



# Geschäftsbericht 2003





# Inhalt

## **Strategie**

---

Vorwort des Verwaltungsratspräsidenten	4
--	---

## **Kompetenz**

---

Porträt eines dynamischen Unternehmens	8
--	---

## **Geschäftsentwicklung 2003**

---

Interview mit CEO Herbert Rüdiger	12
-----------------------------------	----

## **Ausblick**

---

Schlüsselaufgaben für die Zukunft	18
-----------------------------------	----

## **Finanzbericht**

---

Bilanz	24
Erfolgsrechnung	25
Geldflussrechnung	26
Anhang der Jahresrechnung 2003	27
Kommentar zur Jahresrechnung 2003	35
Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes	36
Bericht der Revisionsstelle	37



## Erfolgreiches Geschäftsjahr 2003

«Wir bauen gemeinsam die neue Post für Liechtenstein!» Dies war und ist seit der Gründung der Liechtensteinischen Post AG vor vier Jahren unser Leitgedanke. Mit «Wir bewegen,...» haben wir aktiv die Veränderungsbereitschaft von uns allen gefordert und auch gefördert. Wir setzten uns gemeinsam das Ziel, die postalischen Bedürfnisse unserer Kunden in Liechtenstein noch besser zu befriedigen. Dies ist uns im vergangenen Jahr grösstenteils zum wiederholten Male gelungen.

Das erzielte Ergebnis für das Geschäftsjahr 2003 der Liechtensteinischen Post AG liegt sowohl im Umsatz als auch im Betriebsergebnis über dem des Vorjahres. Mit CHF 35,1 Mio. Nettoumsatzerlöse und einem Jahresgewinn von CHF 1,9 Mio. dürfen wir auf ein äusserst erfolgreiches Geschäftsjahr zurückblicken. Damit ist uns die Möglichkeit gegeben, mit Zuversicht den weiteren Auf- und Ausbau der postalischen Dienste im Fürstentum Liechtenstein voranzutreiben. Die weitere Liberalisierung und der sich abzeichnende Trend zu weiter rückläufigen Postmengen, sind Herausforderungen, denen wir uns als Post zu stellen haben.

Die Briefvolumen im Aufgabebereich sind auch im vergangenen Jahr um drei Prozent zurückgegangen. Dies entspricht einem rückläufigen Briefvolumen von rund einer halben Million Sendungen. Hauptgrund für diese Entwicklung ist die ständige Zunahme von E-mail- und SMS-Nachrichten. Wir wissen, dass dies erst der Beginn dieser Entwicklung ist. Mit der weiteren Verbreitung und Akzeptanz von neuen Kommunikationstechnologien werden sich die Briefvolumina noch stärker reduzieren.

Ähnliche Entwicklungen zeichnen sich im Paketbereich ab. Trotz kleinen Mengen im Express-, Kurier- und Paketbereich bemühen sich zahlreiche Konkurrenten auf dem liechtensteinischen Markt Anteile zu gewinnen.

Im Bewusstsein um die zuvor beschriebenen Entwicklungen auf dem liechtensteinischen postalischen Markt, sahen sich Verwaltungsrat und Geschäftsleitung der Liechtensteinischen Post AG schon im Jahre 2000 veranlasst, sich mit der Anpassung der Liechtensteinischen Post an die veränderte Marktsituation zu befassen. Die Strategieentwicklung, die Einführung von Drittprodukten und neuen postalischen Dienstleistungen, der Aufbau einer fachlich kompetenten Verkaufsmannschaft für Geschäftskunden und für Privatkunden sowie die permanente Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren und sind die wesentlichen Erfolgsfaktoren, um im schwierigen postalischen Marktumfeld erfolgreich bestehen zu können.

Aufgrund der Liberalisierung des Brief- und Paketmarktes und der Mengenrückgänge hat der Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung die zukünftige Strategie der Liechtensteinischen Post AG im vergangenen Jahr neu formuliert. Wir wollen – zusammen mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern – die führende Rolle bei den postalischen Dienstleistungen im Fürstentum Liechtenstein auch langfristig wahrnehmen, den Universaldienst effizient sicherstellen und unsere Post zu einem erfolgreichen Logistikunternehmen in den postnahen Geschäftsbereichen weiterentwickeln.

Neue Produkte und Dienstleistungen haben ganz wesentlich dazu beigetragen, dieses Betriebsergebnis zu erzielen. Wir werden auch zukünftig aktiv den Verkauf von innovativen Produkten im Schalterbereich und logistische Gesamtdienstleistungen für unsere Geschäftskunden anbieten, um über eine bessere Kundenbindung die Arbeitsplätze zu sichern.

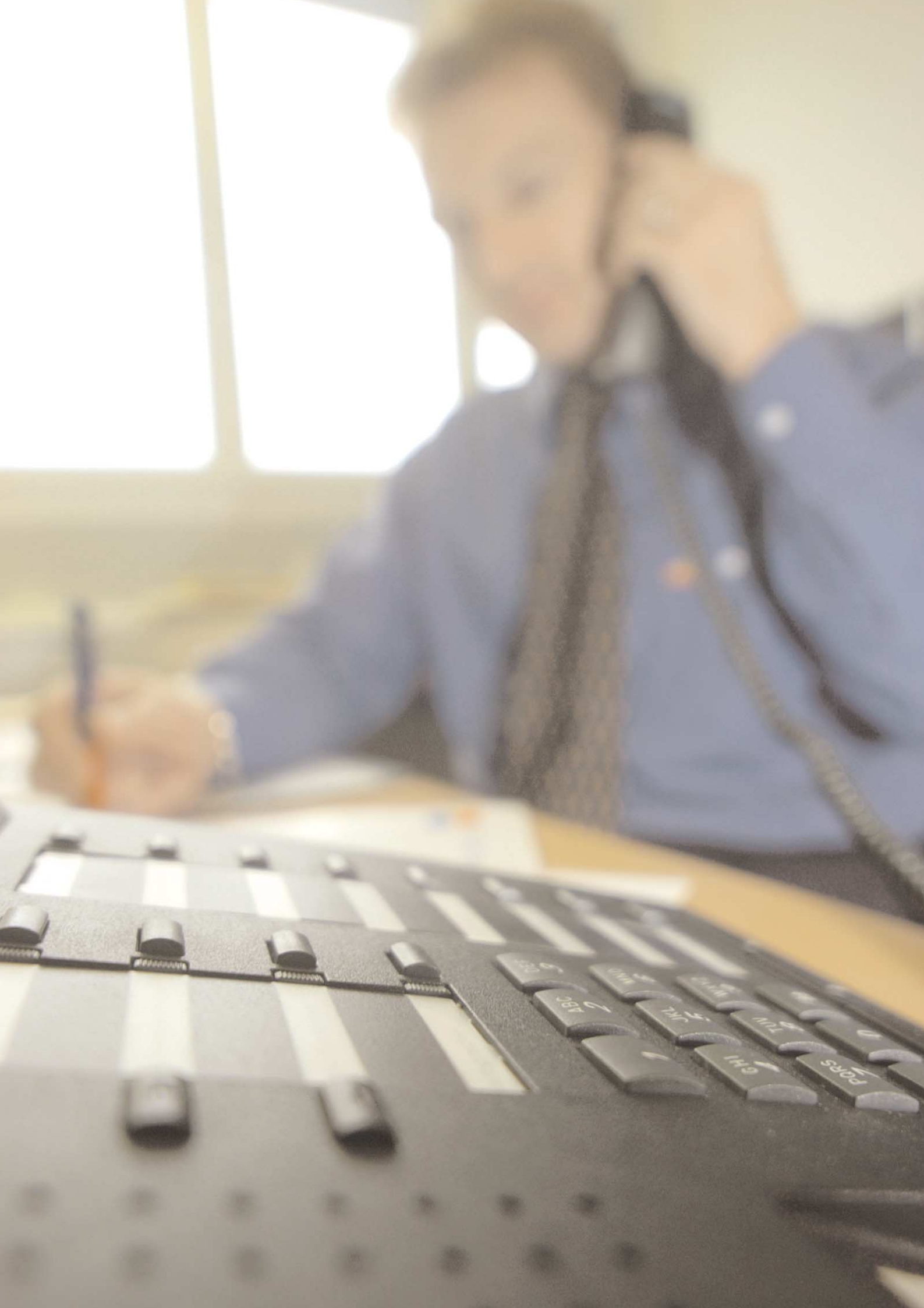
Das heutige postalische Angebot wird durch kundenbedürfnisgerechte Zusatz- und Servicedienstleistungen stetig weiter ausgebaut. Wir schaffen dadurch attraktive und entwicklungsfähige Arbeitsplätze. Der Aufbau einer lernenden Organisation, die sich engagiert und motiviert den Herausforderungen des postalischen Marktes zu behaupten weiss, soll weiter fortgesetzt werden. Hierbei steht das rasche Erkennen der Kundenbedürfnisse und deren nachhaltige Aufnahme in das Dienstleistungsangebot der Liechtensteinischen Post AG im Mittelpunkt der Bestrebungen.

