

Referat von Dr. Hans-Peter Strodel
Leiter Finanzen

Bilanz-Medienkonferenz
der Schweizerischen Post
Hauptsitz der Post, Bern
19. März 2008

ES GILT DAS GESPROCHENE WORT

Sehr geehrte Damen und Herren

Insgesamt blickt die Schweizerische Post auf ein finanziell sehr erfreuliches Jahr zurück. Sie erfüllt auch im Jahr 2007 alle finanziellen Erwartungen des Eigners.

Im Berichtsjahr wurde ein Konzerngewinn von 909 Millionen Franken und ein Betriebsertrag von 8'712 Millionen Franken erzielt. Mit dem Kapitaleinsatz konnte wiederum ein Mehrwert von 557 Millionen Franken (Value Added) erwirtschaftet werden und das Eigenkapital vor Gewinnverwendung per Ende Jahr beträgt 2'470 Millionen Franken.

Die Finanzwerte überzeugen, sieht man von der noch immer zu knappen Eigenkapitalausstattung ab. Das Betriebsergebnis ist neben den operativen Erfolgen auch auf Sonderfaktoren zurückzuführen.

Gerne gehe ich in meinen nachfolgenden Ausführungen auf die Erreichung der finanziellen Ziele und die wichtigsten Fragen diesbezüglich ein.

Die Schweizerische Post ist eine selbstständige Anstalt des öffentlichen Rechts mit eigener Rechtspersönlichkeit. Der Bund ist alleiniger Eigentümer.

Der Bundesrat legt jeweils für vier Jahre die strategischen Ziele für die Post fest. Aktuell decken diese die Jahre 2006 bis 2009 ab. Aus finanzieller Sicht erwartet der Bundesrat, dass die Post

- im Universaldienst und im Wettbewerbsbereich ein angemessenes Ergebnis erzielt und eine Steigerung des Unternehmenswertes erreicht. Als Vergleichsgrösse dienen vergleichbare in- und ausländische Unternehmen;
- ihre Investitionen grundsätzlich mit dem erwirtschafteten Cashflow finanziert;
- aus den erwirtschafteten Gewinnen prioritär den schrittweisen Aufbau der als notwendig erachteten Eigenkapitalbasis sowie die Sanierung der Pensionskasse, sekundär eine angemessene Gewinnausschüttung für das vom Bund zur Verfügung gestellte Dotationskapital sicherstellt.

Die Post profitierte 2007 von der sehr guten Wirtschaftslage. Insbesondere PostFinance konnte vom positiven Umfeld am Kapital- und Zinsmarkt profitieren. Die gute Konjunktur wirkte sich auf das

Geschäft im Ausland und vor allem auf den Heimmarkt positiv aus. So wuchsen in der Schweiz die Branchen Kommunikation, Finanzen und Werbung überdurchschnittlich. Sie sind für die Post von Bedeutung, da sie im Verkehr mit ihren Kunden grosse Sendungsmengen generieren. Dies zeigt sich im Logistikgeschäft der Post, wo sich der durch die Substitution verursachte Rückgang nicht im erwarteten Ausmass einstellte.

Von den Branchen, in denen die Post selbst tätig ist, wird die Logistikbranche national und international durch zunehmenden Wettbewerb und steigenden Preisdruck geprägt. Die Kunden reagieren stark auf Preise und stellen hohe Anforderungen an die Qualität. In den ausländischen Logistikmärkten treten Unternehmen mit neuartigen Geschäftsmodellen auf. Im Inland bereiten sich etablierte Zustellorganisationen auf einen Markteintritt vor – insbesondere solche aus der Zeitungsrühzustellung.

