

EANS-Adhoc: ÖSTERREICHISCHE POST 2011: Anstieg von Umsatz (+4,2%) und Ergebnis (EBIT +7,3%); Dividendenvorschlag an Hauptversammlung von 1,70 EUR pro Aktie (+6,3%)

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

- 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 (+6,3%)
 - Auf Basis Jahresultimo 2011 Dividendenrendite von 7,3%
- Ausblick 2012 mit Wachstumsziel
 - Stabiler bis leicht steigender Umsatz auf vergleichbarer Basis erwartet
 - EBITDA-Marge wieder am oberen Ende der Zielbandbreite 10-12%

DIE ÖSTERREICHISCHE POST IM ÜBERBLICK

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. Nicht nur bei Paketen, sondern auch bei Briefen und Werbesendungen zeigte sich eine gute Entwicklung. "Es ist unser Ziel, unseren Kunden innovative Dienstleistungen anzubieten", so Generaldirektor Dr. Georg Pölzl. "Die neue Wahlmöglichkeit zwischen "Premium"- und "Economy"-Briefen sowie die positive Entwicklung bei Business-Paketen und Werbesendungen zeigt, dass wir auch in einem herausfordernden Marktumfeld Lösungen anbieten, die von der Wirtschaft nachgefragt werden."

Im Jahr 2011 erhöhte die Österreichische Post ihren Konzernumsatz auf vergleichbarer Basis um 4,2% auf 2.348,7 Mio EUR und lag somit deutlich über dem mittelfristigen Wachstumsziel von 1-2% pro Jahr. Zuwächse konnten sowohl in der Division Paket & Logistik (+5,6%) als auch in der Division Brief (+4,4%) erzielt werden. Im Briefbereich sorgten innovative neue Kundenlösungen, Volumenzuwächse aus dem Internethandel sowie das neue Produkt- und Markensortiment für Wachstumsimpulse.

Das Marktumfeld in der Division Paket & Logistik war 2011 von positiven Volumenentwicklungen und Marktanteilszuwächsen geprägt. Hinsichtlich der Profitabilität zeigte sich eine sehr zufriedenstellende Geschäftsentwicklung in Österreich und Südost-/Osteuropa, unter den Erwartungen blieb der Markt Deutschland/Benelux. Hier wurde bereits Ende 2011 ein umfassendes Performance-Steigerungsprogramm gestartet, das insbesondere zu Einmaleffekten an Strukturmaßnahmen und Wertberichtigungen führte. Außerordentliche Aufwände fielen speziell im Rahmen der Restrukturierung und Verwertung der Tochtergesellschaft in Belgien und den Niederlanden an.

Trotz dieser Einmaleffekte konnte das Konzernergebnis auf Basis des erzielten Umsatzanstieges und einer konsequenten Kostendisziplin weiter verbessert werden. Das EBITDA betrug 282,7 Mio EUR und liegt mit einer Marge von 12% am oberen Ende der anvisierten Bandbreite. Das EBIT verzeichnete einen Anstieg um 7,3% auf 168,3 Mio EUR. Diese positive Entwicklung - gepaart mit einer soliden Bilanz mit einer hohen Eigenkapitalquote, ist Basis für eine nachhaltige Dividendenpolitik. Es ergeht der Vorschlag an die Hauptversammlung, die Ausschüttung der Dividende um 6,3% auf 1,70 EUR/Aktie zu erhöhen.

Für das Jahr 2012 wird - nach dem starken Umsatzanstieg von 4,2% im Jahr 2011 - auf vergleichbarer Basis eine stabile bis leicht positive Entwicklung des Konzernumsatzes erwartet. 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.

