

# **Ein hervorragendes Konzernergebnis 2010**

**Referat von Dr. Markus Zenhäusern**  
**Leiter Finanzen**

Bilanz-Medienkonferenz  
der Schweizerischen Post  
Hauptsitz der Post, Bern  
31. März 2011

ES GILT DAS GESPROCHENE WORT

Sehr geehrte Damen und Herren

Gegenüber dem Vorjahr stieg der Konzerngewinn um 182 Millionen Franken auf eine Rekordhöhe von 910 Millionen Franken. Diese Zunahme widerspiegelt in erster Linie die betriebliche Geschäftstätigkeit. Die Auswirkungen aus dem Finanzergebnis und den Steuern waren für den Konzerngewinn wie im Vorjahr unbedeutend.

### **Übersicht der wichtigsten Kennzahlen**

2010 lag der Betriebsertrag bei 8736 Millionen Franken (Vorjahr: 8558 Millionen Franken). Dies entspricht einer Zunahme von 2,1 Prozent. Mit dem Kapitaleinsatz konnte ein Unternehmensmehrwert von 452 Millionen Franken erwirtschaftet werden. Das sind aufgrund des gesteigerten Betriebsergebnisses 180 Millionen Franken mehr als im Vorjahr. Die Schweizerische Post hat auch 2010 die finanziellen Ziele des Eigners erreicht. Konzerngewinn, Unternehmensmehrwert und Umsatzrendite haben die Vorjahreswerte übertroffen.

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

### **Einleitung**

#### **Die finanziellen Ziele des Bundesrates**

Der Bundesrat legt jeweils für vier Jahre die strategischen Ziele für die Post fest. Aus finanzieller Sicht erwartet der Bundesrat, dass die Post

- im Universal- und Wettbewerbsdienst ein branchenübliches Ergebnis erzielt;

- den Unternehmenswert nachhaltig sichert und wenn möglich steigert;
- ihre Investitionen grundsätzlich aus dem erwirtschafteten Cashflow finanziert;
- die erwirtschafteten Gewinne für den Aufbau der notwendigen Eigenkapitalbasis, die Finanzierung der Pensionskasse und für Ausschüttungen an den Bund einsetzt.

## **Entwicklung von Mengen und Kapital**

### Kommunikationsmarkt

Die Produkte des Kommunikationsmarktes entwickelten sich unterschiedlich. Die unadressierten Sendungen von PostMail reagierten konjunktursensitiv. Hier profitierte die Post 2010 von einer Erholung und den verstärkten Werbeaktivitäten im Detailhandel. Die Menge zugestellter Zeitungen wurde durch den Erfolg der Pendlerzeitungen und Veränderungen im Kundenverhalten negativ beeinflusst. Mit der 2009 erfolgten Akquisition im Bereich der Zustellorganisationen in der Zeitungsfrühzustellung konnte dieser Marktsituation begegnet werden. Die Menge der zugestellten Zeitungen stieg im Vorjahresvergleich um 10 Prozent. Bei den adressierten Briefen von PostMail und Poststellen und Verkauf war 2010 ein Rückgang von 1,5 Prozent zu verzeichnen. Gründe dafür waren Substitution (Ersatz von physischen Sendungen durch elektronische Informationsmittel) sowie Versandoptimierungen unserer Geschäftskunden. Der Konzernbereich Poststellen und Verkauf erreichte vorwiegend aus der Übernahme der Privatkundenprodukte von PostMail, PostLogistics und Swiss Post International und durch die Integration der Philatelie eine Volumenerhöhung. Bei Swiss Post International nahmen die Import- und Exportmengen im Vergleich zum Vorjahr ab. Dies ist vor allem mit der Verschiebung

der Privatkundenprodukte zu Poststellen und Verkauf zu erklären. Zudem wirkte sich in einigen Ländern das schwierige wirtschaftliche Umfeld negativ auf die Brief- und Paketmengen aus. Swiss Post Solutions konnte die erbrachten Dienstleistungen hauptsächlich in den Bereichen E-Business-Solutions und Document Solutions steigern.