Es ist mir ein besonderes Anliegen, im Namen des Verwaltungsrates, allen, die zur erfreulichen Entwicklung unserer Liechtensteinischen Post AG beigetragen haben, zu danken. Unseren Kundinnen und Kunden gebührt für Ihre Treue und die zahlreichen Anregungen, die uns tagtäglich zu neuen Höchstleistungen anspornen, ein besonderer Dank. Lob und Dank aussprechen möchte ich unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihren grossen Einsatz und ihren Leistungswillen. Sie sind Garant dafür, die Liechtensteinische Post AG auch zukünftig die Nummer 1 in den postalischen Diensten in Liechtenstein sein wird. Nicht unerwähnt lassen möchte ich unsere Geschäftspartner und unseren Aktionär. Beiden möchte ich für die enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit und für das in uns gesetzte Vertrauen, dem Leistungsauftrag gerecht zu werden, herzlich danken.

Unsere Liechtensteinische Post AG weiterhin erfolgreich auf Kurs zu halten, ist eine herausfordernde Aufgabe, der wir uns alle mit vollem Engagement widmen.



**Dr. Donat P. Marxer**  
Verwaltungsratspräsident



Kommunikation ist für die Liechtensteinische Post etwas vom wichtigsten. Sie hilft uns, kundenorientiert zu arbeiten, für jeden Kunden die optimale, massgeschneiderte Lösung zu finden.

## Global denken, lokal handeln

### Die Kundenbedürfnisse im Zentrum des Handelns

**Die Liechtensteinische Post AG ist am 19. Februar 1999 per Gesetz gegründet worden und knüpft an eine lange Tradition an: Die Geschichte des vertraglich geregelten Postwesens im Fürstentum Liechtenstein geht bis ins Jahr 1817 zurück. Im Hinblick auf die in ganz Europa vorhandenen Tendenzen der Liberalisierung von postalischen Diensten hat die Post AG die Zeichen der Zeit erkannt und Strukturen geschaffen, um auf dem liberalisierten Markt bestehen zu können.**

Damit wurde die Basis für eine Fortführung des liechtensteinischen Postwesens im 21. Jahrhundert gelegt. In den ersten vier Jahren ihrer geschäftlichen Tätigkeit hat sich die Liechtensteinische Post AG erfolgreich am Markt positioniert. Gleichzeitig hat sie ihr Dienstleistungsangebot stetig erweitert, um der veränderten Marktsituation, welche sich durch neue Technologien wie E-Mail oder SMS ergab, Rechnung zu tragen. Der 1999 festgelegten übergeordneten Zielsetzung «Vom Universaldienst zum modernen Dienstleister, vom Postbetrieb zum professionellen Unternehmen, vom Monopol zum Wettbewerb» wird konsequent nachgelebt, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter setzen sie Tag für Tag in die Tat um.

#### **Rund 3000 Kunden pro Tag**

«Der Kunde steht im Zentrum unseres Handelns». Diese bereits bei der Gründung definierte Grunddevise der Liechtensteinischen Post AG hat bis heute nichts an ihrer Gültigkeit verloren. Der Kundenstamm hat sich in den letzten vier Jahren laufend er-

weitert. Heute darf die Post in ihren 12 Poststellen pro Tag rund 3000 Kunden bedienen. Dazu kommen rund 800 Geschäftskunden, mit denen in verschiedenen Bereichen zusammengearbeitet wird. Die Post AG setzte mehrere Maßnahmen um, welche direkt und indirekt den Kunden zugute kommen. So wurden die Öffnungszeiten der Poststellen sukzessive erweitert und Investitionen in die Betriebs- und Datensicherheit vorgenommen. Entscheidend war auch der Aufbau eines kundensegmentierten Verkaufsteams. Die Liechtensteinische Post AG ist sich bewusst, dass die Kunden die Basis für die Existenz sind. Die Bedürfnisse und Wünsche ihrer Klientel sind ihr deshalb eine Verpflichtung.

#### **Aus- und Weiterbildung**

Eine Grundvoraussetzung, um die Kundschaft professionell und zielgerichtet bedienen zu können, ist ein qualitativ gut ausgebildeter Mitarbeiterstab. Die Post AG hat in den vier Jahren ihrer Geschäftstätigkeit der Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter deshalb immer einen besonderen Stellenwert eingeräumt. Im Berichtsjahr 2003 wurden erstmals Managementseminare und Ausbildungswochen für das Zustell- und Schalterpersonal durchgeführt. Im Hinblick auf neue Geschäftsfelder wie LieMail oder Lie-Logistik wurde das Personal ausgebildet und geschult. Auch in den kommenden Jahren soll die Förderung von Eigenverantwortung und Bereitschaft zum Wandel ein Schwerpunkt der innerbetrieblichen Tätigkeiten sein. Per 31. Dezember 2003 beschäftigte die Liechtensteinische Post AG 229 Mitarbeiterinnen und Mitar-

beiter. Somit kann der Personalbestand seit Gründung der Aktiengesellschaft im Jahr 1999 als konstant bezeichnet werden. Das Personalwesen zeichnet sich darüber hinaus durch eine sehr tiefe Fluktuation aus. Sie ist für die Post AG ein Beleg dafür, dass ihre Anstrengungen honoriert werden.

#### **Neue Herausforderungen**

In den kommenden Jahren wird sich die Liechtensteinische Post AG mit einigen neuen Herausforderungen zu befassen haben. Wichtig sind insbesondere der rasche Aufbau neuer Geschäftsfelder, die Erweiterung des Dienstleistungsangebots und die kontinuierliche Verbesserung der Kundenzufriedenheit. Zur Realisierung der qualitativen Wachstumsstrategie braucht es die Zusammenarbeit mit verlässlichen Partnern. Und schliesslich muss auch die Etablierung der Liechtensteinischen Post AG als lernende Organisation vorangetrieben werden: Sie ist eine Grundvoraussetzung, um in diesem dynamischen Umfeld mittel- und langfristig erfolgreich zu sein.

#### **Neue Berufsbilder**

Ändern werden sich auch die Berufsbilder. Bereits sind einige Pilotprojekte erfolgreich angelaufen. Die Pöstler gehen nicht nur bis zum Briefkasten: Sie übernehmen in Unternehmen mit verschiedenen Standorten auch die innerbetriebliche Verteilung der Post. Ebenso stellen die früheren Briefträger ihre Kompetenz beim Versand eiliger oder sperriger Güter zur Verfügung, suchen die schnellsten und kostengünstigsten Vertriebskanäle für Sendungen, vor allem für Sperrgüter.





Vom Universaldienst  
zum modernen  
Dienstleister, vom  
Postbetrieb zum  
professionellen  
Unternehmen – vom  
Monopol zum Wett-  
bewerb.



Der Mitarbeiter ist für uns zentral. Ohne ihn nützen die modernsten Technologien und Logistiksysteme nichts. Erst durch unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wird die Liechtensteinische Post zu einem kompetenten, verlässlichen und sympathischen Partner.

## «Die Zufriedenheit unserer Kunden mit den neuen Dienstleistungen ist sehr hoch»

*Herr Rüdisser, das Geschäftsjahr 2003 gehört der Vergangenheit an. Welche Bewertungen ziehen Sie aus dem letztjährigen Geschäftsjahr der Liechtensteinischen Post AG als Geschäftsführer?*

Herbert Rüdisser: Das Jahr 2003 war ein sehr erfolgreiches Jahr für die Liechtensteinische Post AG. Wenn wir die Leistungskennzahlen in Betracht ziehen, können wir mit Stolz auf ein arbeitsreiches, erfolgreiches Jahr zurückblicken.

*Das Geschäftsjahr 2003 war das vierte Geschäftsjahr in der Geschichte der Post AG. Wie beurteilen sie das vergangene Jahr im Vergleich zu den vorherigen Geschäftsjahren?*

Wir waren im letzten Jahr an einem Wendepunkt. Wir haben die Neuausrichtung der Post die Grundstrategie für die Jahre 2003 bis 2006 festgelegt und auch das Leitbild der Liechtensteinischen Post entwickelt und verabschiedet. Des Weiteren haben wir mit Partnern versucht, neue Geschäftsfelder aufzubauen. Wir konnten bereits erfolgreich einige Pilotprojekte im Bereich LieLogistik und LieMail realisieren.

