbehandlung im Hinblick auf Beschäftigungsverhältnisse und gesetzliche Leistungsanforderungen zwischen der Österreichischen Post AG und ihren Mitbewerbern und zu einer adäquaten Abgeltung der Kosten des Universaldienstes kommt, ist eine signifikante Ergebnisbelastung für die Österreichische Post AG nicht auszuschließen.

Die Österreichische Post AG geht derzeit nicht davon aus, dass sie verpflichtet wird, ihren Mitbewerbern Zugang zu Teilleistungen einzuräumen. In einem solchen Fall könnten diese jedoch in besonders lukrativen Marktsegmenten Postdienstleistungen selbst erbringen und in weniger lukrativen Marktsegmenten zu regulierten Preisen auf Teilleistungen der Österreichischen Post AG zurückgreifen. Dies könnte zu erheblichen Ergebnisbeeinträchtigungen führen.

In der Öffentlichkeitsarbeit der Österreichischen Post AG nimmt die Thematik der Liberalisierung im Dialog mit allen Stakeholdern großen Stellenwert ein. Das Unternehmen sieht es als seine Aufgabe, auf die ungenügende Abgeltung des Universaldienstes und die Problematik der asymmetrischen Marktoffnung hinzuweisen.

Die Regulierungsbehörde hat den Umfang der Universaldienstverpflichtung mit Bescheid definiert. Diesbezüglich bestehen unterschiedliche Rechtsansichten zwischen der Österreichischen Post AG und der Regulierungsbehörde, über die derzeit ein Verfahren beim Verwaltungsgerichtshof anhängig ist. Eine unterschiedliche Definition der Grenzen des Universaldienstes kann sich in der marktkonformen Gestaltung des Produktpportfolios und der Preisfestsetzung niederschlagen.

Die Österreichische Post AG unterliegt in der Gestaltung ihrer Geschäftsbedingungen (einschließlich ihrer Entgelte) im Universaldienst der Kontrolle durch die Regulierungsbehörde. Die Gesellschaft kann deshalb im Bereich des Universaldienstes nur eingeschränkt durch Preisanpassungen auf Marktveränderungen reagieren. Seit 1. Jänner 2011 gilt zudem die Umsatzsteuerbefreiung nur mehr für Postdienstleistungen, die ein Universaldienstbetreiber im Rahmen der gesetzlichen Universaldienstverpflichtung erbringt. Sie gilt nicht für Leistungen, deren Bedingungen individuell ausgehandelt wurden. Aus dem oben angeführten Bescheid ergeben sich teilweise Änderungen hinsichtlich der Universaldienstdefinition und dadurch auch hinsichtlich der umsatzsteuerlichen Behandlung von Postsendungen. Zusätzlich könnten Steuerbehörden unterschiedlicher Ansicht hinsichtlich der umsatzsteuerlichen Behandlung von Postdienstleistungen bzw. des Umfangs der Steuerbefreiung für Universaldienstleistungen sein. Käme es demzufolge im Rahmen einer Betriebsprüfung zur Festsetzung von Umsatzsteuer-Nachzahlungen, könnte insofern ein Ausfallrisiko bestehen, als die den Kunden nachträglich in Rechnung gestellte Umsatzsteuer nur teilweise einbringlich sein könnte.

Im europäischen Verkehr zwischen Postgesellschaften drängt das Abrechnungssystem nach dem „Agreement for the Remuneration of Mandatory Deliveries of Cross-Border Mails“ (REIMS III und IV) das Abrechnungssystem des Weltpostvereins zurück. Bei REIMS III und IV handelt es sich um eine Vereinbarung über Endvergütungen im grenzüberschreitenden Postdienst, der jedoch nicht alle europäischen Postunternehmen angehören. Die Österreichische Post AG ist mit 31. Dezember 2011 aus REIMS IV ausgetreten und hat mit Gültigkeit vom 1. Jänner 2012 REIMS V unterzeichnet. Die Vertragsparteien gehen davon aus, dass diese Vereinbarung – wie ihre

Vorgängerregelungen (REIMS II, III und IV) – gemäß Art. 81 (3) EG-Vertrag vom Kartellverbot freigestellt ist. Zurzeit laufen die Verhandlungen zum Abschluss bi- oder multilateraler Vereinbarungen über die Abrechnung des grenzüberschreitenden Postdienstes nach dem 31. Dezember 2012 mit jenen europäischen Postgesellschaften, die REIMS V nicht unterzeichnet haben.