### Logistikmarkt

Der Logistikmarkt ist national und international weiterhin durch zunehmenden Wettbewerb und Preisdruck geprägt. Die Kunden reagieren sensitiv auf Preise und stellen hohe Anforderungen an die Qualität. Im Zuge der Liberalisierung und der sich wandelnden Kundenanforderungen überschneiden sich die Geschäftsfelder von Kurier, Express und Paketen zunehmend mit denjenigen der klassischen Spedition. Logistikkunden wünschen vermehrt einen einzigen Ansprechpartner und damit eine Lösung aus einer Hand. Die Post hat im vergangenen Jahr von den positiven Entwicklungen im elektronischen Handel (E-Commerce) und der konjunkturellen Erholung profitiert.

### Retailfinanzmarkt

Obwohl sich die Finanzmärkte allmählich beruhigen und dadurch die Verunsicherung der Kunden gegenüber den international ausgerichteten Banken abnimmt, verzeichnete PostFinance gegenüber dem Vorjahr einen weiteren Zufluss an Kundengeldern. Das Finanzinstitut der Post genießt fortwährend das Vertrauen der Kunden, die ihre Finanzen selbstständig verwalten und ein einfaches und preiswertes Angebot schätzen. Im 2010 betragen die durchschnittlichen Kundengelder

80'335 Millionen Franken. Dies entspricht im Vorjahresvergleich einer Steigerung von 14,4 Prozent.

### Markt für öffentlichen Personenverkehr

Im Regionalen Personenverkehr auf der Strasse nimmt der Wettbewerb ständig zu. So werden im Busbereich Leistungen zunehmend ausgeschrieben.

Infolge knapper werdender finanzieller Mittel und stetig steigender Mobilitätsbedürfnisse nimmt auch der Preisdruck von Bund und Kantonen als Besteller der Leistungen im Regionalverkehr zu. Demgegenüber wird das Angebot laufend ausgebaut und die Bedürfnisse der Kunden steigen. So sind beispielsweise heute IT-basierte Fahrgastinformations-Systeme zunehmend Standard. Hier ergeben sich für den Personenverkehrsbereich der Post aber auch gute Chancen, durch Systemdienstleistungen seine führende Position auszubauen.

### **Veränderungen im Konsolidierungskreis**

2010 ergaben sich folgende Änderungen im Konsolidierungskreis der Schweizerischen Post:

Spanien: Am 1. Februar 2010 übernahm die Swiss Post International Holding AG sämtliche Anteile der beiden spanischen Gesellschaften Allied Business Company of Mail Servicios Postales Internacionales España S.L. (ABC Mail S.L.) und Mail Partners Spain S.L. mit Sitz in Madrid.

Deutschland: Ende März 2010 erwarb die Swiss Post Solutions GmbH, Bamberg, sämtliche Anteile der Swiss Post Solutions GmbH (früher Billing & Loyalty Systems GmbH) mit Sitz im deutschen Oberhausen.

England: Anfang April 2010 erwarb die Swiss Post International Holding AG sämtliche Anteile der MCM Direct Limited mit Sitz in Southampton, Südengland.

Schweiz, Belgien und Frankreich: Auf den 1. Juli 2010 übernahm Swiss Post International Holding AG die Edigroup SA mit Sitz in Chêne-Bourg, die im Bereich Abonnementenvertrieb und -verwaltung tätig ist. Auf den 1. Oktober 2010 wurde die SCI S.A.T. mit Sitz in Huningue (FR) übernommen.

