EANS-Adhoc: Österreichische Post AG / ÖSTERREICHISCHE POST Q1-3 2010: GUTE QUARTALS- UND NEUNMONATSERGEBNISSE EBIT UND CASH FLOW ÜBER VORJAHRESNIVEAU

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

- Q3 mit gutem Ergebnis
  - Umsatz 0,7% unter Vorjahreswert
  - EBIT um 10,9% gesteigert
- Q1-3 auf Vorjahresniveau
  - Umsatz mit minus 0,6% nur leicht rückläufig
  - EBIT um 1,2% auf 94,8 Mio EUR erhöht
- Cash-Flow verbessert, Finanzlage solide
  - Cash-Flow aus dem Ergebnis vor Steuern um 12,1% auf 164,8 Mio EUR verbessert
  - Bilanz mit hohem Zahlungsmittelbestand von 266,5 Mio EUR
- Ausblick: stabile Entwicklung
  - EBIT 2010 auf Vorjahresniveau erwartet
  - Mittelfristiges EBITDA-Margenziel von 10-12% bestätigt

DIE ÖSTERREICHISCHE POST IM ÜBERBLICK
Die ersten neun Monate 2010 sind für die Österreichische Post sehr zufriedenstellend verlaufen. In Summe war zwar eine negative Umsatzentwicklung zu verzeichnen, der Rückgang ist mit minus 0,6% allerdings sehr moderat ausgefallen. Das Wachstum in Paket & Logistik konnte Rückgänge in anderen Bereichen nahezu kompensieren. Es ist darüber hinaus gelungen, durch effizienzsteigernde Maßnahmen entgegenzuwirken, und sowohl Sachkosten als auch operative Personalkosten zu senken. Das EBIT des Konzerns konnte somit in den ersten drei Quartalen 2010 im Vergleich zum Vorjahr um 1,2% gesteigert werden, im dritten Quartal ist ein Ergebnisanstieg um 10,9% gegenüber Q3 2009 zu verzeichnen.
Die Finanzlage des Konzerns präsentiert sich ausgesprochen stabil. Die Österreichische Post verfügt über einen Zahlungsmittelüberschuss per Ende September 2010 von 266,5 Mio EUR und steigerte den Cash-Flow aus dem Ergebnis vor Steuern um 12,1% auf 164,8 Mio EUR.

In der Division Brief hält die elektronische Substitution von Briefen sowie die Reduktion der Sendungsgewichte durch die Kunden weiter an. Intensive Anstrengungen zur Kundengewinnung konnten den Umsatzrückgang mit 0,6% allerdings gering halten, ebenso wie positive Sondereffekte. Eine wichtige Weiterentwicklung und Wertsteigerung des Leistungsangebotes ist ein geplantes Joint Venture der Österreichischen Post mit der Schweizerischen Post. Es ist vorgesehen, die Aktivitäten in Konzeption und Druck von adressierten Werbesendungen in einem Joint Venture zu bündeln. Dieses Gemeinschaftsunternehmen bietet den Kunden Leistungen aus einer Hand und entsprechende Synergiepotenziale bei der Produktspezialisierung an den Standorten.

Die Division Paket & Logistik verzeichnete einen Umsatzanstieg in allen Regionen, in Summe um 3,8%. Das Wachstum fiel im Kerngeschäft sogar noch höher aus, da Ende vergangenen Jahres unrentable Aktivitäten der Transportlogistik in Deutschland beendet wurden. Erfolge wurden mit der internationalen Kooperationsstrategie erzielt, zwei neue Partner in England und Frankreich ergänzen nun das Paketnetzwerk EURODIS.

Das Filialnetz der Österreichischen Post unterliegt einem stetigen Wandel, es werden laufend unrentable eigenbetriebene Postfilialen in Post Partner umgewandelt. Mittlerweile wurde der 1.000ste Post Partner eröffnet, und die Anzahl der Postgeschäftsstellen auf 1866 gesteigert. Ein wichtiger Schritt zur Weiterentwicklung des Filialnetzes wurde mit der Verlängerung und Intensivierung der Kooperation mit der Partnerbank BAWAG P.S.K. initiiert. An mehr als 500 Standorten in Österreich wird zukünftig das volle Leistungssortiment der BAWAG P.S.K. und der Österreichischen Post angeboten. Um den strukturellen Veränderungen im Postgeschäft entgegenzuwirken, wird die Österreichische Post auch weiterhin alle Maßnahmen ergreifen um die Effizienz