Der Schweizer Briefmarkt ist weiterhin leicht rückläufig. Ein Grund dafür ist die Substitution, das heisst der Ersatz von physischen Sendungen durch elektronische Informationsmittel. Allerdings kommt den Prozessoptimierungen, die zur Zusammenlegung von mehreren Versänden bei den bedeutenden Kunden der Post führen, heute die grössere Bedeutung zu. Auch für Europa wird ein Rückgang des Briefvolumens prognostiziert. Dessen Höhe liegt bei rund einem Prozent pro Jahr. Hingegen wächst der Markt für Dialogmarketing (Werbebriefe, kartenbasierte Kundenbindungsprogramme) weiter. Das gilt auch für den deutschen Markt, wo die 2006 erworbene GHP-Gruppe schwergewichtig tätig ist. Das Direktmarketing in Deutschland ist jedoch ein reifer und weitgehend verteilter Markt mit aggressiver Preispolitik.

Auf dem Finanzmarkt wird in der Europäischen Union (EU) ein einheitlicher Zahlungsverkehrsraum angestrebt, um Transaktionen einfacher und günstiger abzuwickeln. Der Retailbankingmarkt in der Schweiz wächst weiterhin, doch ist auch hier ein verstärkter Wettbewerb zu beobachten mit besonders harter Konkurrenz im Aktivgeschäft (Kreditgeschäft).

Im regionalen Personenverkehr ist mit einem leichten Wachstum, aber auch mit einem verstärkten Preisdruck und der vermehrten Ausschreibung von Linien zu rechnen. Ausländische Grossanbieter versuchen in den (noch) eher kleinräumig organisierten öffentlichen Verkehr der Schweiz einzusteigen. Andererseits ist auch PostAuto im grenznahen Ausland (Frankreich) tätig.

Die Post ist ein Stammhauskonzern mit den ergebnisverantwortlichen Segmenten PostMail, PostLogistics, PostFinance, PostAuto, Poststellen und Verkauf, Swiss Post International, Strategische Kunden und Lösungen sowie Übrige. Die ersten vier Segmente bilden das Kerngeschäft der Post. Nicht diesen Segmenten zuteilbare Einheiten des Stammhauses wie beispielsweise Immobilien, Informationstechnologie oder Philatelie sind im Segment Übrige zusammengefasst.

Gegenüber dem Vorjahr wurde die MailSource-Gruppe zusammen mit der im Vorjahr akquirierten GHP-Gruppe im Segment Strategische Kunden und Lösungen (Vorjahr «Neugeschäfte») zusammengefasst. Im Weiteren wurden die DocumentServices AG und die SwissSign AG aus dem Segment PostMail sowie die yellowworld AG aus dem Segment PostLogistics in das Segment Strategische Kunden und Lösungen überführt.

Die Swiss Post International AG erwarb im Januar 2007 sämtliche Anteile der FM Verzollungs AG in Basel. Das Unternehmen übernimmt Ein- und Ausfuhrverzollungen im grenzüberschreitenden Warenverkehr für Speditionen und unterhält offene Zolllager. Zudem hat es sich auf die Verzollung von Schienentransporten spezialisiert.

Per Mitte August 2007 hat die Schweizerische Post die im Innight-Geschäft tätige Highnes-Logistikgruppe übernommen. Die Gesellschaften Highnes Holding AG, NES AG, Tesmo Immobilien AG und EDS Express-Data-Systems AG wurden neu in den Konsolidierungskreis aufgenommen und in die PostLogistics AG fusioniert.

Die Effekte auf das Betriebsergebnis aus den Akquisitionen betragen im Berichtsjahr insgesamt 8 Millionen Franken.

Die Post hat gemäss den strategischen Zielen des Bundesrates den Unternehmenswert zu steigern. Dieser wird durch den Value Added (VA) gemessen. Der VA ist eine absolute Masszahl (Millionen Franken) und zeigt an, welchen Mehrwert das Gesamtunternehmen erzielt hat.

Ein Mehrwert entsteht, wenn das um die Steuern adjustierte Betriebsergebnis die geforderte Verzinsung des investierten Kapitals (betriebsnotwendiges Vermögen multipliziert mit dem gewichteten Kapitalkostensatz) übersteigt.