## **Wertschöpfung**

### **Schafft die Post einen Mehrwert?**

Die Post muss, gemäss den finanziellen Zielen des Bundesrats, den Unternehmenswert nachhaltig sichern und wenn möglich steigern. Die Post erfüllte per 31. Dezember 2010 die finanzielle Erwartung des Bundesrats und erzielte einen Unternehmensmehrwert von 452 Millionen Franken. Das sind rund 66 Prozent mehr als im Vorjahr (272 Millionen Franken). Der Mehrwert begründet sich durch das höhere bereinigte Betriebsergebnis und resultiert im Wesentlichen aus dem Logistik- und dem Retailfinanzmarkt. Trotz eines höheren durchschnittlich investierten Kapitals haben die Kapitalkosten abgenommen. Dies ist auf die Verringerung des Kapitalkostensatzes Logistik zurückzuführen, der aufgrund geänderter Risikobeurteilung bei einzelnen Einheiten angepasst wurde.

## **Erfolgsrechnung**

### **Welchen Gewinn erzielte die Post?**

Im Jahr 2010 erzielte die Post ein Betriebsergebnis von 930 Millionen Franken (Vorjahr: 721 Millionen Franken). Davon entfallen rund:

- 18 Prozent (Vorjahr: 6 Prozent) auf den Logistikmarkt (PostLogistics)

- 16 Prozent (Vorjahr: 16 Prozent) auf den Kommunikationsmarkt (PostMail, Swiss Post International, Swiss Post Solutions, Poststellen und Verkauf)
- 61 Prozent (Vorjahr: 61 Prozent) auf dem Retailfinanzmarkt (PostFinance)
- 3 Prozent (Vorjahr: 4 Prozent) auf den Markt für öffentl. Personenverkehr (PostAuto)
- 2 Prozent (Vorjahr: 13 Prozent) „Übrige“

Der hohe Anteil des Retailfinanzmarktes (PostFinance) am Betriebsergebnis und das höhere Ergebnis des Logistikmarktes hatten einen positiven Einfluss auf die Marge.

2010 lag der Betriebsertrag bei 8736 Millionen Franken (Vorjahr: 8558 Millionen Franken). Dies entspricht einer Zunahme von 2,1 Prozent. Der Nettoumsatz aus Logistikdienstleistungen hat sich trotz der Substitution durch elektronische Medien, Preissenkungen sowie der freiwilligen Übernahme der Mehrwertsteuer im Briefpostbereich positiv entwickelt. Dies ist hauptsächlich mit dem höheren Umsatz im Markt für öffentlichen Personenverkehr und im Logistikmarkt zu begründen. Im Markt für öffentlichen Personenverkehr war dies vor allem auf den Angebotsausbau zurückzuführen, während der Logistikmarkt u.a. vom positiven Konjunkturverlauf profitierte. Aufgrund von negativen Währungseffekten hat der Umsatzanteil aus dem Ausland um rund 10 Prozent abgenommen. Der Nettoumsatz aus Handelswaren verringerte sich hauptsächlich im Logistikmarkt. Die Abnahme ist vorwiegend auf eine Veränderung in der Verrechnungssystematik zurückzuführen. Die Zunahme beim Ertrag aus Finanzdienstleistungen erklärt sich mit höheren Zinserfolgen im Retailfinanzmarkt. Dagegen verringerten sich die übrigen betrieblichen

Erträge. Der übrige betriebliche Ertrag war 2009 aufgrund von Einmaleffekten aus Immobilienverkäufen höher als 2010.

Die Erhöhung des Personalaufwands resultierte aus der Lohnteuerung und der Zunahme des Personalbestands. Der Handelswaren- und Dienstleistungsaufwand reduzierte sich hauptsächlich aufgrund tieferer Entschädigungen im internationalen Postverkehr und an Transportunternehmen. Die Steigerung des Aufwands für Finanzdienstleistungen ist auf den Kapitalzufluss im Retailfinanzmarkt zurückzuführen. Der übrige Betriebsaufwand blieb im Vergleich zum Vorjahr praktisch unverändert. Der Aufwand für Abschreibungen sank im Vergleich zum Vorjahr um rund 5 Prozent. Diese Abnahme ist vor allem mit der geringeren Investitionstätigkeit zu begründen.