und Produktivität des Unternehmens zu erhöhen. "Vor dem Hintergrund der vollständigen Briefmarktliberalisierung in Österreich per 1. Jänner 2011 sind wir zuversichtlich, auf einem guten Weg zu sein. Effiziente und innovative Dienstleistungen sowie marktkonforme Leistungen haben oberste Priorität", so Generaldirektor Dr. Georg Pölzl. Ziel ist es, auch weiterhin ein hervorragendes Service aufrechtzuerhalten und die Ertragssituation des Konzerns in der angepeilten Bandbreite einer 10-12%igen EBITDA-Marge zu halten.

UMSATZENTWICKLUNG IM DETAIL

Umsatz nach Divisionen

Mio EUR	Q1-3 2009	Q1-3 2010	Veränderung %	Q3 Mio	Q3 2009	Q3 2010
Umsatz(Außenumsatz)	1.723,2	1.713,2	-0,6%	-10,0	567,3	563,1
Brief	1.018,7	1.011,2	-0,7%	-7,5	330,3	329,1
Paket&Logistik	561,5	582,9	+3,8%	+21,3	190,4	195,8
Filialnetz	141,2	117,6	-16,7%	-23,5	46,0	37,7
Sonstiges	3,2	3,7	+15,5%	+0,5	1,1	1,2
Konsolidierung	-1,4	-2,3	-61,2%	-0,9	-0,5	-0,7
Werktage in Österreich (Kalender)	188	189	---	---	66	66

Die Umsatzentwicklung der Österreichischen Post in den ersten drei Quartalen 2010 hat die prognostizierten Trends bestätigt, der Rückgang ist mit 0,6% allerdings sehr moderat ausgefallen. Auch das dritte Quartal folgte dieser Entwicklung und verzeichnete einen Umsatzrückgang im Konzern von 0,7%.

In der Division Brief reduzierte sich der Umsatz in den ersten neun Monaten 2010 um 0,7% (in Q3 um 0,4%), da in den Geschäftsfeldern Infomail und Medienpost Zuwächse erzielt wurden. Der Trend der elektronischen Substitution von Briefen hält weiter an. Intensive Anstrengungen zur Kundengewinnung konnten den Rückgang allerdings gering halten, ebenso wie positive Sondereffekte durch Wahlen und ein zusätzlicher Arbeitstag bereits im zweiten Quartal 2010 verglichen mit 2009.

In der Division Paket & Logistik ist ein stetiger Volumensanstieg zu erkennen. Obwohl die Preissituation nach wie vor angespannt ist, zeigten sich eine gute Mengenentwicklung und auch ein Zuwachs an Neukunden. Der Umsatzanstieg im Neunmonatsvergleich betrug trotz der Beendigung unrentabler Geschäfte der Transportlogistik 3,8%, im Quartalsvergleich Q3 waren es 2,9%.

Die Umsatz- und Organisationsstruktur im Filialnetz unterliegt einem Wandel. Der Umsatz verringerte sich um 23,5 Mio EUR, die Gesamtkosten wurden um 26,1 Mio EUR reduziert. Eine geänderte Umsatzdarstellung von Prepaid-Telefonwertkarten - aufgrund einer neuen österreichischen Umsatzsteuerrichtlinie - trug mit 8,1 Mio EUR zum Umsatzrückgang bei.

Gewinn- und Verlustrechnung

Mio EUR	Q1-3 2009	Q1-3 2010	Veränderung %	Q3 Mio	Q3 2009	Q3 2010
Umsatzerlöse	1.723,2	1.713,2	-0,6%	-10,0	567,3	563,1
EBITDA	168,9	168,9	0,0%	0,0	42,3	44,1
EBIT	93,7	94,8	+1,2%	+1,1	18,3	20,3
Periodenergebnis	67,4	68,1	+1,0%	+0,7	11,2	14,0
Ergebnis pro Aktie	1,00	1,01	+1,0%	+0,01	0,17	0,21

Um dem Umsatzrückgang von 10 Mio EUR entgegenzuwirken, gilt es, die Produktivität und Effizienz stetig zu verbessern. Die größte Aufwandsposition der Österreichischen Post ist der Personalaufwand, der mit 839,2 Mio EUR im Neunmonatsvergleich konstant geblieben ist.