Über das regulatorische Umfeld im Postmarkt hinaus muss die Österreichische Post AG im Rahmen ihres ordentlichen Geschäftsbetriebs eine Vielzahl von rechtlichen Beschränkungen beachten. So sind die vertraglichen und faktischen Gestaltungsspielräume des Unternehmens etwa durch wettbewerbsrechtliche Regelungen eingeschränkt. Die kartellrechtliche Zulässigkeit von Vereinbarungen und Geschäftspraktiken der Österreichischen Post AG war in der Vergangenheit bereits Gegenstand kartellrechtlicher Untersuchungen und Verfahren. Sonstige rechtliche Risiken ergeben sich auch aus nicht vorhersehbaren Gerichtsverfahren mit Mitbewerbern und Kunden.

Zur bestmöglichen Vermeidung von Ergebnisbeeinträchtigungen durch regulatorische und rechtliche Risiken ist die Österreichische Post AG bestrebt, in ihren Kernprozessen eine Erweiterung der Wertschöpfung und des Produktpportfolios zu erzielen, um ihren Kunden noch bessere Leistungen anzubieten und eine Qualitätsoptimierung zu erreichen. Darüber hinaus beabsichtigt die Österreichische Post AG vermehrt Umsätze im bereits liberalisierten Bereich zu erwirtschaften.

3.2.4 Finanzielle Risiken

Finanzielle Risiken der Österreichischen Post AG umfassen das Liquiditätsrisiko, das Kredit-/Kontrahenten- und Produktrisiko, das Zinsänderungsrisiko, das Währungsänderungsrisiko sowie organisatorische Risiken. Eine detaillierte Darstellung der finanziellen Risiken findet sich im Anhang zum Jahresabschluss der Österreichischen Post AG.

3.2.5 Markt- und Wettbewerbsrisiken

Die Österreichische Post AG erwirtschaftet den überwiegenden Teil ihres Umsatzes in Österreich. Sollten sich die derzeitigen Prognosen zum Wirtschaftswachstum verschlechtern, könnten Planungsprämissen verworfen werden müssen und damit die Planungssicherheit eingeschränkt werden.

Ferner erwirtschaftet das Unternehmen einen nicht unbedeutenden Anteil des Umsatzes mit einer geringen Anzahl von Großkunden. Das wirtschaftlich erfolgreiche Weiterbestehen dieser Großkunden ist somit wesentlich für die stabile Entwicklung der Österreichischen Post AG. Großkunden sind vertraglich nicht verpflichtet, ihre Postsendungen von der Österreichischen Post AG befördern zu lassen, und könnten sich entscheiden, mittelfristig zumindest einen Teil ihrer Postsendungen Wettbewerbern der Österreichischen Post AG zur Zustellung zu übergeben.

Klassische Briefsendungen werden zunehmend durch elektronische Medien ersetzt. Der Trend zur elektronischen Substitution von Briefen, insbesondere zur elektronischen Zustellung, wurde durch die Wirtschaftskrise der vergangenen Jahre beschleunigt und wird auch weiterhin fortbestehen. Diese Entwicklung kann zu nicht unerheblichen Volumenrückgängen und damit Ergebnisbeeinträchtigungen führen.