*Was bedeutet LieLogistik und LieMail konkret?*

LieLogistik ist ein Fulfillment-Center, das wir in Schaan aufbauen und sich in der Pilotphase befindet. Das heisst, wir kommissionieren und versenden Produkte, behandeln die Retouren. Wir führen aber auch sogenannte Lettershop Aktivitäten aus, das heisst wir drucken Briefe aus und versenden diese für die Kunden.

LieMail ist eine Dienstleistung für unsere Geschäftskunden. Unsere qualifizierten Mitarbeiterinnen und

Mitarbeiter übernehmen die internen Postaktivitäten von Kunden und verarbeiten die Sendungen der Kunden entsprechend den Kundenwünschen.

*Sie sprechen von Pilotprojekten. Wie ist das zu verstehen?*

Pilotprojekte heisst, dass wir mit ersten Kunden, sogenannten Pilotkunden, Erfahrungen sammeln und die gemachten Erkenntnisse nutzen, um dann in einer zweiten Phase diese neuen Produkte und Dienstleistungen einem breiteren Kundenkreis anbieten zu können.

*Gibt es erste Rückmeldungen oder Erfahrungswerte die zeigen, ob dieses Angebot auch angenommen wird?*

Die Kundenzufriedenheit mit den neuen Dienstleistungen ist sehr hoch. Der Vorteil hierbei ist die sehr kurzen Reaktionszeiten, da wir für postalische Verhältnisse ein kleines Unternehmen sind. Dies erlaubt uns, die Aufträge in sehr effizienter Weise auszuführen.

*Welche Entwicklung hat im letzten Geschäftsjahr der Personalbestand der Liechtensteinischen Post AG genommen?*

Wir durchliefen im Personalbereich eine Konsolidierungsphase. Wir hatten einige Abgänge, welche jedoch auf eine natürliche Fluktuation wie Pensionierungen zurückzuführen sind. Gesamthaft gesehen ist die Fluktuation bei etwa 1,5 Prozent. Wir fingen den Rückgang im traditionellen Geschäft mit den zuvor erwähnten neuen Geschäftsfeldern wieder auf und damit sicherten wir die Beschäftigung. Gegen Ende des Jahres

konnten wir auch wieder die zweite Liechtensteiner Tageszeitung, das Liechtensteiner Volksblatt wieder für unsere Frühzustellung gewinnen und somit auch mittelfristig diese Teilzeitarbeitsplätze sichern. Mit den neuen Geschäftszweigen und -feldern versuchen wir auch eine Arbeitsplatzbereicherung – ein sogenanntes Job-Enrichment – zu realisieren. Diese neuen Tätigkeiten sind eine Bereicherung für unser Personal in beruflicher Hinsicht und bieten Möglichkeiten zur Weiterbildung und Entwicklung.

*Welches waren von der operativen Leitung her gesehen die Meilensteine 2003?*

Im Jahre 2003 hatten wir verschiedene Schwerpunkte: Hierzu gehören die Verabschiedung der mittelfristigen Strategie, des Leitbildes und der Aufbau der neuen Geschäftsfelder sowie die Realisierung der Europamarke mit dem Post-Logo. Ein Höhepunkt bildete auch die 12-Stunden Reportage des Radio L über den Postalltag im April 2003. Des Weiteren können die Entwicklung des Qualitätsmanagements und die Überarbeitung und Realisierung der Sicherheitskonzepte in den Poststellen als Schwerpunkte bezeichnet werden. Wesentlich zum Erfolg hat auch die Überarbeitung des Statistikwesens beigetragen. Damit haben wir die Grundlagen für die zukünftigen internationalen Abrechnungen neu definiert. In der Personalentwicklung haben wir durch die Ausbildungswochen, die wir im Herbst 2003 durchgeführt haben, wesentlich zur Qualitätssteigerung beim Schalter- und Zustellpersonal beigetragen.



«Der Wettbewerb wird härter. Wir müssen in der Geisteshaltung flexibel bleiben und Aufträge dann ausführen, wenn es unsere Kunden wünschen.»

Herbert Rüdiger  
Vorsitzender der Geschäftsleitung

*Im letztjährigen Geschäftsbericht haben Sie von einer negativen Entwicklung im brieflichen Verkehr wegen dem elektronischen Schriftverkehr und die SMS-Nachrichten gesprochen. Hat sich diese Entwicklung 2003 fortgesetzt und welche Massnahmen wurden diesbezüglich ergriffen?*

Dieser Substitutionseffekt durch die elektronische Kommunikation auf den traditionellen Printverkehr und auch das Printvolumen der Liechtensteinischen Post AG hat sich weiter fortgesetzt und intensiviert. Dies betrifft vor allem den internationalen Bereich, bei welchem wir insgesamt drei Prozent des Volumens verloren haben. Im nationalen Bereich hingegen konnten wir das Briefvolumen stabil halten. Wir haben jedoch bereits korrigierende Massnahmen eingeleitet. Dies sind vor allem eine vermehrte Förderung der neuen Dienstleistungen im Kurierbereich, im Ticketverkauf, in der Ausweitung der neuen Geschäftstätigkeiten wie LieExpress, LieMail, LieLogistik, durch welche wir versuchen, den Rückgang des operativen Kerngeschäftes zu kompensieren. Wir haben im letzten Jahr schon mit diesen neuen Geschäftsfeldern rund 3 Mio. Franken Umsatz erzielt. Dies ist eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr um etwa 30 Prozent.

*Dies heisst, dass sich die Post AG auf die neuen Markttendenzen und -gegebenheiten durch die neuen Technologien wie E-Mail und Internet eingestellt hat und somit für die Zukunft gerüstet ist.*

Ja, das stimmt. Die Liechtensteinische Post AG ist für die Zukunft gut gerüstet. Dies aus mehreren Gründen. Einerseits trägt die sehr gute Ausbildung des Personals dazu bei. Andererseits war und ist auch der Kulturwandel hin zum modernen Dienstleistungsunternehmen und zur Kundenorientierung, den wir in den letzten Jahren vollzogen haben, von grosser Wichtigkeit gewesen. Wir werden im Jahr 2004 erneut die Kundenzufriedenheit evaluieren und daraus wieder unsere Lehren ziehen. Wir planen unsere Strukturen anzupassen, um effizient die postalischen Dienstleistungen flächendeckend zu erbringen. Im Hinblick auf die Entwicklung der neuen Geschäftsfelder sind wir sehr zuversichtlich. Diesbezüglich müssen wir jedoch auch Kunden aus dem Ausland gewinnen, welche von unserem Standort Liechtenstein aus den europäischen bzw. den Weltmarkt bedienen möchten.

Wir müssen besonders darauf achten, dass es in Zukunft einfach sein muss, mit der Post Geschäfte zu machen. Dies wird eine grosse Herausforderung für uns bedeuten.

*Inwiefern einfach? Was verstehen Sie unter einfach?*

Die Post bietet den Kunden mit der A- und B-Post sowie den differenzierten Dienstleistungen ein komplexes Angebot. Durch diese breit gefächerte Produktpalette ist der Kunde vielfach überfordert, die wirtschaftlich beste und effizienteste Lösung zu wählen. Wir müssen den Kunden beraten und ihm die optimale Versandart anbieten. Im Angebot gegenüber dem Kunden müssen wir besser werden. Es muss für den Kunden einfach sein, mit der Post Geschäfte zu tätigen. Es muss in Zukunft die Aufgabe der Post sein, dem Kunden eine kundenindividuelle Lösung anzubieten, die der Kunde auch versteht. Mehr Transparenz soll diesbezüglich das Stichwort sein.

*Ich möchte kurz die letzten vier Jahre Revue passieren lassen. Nicht nur in Bezug auf Liechtenstein, sondern auf ganz Europa ist «Liberalisierung» ein Stichwort, das immer wieder genannt wird. Mit welchen Massnahmen begegnet die Liechtensteinische Post AG diesen Liberalisierungstendenzen in Zukunft und welche Massnahmen wurden im Hinblick auf die Liberalisierung schon in der kurzen Vergangenheit getätigt?*

Der Liberalisierungsprozess ist nicht aufzuhalten. In Europa wird sich die

Liberalisierung des Postwesens weiter entwickeln. Gemäss dem Fahrplan werden wir bis Ende dieses Jahrzehnts in ganz Europa freie Postmärkte haben. In der Schweiz wurde auch per 1. Januar 2004 der Paketmarkt liberalisiert. Dies hat auch Auswirkungen auf unsere Kunden.