Der Personalaufwand inkludiert neben den operativen Kosten für Löhne und Gehälter auch Rückstellungsveränderungen sowie Restrukturierungskosten gemäß den im Unternehmen vereinbarten Sozialplänen für das Ausscheiden von Mitarbeitern. Der operative Personalaufwand konnte im Neunmonatsvergleich um etwa 20 Mio EUR reduziert werden. Im Durchschnitt der ersten neun Monate erfolgte eine Personalreduktion um 938 auf 25.161 Mitarbeiter. Diverse Aufwände an Sozialplanleistungen beliefen sich auf etwa 30 Mio EUR. Rückstellungen

mussten durch den aktuell niedrigen Diskontierungs-Zinssatz erhöht werden. Bei den Sachkosten kam es in den ersten drei Quartalen in Summe zu einem Rückgang um 10,8 Mio EUR. Im Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen reduzierten sich die Handelswaren, unter anderem durch die geänderte Umsatzdarstellung bei Prepaid-Telefonwertkarten um 8,1 Mio EUR.

Da der eingetretene Umsatzrückgang kostenseitig kompensiert werden konnte, blieb das EBIT der Österreichischen Post im Neunmonatsvergleich um 1,1 Mio EUR bzw. 1,2% über dem Vorjahreswert. Im dritten Quartal konnte das EBIT sogar um 2,0 Mio EUR auf 20,3 Mio EUR verbessert werden.

Bei Abfertigungszahlungen im Rahmen des Mitarbeiter-Sozialplans erfolgt eine geänderte Darstellung. Diese werden seit Anfang 2010 in den Divisionen verbucht, in denen sie tatsächlich angefallen sind, zuvor erfolgten die Verbuchungen im Bereich "Sonstiges". Zur besseren Vergleichbarkeit wird die Entwicklung der Divisionsergebnisse vor diesen Sozialplanzahlungen erläutert: Die Division Brief erwirtschaftete in den ersten drei Quartalen 2010 einen EBIT-Anstieg um 6,1 Mio EUR auf 170,5 Mio EUR, in der Division Paket & Logistik konnte das EBIT um 15,6 Mio EUR auf 9,3 Mio EUR gesteigert werden und die Division Filialnetz verzeichnete einen Rückgang um 8,0 Mio EUR auf minus 14,8 Mio EUR. In Summe sind im Konzern Sozialplanzahlungen von 10,2 Mio EUR angefallen, der größte Anteil entfällt auf die Division Filialnetz in der Höhe von 6,3 Mio EUR.

Das EBIT des Bereichs "Sonstiges" hat sich vor Sozialplankosten von minus 50,5 Mio EUR auf minus 59,9 Mio EUR verändert. Die Ergebnisreduktion ist größtenteils durch Rückstellungsveränderungen beeinträchtigt. Das derzeit niedrige Zinsniveau führt über den reduzierten Diskontierungsfaktor zu einem erhöhten Rückstellungsbedarf.

Das Ergebnis vor Steuern des Konzerns reduzierte sich in den ersten drei Quartalen 2010 um 2,6 Mio EUR auf 88,7 Mio EUR. Nach Abzug von Steuern im Ausmaß von 20,6 Mio EUR ergibt sich ein Periodenergebnis (Ergebnis nach Steuern) von 68,1 Mio EUR. Dies entspricht einem Ergebnis pro Aktie von 1,01 EUR für die ersten neun Monate 2010 nach 1,00 EUR pro Aktie im Vergleichszeitraum des Vorjahres.

SOLIDE BILANZ MIT HÖHEREM ZAHLUNGSMITTELBESTAND
Die Österreichische Post folgt einer risikoaversen Geschäftsgebarung. Dies zeigt sich an der hohen Eigenkapitalquote, den geringen Finanzverbindlichkeiten und dem hohen Zahlungsmittelbestand.
Die Österreichische Post verfügt in Summe über einen erheblichen Bestand an kurzfristigen und langfristigen Finanzmitteln. Per 30. September 2010 waren dies Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente von insgesamt 266,5 Mio EUR sowie Finanzinvestitionen in Wertpapiere von 53,4 Mio EUR. Der Bestand an Finanzmitteln in den ersten drei Quartalen beträgt somit 319,9 Mio EUR per Ende September 2010. Den Finanzmitteln stehen Finanzverbindlichkeiten von lediglich 125,2 Mio EUR gegenüber.