## **Wie tragen die Märkte / Segmente zum Ergebnis bei?**

### **Kommunikationsmarkt**

#### **PostMail: Betriebsergebnis auf Vorjahresniveau**

PostMail erzielte 2010 ein Betriebsergebnis von 199 Millionen Franken. Das Betriebsergebnis lag, trotz dem negativen Ergebniseffekt aus der Verschiebung der Privatkundenprodukte von rund 54 Millionen Franken, eine Million Franken über dem Vorjahreswert. 2010 generierte PostMail einen Betriebsertrag von 2619 Millionen Franken (Vorjahr 2 808 Millionen Franken). Für den tieferen Ertrag ist vor allem die bereits oben erwähnte, Anfang 2010 erfolgte, Übertragung der Verantwortung für Privatkundenprodukte an Poststellen und Verkauf (Reduktion von 174



Millionen Franken) verantwortlich. Des Weiteren führte die Substitution durch elektronische Medien und Kosteneinsparungen seitens der Kunden ebenso zu einem Umsatzrückgang wie die auf 1. Juli 2009 eingeführten Preissenkungen und die auf den gleichen Zeitpunkt erfolgte vollständige Mehrwertsteuerunterstellung. Hingegen stieg der Zeitungsumsatz aufgrund von Übernahmen im Bereich der Frühzustellung an. Auch der Umsatz der Sendungen ohne Adresse entwickelte sich positiv. Die Verlagerung des Privatkundengeschäftes wirkte sich auch auf der Aufwandseite aus (Abnahme von 120 Millionen Franken). Hinzu kommen Effizienzgewinne in den neuen Briefzentren und Prozessoptimierungen in der Zustellung, welche neben dem Mengenrückgang zu tieferem Aufwand führten. Dem gegenüber stehen in der Tochtergesellschaft Presto Presse-Vertriebs AG höhere Aufwände aus den Übernahmen von Frühzustellorganisationen und deren Integration.

### **Swiss Post International: Betriebsergebnis war geprägt von ausserordentlichen Effekten**

Das Betriebsergebnis von Swiss Post International sank gegenüber Vorjahr um 4 Millionen Franken auf 49 Millionen Franken. Die Betriebsergebnis-Marge stieg dagegen um 0,2 Prozent auf 6,2 Prozent. Das Betriebsergebnis wurde jedoch durch ausserordentliche Effekte beeinflusst. Das Ergebnis wurde durch die Verschiebung der Privatkundenprodukte zu Poststellen und Verkauf mit rund 5 Millionen Franken positiv beeinflusst. Der Entscheid der Deutschen Post ihre Paketvolumen über DHL Schweiz verzollen und zustellen zu lassen, führte bei Swiss Post International zu einem Personalabbau von 72 Stellen. Der Personal- und Infrastrukturabbau erforderte einen einmaligen Restrukturierungsaufwand von rund 9 Millionen Franken. Im Weiteren verbuchte Swiss Post International Wertminderungen von rund 3 Mil-

lionen Franken auf immateriellen Anlagen. Diese Ergebnisreduktionen konnten durch positive Fremdwährungseffekte in der Höhe von rund 5 Millionen Franken teilweise kompensiert werden. Der Betriebsertrag lag mit 788 Millionen Franken um rund 10 Prozent unter dem Vorjahr. Grund hierfür sind Fremdwährungsverluste auf Forderungen gegenüber ausländischen Postadministrationen sowie Effekte in der Umrechnung der Abschlüsse in fremden Währungen. Die Folgen des starken Frankens zeigten sich auch im Betriebsaufwand. Dieser lag mit 739 Millionen Franken um rund 10 Prozent niedriger als im Vorjahr, was aus Fremdwährungsgewinnen auf Verbindlichkeiten mit ausländischen Postadministrationen und ebenfalls aus der Umrechnung der Abschlüsse ausländischer Konzerngesellschaften resultierte.