Wir als Liechtensteinische Post AG haben nur durch die Kundennähe und die Kundenbindungsmassnahmen sowie durch eine hohe Service- und Dienstleistungsqualität die einmalige Chance, die Kunden mittel- und langfristig an die Liechtensteinische Post AG zu binden. Diesbezüglich sind alle gefordert. Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter der



Post AG muss sich bewusst sein, dass jeder einzelne Kunde wichtig ist und schlussendlich zur Sicherung des Unternehmens und der Arbeitsplätze beiträgt. Kundenzufriedenheit und Kundenorientierung auf allen Stufen unseres Unternehmens muss unser Credo sein.

*Welche Unterschiede werden in Zukunft durch die Fortschreitung der Liberalisierung für die Kunden entstehen? Wird der Kunde überhaupt etwas spüren? Wo sind die konkreten Unterschiede für die Kunden und die Post AG in Bezug auf die Liberalisierungstendenzen?*

Der Wettbewerb und der Konkurrenzkampf wird härter werden. Wir von der Liechtensteinischen Post AG müssen in der Geisteshaltung flexibel bleiben und Aufträge dann ausführen, wenn der Kunde es wünscht und nicht dann, wenn wir es aufgrund von internen Vorschriften oder traditioneller Handhabung wünschen. Wir müssen in der Ausführung der Aufträge flexibler werden. Ein Vorteil ist für uns ist, dass wir in Zukunft vermehrt die zeitgenaue Zustellung realisieren. Das heisst, dass die Zustellung an einem bestimmten Tag zu einer bestimmten Zeit erfolgt. Als kleines Unternehmen haben wir diesbezüglich einen Vorsprung gegenüber der ausländischen Konkurrenz. Das sind Vorteile, die wir nützen können und müssen. Für ein Grossunternehmen wie die Deutsche Post oder die Schweizer Post ist ein solches Dienstleistungsangebot beinahe nicht zu realisieren. Wir müssen uns auf Nischen konzentrieren. Nischen, die wir aufgrund unserer Unternehmensgrösse leicht bedienen können und als Wettbewerbsvorteil gegenüber grösseren Unternehmen nutzen wollen.

*An welche Nischenprodukte denken Sie diesbezüglich?*

Der Kunde kann die Routinetätigkeiten der Postverarbeitung an die Post delegieren, gewinnt dadurch Zeit und kann sich auf seine eigenen Auf-

gaben konzentrieren. Ich denke zum Beispiel, dass wir dem Kunden kurzfristig bei hoher Arbeitsauslastung zur Seite stehen können. Dies könnte beispielsweise für Grossbanken ein interessantes Angebot sein, auch wenn diese eine eigene Postabteilung haben. In Spitzenzeiten brauchen diese mehrere Mitarbeiter um den hohen Arbeitsaufwand erledigen zu können. Wir könnten diese Unternehmen mit qualifizierten Personalressourcen unterstützen. Diesbezüglich haben wir gegenüber der freien Marktkonkurrenz den Vorteil, dass unsere Mitarbeitenden dem Postgeheimnis unterstellt sind. Des Weiteren müssen wir die Chancen, welche sich durch unsere Einbindung in den Europäischen Postverband und Weltpostverband ergeben, nutzen. Wir haben weltweit Partner, die auch abgelegene Regionen mit einem guten Service bedienen. Die Konkurrenz konzentriert sich jedoch in den meisten Fällen ausschliesslich auf die attraktiven Kundengruppen und Regionen wie Städte und Agglomerationen. Diese Marktsegmente werden gerne bedient. Ländliche Gegenden, abgelegene Länder oder wirtschaftlich uninteressante Gebiete werden von der Konkurrenz oft vernachlässigt, da die Bearbeitung dieser Regionen oder Kunden unwirtschaftlich ist.

*Dies tönt, als ob die Liechtensteinische Post AG den Schritt ins Ausland plant. Bleibt die Post AG ein rein liechtensteinisches Unternehmen oder sind auch Bestrebungen vorhanden, in Zukunft eine internationale Firma aus der Post AG zu machen und über die Grenzen hinaus Geschäftstätigkeiten zu entwickeln?*

Gemäss dem Postgesetz können wir Kooperationen eingehen. Wir müssen auch Kooperationen und Partnerschaften eingehen, weil wir selbst zu klein sind, um international die Angebotspalette aufrecht zu erhalten. Wir müssen uns auf Partnerschaften und Kooperationen konzentrieren. Wir haben auch im Leitbild festgelegt, dass Partnerschaften eine Chance bilden, um uns weiterzuentwickeln und um unsere Wachstumsziele zu realisieren.

*Wie gesagt, existiert die Liechtensteinische Post AG nun vier Jahre. Kann man sagen, dass die Post jene Ziele, die sie sich im ersten und den darauffolgenden Geschäftsjahren gesetzt hat, erreichte? Hat die Post AG jenen*

*Weg eingeschlagen, den man sich bei der Gründung vor vier Jahren vorgestellt hat?*

Wir als Liechtensteinische Post AG haben die von uns gesetzten herausfordernden Ziele fast alle erreicht. Es ist uns gelungen, den Turnaround zu schaffen. Das heisst, dass wir seit Gründung der Aktiengesellschaft positive Ergebnisse vorweisen können. Wir haben ein Aus- und Weiterbildungskonzept entwickelt, das wir auch realisiert haben. Bezüglich der Personalbesoldung haben wir ein neues Lohnsystem eingeführt, das alle Mitarbeiter am Unternehmenserfolg beteiligt. Der Kunde ist derjenige, der unsere Gehälter zahlt. Diesem Faktum müssen und wollen

wir uns immer bewusst sein. Mein Credo war seit Amtsantritt, dass in Zukunft derjenige vor dem Schalter wichtiger ist als derjenige hinter dem Schalter. Wir haben den Markt segmentiert und eine Verkaufsorganisation aufgebaut. Wir unterscheiden heute zwischen Geschäftskunden und Privatkunden. Heute realisieren wir 80 Prozent des Umsatzes mit Geschäftskunden. Wir haben unsere Verkaufsmannschaft nach Kundensegmenten aufgeteilt, damit man die individuellen Bedürfnisse besser erfassen und optimalere Lösungen anbieten kann. Trotz der Erfolge der ersten Jahre dürfen wir uns nicht ausruhen, denn in Zukunft werden grosse Herausforderungen auf uns zukommen.

«Der Wettbewerb wird härter. Wir müssen in der Geisteshaltung flexibel bleiben und Aufträge dann ausführen, wenn es unsere Kunden wünschen.»

Herbert Rüdissler  
Vorsitzender der Geschäftsleitung



«Der Kunde steht im Mittelpunkt des Denkens und Handelns», dies ist die zentrale Devise unseres Leitbildes. Unseren Kunden bieten wir innovative Dienstleistungen, bedürfnisgerecht erbracht.







## Dynamisch und flexibel für eine erfolgreiche Zukunft

Das Jahr 2004 steht konjunkturell weltweit unter einem besseren Stern als die Vorjahre. Sowohl in den globalen Märkten als auch im Binnenmarkt ist die Stimmung deutlich besser als noch 2003. Die USA und der asiatische Raum werden 2004 voraussichtlich ein kräftiges Wirtschaftswachstum verzeichnen und damit auch die übrigen Märkte stimulieren. Für das Jahr 2004 hat sich die Liechtensteinische Post AG vorgenommen, das operative Geschäft weiter kräftig voranzubringen. Sie will ihre Erträge steigern, Kosten, Risiken und Kapital sorgsam managen, um so das operative Ergebnis weiter zu verbessern.

Damit die Liechtensteinische Post AG ihre hohen Ziele und Erwartungen erfüllen kann, hat sie wichtige strategische Aufgaben definiert. Die Geschäftsleitung hat gemeinsam mit dem Verwaltungsrat Businesspläne für die Zukunft erstellt. Diese zeigen die Chancen für die Liechtensteinische Post AG klar auf und stellen die Kundenorientierung in den Mittelpunkt ihres unternehmerischen Denkens und Handelns. Entsprechend der Devise im Leitbild der Liechtensteinischen Post AG: «Der Kunde steht im Mittelpunkt des Denkens und des Handelns».

### **Serviceorientiert und wettbewerbsfähig**

Wesentliche Erfolgsfaktoren für die Liechtensteinische Post AG sind die Weiterentwicklung des Personals, um neue innovative Dienstleistungen marktgerecht anbieten zu können, und die Nutzung des Know-how von qualifizierten Partnern. Die Verpflichtungen gegenüber Umwelt

und Gesellschaft will die Liechtensteinische Post AG ebenfalls verstärkt wahrnehmen.