Die Post erfüllte auch im Jahr 2007 die Erwartung des Bundesrates und erzielte wiederum einen

positiven Unternehmensmehrwert von 557 Millionen Franken. Obwohl durch den erneuten Neugeldzufluss bei PostFinance das betriebsnotwendige Kapital anstieg, konnte gegenüber dem Vorjahr eine Wertsteigerung erreicht werden. Diese ist auf das höhere betriebliche Ergebnis zurückzuführen.

Der Value Added der Gesamtunternehmung fliesst als Kennzahl in die Berechnung des variablen Leistungsanteils der Kaderentlohnung ein. Das Management wird so motiviert, konsequent im Sinne einer nachhaltigen Wertgenerierung, unter Einbezug der Kapitalbindung und der Risiken (Kapitalkostensatz), zu denken und zu handeln.

Der Konzerngewinn 2007 von 909 Millionen Franken lag um 8,6 Prozent oder 72 Millionen Franken über dem Vorjahreswert von 837 Millionen Franken. Es ist der bisher höchste Gewinn in der knapp zehnjährigen Firmengeschichte der Schweizerischen Post als selbstständige Anstalt.

Das Betriebsergebnis 2007 beträgt 866 Millionen Franken, was einer Betriebsergebnismarge von 9,9 Prozent entspricht.

Die konjunkturbedingt gute Entwicklung im Logistikgeschäft wirkte sich positiv auf das Betriebsergebnis aus. Höhere Renditen am Geld- und Kapitalmarkt, der Neugeldzufluss sowie die Preiserhöhungen bei den Bareinzahlungstaxen beeinflussten das Betriebsergebnis ebenfalls günstig. Zudem konnte das Vorjahresniveau dank der erneut höheren Immobilienerträge sowie der Akquisitionen übertroffen werden.

Der Betriebsertrag stieg gegenüber dem Vorjahr um 817 Millionen Franken oder 10,3 Prozent an. Der Zuwachs erfolgte zu rund 30 Prozent anorganisch – Zuwachs im Konsolidierungskreis (vor allem MailSource und GHP) – und zu 70 Prozent organisch – höhere Logistikerträge und Finanzerträge (innovative Kundenlösungen, Anstieg der Kundengelder).

Der Betriebsaufwand nahm um 774 Millionen Franken oder 10,9 Prozent zu. Auch hier resultiert der Anstieg zu rund 30 Prozent aus dem erweiterten Konsolidierungskreis. Der verbleibende Kostenanstieg erklärt sich aus dem Ertragswachstum.

Alle produktführenden Segmente trugen, wenn auch in unterschiedlichem Ausmass, operativ zum

positiven Ergebnis bei.

Die Segmentergebnisse Poststellen und Verkauf, PostLogistics und PostMail sind 2007 erstmals nach Verrechnung der Prozesskosten Annahme, Transport und Zustellung dargestellt. Das Ergebnis Poststellen und Verkauf setzt sich aus dem Erfolg der übrigen Markenartikel sowie den nicht durch Verrechnungen von internen Leistungen gedeckten Kosten zusammen. Weiter wurden im Jahr 2007 bisherige Konzerngesellschaften der Segmente PostMail (DocumentServices AG) und PostLogistics (yellowworld AG) neu dem Segment Strategische Kunden und Lösungen (SKL) zugeordnet. Um die Vergleichbarkeit mit dem Vorjahr zu ermöglichen, wurden die Werte 2006 der betroffenen Segmente entsprechend angepasst.