### **Swiss Post Solutions: Verbesserung des Betriebsergebnisses**

Swiss Post Solutions erzielte ein Betriebsergebnis von 7 Millionen Franken. Die signifikante Verbesserung gegenüber dem Vorjahr (-25 Millionen Franken) war bedingt durch eine positive operative Entwicklung sowie den Wegfall einmaliger Belastungen. Der Betriebsertrag stieg durch ein erfreuliches operatives Wachstum sowie durch die Integration neuer Gesellschaften. Die Fokussierung auf profitable Kunden und Kundengruppen hatte den Wegfall von unrentablen Kunden zur Folge. Daneben ging der Betriebsertrag durch Wechselkurse zurück. Insgesamt lag der Betriebsertrag bei 665 Millionen Franken (Vorjahr 696 Millionen Franken). Der Betriebsaufwand lag mit 658 Millionen Franken deutlich unter dem Vorjahr (721 Millionen Franken). Einerseits konnte die operative Aufwands- und Ergebnissituation deutlich verbessert werden. Andererseits fielen Einmalaufwendungen für die Integration sowie für die Restrukturierung einzelner Gesellschaften weg. Der Per-

sonalaufwand ging durch Wechselkurseffekte und den Wegfall von Einmaleffekten auf 339 Millionen Franken zurück (Vorjahr 379 Millionen Franken). Die Aufwendungen für Handelswaren und Dienstleistungen stiegen entsprechend dem operativen Wachstum auf 138 Millionen Franken (Vorjahr 120 Millionen Franken). Der übrige Betriebsaufwand ging auf 152 Millionen Franken zurück (Vorjahr 173 Millionen Franken), insbesondere infolge der Restrukturierung bei Dialog Solutions. Die Abschreibungen gingen aufgrund niedrigerer Investitionen zurück. Ausserdem sind die Abschreibungen aus Akquisitionen deutlich gesunken. Am 31. Dezember 2010 hat Swiss Post Solutions die Division Direct Mail in ein Gemeinschaftsunternehmen mit der Österreichischen Post eingebracht. Dies betrifft sechs Gesellschaften sowie einen Betriebsteil einer Gesellschaft. Das Gemeinschaftsunternehmen wird nicht voll konsolidiert, sondern als assoziiertes Unternehmen geführt.

### **Poststellen und Verkauf: Ab 2010 neu verantwortlich für das Privatkundensegment**

Poststellen und Verkauf konnte sein Betriebsergebnis gegenüber dem Vorjahr um 5 Millionen Franken verbessern. Das Minus beträgt nun noch 108 Millionen Franken. Die Verbesserung ist auf eine generell gute Geschäftsentwicklung zurückzuführen. Positiv ausgewirkt haben sich auch die Integration der Philatelie (rund 15 Millionen Franken) und die Übernahme der Privatkundenverantwortung für logistische Produkte (17 Millionen Franken). Demgegenüber nahmen die Abgeltungen, die Poststellen und Verkauf für die Zusatzkosten aus der Grundversorgungspflicht entrichtet werden, um 41 Millionen Franken ab. Der Betriebsertrag stieg um 410 Millionen Franken auf 1769 Millionen Franken. Bei den Logistikdienstleistungen wurde ein Nettoumsatz von 1 240 Millionen Franken erzielt. Der Umsatz für logis-