Gleichzeitig sieht sie die zuverlässige Erfüllung ihres Service-Public-Auftrages als zentralen Bestandteil ihrer künftigen Marktbearbeitungsstrategie.

### **Kompetitiv stark**

Aufgrund der Monopole, die heute noch bestehen, in naher Zukunft aufgrund der Liberalisierungstendenzen jedoch wegfallen werden, ist es eine strategisch wichtige Aufgabe der Liechtensteinischen Post AG, neue Standbeine aufzubauen und innovative Geschäftsfelder zu entwickeln. Dazu gehören u.a. die "LieLogistik" und "LieMail". Weiters steht die Evaluation neuer Tätigkeiten sowie der Aufbau von neuen Partnerschaften im Bereich der internationalen Logistik im Vordergrund. Kernaufgaben werden zudem die stete Effizienzsteigerung in der Zustellung und die Ausdehnung der Wertschöpfungskette sein.

Die Liechtensteinische Post AG ist bestrebt, in Zukunft vermehrt auch Dienst- und Serviceleistungen zu erbringen, die den traditionellen Posttätigkeiten vor- und nachgelagert sind. Damit will sie ihren Kunden einen entscheidenden Mehrwert bieten. Die Geschäftsleitung ist überzeugt, dass die Liechtensteinische Post AG gut gerüstet ist, um sich auch im freien Markt wettbewerbs- und konkurrenzfähig darzustellen und erfolgreich zu bestehen.

### **Erhöhte Wirtschaftlichkeit**

Die Grundstrategie für die Zukunft sieht nebst der Entwicklung neuer strategischer Geschäftsfelder auch eine Optimierung der Prozesse und der Strukturen vor, um auch langfristig eine hohe Wirtschaftlichkeit zu erzielen. Ziel ist es, die Effizienz auch im traditionellen Postbetrieb zu erhöhen. Erhöhte Flexibilität und optimierte Prozessabläufe sollen auch weiterhin für qualitatives Wachstum sorgen.

Entscheidend für einen nachhaltigen Unternehmenserfolg wird sein, dass die Liechtensteinische Post AG Schritt für Schritt die strategischen Projekte realisiert - mit all ihrer Kraft und ihren Ressourcen. Durch den Kulturwandel vom Verwaltungsunternehmen zu einem modernen Dienstleister muss sie sich ständig «bewegen» und weiterentwickeln.

Corporate Culture aktiv zeigen. Herzblut, Kreativität und Durchhaltewillen sollen nicht nur Schlagwörter, sondern gelebte Realität sein. Nur so kann die Liechtensteinische Post AG die Herausforderungen des veränderten Marktfeldes meistern.

Weiter ausbauen will die Liechtensteinische Post AG schliesslich auch die innerbetrieblichen Sozialleistungen. Zudem wird sie der kontinuierlichen Weiterbildung des Personals weiterhin einen grossen Stellenwert beimessen.

### **Organisatorische und strukturelle Anpassungen**

Die Vision der Liechtensteinischen Post AG ist, dass auf allen Stufen des Unternehmens eine Kultur der Eigenverantwortung und der Eigeninitiative gelebt wird - vom Teilzeitmitarbeiter bis hin zum Geschäftsführer und Verwaltungsrat. Alle sollen nach dieser Prämisse zusammenarbeiten und die täglichen Aufgaben erledigen. Die Mitarbeiter der Liechtensteinischen Post AG sollen mit Freude und Stolz zur Arbeit gehen, nicht nur als Beschäftigte.

Die Liechtensteinische Post AG will sich deshalb vermehrt im Bereich der internen Kommunikation und der

## Gemeinsam zum Erfolg

Die Ziele im Jahr 2003 konnten nur dank der Leistungsbereitschaft, dem Einsatzwillen und der Innovationskraft unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erreicht werden.

Auf diese Qualitäten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden wir auch in Zukunft zählen und mit Zuversicht an die Aufgaben und Herausforderungen den kommenden Jahre herangehen.

Mit neuen, attraktiven Dienstleistungen und verstärkten Massnahmen zur Kundenbindung müssen wir das Vertrauen unserer Kunden aufrechterhalten, damit wir auch in Zukunft in einem liberalisierten und dynamischen Markt unsere Position sichern und ausbauen können. Die neue Dienstleistungen sind eine wichtige Grundlage für die zukünftige Entwicklung der Liechtensteinischen Post AG.

Die Erfolge der ersten Geschäftsjahre der Liechtensteinischen Post AG sind eine Verpflichtung, dass wir heute und morgen effizient, flexibel und wirtschaftlich denken und handeln.

Mit Zuversicht nehmen wir die zukünftige Herausforderungen an.

Unser Dank gilt dem Aktionär, der Schweizerischen Post, unseren Geschäftspartnern, dem Verwaltungsrat, den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie besonders allen unseren geschätzten Geschäfts und Privatkunden.



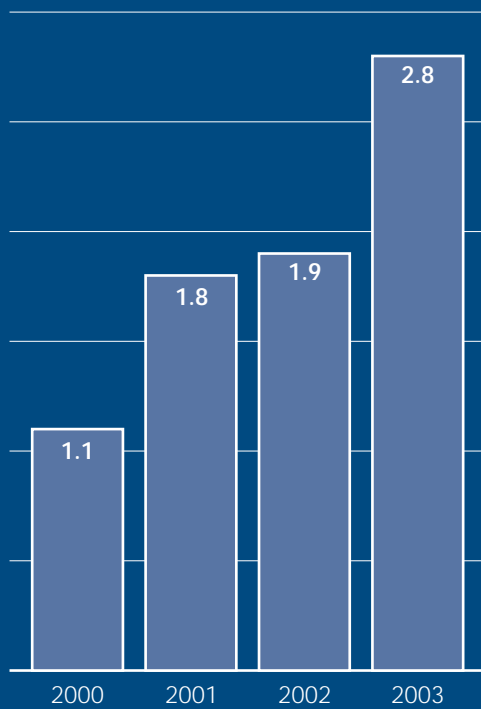
**Herbert Rüdissler**

Vorsitzender der Geschäftsleitung

<b>Finanzielle Eckzahlen</b>	<b>2003</b>	<b>2002</b>	<b>2001</b>	<b>2000</b>
Betriebsertrag in Mio CHF	36.3	35.0	36.6	35.1
Operatives Ergebnis in Mio CHF	2.8	1.9	1.8	1.1
Personalbestand per Jahresende	229	245	243	233
<b>Mengenentwicklung</b>				
Mail in Mio. Stück	35.4	38.4	40.0	40.3
Pakete in Mio. Stück	1.1	1.0	1.0	1.2
Promopost	10.4	10.5	10.4	9.7

## Operatives Ergebnis

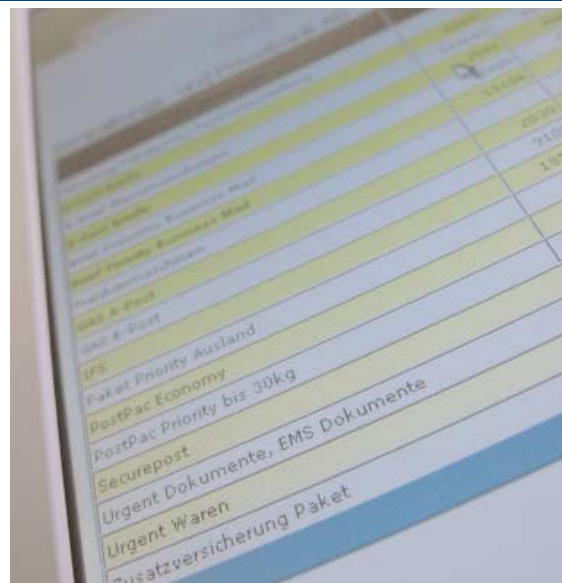
in Mio CHF



2,8 Mio.  
Operatives Ergebnis

229  
Personalbestand

36,3 Mio.  
Betriebsertrag





9490 Vaduz  
98.00.949000  
Liechtensteinerische Post AG  
01.04.2004 11:31  
Luzerne Signatur (LSI)  
6x CHF 5.00  
0000 (V)  
865B 4030 0304895B

STATION CHAM  
85, rue de la Gare  
1000 Lausanne 1406

Technologie ist für ein Unternehmen wie die Liechtensteinische Post zentral. Wir arbeiten mit moderner Technik und bieten unsere Kunden alle wichtigen Technologien.