PostMail

PostMail erzielte 2007 einen Betriebsertrag von 3'008 Millionen Franken (Vorjahr: 3'028 Millionen Franken). Die durch Substitution und Kostenoptimierungen durch Zusammenfassen von Versänden bei Grosskunden hervorgerufene rückläufige Entwicklung wurde dank der guten Wirtschaftslage gebremst. Das im Vergleich zum Vorjahr deutlich tiefere Betriebsergebnis von 236 Millionen Franken ist vor allem auf die gestiegenen Aufwände insbesondere im Zusammenhang mit dem Projekt REMA und auf höhere Entschädigungen für intern bezogene Leistungen zurückzuführen. Mit der Inbetriebnahme des Briefzentrums Zürich-Mülligen und des Subzentrums Gossau sowie der Fertigstellung der Gebäude für die neuen Briefzentren in Eclépens und Härkingen hat das Projekt wesentliche Fortschritte erzielt.

PostLogistics

PostLogistics erzielte im Berichtsjahr einen Betriebsertrag von 1'461 Millionen Franken (Vorjahr: 1'375 Millionen Franken) und ein Betriebsergebnis von 76 Millionen Franken. Der Betriebsertrag konnte akquisitionsbedingt, aufgrund der positiven Konjunktorentwicklung und durch den Weiterausbau von Kunden- und Branchenlösungen gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden. Das ausgewiesene Betriebsergebnis reduzierte sich aufgrund einer deutlich höheren Abgeltung der Annahme- und Zustelleistungen gegenüber dem Konzernbereich Poststellen und Verkauf. Insgesamt konnte PostLogistics ihre positive Entwicklung der letzten Jahre fortführen.

PostFinance

PostFinance hat 2007 den Betriebsertrag um CHF 350 Millionen auf 1'937 Millionen Franken

gesteigert. Gründe dafür sind der erneute Neugeldzufluss (3,4 Milliarden Franken), die im Jahresdurchschnitt gestiegenen Marktzinsen, der Erfolg bei den Kapitalanlagen sowie die Erhöhung der Bareinzahlungstaxen. Das Betriebsergebnis (EBIT) liegt mit 318 Millionen Franken auf Rekordniveau (plus 73 Millionen Franken gegenüber 2006). Die im Vergleich zum Vorjahr erfreuliche Entwicklung wurde durch alle wichtigen Erfolgssparten Zinsergebnis, Kommissions- und Dienstleistungsgeschäft sowie Handelserfolg getragen. PostFinance musste keine ausserordentlichen Wertberichtigungen im Zusammenhang mit der amerikanischen Kreditkrise verbuchen.

PostAuto

PostAuto schloss das vergangene Jahr mit einem Betriebsertrag von 585 Millionen Franken (Vorjahr: 578 Millionen Franken) ab und erzielte ein Betriebsergebnis von 32 Millionen Franken (Vorjahr: 28 Millionen Franken). Die Erhöhung des Betriebsertrags gegenüber dem Vorjahr war vor allem auf den Angebotsausbau im Ausland – namentlich im Fürstentum Liechtenstein und in Frankreich – zurückzuführen. Aber auch in der Schweiz konnte PostAuto den Betriebsertrag steigern. Der spürbare Rückgang der Abgeltungen der öffentlichen Hand konnte durch höhere Verkehrseinnahmen, aber auch durch Mehrerträge aus Management- und Engineeringleistungen aufgefangen werden.

Swiss Post International

Getragen von der guten Konjunktur konnte der Betriebsertrag im Ausland und im grenzüberschreitenden Geschäft der Schweiz gegenüber dem Vorjahr um sechs Prozent gesteigert werden. Trotzdem liegt das Betriebsergebnis unter dem Vorjahr. Dies infolge höherer Estandskosten für Transporte und Zustellungen im internationalen Exportgeschäft sowie eines negativen Einmaleffekts aus der Mehrwertsteuerabrechnung im Importgeschäft.