tische Privatkundenprodukte trägt mit gut 390 Millionen Franken zum Ergebnis bei. Der Nettoumsatz der nicht postalischen Markenartikel entwickelt sich weiterhin erfreulich. Das Wachstum hält unverändert an. Der Umsatz ist 20 Millionen Franken höher als im Vorjahr und beträgt nun 482 Millionen Franken. Speziell hervorzuheben sind unter anderem die Geschenkkarten und die Konzert – und Festivaltickets, deren Verkauf wesentlich zum Umsatzwachstum beigetragen hat. Der Umsatz mit den Philatelieprodukten beträgt 45 Millionen Franken. Der Betriebsaufwand beläuft sich neu auf 1877 Millionen Franken. Die Zunahme um 405 Millionen Franken ist in erster Linie auf die Prozessleistungen zurückzuführen, die Poststellen und Verkauf bei den Bereichen PostMail, PostLogistics und Swiss Post International für die logistischen Privatkundenprodukte einkauft (Sortierung, Zustellung und Transporte). Der Handelswaren- und Dienstleistungsaufwand hat sich gegenüber dem Vorjahr nahezu verdoppelt. Er beträgt nun 813 Millionen Franken. Die Steigerung um 411 Millionen Franken ist grösstenteils Folge des Einkaufs von Prozessleistungen für die logistischen Privatkundenprodukte. Der übrige Betriebsaufwand von 348 Millionen Franken liegt dank eines straffen Kostenmanagements 7 Millionen Franken unter dem Vorjahreswert.

## **Logistikmarkt**

### **PostLogistics: Steigerung des Betriebsergebnisses**

PostLogistics steigerte das Betriebsergebnis gegenüber 2009 um 119 Millionen Franken auf 164 Millionen Franken. Kosteneinsparungen, hohe Paketmengen und die Verschiebung der Privatkundenprodukte zu Poststellen und Verkauf (32 Millionen Franken) führten zu dieser Steigerung. Der Betriebsertrag sank im Vergleich

zum Vorjahr um 10 Millionen Franken auf 1478 Millionen Franken. Dafür verantwortlich war der Rückgang von 25 Millionen Franken beim Handelswarenertrag. Dieser entstand aufgrund von Änderungen in der Verrechnungssystematik, welche jedoch keinen Einfluss auf das Betriebsergebnis hatten. Weiter trug die Abnahme bei den Katalogmengen und den Postsachentransporten zur Senkung bei. Die Rückgänge wurden teilweise durch den Anstieg der Paketmengen und die Umsätze der 2009 akquirierten Unternehmen kompensiert. Der Betriebsaufwand belief sich auf 1314 Millionen Franken und lag damit um 129 Millionen Franken unter Vorjahr. Der Personalaufwand sank um 23 Millionen Franken aufgrund des tieferen Personalbestands und der Auflösung von Rückstellungen. Optimierungsmassnahmen führten zu Einsparungen von 29 Millionen Franken bei den Entschädigungen an Transportunternehmen und beim Büro- und Verwaltungsaufwand. Der Handelswarenaufwand lag aus den gleichen Gründen wie der Ertrag um 25 Millionen Franken unter Vorjahr. Die Verantwortung für Privatkunden wurde 2010 dem Segment Poststellen und Verkauf übertragen. Dies führte unter anderem dazu, dass Poststellen und Verkauf nicht mehr für die Annahme der Privatkundenpakete am Postschalter entschädigt werden musste. Gesamthaft senkte die Verschiebung der Privatkundenprodukte den Aufwand bei PostLogistics um 37 Millionen Franken.

## **Retailfinanzmarkt**

### **PostFinance: Erneut mit einem Rekordergebnis**

PostFinance schliesst das Jahr 2010 erneut mit einem Rekordergebnis ab. Das Betriebsergebnis beläuft sich auf 571 Millionen Franken, was einer Zunahme von 130