## Bilanz per 31. Dezember 2003

<b>AKTIVEN</b>	Anhang	<b>31.12.03</b>	<b>31.12.02</b>
		CHF	CHF
Sachanlagen	1	1 350 500	1 546 000
Finanzanlagen	1	5 060 239	5 219 442
<b>Anlagevermögen</b>		<b>6 410 739</b>	<b>6 765 442</b>
Vorräte Handelswaren		169 000	97 000
Forderungen	2	2 981 826	2 632 333
Sonstige Wertpapiere		3 722 264	2 601 973
Guthaben bei Banken, Postcheckguthaben und Kassenbestand		10 344 574	8 408 494
<b>Umlaufvermögen</b>		<b>17 217 664</b>	<b>13 739 800</b>
<b>Aktive Rechnungsabgrenzungsposten</b>	3	<b>152 282</b>	<b>104 066</b>
<b>TOTAL AKTIVEN</b>		<b>23 780 685</b>	<b>20 609 308</b>
<b>PASSIVEN</b>	Anhang	<b>31.12.03</b>	<b>31.12.02</b>
		CHF	CHF
Gezeichnetes Kapital	4	5 000 000	5 000 000
Gewinnreserven	5	3 100 000	2 300 000
Gewinnvortrag		40 609	80 409
Jahresgewinn		1 987 766	1 010 200
<b>Eigenkapital</b>		<b>10 128 375</b>	<b>8 390 609</b>
<b>Rückstellungen</b>	6	<b>6 270 000</b>	<b>5 015 000</b>
<b>Verbindlichkeiten</b>	7	<b>3 983 160</b>	<b>3 454 699</b>
<b>Passive Rechnungsabgrenzungsposten</b>	8	<b>3 399 150</b>	<b>3 749 000</b>
<b>TOTAL PASSIVEN</b>		<b>23 780 685</b>	<b>20 609 308</b>



## Erfolgsrechnung 1. Januar bis 31. Dezember 2003

<b>Gesamtkostenverfahren</b>	Anhang	<b>2003</b>	<b>2002</b>
		CHF	CHF
Nettoumsatzerlöse	9	35 082 886	34 813 669
Sonstige betriebliche Erträge	10	1 166 740	221 440
Materialaufwand	11	-10 729 425	-11 099 199
Personalaufwand	12	-15 393 915	-14 821 733
Abschreibungen auf Sachanlagen	13	-629 448	-624 738
Sonstige betriebliche Aufwendungen	14	-6 709 527	-6 573 836
<b>Ergebnis der operativen Geschäftstätigkeit</b>		<b>2 787 311</b>	<b>1 915 603</b>
Erträge aus anderen Wertpapieren und Forderungen des Finanzanlagevermögens		110 898	114 302
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		30 672	38 227
Abschreibungen auf Finanzanlagen und Wertberichtigung auf Wertpapiere d. Umlaufvermögens		-575 866	-908 337
Zinsen und ähnliche Aufwendungen		-249	-744
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>		<b>2 352 766</b>	<b>1 159 051</b>
Ertragssteuern		-350 000	-133 875
Kapitalsteuern		-15 000	-14 976
<b>Jahresgewinn</b>		<b>1 987 766</b>	<b>1 010 200</b>

## Geldflussrechnung

	<b>2003</b>	<b>2002</b>
	in CHF	in CHF
Reingewinn	1.987.766	1.010.200
Abschreibungen auf Sachanlagen	629.448	624.738
Veränderung Rückstellungen	1.255.000	-1.421.000
übrige Liquiditätsunwirksame Aufwände u. Erträge	303.683	1.342.382
<b>Geldfluss aus betrieblicher Tätigkeit</b>	<b>4.175.897</b>	<b>1.556.320</b>
Veränderung Vorräte	-108.757	-35.810
Veränderung Forderungen	-460.493	1.713.308
Veränderung aktive Rechnungsabgrenzungsposten	-48.215	191.395
Veränderung Verbindlichkeiten	528.461	-3.065.440
Veränderung passive Rechnungsabgrenzungsposten	-349.850	2.412.300
Veränderung Wertpapiere d. Umlaufvermögens	-1.320.291	-1.673.893
<b>Geldfluss aus Geschäftstätigkeit</b>	<b>2.416.752</b>	<b>1.098.180</b>
Investitionen in Sachanlagen	-434.244	-827.372
Desinvestitionen aus Sachanlagen	76	3.634
Investitionen in Finanzanlagen	-2.760.554	-2.442.844
Desinvestitionen aus Finanzanlagen	2.964.050	493.166
<b>Geldfluss aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-230.672</b>	<b>-2.773.416</b>
Bezahlte Dividenden	-250.000	-
Veränderung langfristige Finanzierung	-	-
<b>Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-250.000</b>	<b>-</b>
<b>Veränderung Flüssige Mittel</b>	<b>1.936.080</b>	<b>-1.675.236</b>
Flüssige Mittel am Ende der Periode	10.344.574	8.408.494
Flüssige Mittel zu Beginn der Periode	8.408.494	10.083.730
<b>Veränderung Flüssige Mittel</b>	<b>1.936.080</b>	<b>-1.675.236</b>

## Anhang der Jahresrechnung 2003

### Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die Liechtensteinische Post AG ist im Sinne des PGRs ein mittelgrosses Unternehmen und wendete die entsprechenden PGR-Richtlinien bei der Rechnungslegung an.

Verschiedene Posten wurden zum Zwecke der Klarheit zusammengefasst und im Anhang detailliert erläutert.

Die Bilanz wurde im Sinne von Art. 1068 Abs. 2 PGR in der Kontoform vor Gewinnverwendung, die Erfolgsrechnung im Sinne von Art. 1080 Abs. 1 PGR nach dem Gesamtkostenverfahren in der Staffelform erstellt.

### Aktiven

Sachanlagen werden zu den Anschaffungskosten aktiviert und zu den steuerlich zulässigen Sätzen vom Buchwert abgeschrieben (degressive Abschreibung).

Finanzanlagen und sonstigen Wertpapiere des Umlaufvermögens werden zu Anschaffungskosten abzüglich erforderlicher Abschreibungen angesetzt. Hierbei wird vom Grundsatz der Einzelbewertung ausgegangen.

Die Bewertung der Vorräte erfolgt zu Anschaffungskosten unter Beachtung des Niederstwertprinzips. Steuerlich zulässige Wertberichtigungen werden berücksichtigt.

Der Ansatz der Forderungen erfolgt zum Nennwert abzüglich aller erforderlichen Wertberichtigungen. Die steuerlich zulässigen Pauschalwertberichtigungen werden berücksichtigt.

### Passiven

Die Rückstellungen wurden gemäss den PGR-Richtlinien beurteilt. Sie sind so bemessen, dass sie nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung allen erkennbaren Risiken in ausreichendem Umfang Rechnung tragen.

Die Bewertung der Verbindlichkeiten erfolgt zum Nennwert beziehungsweise zum höheren Rückzahlungsbeitrag.

### Fremdwährungsumrechnung

Transaktionen, die auf eine andere Währung als CHF lauten, werden zum jeweils anwendbaren Verrechnungskurs eingebucht. Am Zahlungstag entstehende Fremdwährungsdifferenzen werden über die Erfolgsrechnung erfasst.

Forderungen des Umlaufvermögens und kurzfristige Verbindlichkeiten in Fremdwährung werden zum Devisenmittelkurs am Bilanzstichtag bewertet.

## 1 Anlagevermögen

in CHF

Anlagespiegel	Anschaffungs- kosten 01.01.02	Zugänge	Abgänge	Umbuchun- gen zu Um- laufvermögen	Anschaffungs- kosten 31.12.03	Stand 01.01.03	planmässig	Abgänge	Stand 31.12.03	Stand 01.01.03	Stand 31.12.03
<b>Anschaffungskosten</b>	<b>Abschreibungen Restbuchwert</b>										
Sachanlagen											
- Technische Anlagen und Maschinen	568.364	106.312	22.329	-10.202	642.145	297.364	118.110	22.329	393.145	271.000	249.000
- Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	2.970.888	327.932	435.814	10.202	2.873.208	1.695.888	511.338	435.519	1.771.707	1.275.000	1.101.500
Summe Sachanlagen	3.539.252	434.244	458.143	-	3.515.353	1.993.252	629.448	457.848	2.164.852	1.546.000	1.350.500
Finanzanlagen											
- Wertpapiere d. Anlagevermögens	5.801.378	2.760.554	2.867.654	-	5.694.278	581.936	52.103	-	634.039	5.219.442	5.060.239
<b>Total</b>	<b>9.340.630</b>	<b>3.194.798</b>	<b>3.325.797</b>	<b>-</b>	<b>9.209.631</b>	<b>2.575.188</b>	<b>681.551</b>	<b>457.848</b>	<b>2.798.891</b>	<b>6.765.442</b>	<b>6.410.739</b>