Darüber hinaus wird auch das Jahr 2012 im Zeichen der Entwicklung innovativer

und auf die Kundenbedürfnisse zugeschnittener Lösungen stehen. "Nach dem erfolgreichen Pilotbetrieb im Herbst 2011 stellen wir seit Februar 2012 flächendeckend überregionale Werbesendungen gebündelt im Sammelumschlag KUVERT zu. Investieren werden wir auch in neue Selbstbedienungssysteme wie die Post Abgabebox und die Post Empfangsbox. Diese werden nach dem erfolgten Testbetrieb 2011 nun sukzessive in den Ballungszentren ausgerollt. All diese Lösungen haben eines zum Ziel: Flexibilität und Vereinfachung für unsere Kunden", so Georg Pölzl.

UMSATZENTWICKLUNG IM DETAIL

Für die nachfolgende Umsatzanalyse 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 Werktage weniger als in der Vergleichsperiode des Vorjahres (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 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 Umsatzanstieg 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 Umsatzanstieg 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 erhöht. 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.

GEWINN UND VERLUSTRECHNUNG

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 Vorjahres. 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 beliefen sich im Jahr 2011 auf 33,0 Mio EUR und enthielten Maßnahmen zur nachhaltigen Verbesserung der Kostenstruktur, wie etwa Aufwendungen für Strukturmaßnahmen, Abfertigungszahlungen oder Personalrückstellungen.

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 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 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%.

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 und Entkonsolidierungseffekte in Höhe von 22,0 Mio EUR bzw. 3,3 Mio EUR. 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 Aufwendungen zentraler Abteilungen 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 nach 1,75 EUR in 2010 (+4,6%).

CASHFLOW

Der Cashflow aus dem Ergebnis 2011 lag mit 248,6 Mio EUR signifikant über dem Vergleichswert des Vorjahres. Das verbesserte Ergebnis, geringere Steuerzahlungen als im Vergleichszeitraum und höhere sonstige, zahlungsunwirksame Vorgänge haben dazu beigetragen. Der Cashflow aus der Geschäftstätigkeit konnte um 27,6% auf 228,2 Mio EUR gesteigert werden. 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 um 5,8% über dem Vergleichswert des Vorjahres.

MITARBEITER

Die durchschnittliche Zahl der Mitarbeiter (umgerechnet in Vollzeitkräfte) des Österreichischen Post Konzerns verringerte sich im Berichtszeitraum gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres 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.

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 Kerngeschäftes sind nationale und internationale Akquisitionen möglich. Aktuell sind jedoch keine großen Zukäufe geplant.

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 Bilanzstruktur 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.

GESCHÄFTSVERLAUF DER DIVISIONEN

DIVISION BRIEF

Der Außenumsatz der Division Brief erhöhte sich auf vergleichbarer Basis 2011 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 einem "Premium"- und einem "Economy"-Produkt 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.

DIVISION PAKET & LOGISTIK

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. 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. 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.

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 und Entkonsolidierungseffekte in Höhe von 22,0 Mio EUR bzw. 3,3 Mio EUR. Die angeführten Aufwendungen fielen größtenteils im Rahmen der Restrukturierung sowie der Verwertung der Tochtergesellschaften in Belgien und den Niederlanden an.

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

DIVISION FILIALNETZ

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 gestaltete 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 Umsatzrückgang im Filialnetz von 3,0% auf 153,1 Mio EUR. Auch der Innenumsatz - Postdienstleistungen, die über das Filialnetz abgewickelt werden - hat sich in diesem Zeitraum weiter leicht reduziert. 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.

Der Jahresfinanzbericht 2011 ist im Internet unter www.post.at/ir --> Publikationen --> Finanzberichte verfügbar.

Rückfragehinweis:

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

Österreichische Post AG
Presse & Interne Kommunikation
Pressesprecher
Michael Homola
Tel.: +43 (0) 57767-32010
michael.homola@post.at

Emittent: Österreichische Post AG
Haidingergasse 1
A-1030 Wien
Telefon: +43 (0)57767-0
Email: investor@post.at
WWW: www.post.at
Branche: Transport
ISIN: AT0000APOST4
Indizes: ATX Prime, ATX

Börsen: Amtlicher Handel: Wien
Sprache: Deutsch



Aussendung übermittelt durch euro adhoc
The European Investor Relations Service