Der Brief- und Paketmarkt ist durch zunehmenden Wettbewerb gekennzeichnet. Insbesondere das B2C-Paketgeschäft – hier nimmt die Österreichische Post AG eine führende Stellung im österreichischen Markt ein – ist zum einen von der wirtschaftlichen Entwicklung seines Kundensegments und zum anderen von dem durch das etwaige Auftreten weiterer alternativer Anbieter verschärften Wettbewerb abhängig, sodass ein entsprechender Umsatzausfall nicht ausgeschlossen werden kann. Das Unternehmen ist bestrebt, Kunden durch attraktive Leistungsangebote an sich zu binden.

Des Weiteren wird dem Mengenrückgang infolge der Substitution von Briefsendungen durch elektronische Medien mit neuen Produkten und Dienstleistungen, etwa im Bereich Infomail, im B2B-Geschäft und vor allem entlang der Wertschöpfungskette, entgegengewirkt. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass infolge von Änderungen der gesetzlichen Zustellvorschriften für behördliche Sendungen ein Teil dieser Sendungen nicht mehr über die



Österreichische Post AG zugestellt wird. Die Diversifikation auf mehrere Märkte trägt dazu bei, Risiken einzelner Branchen weit zu streuen bzw. gering zu halten.

Ein Bestandteil der Strategie der Österreichischen Post AG ist das Wachstum durch selektive Akquisitionen und Kooperationen. Dabei ist es wichtig, passende Akquisitionsziele zu finden und erworbene Unternehmen erfolgreich zu integrieren. Die zukünftige Rentabilität dieser Projekte ist in hohem Maß vom Investitionsvolumen bzw. von den Akquisitionspreisen sowie politischen, wirtschaftlichen und gesetzlichen Faktoren abhängig. Alle Investitionsmaßnahmen müssen daher strikten finanziellen Kriterien gerecht werden. Die Erträge aus Finanzdienstleistungen sind stark von der wirtschaftlichen Entwicklung des Kooperationspartners BAWAG P.S.K., die Erträge aus Telekommunikationsprodukten von der Produktgestaltung des Kooperationspartners A1 Telekom Austria abhängig.

Alle erwähnten Markt- und Wettbewerbsrisiken können zu nicht unerheblichen Volumenrückgängen und damit Ergebnisbeeinträchtigungen führen.

4. Internes Kontrollsysteem und Risikomanagement im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess

Das Interne Kontrollsysteem (IKS) der Österreichischen Post AG im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess umfasst Grundsätze, Verfahren und Maßnahmen zur Sicherung der Ordnungsmäßigkeit der Rechnungslegung, sowie der Einhaltung rechtlicher Vorschriften. Die klare Definition von Verantwortungsbereichen sowie systematische Kontrollen ermöglichen eine frühzeitige Risikoerkennung und gewährleisten eine ordnungsmäßige Rechnungslegung.

4.1 Kontrollumfeld

Die Funktionen der Bereiche Treasury, Finanz- und Rechnungswesen und Controlling sind klar getrennt und die Aufgaben und Verantwortungen geteilt. Im Bereich Rechnungswesen setzt sich die Aufbauorganisation aus dem Rechnungswesen am Sitz der Gesellschaft sowie dezentraler Datenerfassungsstellen zusammen.

Die Aufgabe des Rechnungswesens besteht in der zeitgerechten, vollständigen und ordnungsgemäßen Erfassung von Geschäftsfällen und deren Darstellung in Monats-, Quartals- und Jahresabschlüssen der Österreichischen Post AG.

Sämtliche Belege werden am Sitz der Gesellschaft elektronisch erfasst und dokumentiert weiterverarbeitet. Eingangsrechnungen werden in der zentralen Scannstelle elektronisch erfasst, die Belege in der Buchhaltung gebucht und zur Freigabe elektronisch weitergeleitet. Die Freigabe der Belege durch die jeweiligen Sachbearbeiter erfolgt im System. Dadurch ist eine elektronische Dokumentation der Freigabe der Belege gewährleistet.

