

Finanzen & Börse



Auto-Branche: Die Volkswagen-Vorzüge erscheinen noch am attraktivsten.

15

MARKTÖFFNUNG „Wir stellen uns auf Marktanteilsverluste im Inland ein“, sagt Post-Strategiechef Walter Oblin

Ohne Expansion in Osteuropa geht die Post nicht ab

Die Post muss nach der Öffnung des Briefmarktes mit einem Marktanteilsverlust von rund zehn Prozent rechnen. Expansion soll helfen, den Umsatz dennoch zu halten.

„Wenn es Privatisierungsgelegenheiten in den östlichen Nachbarländern gibt, sehen wir sie uns an“, sagt Walter Oblin, Strategiechef der österreichischen Post, im Gespräch mit dem Wirtschaftsblatt. Der Logistikkrise, der unter anderem in Nischen in Tschechien, Ungarn, der Slowakei, Kroatien, Serbien und Bosnien tätig ist, sieht vor allem in der spätestens bis Ende 2012 anstehenden Öffnung der Postmärkte im Osten neue Chancen. In guten Jahren wurden 100 bis 140 Millionen € für Zukäufe ausgegeben.

Andere Möglichkeiten, um den Umsatz zu halten beziehungsweise auszubauen, hat das Unternehmen laut Experten gar nicht. Das weiß auch Oblin: „Die vollständige Liberalisierung des österreichischen Postmarktes ab 2011 wird uns Marktanteile kosten.“ Wie viel genau, traut sich derzeit noch niemand zu sagen.

Ein Blick nach Deutschland könnte helfen. Laut Annegret Groebel von der Bundesnetzagentur in Bonn kommen „alternative Wettbewerber in Deutschland auf einen Markt-

anteil von zwölf Prozent“ und setzen mit der leichten Briefpost jährlich rund eine Milliarde € um. Erreicht wurde dieser Wert innerhalb von zwei Jahren. Gemessen an diesen Zahlen kommt auf die österreichische Post kurzfristig ein möglicher Umsatzverlust von rund 60 Millionen € zu. Weil der Konzern mit einem extrem hohen Anteil fixer Kosten arbeiten muss, schlägt der Großteil davon aufs operative Ergebnis durch.

Einen dämpfenden Effekt auf den Wettbewerb könnte allerdings das geplante Postmarktgesetz haben. Es sieht vor, dass die Haus-Briefkästen erst ab 2013 für alle Anbieter zugänglich sein müssen. „Derzeit sind rund eine Million Hausbriefkästen nur mit Zentralschlüssel erreichbar“, sagt Alfred Stratil, zuständiger Spitzenbeamter im Verkehrsministerium, anlässlich einer Expertentagung von Confare in Wien. „Wobei niemand sagt, dass die Post nicht bereits ab

„Zwölf Prozent Marktanteil haben alternative Anbieter bisher erreicht“

Annegret Groebel
Bundesnetzagentur Bonn

morgen mit dem Projekt der Umrüstung der Hausbriefanlagen für andere Anbieter beginnen könnte.“ Bei möglichen Konkurrenten wird nicht zuletzt deshalb von einem Post-Schutzgesetz gesprochen.

E-Post kein Ausweg

Gleichzeitig arbeitet die Post an einer teilweisen Umstellung des Briefverkehrs auf elektronische Varianten. Was dabei als Porto machbar ist,



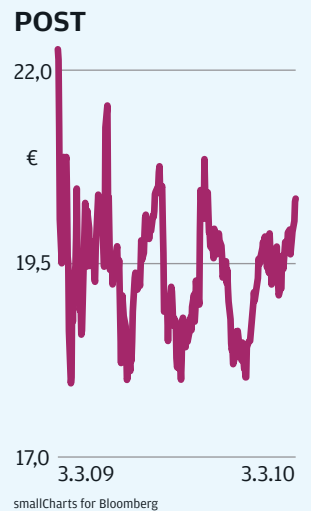
steht allerdings in den Sternen. In Österreich kostet der Standardbrief seit dem Jahr 2003 55 Cent.

Von diesem Porto-Niveau kann bei einer Zustellung von E-Mails keine Rede sein, selbst wenn dabei im Gegen-

satz zu anderen Mail-Anbietern des Briefgeheimnis vollständig gewahrt bleiben soll. Der mögliche Erlös bewegt sich laut Experten in einer Größenordnung von 18 bis 22 Cent je zugestellter Nachricht.

Angesichts der massiven Investitionen, die die Post in diesem Bereich tätigen muss, ist der rein elektronische Briefverkehr keine optimale Alternative.