CASH-FLOW VERBESSERT
Der Cash-Flow aus dem Ergebnis vor Steuern der Österreichischen Post ist in den ersten neun Monaten 2010 um 12,1% bzw. 17,8 Mio EUR auf 164,8 Mio EUR gestiegen. Unterschiedliche Steuerzahlungen in den Vergleichsperioden beeinträchtigen den Cash-Flow aus dem Ergebnis, der mit 115,0 Mio EUR dadurch unter dem Vorjahresniveau lag.

Die Veränderung des Nettoumlaufvermögens betrug in den ersten drei Quartalen minus 11,7 Mio EUR, teilweise bedingt durch höhere Forderungen. Der Cash-Flow aus Investitionstätigkeit mit minus 24,1 Mio EUR beinhaltet den Erwerb von Sachanlagen (CAPEX) in Höhe von 29,0 Mio EUR sowie den Erlös aus Anlageverkäufen von 6,5 Mio EUR.
Somit wurde ein Free Cash-Flow Q1-3 2010 von 79,2 Mio EUR erzielt, nach 77,0 Mio EUR im Vergleichswert des Vorjahres.

MITARBEITER
Die durchschnittliche Zahl der Vollzeitkräfte des Österreichischen Post Konzerns ging im Berichtszeitraum gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 3,6% oder 938 Mitarbeiter auf nunmehr 25.161 Mitarbeiter zurück.

Dieser Rückgang resultiert vor allem aus einer Abnahme des Personalstands in den Divisionen Brief, Filialnetz sowie Sonstiges.

Der weitaus größte Teil der Konzernmitarbeiter (in Vollzeitkräften) ist in der Österreichischen Post AG beschäftigt (20.902). In den Tochterunternehmen arbeiten etwas mehr als 4.000 Mitarbeiter.

AUSBLICK
Für das vierte Quartal 2010 und somit auch für das Geschäftsjahr 2010 geht die Österreichische Post von den gleichen Trends aus, die bereits in den letzten Quartalen zu erkennen waren. Aus der Summe an rückläufigem Brief- und Filialgeschäft sowie steigendem Paketvolumen, wird ein Konzernumsatz für 2010 von 1-2% unter dem Niveau des Jahres 2009 erwartet. Auch in der Kosten- und Ergebnissituation wird eine konstante Entwicklung prognostiziert. Gemäß der Tendenz der ersten drei Quartale, scheint es realistisch, ein Konzern-EBIT auf Vorjahresniveau zu erzielen. Die erforderlichen Anlageinvestitionen (CAPEX) des Jahres 2010 werden sich auf etwa 65 Mio EUR belaufen.

Mittelfristig ist davon auszugehen, dass die beschriebenen Trends und insbesondere die elektronische Substitution von klassischen Briefsendungen weiter anhalten werden. Die Österreichische Post wird daher auch weiterhin alles unternehmen, um gemäß der vier Kernstrategien erfolgreich zu sein.

Vor dem Hintergrund der vollständigen Briefmarktliberalisierung in Österreich per 1.1.2011 ist die Österreichische Post zuversichtlich auf einem guten Weg zu sein. Effiziente und innovative Dienstleistungen sowie ein marktkonformes Produktportfolio haben oberste Priorität. Die Österreichische Post AG hat der zuständigen Regulierungsbehörde zwei geplante Änderungen der Allgemeinen Geschäftsbedingungen vorgelegt. Zum einen erfolgt eine Anpassung der Geschäftsbedingungen durch die Neuerungen des Umsatzsteuergesetzes. Die Österreichische Post wird ab 1.Jänner 2011 daher umsatzsteuerpflichtige und umsatzsteuerbefreite Briefdienstleistungen anbieten. Weiters ist eine Änderung hinsichtlich der Produktstruktur für Sendungen im Universaldienst vorgesehen, die mit 1. April 2011 in Kraft treten soll.