<b>Brandversicherungswerte Sachanlagen</b>	31.12.03	31.12.02
Total Sachanlagen	3.766.000	3.766.000
EDV-Anlagen	766.000	766.000
Übrige Sachanlagen	3.000.000	3.000.000

## 2 Forderungen

in CHF	31.12.03	31.12.02
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		
- gegenüber Postgesellschaften	1.516.668	1.195.314
- gegenüber staatlichen Stellen	128.582	324.334
- gegenüber Dritten	1.816.096	1.492.065
- Delkredere	-492.000	-381.000
Sonstige Forderungen	12.480	1.620
<b>Total Forderungen</b>	<b>2.981.826</b>	<b>2.632.333</b>

## 3 Aktive Rechnungsabgrenzungsposten

in CHF	31.12.03	31.12.02
Vorausbezahlte Aufwendungen	108.171	63.930
Noch nicht erhaltene Erträge	44.111	40.136
<b>Total aktive Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>152.282</b>	<b>104.066</b>

#### 4 Gezeichnetes Kapital

in CHF			31.12.03	31.12.02
Anzahl	Typ	Nominalwert	Aktienkapital	
100'000	Inhaberaktien	CHF 50	5.000.000	5.000.000

#### 5 Gewinnreserven

in CHF		31.12.03	31.12.02
Gesetzliche Reserven		500.000	500.000
Sonstige Reserven		2.600.000	1.800.000
<b>Total Gewinnreserven</b>		<b>3.100.000</b>	<b>2.300.000</b>

#### 6 Rückstellungen

in CHF		31.12.03	31.12.02
Rückstellung für Pensionen u. ähnliche Verpflichtungen		3.500.000	2.800.000
Steuerrückstellungen		530.000	165.000
Sonstige Rückstellungen		2.240.000	2.050.000
<b>Total Rückstellungen</b>		<b>6.270.000</b>	<b>5.015.000</b>

##### **Rückstellung für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen:**

Diese Position ist vorgesehen für frühzeitige Pensionierungen und andere Personalvorsorgeleistungen.

##### **Steuerrückstellungen:**

Unter dieser Position sind per 31.12.2003 die Steuerschulden sowohl für das Geschäftsjahr 2003 als auch für das Jahr 2002 bilanziert.

##### **Sonstige Rückstellungen:**

Aufgrund des Leistungsauftrages der Liechtensteinischen Post AG sind laufende Anpassungen der Prozesse

und Strukturen notwendig. Ebenso ist aufgrund der Marktöffnung / Liberalisierung und dem damit verbundenen Wegfall der Monopole eine Neuausrichtung der Liechtensteinischen Post AG bzw. deren Produkte und Dienstleistungen erforderlich. Aus diesem Grund beinhalten die sonstigen Rückstellungen eine Position für die Neuausrichtung der Prozesse und Strukturen im Betrag von CHF 1 Mio.

Überdies besteht unter dieser Position im wesentlichen eine Verpflichtung aus dem Personalbereich (Ferien etc.) von TCHF 730.

## 7 Verbindlichkeiten

in CHF	31.12.03	31.12.02
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		
– gegenüber Postgesellschaften	2.219.242	1.453.962
– gegenüber staatlichen Stellen	85.079	65.954
– gegenüber Dritten	555.427	564.382
<b>Total Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen</b>	<b>2.859.748</b>	<b>2.084.298</b>
Sonstige Verbindlichkeiten		
– Verbindlichkeiten aus Steuern	309.375	336.676
– Verbindlichkeiten im Rahmen der sozialen Sicherheit	370.187	646.613
– sonstige Verbindlichkeiten	443.850	387.112
<b>Total sonstige Verbindlichkeiten</b>	<b>1.123.412</b>	<b>1.370.401</b>
<b>Total Verbindlichkeiten</b>	<b>3.983.160</b>	<b>3.454.699</b>

## 8 Passive Rechnungsabgrenzungsposten

in CHF	31.12.03	31.12.02
Noch nicht bezahlte Aufwendungen	1.699.150	1.259.000
Im voraus erhaltene Erträge	1.700.000	2.490.000
<b>Total passive Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>3.399.150</b>	<b>3.749.000</b>

### Noch nicht bezahlte Aufwendungen:

Beim Betrag von CHF 1.7 Mio. handelt es sich im wesentlichen um Lieferungen und Leistungen, welche im Jahr 2003 erbracht wurden und noch keine Rechnungsstellung ist. Im Weiteren enthält die Position variable Lohnkomponenten, die erst in 2004 ausbezahlt werden.

### Im voraus erhaltene Erträge:

Unter dieser Position sind die Briefmarken im Umlauf im Wert von TCHF 1'000 aufgeführt.

Basierend auf dem Landtagsbeschluss vom 12. September 2001 („Begleitmassnahmen in Hinblick auf die Frankaturungültigkeit von Briefmarken“) hat die Liechtensteinische Post AG vom Staat eine Entschädigung von CHF 2.6 Mio. erhalten für Briefmarken, die vor der Verselbständigung der Post an Kunden verkauft wurden und im ersten Halbjahr 2002 in neue

Wertzeichen umgetauscht werden konnten. Davon wurden in dieser Rechnungsperiode im Gegenwert von CHF 0.9 Mio. postalische Dienstleistungen erbracht und dementsprechend erfolgswirksam verbucht. Die verbleibenden CHF 0.7 Mio. sind in den Abgrenzungsposten enthalten.

### Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Die aus der Bilanz nicht ersichtlichen sonstigen finanziellen Verpflichtungen belaufen sich auf CHF 810'891 pro Jahr (Basis 2004). Es handelt sich um zukünftige Zahlungsverpflichtungen aus bestehenden Mietverträgen der Poststellen Vaduz und Schaan sowie der Geschäftsleitung. Die Mietverträge sind bis Ende 2009 (Poststellen Vaduz und Schaan) bzw. Ende 2008 (Geschäftsleitung) fest abgeschlossen. Die Mieten werden jährlich aufgrund der Veränderung des schweizerischen Lebenskostenindex angepasst.

## 9 Nettoumsatzerlöse

in CHF	2003	2002
Erlöse Universaldienst	29.932.140	29.855.080
Erlöse Postfinance	2.616.249	3.032.017
Erlöse aus anderen Dienstleistungsbereichen	2.534.497	1.926.572
<b>Nettoumsatzerlöse</b>	<b>35.082.886</b>	<b>34.813.669</b>

Die Erlöse Postfinance sind um CHF 0.4 Mio unter dem Vorjahreswert aufgrund des rückläufigen Zahlungsverkehrs. Demgegenüber konnte die Erlöse aus anderen Dienstleistungsbereichen um über 30% gesteigert wer-

den, was auf die Einführung oder Förderung neuer Produkte und Dienstleistungen zurückzuführen ist (Kehrichtmarken, Swisslose, Ticketverkauf etc.).

## 10 Sonstige betriebliche Erträge

in CHF	2003	2002
Gewinne aus Verkäufen von Wertpapieren des Anlagevermögens	96.396	1.105
Übriger Ertrag		
- Auflösung Aufwandrückstellungen	-	12.546
- Erträge auf Wertaufholung von Vermögensgegenständen des Anlagevermögens sowie des Umlaufvermögens	856.609	74.236
- Gewinne aus Verkäufen von Wertschriften des Umlaufvermögens und Fremdwährungskursgewinne	213.735	133.553
<b>Total sonstige betriebliche Erträge</b>	<b>1.166.740</b>	<b>221.440</b>

Seit der Jahresrechnung 2002 wird als Bewertungsmethode für die Finanzanlagen und die Wertpapiere des Umlaufvermögens die Einzelbewertung angewendet. Unter Berücksichtigung aller Ertrags- und Aufwandposi-

tionen wurde im Geschäftsjahr ein positives Finanzergebnis im Betrag von TCHF 402 erzielt (Vorjahr: TCHF - 658).

**11 Materialaufwand**

in CHF	2003	2002
Aufwendungen für Handelswaren	-647.982	-380.932
Total Aufwendungen für bezogene Leistungen	-10.081.443	-10.718.267
<b>Total Materialaufwand</b>	<b>-10.729.425</b>	<b>-11.099.199</b>

**12 Personalaufwand**

in CHF	2003	2002
Löhne und Gehälter	-12.468.344	-12.441.907
Soziale Abgaben u. Aufw. für Altersversorgung u. Unterstützung	-2.925.571	-2.379.826
<b>Total Personalaufwand</b>	<b>-15.393.915</b>	<b>-14.821.733</b>

Von den sozialen Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und Unterstützung wurden CHF 928'238.70 (im Vorjahr CHF 905'534.45) für die Alters-

versorgung (Einzahlungen in die Pensionskassen) aufgewendet.