Der Ablauforganisation der monatlichen Bilanzierung liegt ein strikter Terminplan zugrunde. Die Termine werden für ein Geschäftsjahr erstellt und unternehmensintern kommuniziert. Im Zuge der Bilanzierung melden die Verantwortlichen der Organisationseinheiten monatlich bilanzierungsrelevante Sachverhalte, für die im Unternehmen noch keine Belege vorliegen. Zusätzlich werden, um eine Vollständigkeit der Abschlüsse zu gewährleisten, in Durchsprachen mit den Divisionsleitern, den Leitern der Informationstechnologie und des Corporate Real Estate, die wesentlichen bilanziellen Themen und Sachverhalte erörtert.

4.2 Risikobeurteilung

Die Risiken im Bereich Rechnungslegung umfassen die nicht vollständige Erfassung von bilanzierungsrelevanten Sachverhalten, Fehler in der Belegerfassung, Bewertungsfehler durch falsche Einschätzung von mit Unsicherheit behafteten Ereignissen bzw. fehlerhafte Berechnungen, unrichtiger Ausweis sowie verspätete Bilanzerstellung und Datenzugriff von unberechtigten Personen bzw. Datenmanipulation, Ausfall von IT-Systemen und Datenverlust.

4.3 Kontrollmaßnahmen

Zur Gewährleistung einer vollständigen, zeitgerechten und richtigen Bilanzerstellung wurden in allen am Rechnungslegungsprozess beteiligten Bereichen Qualitätssicherungsmaßnahmen implementiert. Die Anwendung unternehmensinterner Richtlinien (wie z. B. Bilanzierungshandbuch, Bilanzierungsrichtlinien) führt zu einer einheitlichen Behandlung der Geschäftsfälle und einer einheitlichen Bilanzierung, Bewertung und Berichterstattung. Diese Richtlinien und Anweisungen werden laufend aktualisiert.

Zusätzlich werden die für den IFRS-Konzernabschluss gültigen Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften angewandt, um sicherzustellen, dass Geschäftsvorfälle konzernweit einheitlich erfasst und bewertet werden.

Die Abschlüsse werden in SAP R3 als führendem System erstellt. Alle für die Rechnungslegung und Berichterstattung relevanten SAP Module kommen zum Einsatz. Die Systeme sind durch entsprechende Einrichtungen im EDV-Bereich gegen unbefugte Zugriffe geschützt.

Durch die eingesetzte Software finden automatisierte Prüfungen statt. Neben den automatisierten Kontrollen (wie Funktionstrennung, Rechnungsfreigabe, Rechnungsprüfung) existieren manuelle Kontrollen (z.B. durch Stichproben). Bei allen rechnungslegungsrelevanten Prozessen wird das Vier-Augen-Prinzip angewendet. Die Schlüsselprozesse

wurden dokumentiert, standardisiert und mit Kontrollpunkten versehen. Diese klar definierten Überprüfungsmechanismen ermöglichen eine frühzeitige Risikoerkennung. Zusätzlich wird sichergestellt, dass die Rechnungslegung im Einklang mit den gesetzlichen Vorschriften, den Grundsätzen ordnungsgemäßer Buchführung und internationalen Rechnungslegungsvorschriften steht.

4.4 Information und Kommunikation

Zur Wahrnehmung der Überwachungs- und Kontrollfunktionen werden die Abschlüsse einem definierten Managementkreis der Österreichischen Post AG auf Segmentebene zur Verfügung gestellt.

Neben den gesetzlich vorgeschriebenen Abschlüssen werden interne Berichte, die weiterführende Erläuterungen zu ausgewählten Positionen und Kennzahlen enthalten, erstellt. Wesentlicher Bestandteil der internen Berichterstattung der Österreichischen Post AG ist die Datenauswertung und deren Analyse. Diese beinhaltet unter anderem die Berechnung von Cashflows sowie dazugehörige detaillierte Erläuterungen.