Poststellen und Verkauf

Der Betriebsertrag von 1736 Millionen Franken ist gegenüber dem Vorjahr (1'651 Millionen Franken) um 85 Millionen Franken gestiegen. Der Mehrertrag resultierte unter anderem aus dem Mehrverkauf von übrigen Markenartikeln (AMA). Der Betriebsaufwand von 1761 Millionen Franken konnte praktisch auf Vorjahreshöhe (1762 Millionen Franken) gehalten werden. Dieser Sachverhalt ist damit zu begründen, dass der höhere Handelswaren- und Dienstleistungsaufwand (plus 12 Millionen Franken) durch den tieferen Personalaufwand kompensiert werden konnte. Weiter haben gegenüber dem Vorjahr höhere Leistungsabgeltungen das Ergebnis positiv beeinflusst.

Strategische Kunden und Lösungen

Im Wesentlichen bilden die beiden Unternehmensgruppen GHP und MailSource als eigenständige Einheiten das Segment Strategische Kunden und Lösungen der Schweizerischen Post. GHP ist auf Dialogmarketing und Kundenmanagement, MailSource auf unternehmensinterne Postdienste, Dokumentenmanagement sowie Scanning und Archivierung spezialisiert. Der Betriebsertrag der GHP-Gruppe erreichte im abgelaufenen Geschäftsjahr 364 Millionen Franken. 2006 erwirtschaftete GHP in den vier Monaten ihrer Konzernzugehörigkeit (ab 1. September) einen Betriebsertrag von 123 Millionen Franken. Die MailSource-Gruppe konnte beim Ertrag im Vergleich zum Vorjahr ein organisches Wachstum von 18 Prozent erzielen. Dazu beigetragen hat einerseits die Erneuerung von grossen Kundenverträgen, andererseits die Neugewinnung von Kunden insbesondere in den USA, England und der Schweiz. Das operative Ergebnis des Segmentes wurde jedoch durch eine Wertverminderung auf dem Goodwill der Document Services AG reduziert.

Übrige

Im Ergebnis „Übrige“ sind die übrigen Bereiche des Stammhauses (insbesondere Immobilien, Informationstechnologie und Philatelie) enthalten. Der Betriebsertrag betrug im abgelaufenen Geschäftsjahr 1018 Millionen Franken. Das Betriebsergebnis konnte gegenüber dem Vorjahr (133 Millionen Franken), vor allem dank Immobilien, auf 196 Millionen Franken gesteigert werden.

Der Buchwert der Sachanlagen nahm im Vergleich zum Vorjahr unter anderem infolge der Investitionen im Rahmen des Projektes REMA um 278 Millionen Franken zu. Die Abnahme der Rückstellungen von 330 Millionen Franken ist hauptsächlich auf die Anpassung des technischen Zinssatzes, in der Berechnung der Leistungen an Arbeitnehmer (Personalvorsorge) und der übrigen Leistungen an Arbeitnehmer gemäss IAS 19, zurückzuführen. Zusätzlich wurde die Verbindlichkeit aus der Personalvorsorge durch eine erneute Einlage von 212 Millionen Franken in die Arbeitgeberbeitragsreserve, im Rahmen der Gewinnverwendung 2006, auf 2'339 Millionen Franken per 31. Dezember 2007 reduziert.

Das konsolidierte Eigenkapital erreichte per 31. Dezember 2007 die Höhe von 2'470 Millionen Franken. (Vorjahr: 1'605 Millionen Franken). Siehe dazu auch den konsolidierten Eigenkapitalnachweis. Das per 31. Dezember 2007 ausgewiesene Eigenkapital liegt damit weiterhin unter der angestrebten Eigenkapitalausstattung für einen Logistik- und Finanzdienstleistungs-

konzern. Die Post strebt eine branchenübliche Eigenkapitalausstattung an: logistische und übrige Bereiche rund 35 Prozent der Bilanzsumme; PostFinance nach den Richtlinien Basel II. Darauf gestützt betrug im Jahr 2007 das erforderliche Eigenkapital Konzern 3'222 Millionen Franken (PostFinance 1'655 Millionen Franken, logistische und übrige Bereiche 1'567 Millionen Franken). Die erneute Erhöhung des erforderlichen Eigenkapitals ist auf die Entwicklung der Bilanzsumme zurückzuführen, die im abgelaufenen Geschäftsjahr vor allem durch den Neugeldzufluss bei PostFinance zugenommen hat.