Durchschnittliche Zahl der Arbeitnehmer	2003	2002
– Schalter / Sortierung	74	84
– Zustellung	69	70
– Frühzustellung	44	51
– Auszubildende KV/Verkauf	5	5
– Auszubildende Logistik	4	2
– Administration Mitarbeiter	8	6
– Eilzustellung	1	2
– Mittleres Management	8	7
– Oberes Management	16	18
<b>Total durchschnittliche Zahl der Arbeitnehmer</b>	<b>229</b>	<b>245</b>

Die Geschäftsleitung der Liechtensteinischen Post AG bestand per 31.12.2003 aus 2 Mitgliedern und der Verwaltungsrat aus 5 Mitgliedern. Im Sinne von Art. 1092 Ziff. 9 lit. d PGR werden die Gesamtbezüge der Ge-

schäftsleitung nicht ausgewiesen. Die Gesamtbezüge des Verwaltungsrates betragen im Berichtsjahr CHF 192'998 (im Vorjahr CHF 192'629).



### 13 Abschreibungen auf Sachanlagen

in CHF	2003	2002
planmässige Abschreibungen	-629.448	-624.738
ausserplanmässige Abschreibungen	-	-
<b>Total Abschreibungen auf Sachanlagen</b>	<b>-629.448</b>	<b>-624.738</b>

### 14 Sonstige betriebliche Aufwendungen

in CHF	2003	2002
Sonstiger Personalaufwand (inkl. VR-Honorare)	-621.444	-741.652
Raumaufwand	-1.853.030	-1.569.452
Unterhalt Anlagen	-214.461	-209.222
Fahrzeugbetrieb und -unterhalt	-251.627	-225.735
Postguttransport	-729.158	-682.101
Versicherung und Abgaben	-111.875	-145.249
Energie- und Entsorgungsaufwand	-169.174	-127.237
Informatikaufwand	-1.141.973	-1.272.345
Verwaltungsaufwand	-811.667	-828.508
Marketing und Kundenakquisition	-218.439	-334.120
Übriger Betriebsaufwand	-279.411	-385.429
real. Kursverluste aus Wertpapiertrans. im Anlage- u. Umlaufverm.	-307.268	-52.786
<b>Total</b>	<b>-6.709.527</b>	<b>-6.573.836</b>

### 15 Abschreibungen, Wertberichtigungen und unterlassene Zuschreibungen aufgrund steuerrechtlichen Vorschriften

in CHF					
Positionen	betriebswirtschaftlicher Wert per 31.12.03	handelsrechtlicher Wert per 31.12.03	Stille Reserven per per 31.12.03	Stille Reserven per per 31.12.03	Veränderung zum Vorjahr
Sachanlagen	1.924.632	1.350.500	574.132	596.202	-22.070
Vorräte Handelswaren	254.204	169.000	85.204	48.447	36.757
Forderungen	3.297.481	2.981.826	315.655	251.910	63.745
Sonstige Wertpapiere	4.372.264	3.722.264	650.000	450.000	200.000
<b>Total</b>	<b>9.848.581</b>	<b>8.223.590</b>	<b>1.624.991</b>	<b>1.346.559</b>	<b>278.432</b>
Latente Steuern (15%)			-243.749	-201.983	-41.766
<b>Total</b>			<b>1.381.242</b>	<b>1.144.576</b>	<b>236.666</b>

Die steuerlich zulässigen Wertberichtigungen auf Wertpapieren im Umlaufvermögen wurden aufgrund des höheren Aktienbestandes auf TCHF 650 (Vorjahr TCHF 450) erhöht.

Falls die stillen Reserven von CHF 1.6 Mio. aufgelöst würden, führte dies in der entsprechenden Rechnungsperiode zu einem Mehrertrag. Dieser Ertrag würde eine zusätzliche Steuerbelastung im Umfang von TCHF 244 nach sich ziehen.

Es bestehen keine weiteren offenlegungspflichtigen Positionen.



## Kommentar zur Jahresrechnung 2003

### Erfolgsrechnung

Im Geschäftsjahr 2003 konnte die Liechtensteinische Post AG das beste Jahresergebnis seit dem Bestehen der Aktiengesellschaft ausweisen. Mit einem Reingewinn von CHF 2.0 Mio. wurde das Budget, welches einen Gewinn von CHF 1.5 Mio. vorsah, deutlich übertroffen. Zu diesem erfreulichen Ergebnis hat in erster Linie die positive Entwicklung des Betriebsertrags beigetragen, der 3.5% über dem Vorjahr lag. Am deutlichsten fiel dabei die Umsatzsteigerung bei den Dienstleistungen und Produkten ausserhalb des postalischen Kerngeschäfts aus. Die Umsätze im Kerngeschäft blieben stabil, während sie im Bereich Finanzdienstleistungen leicht rückläufig waren.

Der höhere Betriebsertrag konnte mit den insgesamt gleich hohen Personal- und Betriebsaufwendungen wie im Vorjahr erzielt werden. Diesem Umstand ist das erfreuliche Jahresergebnis in erster Linie zuzuschreiben. Ebenfalls zum positiven Ergebnis beigetragen hat das Finanzergebnis. Aufgrund der Erholung der Börse haben die Erträge und Gewinne auf den Finanzanlagen die budgetierten Werte übertroffen.

### Investitionen

Für das Geschäftsjahr 2003 waren CHF 1.0 Mio. an Investitionen vorgesehen. Mit getätigten Investitionen in der Höhe von CHF 0.4 Mio. wurde das Budget nur mit 40% ausgeschöpft. Die wichtigsten Investitionen des Geschäftsjahres 2003 betreffen:

- Investitionen in die Infrastruktur und Sicherheit der Poststelle Vaduz
- Anschaffungen und Leistungsoptimierungen im Informatikbereich
- Neue Fahrzeuge und Roller

Die budgetierten, aber nicht getätigten Investitionen betreffen Vorhaben, welche sich zeitlich verzögert haben und im Geschäftsjahr 2004 ausgeführt werden. Geplant ist der Aufbau eines Logistik- und Verteilcenters in Schaan sowie Investitionen in die Schaltergeräte in allen Poststellen im Jahr 2004.

**Stefan Schwendimann**

Leiter Finanzen und Personal

## Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes

	31.12.2003
	CHF
Vortrag Vorjahr	40.608,82
Ergebnis Geschäftsjahr	1.987.766,33
<b>Verfügbarer Bilanzgewinn</b>	<b>2.028.375,15</b>

Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung folgende Gewinnverwendung:

Zuweisung an die Gesetzliche Reserve	-
Zuweisung an die Freie Reserve	1.750.000,00
Dividende (5% des gezeichneten Kapitals)	250.000,00
Vortrag auf neue Rechnung	28.375,15
<b>Total</b>	<b>2.028.375,15</b>

## Bericht der Revisionsstelle

an die Generalversammlung der Liechtensteinischen Post Aktiengesellschaft, 9490 Vaduz

Als Revisionsstelle haben wir die Buchführung und die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) und den Jahresbericht der Liechtensteinischen Post Aktiengesellschaft, Vaduz für das am 31. Dezember 2003 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung und den Jahresbericht ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen und zu beurteilen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Befähigung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Prüfung erfolgte nach den Grundsätzen des liechtensteinischen Berufsstandes, wonach eine Prüfung so zu planen und durchzuführen ist, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung und im Jahresbericht mit angemessener Sicherheit erkannt werden. Wir prüften die Posten und Angaben der Jahresrechnung mittels Analysen und Erhebungen auf der Basis von Stichproben. Ferner beurteilten wir die Anwendung der massgebenden Rechnungslegungsgrundsätze, die wesentlichen Bewertungsentscheide sowie die Darstellung der Jahresrechnung als Ganzes. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine ausreichende Grundlage für unser Urteil bildet.

Gemäss unserer Beurteilung vermittelt die Jahresrechnung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage in Übereinstimmung mit dem liechtensteinischen Gesetz. Ferner entsprechen die Buchführung, die Jahresrechnung und der Jahresbericht sowie der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes dem liechtensteinischen Gesetz und den Statuten.

Der Jahresbericht steht im Einklang mit der Jahresrechnung.

Wir empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

Schaan, 29. März 2004

KPMG (Liechtenstein) AG



Hans Vils  
Wirtschaftsprüfer

Lars Klossack  
eidg. dipl. Wirtschaftsprüfer

Impressum  
Liechtensteinische Post AG  
Städtle 38  
Postfach 1255  
FL-9490 Vaduz

Text, Projektkoordination  
???

Idee und Realisation  
tbd

Fotonachweis  
???

Druck:  
???