Vom Controlling wird monatlich ein interner Beteiligungsbericht erstellt, der Informationen über die Entwicklung der einzelnen Konzernunternehmen enthält. Dieser Bericht wird ebenfalls dem Vorstand zur Verfügung gestellt.

Die Berichterstattung an die Aktionäre der Österreichischen Post AG erfolgt durch Investor Relations in Übereinstimmung mit dem Österreichischen Corporate Governance Kodex sowohl über die Website von Investor Relations, www.post.at/ir als auch über direkte Gespräche mit den Investoren. Die veröffentlichten Informationen werden allen Investoren zeitgleich zur Verfügung gestellt. Zusätzlich zu den Pflichtpublikationen stehen den Investoren auf der Investor Relations Website zahlreiche weitere Informationen zur Verfügung.

4.5 Überwachung

Kernpunkt des operativen Risikomanagements bildet die Identifizierung, Evaluierung und Beherrschung von wesentlichen Risiken aus der operativen Geschäftstätigkeit. Dieser Prozess wird von Schlüsselpersonen in den Divisionen und den Geschäftsfeldern getragen. Die divisional angelegte Organisationsstruktur gliedert sich in drei operativ tätige Divisionen bzw. fünf Geschäftsfelder sowie in unterstützende und beratende Zentral- und Serviceeinheiten.

Für den gesamten Österreichischen Post Konzern besteht ein einheitliches Risikomanagement, das alle Organisationseinheiten und wesentliche Tochtergesellschaften sowie ein internes Kontrollsyste für alle wesentlichen Prozesse einschließt und sich grundsätzlich nach dem COSO Standard „Enterprise Risk Management – Integrated Framework“ richtet.

Weitere zentrale Instrumente der Risikoüberwachung und -kontrolle sind Richtlinien über den Umgang mit wesentlichen Risiken, der Planungs- und der Controllingprozess sowie die laufende Berichterstattung. Die Richtlinien betreffen beispielsweise die Festsetzung und Kontrolle von Limitkategorien und Handlungsabläufen zur Begrenzung finanzieller Risiken sowie die strikte Einhaltung des Vier-Augen-Prinzips.

Diese Richtlinien sind Teil des Internen Kontrollsysteins und stellen unter anderem die ordnungsgemäße interne und externe Finanzberichterstattung sicher. Der Planungs- und Controllingprozess dient als Frühwarnsystem und als Basis für die Beurteilung der Wirksamkeit der eingeleiteten Steuerungsmaßnahmen.

Das Interne Kontrollsyste als Teil des Risikomanagementsystems ist risikoorientiert aufgebaut und in die Betriebsabläufe integriert. Das bedeutet, dass Maßnahmen arbeitsbegleitend erfolgen oder dem Arbeitsvollzug unmittelbar vor- oder nachgelagert sind. Das IKS basiert auf genauen Informationen über die Prozesse für die Rechnungslegung und Finanzberichterstattung und schließt auch deren vorgelagerte Unternehmensprozesse mit ein. Die Wirksamkeit des Internen Kontrollsysteins wird regelmäßig von der Konzernrevision überprüft.

5. Informationen gemäß § 243a UGB

Das Grundkapital der Österreichischen Post AG beträgt 337.763.190 EUR und ist geteilt in 67.552.638 Stück auf Inhaber lautende Stückaktien. Es liegen keine Stimmrechtsbeschränkungen oder Syndikatsvereinbarungen vor, die der Gesellschaft bekannt sind.

Die Republik Österreich hält über die Österreichische Industrieholding AG (ÖIAG) 52,8% der Anteile an der Österreichischen Post AG auf Basis der in Umlauf befindlichen 67.552.638 Stück Aktien. Der Gesellschaft sind keine anderen Aktionäre bekannt, die mehr als 10% der Anteile halten.

Soweit der Gesellschaft bekannt ist, gibt es keine Inhaber von Aktien mit besonderen Kontrollrechten. Mitarbeiter, die auch Aktionäre der Österreichischen Post AG sind, üben ihre Stimmrechte individuell aus. Es existieren keine sich nicht unmittelbar aus dem Gesetz ergebenden Bestimmungen über die Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats sowie über die Änderung der Satzung der Gesellschaft.