Ziel der neuen Produktstruktur ist die Vereinfachung der Produkte und Dienstleistungen und ein marktorientiertes Angebot für Geschäftskunden. Das neue Modell soll zu formatbasierten Tarifen führen anstelle der derzeitigen gewichtsabhängigen Preise. Im Vordergrund stehen Standardformate, die dem Kunden eine einfache und transparente Preisfindung bieten.
Wie international üblich sollen darüber hinaus Geschäftskunden künftig über die Zustellgeschwindigkeit entscheiden können. Ein "Premium-Produkt" sichert die Briefzustellung am nächsten Werktag, ein günstigeres "Economy-Produkt wird für die Briefzustellung innerhalb von zwei bis drei Tagen angeboten. Die Finalisierung und Veröffentlichung des neuen Produktportfolios wird Anfang nächsten Jahres erfolgen.

Mit diesem neuen kundenorientierten Produktportfolio und einer effizienten, leistungsorientierten Logistik, sieht sich die Österreichische Post gerüstet, auch in einem vollständig liberalisierten Wettbewerbsumfeld bestehen zu können. Ziel ist es, auch weiterhin ein hervorragendes Service aufrechtzuerhalten und die Ertragssituation des Konzerns in der angepeilten Bandbreite einer 10-12%igen EBITDA-Marge zu halten.

GESCHÄFTSENTWICKLUNG DER DIVISIONEN
DIVISION BRIEF
Der Außenumsatz der Division Brief reduzierte sich in den ersten neun Monaten 2010 gegenüber der Vergleichsperiode 2009 um 0,7% auf 1.011,2 Mio EUR, im dritten Quartal um 0,4%. Intensivere Anstrengungen zur Kundengewinnung wirkten dem rückläufigen Volumenstrend entgegen, ebenso positive Sondereffekte wie etwa durch Wahlen.

Das Geschäftsfeld Briefpost verzeichnete einen Umsatzrückgang, und zwar um 2,6% oder 14,2 Mio EUR im Neunmonatsvergleich. Der Trend zur Substitution von Briefen durch elektronische Medien hält weiter an, beispielsweise in den Kundensegmenten Finanz und Telekommunikation. Darüber hinaus sind in einigen Bereichen und auch im öffentlichen Sektor geringere Mengen an eingeschriebenen Briefen festzustellen.

Im Geschäftsfeld Infomail (adressierte und unadressierte Werbesendungen) erhöhte sich der Umsatz in den ersten neun Monaten 2010 hingegen um 1,2% oder 4,5 Mio EUR. Die Anstrengungen zur Gewinnung von Neukunden waren erfolgreich und konnten den Ausfall des Großkunden Quelle kompensieren. In Summe war eine positive Volumensentwicklung allerdings mit geringeren durchschnittlichen Sendungsgewichten zu registrieren.
Im Geschäftsfeld Medienpost war aufgrund von Zuwächsen bei Firmenzeitungen und durch regionale Wahlen eine Umsatzsteigerung von 2,3% oder 2,2 Mio EUR zu verzeichnen.
In Summe erwirtschaftete die Division Brief in den ersten neun Monaten 2010 ein EBIT vor Sozialplanzahlungen in Höhe von 170,5 Mio EUR und lag damit um 3,7% über dem Vergleichswert des Vorjahres. Diese Ergebnisverbesserung ist primär auf Effizienzsteigerungen zurückzuführen, sowohl Sachkosten als auch Personalkosten konnten reduziert werden.

DIVISION PAKET & LOGISTIK
Der Außenumsatz der Division Paket & Logistik erhöhte sich in den ersten drei Quartalen 2010 auf Basis einer guten Mengenentwicklung um 3,8% auf 582,9 Mio EUR, im dritten Quartal erfolgte ein Anstieg um 2,9%. Grundsätzlich zeigte sich, dass im Paket- und Logistikmarkt Volumenssteigerungen zu verzeichnen sind, der Preisdruck allerdings nach wie vor hoch ist.