Millionen Franken oder 29,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Die Finanzdienstleisterin wächst nachhaltig und behält die Aufwände im Griff. Der Betriebsertrag stieg auf 2389 Millionen Franken (10,6 Prozent). Auch in der anhaltenden Tiefzinsphase konnte PostFinance den Zinserfolg weiter auf 1044 Millionen Franken (15,4 Prozent) ausbauen. Das Finanzinstitut der Post genießt fortwährend das Vertrauen der Kunden. Erneut flossen Neugelder in der Höhe von 10,7 Milliarden Franken (Vorjahr 20,1 Milliarden) auf die über vier Millionen Kundenkonten. Die höheren Kundengelder kompensierten die negativen Markteffekte. Trotz höherer Anlagevolumina reduzierten sich die Wertberichtigungen auf den Finanzanlagen auf rund 22 Millionen Franken. Der Betriebsaufwand von 1818 Millionen Franken entwickelte sich selbst in der starken Wachstumsphase moderat. Insgesamt stieg der Betriebsaufwand gegenüber dem Jahr 2009 um 99 Millionen Franken (5,8 Prozent). Davon entfielen auf den Personalaufwand 24 Millionen Franken (6 Prozent), den Zinsaufwand 42 Millionen Franken (9 Prozent) und auf den Kommissionsaufwand 36 Millionen Franken (9 Prozent).

## **Markt für öffentlichen Personenverkehr**

### **PostAuto: Betriebsergebnis auf Vorjahreshöhe**

Das Betriebsergebnis lag bei insgesamt 28 Millionen Franken, eine Million Franken über dem Vorjahr. Durch den erneuten Angebotsausbau übertraf PostAuto den Betriebsertrag gegenüber dem Vorjahr um 62 Millionen Franken. Der Betriebsaufwand stieg um 61 Millionen auf 674 Millionen Franken. Die Mehrleistungen in der Schweiz bewirkte einen Anstieg des Personalaufwandes und höhere Entschädigungen für die Postautounternehmer von je rund 10 Millionen Franken. Der ge-

genüber dem Vorjahr um 14 Rappen je Liter höhere Treibstoffpreis trug ebenfalls zum Anstieg des Betriebsaufwandes bei.

### **Übrige: Tieferes Betriebsergebnis aufgrund von Einmaleffekten 2009**

Der Bereich Übrige erzielte 2010 ein Betriebsergebnis von 20 Millionen Franken (Vorjahr 95 Millionen Franken). Das Betriebsergebnis hat um 75 Millionen Franken abgenommen. Der Betriebsertrag von 968 Millionen Franken (Vorjahr: 1 030 Millionen Franken) hat im Vergleich zum Vorjahr um 62 Millionen Franken abgenommen. Hauptursache für die Abnahme war der auf 45 Millionen Franken gefallene Gewinn aus dem Verkauf von Immobilien (Vorjahr rund 88 Millionen Franken). Dies ist insbesondere auf die Einmaleffekte aus den letztjährigen Verkäufen der Objekte Bern Schönburg und St. Gallen 1 Hauptpost zurückzuführen. Der Betriebsaufwand hat um 13 Millionen auf 948 Millionen Franken zugenommen. Hauptverantwortlich dafür waren der um 69 Millionen auf 199 Millionen Franken angestiegene Raumaufwand (Miet- und Nebenkosten), der um 43 Millionen auf 180 Millionen Franken gesunkene übrige Aufwand und der um 14 Millionen auf 33 Millionen Franken reduzierte Handelswaren- und Dienstleistungsaufwand.

## **Bilanz**

### **Finanzanlagen**

Die Finanzanlagen sind im Vergleich zum Jahresende 2009 um rund 11,9 Milliarden Franken gestiegen. Die Veränderung begründet sich hauptsächlich mit der Erhöhung der Kundengelder.

## **Sachanlagen**

Der Buchwert der Sachanlagen reduzierte sich im Vergleich zum Bestand per 31. Dezember 2009 um 59 Millionen Franken. Die Abschreibungen haben um 16 Millionen Franken abgenommen und betragen 2010 rund 309 Millionen Franken.

## **Kundengelder (PostFinance)**

2010 sind die Kundengelder bei PostFinance per Stichtag 31. Dezember um 8453 Millionen Franken auf 85 725 Millionen Franken angestiegen. Im Verhältnis zur Bilanzsumme des Konzerns betragen die Kundengelder per 31. Dezember 2010 rund 92 Prozent.