Genehmigtes Kapital: Gemäß § 5 der Satzung der Österreichischen Post AG war der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats ermächtigt, bis fünf Jahre nach Eintragung der Satzungsänderung in das Firmenbuch das Grundkapital der Gesellschaft um bis zu 175.000.000 EUR durch Ausgabe von bis zu 35.000.000 Stück neuen auf Inhaber lautenden Stückaktien gegen Bareinlagen zu erhöhen und den Ausgabekurs sowie die Ausgabebedingungen festzusetzen. Die Satzungsänderung wurde am 18. März 2006 in das Firmenbuch eingetragen. Diese Ermächtigung ist mit 17. März 2011 erloschen.

Bedingtes Kapital: Gemäß § 5 der Satzung der Österreichischen Post AG war der Vorstand ermächtigt, bis fünf Jahre nach Eintragung der Satzungsänderung in das Firmenbuch verzinsliche Wandelschuldverschreibungen auszugeben, mit denen ein Umtausch- oder Bezugsrecht in bis zu 35.000.000 Stück auf Inhaber lautende Aktien ohne Nennwert (Stückaktien) im Gesamtbetrag von insgesamt bis zu 175.000.000 EUR verbunden ist. Zu diesem Zweck wurde das Grundkapital der Gesellschaft um bis zu 175.000.000 EUR durch Ausgabe von bis zu 35.000.000 Stück auf Inhaber lautende Stückaktien mit Stimmrecht bedingt erhöht. Die Satzungsänderung wurde am 21. April 2006 in das Firmenbuch eingetragen. Diese Ermächtigung ist mit 20. April 2011 erloschen.

Es gibt keine bedeutsamen Vereinbarungen, an denen die Gesellschaft beteiligt ist, die bei einem Kontrollwechsel in der Gesellschaft infolge eines Übernahmeangebotes wirksam werden, sich wesentlich ändern oder enden. Es gibt keine Entschädigungsvereinbarungen zwischen der Gesellschaft und ihren Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern oder Arbeitnehmern für den Fall eines öffentlichen Übernahmeangebots.

Wien, am 1. März 2012

Der Vorstand

Dipl.-Ing. Dr. Georg Pölzl e.h.

Generaldirektor

Mag. Dr. Rudolf Jettmar e.h.

Generaldirektor-Stellvertreter

Dipl.-Ing. Walter Hitziger e.h.

Vorstandsmitglied

Dipl.-Ing. Peter Umundum e.h.

Vorstandsmitglied



Teil 4:

ERKLÄRUNG ALLER GESETZLICHEN VERTRETER GEMÄß § 82 ABS. 4 Z3 BÖRSEG

Als gesetzliche Vertreter der Österreichischen Post AG bestätigen wir nach bestem Wissen, dass der im Einklang mit den maßgebenden Rechnungslegungsstandards aufgestellte Konzernabschluss zum 31. Dezember 2011 ein möglichst getreues Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt, dass der Konzernlagebericht den Geschäftsverlauf, das Geschäftsergebnis und die Lage des Konzerns so darstellt, dass ein möglichst getreues Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns entsteht, und dass der Konzernlagebericht die wesentlichen Risiken und Ungewissheiten beschreibt, denen der Konzern ausgesetzt ist.

Wien, am 1. März 2012

Der Vorstand

Dipl.-Ing. Dr. Georg Pölzl
Generaldirektor

Mag. Dr. Rudolf Jettmar
Generaldirektor-Stellvertreter,
verantwortlich für Finanzen

Dipl.-Ing. Walter Hitziger
Vorstandsmitglied,
verantwortlich für Brief, Werbepost & Filialen

Dipl.-Ing. Peter Umundum
Vorstandsmitglied,
verantwortlich für Paket & Logistik