ROBERT LECHNER
robert.lechner@wirtschaftsblatt.at



An der Börse gilt die **Post-Aktie** als solider Dividendenbringer. Damit es so bleibt, werden auch wieder Zukäufe überlegt

ALLE BLEIBEN

Marktgerüchte, wonach der Vorstand der österreichischen Post demnächst aus weniger als fünf Mitgliedern bestehen könnte, wurden gestern am Rande einer Expertentagung in Wien dementiert.

Die von Konzernchef Georg Pözl verordnete neue Strategie sei eine Herausforderung und benötige den vollen Einsatz aller fünf Chefs. Neben Pözl besteht der Post-Vorstand noch aus Rudolf Jettmar (CFO), Walter Hitziger (Brief), Carl-Gerold Mende (Paket) sowie Herbert Götz, der das Filialgeschäft verantwortet.

LUFTFAHRT Die erneuerte Alitalia kehrt nach eineinhalb Jahren nach Österreich zurück und heizt den Wettbewerb an

Neue Alitalia mischt Wiener Markt mit Kampfpreis auf

Rund eineinhalb Jahre nach ihrem konkursbedingten Rückzug vom österreichischen Markt startet die neu aufgestellte Alitalia ein Comeback: Ab 28. März fliegt sie zwei Mal täglich die Strecke Rom-Wien und setzt dabei auf Kampfpreise. Tickets für die Verbindung gibt es bereits ab 89 € hin und retour, womit die Italiener aktiv gegen die Platzhirsche AUA und Niki schießen. Für Gruppen ab 15 beziehungsweise 25 Personen gibt es Freitickets. Geflogen wird mit 90-sitzigen Canadair-Jets.

„Österreich ist für uns ein wichtiger Markt, weil einerseits viele Italiener ein starkes Interesse an Wien haben und andererseits Italien noch immer das Urlaubsland Nummer eins für die Österreicher ist“, sagt Francesco Milazzi, Alitalia General Manager für

Deutschland und Österreich. Er geht von einer Auslastung von rund 65 Prozent für die Verbindung aus, die in den Spitzenmonaten September und Oktober entsprechend höher sein sollte. Milazzi: „Der Anfang wird sicher nicht so einfach, wir sind aber überzeugt, dass sich die Strecke bald rechnen wird.“ Auch die zahlreichen inneritalienischen und internationalen Anschlussflüge sollten die Wien-Verbindung pushen, so der Alitalia-Manager.

Platzhirsche gespannt

Bei AUA und Niki reagiert man auf den neuen Mitbewerber vordergründig gelassen, dennoch klingt eine gewisse Spannung durch: Für beide Airlines gehört Wien-Rom zu den gut gebuchten Strecken und ist so-

mit ein wichtiger Ertragbringer. Sie fliegen die Strecke Wien-Rom gemeinsam 27 Mal in der Woche. Niki bietet die Verbindung ab 29 € in eine Richtung an, die AUA Red-tickets beginnen bei 99 € - die entsprechenden Kontingente sind allerdings begrenzt. „Wir bieten sicher attraktive Preise, bei unserer neuen kompetitiven Marktstrategie sind Reaktionen aber immer möglich“, stellt AUA-Sprecherin Patricia Strampfer mögliche Preissenkungen in den Raum.

Die aus dem Zusammenschluss der insolventen Alitalia und der Air One entstandene neue Alitalia ist zu 75 Prozent im Eigentum vermöglicher italienischer Privatpersonen. 25 Prozent hält AirFrance/KLM, womit die Alitalia zur weltweiten Skyteam-Allianz gehört. (gf)



Alitalia-Mann **Francesco Milazzi**: „Positive Erwartungen“

Mit harten Bandagen gegen Lufthansa in Mailand

Am italienischen Heimatmarkt ficht die neue Alitalia Sträuße mit der Lufthansa Italia aus. Seit sich die Alitalia weitgehend vom Hub Mailand-Malpensa zurückgezogen hat, hat sich dort der deutsche Kranich eingenistet. Allerdings tut sich die AUA-Mutter Lufthansa mit ihrer vor rund einem Jahr gegründeten Auslands-Tochter schwerer, als erwartet. Sie wird sich deshalb von der Verbindung Mailand-Malpensa-Rom wieder zurückziehen und sich von Mailand aus auf 13 verbleibende inneritalienische und internationale Verbindun-

gen konzentrieren. Dazu kommt noch, dass sich der jüngste Tarifkonflikt mit den Lufthansa-Piloten unter anderem auch an den Einsätzen in Italien und den dortigen Tarifen entzündet hat.

Die neue Alitalia wiederum hat den Vorteil, dass sie zu 75 Prozent im Eigentum vermöglicher Privater ist. Italienische Unternehmen buchen ihre Mitarbeiter somit bei Dienstreisen nur noch Alitaliaflüge. Um der Lufthansa Italia zusätzlich Paroli zu bieten, wird sich die Alitalia-Schwester Air One in Kürze als Billig-Anbieter positionieren.