Die Konzernbilanz der Post ist stark von den Kundeneinlagen des Geschäftsfeldes PostFinance geprägt. Die erneute Zunahme der Kundeneinlagen per Bilanzstichtag im Umfang von 3'098 Millionen Franken führte im Wesentlichen dazu, dass die Bilanzsumme auf 60'084 Millionen Franken (Vorjahr: 55'600 Millionen Franken) anstieg. Im Verhältnis zur Bilanzsumme betragen die Kundeneinlagen per 31. Dezember 2007 rund 86 Prozent.

Die Investitionen in Sachanlagen, Beteiligungen und immaterielle Anlagen betrugen 644 Millionen Franken und lagen gesamthaft über dem Vorjahr (540 Millionen Franken). Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden Investitionen in Beteiligungen von 41 Millionen Franken getätigt. Schwerpunkt der Investitionstätigkeit bildete neben Rationalisierungs- und Optimierungsprojekten vor allem der Bau der drei neuen Briefzentren.

Das Investitionsvolumen konnte wie im Vorjahr vollumfänglich durch selbst erarbeitete Mittel finanziert werden, womit auch diese Erwartungen des Bundesrats erfüllt werden.

Aus den erwirtschafteten Gewinnen erwartet der Bundesrat prioritär den schrittweisen Aufbau der als notwendig erachteten Eigenkapitalbasis sowie die Sanierung der Pensionskasse Post, sekundär eine angemessene Gewinnausschüttung für das vom Bund zur Verfügung gestellte Dotationskapital.

Angesichts der noch fehlenden Wertschwankungsreserven bei der Pensionskasse Post, der geplanten Reduktion des technischen Zinssatzes für das Deckungskapital der Rentner und der noch nicht ausreichenden Eigenkapitalbasis des Konzerns wird dem Bundesrat beantragt, den Gewinn des Stammhauses Post von 702 Millionen Franken wie folgt zu verwenden:

- 250 Millionen Franken als Ausschüttung an den Eigner,
- 250 Millionen Franken als Einlage in die Pensionskasse Post als Arbeitgeberbeitragsreserve sowie
- 202 Millionen Franken als Zuweisung in die Reserven der Post.

Das Eigenkapital beträgt somit im Stammhaus, das nach allgemein anerkannten kaufmännischen Grundsätzen Rechnung legt, 4'064 Millionen Franken.

Lassen Sie mich zum Schluss noch einen Ausblick in die Zukunft tätigen.

Die Technologieentwicklung und das veränderte Kundenverhalten führen auch in Zukunft zu einer fortgesetzten Substitution und zu abnehmenden Briefmengen. Sie eröffnen aber auch neue Geschäftsoportunitäten und Wachstumsmöglichkeiten.

Für das Jahr 2008 sieht die Schweizerische Nationalbank ein Nachlassen der Konjunkturdynamik. Beinahe alle Nachfragekomponenten wachsen weiterhin, aber moderater. Der private Konsum wird von den robusten Entwicklungen der verfügbaren Einkommen profitieren.

Die Schweizerische Post wird weiterhin vom günstigen wirtschaftlichen Umfeld profitieren. Sie wird voraussichtlich auch 2008 den Unternehmenswert steigern, ein angemessenes Ergebnis erzielen und die Investitionen aus eigener Kraft finanzieren. Diese Aussichten sowie die erfolgreichen letzten vier Jahre dürfen uns angesichts des noch härter werdenden Wettbewerbs, der anhaltenden Substitutionseffekte und der noch ungenügenden Eigenkapitalbasis nicht davon abhalten, an der eingeschlagenen Strategie festzuhalten und sie mit aller Konsequenz umzusetzen.

Herzlichen Dank für die Aufmerksamkeit.