Mit dem Produktsegment "Premiumpaket" (Paketzustellung innerhalb von 24 Stunden) wurde in den ersten neun Monaten 2010 ein Umsatz von 460,7 Mio EUR erzielt. Das ist ein Anstieg um 0,3%, der allerdings durch die Einstellung verlustbringender Aktivitäten der Transportlogistik in Deutschland beeinträchtigt war. Auf vergleichbarer bereinigter Umsatzbasis konnte in diesem Produktsegment in Deutschland - im Wesentlichen durch Neukundengewinnung - eine Volumenssteigerung von etwa 7% verzeichnet werden. Die Tochtergesellschaft trans-o-flex in Deutschland erwirtschaftete rund drei Viertel des Premiumpaket-Umsatzes. Sehr positiv entwickelte sich auch weiterhin das Geschäftskundenpaket in Österreich und in Südost-/Osteuropa.

Größere Zuwachsraten verzeichnete das Produktsegment "Standardpaket" in Österreich mit einer Umsatzsteigerung um 20% auf 114,2 Mio EUR. Organisches Wachstum, neue Versandhandelsmengen seit Juni 2009 sowie Volumensverschiebungen vom Premiumsegment in das Standardsegment waren dafür ausschlaggebend.

Das EBIT der Division Paket & Logistik verdeutlicht den klaren Turnaround. Mit einem EBIT vor Sozialplanzahlungen von 9,3 Mio EUR wurde eine Verbesserung zum Vorjahr um 15,6 Mio EUR erreicht.

DIVISION FILIALNETZ
Die Organisation des Filialnetzes unterliegt einem Wandel, der sich sowohl auf den Umsatz als auch auf die Kostenstruktur auswirkt. Der Außenumsatz verringerte sich um 23,5 Mio EUR, die Gesamtkosten wurden um 26,1 Mio EUR reduziert.

Ein Umsatzrückgang von 8,1 Mio EUR ist dabei auf die geänderte Darstellung von Prepaid-Telefonwertkarten aufgrund einer neuen österreichischen Umsatzsteuerrichtlinie zurückzuführen. Im Geschäftsjahr 2009 wurden das Wertkartennominale im Umsatz und der dazugehörige Wareneinsatz im Materialaufwand ausgewiesen. Seit 1. Jänner 2010 wird hingegen nur noch die Provision verbucht. Darüber hinaus hat sich der Umsatz mit Handelswaren in den ersten drei Quartalen rückläufig entwickelt. Insbesondere bei Produkten der Mobiltelefonie ist eine Marktsättigung festzustellen.

Bei Finanzdienstleistungen und den damit verbundenen Provisionserträgen war ein Rückgang zu verzeichnen, der auf die reduzierten Margen infolge des derzeit niedrigen Zinsumfeldes zurückzuführen ist.
Auch die Postdienstleistungen (Innenumsatz) haben sich um 7,5% weiter reduziert. Das Volumen an Briefen, die über das Filialnetz eingeliefert werden, geht grundsätzlich zurück. Im Sinne verstärkter Serviceaktivitäten werden darüber hinaus vermehrt Briefe bei Kunden direkt abgeholt.

Durch den nunmehrigen Strukturwandel des Filialnetzes wird das Service- und Kostengefüge stetig verbessert. Unrentable eigenbetriebene Postfilialen werden

in Post Partner umgewandelt. Mit Anfang November 2010 verfügt die Österreichische Post in Summe über 1.866 Postgeschäftsstellen, bereits 1.000 davon werden durch externe Partnerbetriebe geführt. Eine Umwandlung weiterer eigenbetriebener unrentabler Filialen ist vorgesehen.

Das EBIT der Division Filialnetz belief sich vor Sozialplanzahlungen in den ersten drei Quartalen 2010 auf minus 14,8 Mio EUR nach minus 6,7 Mio EUR in der Vergleichsperiode des Vorjahres. Die Anzahl der Mitarbeiter hat sich im Neunmonatsvergleich um 439 Mitarbeiter reduziert. Durch den Strukturwandel sind Sozialplanzahlungen in der Höhe von 6,3 Mio EUR angefallen.

Wien, 17. November 2010

Der Zwischenbericht Q1-3 2010 ist im Internet unter www.post.at/ir -> Publikationen --> Finanzberichte verfügbar.

Rückfragehinweis:
Österreichische Post AG
Konzernkommunikation Leitung
Mag. Ina Sabitzer
Tel.: +43 577677 21763
ina.sabitzer@post.at

Pressesprecher
Michael Homola
Tel.: +43 57767 32010
michael.homola@post.at

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

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

euro adhoc

Aussendung übermittelt durch euro adhoc
The European Investor Relations Service