## **Übrige Passiven (Rückstellungen)**

Die Rückstellungen inkl. Personalvorsorgeverpflichtungen reduzierten sich um 527 Millionen Franken. Dazu beigetragen hat im Wesentlichen die Verringerung der Verbindlichkeit aus der Personalvorsorge im Umfang von 514 Millionen Franken. Diese Reduktion ist vor allem durch die Einschüsse in die Arbeitgeberbeitragsreserve bei der Pensionskasse Post begründet. Die restliche Abnahme der Rückstellungen betrug rund 13 Millionen Franken.

## **Eigenkapital**

Im konsolidierten Eigenkapital per 31. Dezember 2010 wurde die Gewinnverwendung 2009 berücksichtigt. Das ausgewiesene Eigenkapital liegt weiterhin unter der angestrebten Eigenkapitalausstattung eines Logistik- und Finanzdienstleistungskonzerns. Mit der bevorstehenden Umwandlung der Post in eine spezialrechtliche Aktiengesellschaft und von PostFinance in eine Aktiengesellschaft, die der Finanzmarktaufsicht (FINMA) unterstellt ist, steigen die Eigenkapitalanforderungen zusätzlich an.



### **Kann die Post ihre Investitionen aus eigener Kraft finanzieren?**

Im Vergleich zur Vorjahresperiode erhöhte sich der Cashflow um 107 Millionen Franken. Diese Erhöhung ist im Wesentlichen mit der Steigerung des Konzerngewinns um 182 Millionen Franken zu begründen. Im Gegensatz dazu haben die höheren Auszahlungen aus Rückstellungen den Cashflow negativ beeinflusst. Die Investitionen in Sachanlagen (321 Millionen Franken), immaterielle Anlagen (18 Millionen Franken) und Beteiligungen (25 Millionen Franken) lagen gesamthaft um 67 Millionen Franken unter Vorjahreshöhe. Das Investitionsvolumen wurde auch im vergangenen Jahr vollumfänglich durch selbst erarbeitete Mittel finanziert.

### **Antrag zur Gewinnverwendung 2010**

Der Verwaltungsrat der Post beantragt gestützt auf Art. 12 POG beim Bundesrat, den Gewinn des Stammhauses Post von 603 Millionen Franken wie folgt zu verwenden:

- 100 Millionen Franken als Einlage in die Pensionskasse Post als Arbeitgeberbeitragsreserve
- 200 Millionen Franken als Ausschüttung an den Eigner sowie
- 303 Millionen Franken als Zuweisung in die Reserven des Stammhauses Post.

### **Ausblick**

Nachdem sich die Weltwirtschaft unter dem Einfluss einer äusserst expansiven Geld- und Fiskalpolitik seit Mitte 2009 schrittweise von der globalen Finanzkrise erholen konnte, verlangsamte sich die Gangart in den letzten Monaten 2010. Diese Abkühlung dürfte 2011 wegen den Nachwirkungen der Finanzkrise in den

meisten Ländern anhalten. Die Risiken für die internationale Konjunkturerholung bleiben gross. In der Schweiz sind die Aussichten für das Jahr 2011 eher verhalten. Neben den zurückhaltenden Konjunkturimpulsen aus Europa und den USA ist dabei mit wechselkursbedingten Bremseffekten zu rechnen. Die Inlandnachfrage wird die schwächeren Impulse des Exports nicht kompensieren können. Vor diesem Hintergrund ist 2011 weiterhin mit einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld zu rechnen. Diese Aussichten sowie der härter werdende Wettbewerb, die anhaltenden Substitutionseffekte, die Versandoptimierungen der Geschäftskunden und die noch ungenügende Eigenkapitalbasis bestätigen die Post in der Überzeugung, die definierte Strategie umzusetzen.