



KONZERNERGEBNIS 2016

- Wachstum bei Umsatz und Ergebnis
- Hohe Kapazitätsauslastung
- Wachstumstreiber MM Packaging
- Altpapierpreisanstieg drückt auf Marge von MM Karton
- Anhebung der Dividende

Die Mayr-Melnhof Gruppe konnte sich im Jahr 2016, welches durch wenig Dynamik und hohe Wettbewerbsintensität am europäischen Hauptmarkt gekennzeichnet war, mit einem Anstieg bei Umsatz und Ergebnis insgesamt wieder gut behaupten. Durch das breite geografische Absatzspektrum und die enge Zusammenarbeit mit Kunden aus verschiedenen Konsumgüterbranchen gelang es, die Kapazitäten beider Divisionen trotz des schwachen Marktumfeldes in hohem Grade auszulasten.

Deutliche Wachstums- und Ergebnisimpulse lieferte die Packagingdivision, vor allem durch die Integration der letzten Akquisition in Frankreich sowie einen vorteilhaften Produktmix. Demgegenüber sind die Margen von MM Karton infolge eines signifikanten Anstieges der Altpapierpreise ab dem dritten Quartal verstärkt unter Druck gekommen. Die Weitergabe des Kostenanstiegs über höhere Kartonpreise ist entsprechend Zielsetzung.

Im Einklang mit der positiven Ergebnisentwicklung wird der 23. Ordentlichen Hauptversammlung am 26. April 2017 eine Dividendenerhöhung auf 3,00 EUR je Aktie für das Geschäftsjahr 2016, nach 2,80 EUR je Aktie (Summe aus 1,60 EUR Zwischendividende und 1,20 EUR Dividende) für 2015, vorgeschlagen.

konsolidiert, in Mio. EUR, nach IFRS	2016	2015	+/-
Umsatzerlöse	2.272,7	2.181,5	+4,2 %
Betriebliches Ergebnis	213,7	199,9	+6,9 %
Operating Margin (in %)	9,4 %	9,2 %	
Ergebnis vor Steuern	209,2	190,6	+9,8 %
Steuern vom Einkommen und Ertrag	(55,8)	(48,5)	
Jahresüberschuss	153,4	142,1	+8,0 %
in % Umsatzerlöse	6,7 %	6,5 %	
Cash Earnings	256,3	238,4	+7,5 %
Cash Earnings Margin (in %)	11,3 %	10,9 %	
Gewinn je Aktie (in EUR)	7,67	7,08	
Mitarbeiter	9.927	9.938	
Investitionen (CAPEX)	144,2	128,0	
Abschreibungen ¹⁾	99,1	99,6	

¹⁾ inklusive Wertminderungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte

Die konsolidierten Umsatzerlöse des Konzerns stiegen um 4,2 % auf 2.272,7 Mio. EUR und lagen damit um 91,2 Mio. EUR über dem Vorjahreswert (2015: 2.181,5 Mio. EUR). Diese Zunahme resultiert vor allem aus dem akquisitionsbedingt höheren Geschäftsvolumen von MM Packaging.

Mit 213,7 Mio. EUR konnte ein betriebliches Ergebnis um 6,9 % bzw. 13,8 Mio. EUR über dem Vorjahr (2015: 199,9 Mio. EUR) erzielt werden. Einem deutlichen Ergebniszuwachs in der Packagingdivision stand ein Rückgang in der Kartondivision gegenüber. Die Operating Margin des Konzerns lag somit bei 9,4 % (2015: 9,2 %). Der Return on Capital Employed belief sich auf 15,9 % (2015: 16,1 %).

Bei anhaltend tiefen Euro-Leitzinsen beliefen sich die Finanzerträge auf 3,1 Mio. EUR (2015: 2,2 Mio. EUR) und die Finanzaufwendungen auf -6,1 Mio. EUR (2015: -6,3 Mio. EUR).

Das Ergebnis vor Steuern stieg um 9,8 % auf 209,2 Mio. EUR nach 190,6 Mio. EUR im Vorjahr. Die Steuern vom Einkommen und Ertrag betragen 55,8 Mio. EUR (2015: 48,5 Mio. EUR), woraus sich ein effektiver Konzernsteuersatz von 26,7 % (2015: 25,4 %) errechnet.

Der Jahresüberschuss erhöhte sich damit um 8,0 % auf 153,4 Mio. EUR (2015: 142,1 Mio. EUR), wodurch die Umsatzrentabilität von 6,5 % auf 6,7 % leicht zunahm.

KONZERNBILANZ

Das Gesamtvermögen des Konzerns belief sich per 31. Dezember 2016 auf 1.981,9 Mio. EUR und lag damit um 81,6 Mio. EUR über dem Wert zum Ultimo 2015. Das Konzerneigenkapital erhöhte sich von 1.144,2 Mio. EUR auf 1.259,2 Mio. EUR, wobei dem Jahresüberschuss die Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2015 gegenüberstand. Die Eigenkapitalausstattung lag damit bei 63,5 % (31. Dezember 2015: 60,2 %), die Eigenkapitalrentabilität bei 12,8 % (31. Dezember 2015: 12,7 %).

Die Finanzverbindlichkeiten haben überwiegend langfristigen Charakter und reduzierten sich infolge von Darlehenstilgungen von 293,3 Mio. EUR auf 260,9 Mio. EUR. Die langfristigen Rückstellungen, welche dem Sozialkapital zuzuordnen sind, erhöhten sich insbesondere wegen des niedrigeren Zinsniveaus von 118,1 Mio. EUR auf 129,3 Mio. EUR.

Die verfügbaren Mittel des Konzerns sind im Jahresverlauf von 258,3 Mio. EUR auf 253,7 Mio. EUR gesunken, wobei sich die Nettoverschuldung in Höhe von 35,0 Mio. EUR (31. Dezember 2015) auf 7,2 Mio. EUR zum Jahresende 2016 reduzierte.

AUSBLICK AUF DAS GESCHÄFTSJAHR 2017

Die Rahmenbedingungen auf unseren europäischen Hauptmärkten bleiben herausfordernd. Vor dem Hintergrund der schwachen gesamtwirtschaftlichen Dynamik entwickelt sich die Nachfrage nach Kartonverpackungen unverändert verhalten. Demgegenüber stehen ausreichende und durch laufende Optimierung sukzessiv wachsende Angebotskapazitäten. Ein intensiver Preis- und Mengenwettbewerb prägt daher nachhaltig das Geschäftsklima in unserer Branche. Gleichzeitig haben deutlich höhere Altpapierpreise als zu Beginn 2016 die Anspannung weiter gesteigert.

Ziel für 2017 ist es jedoch, den langfristigen Erfolgskurs sowohl in der Kartonproduktion als auch in der Kartonverarbeitung fortzusetzen und unter bestmöglicher Behauptung der Margen weiter zu wachsen. In der Kartondivision liegt der Fokus auf einem Mengenanstieg, insbesondere durch Produktoptimierungen, sowie auf der Weitergabe der erhöhten Altpapierpreise. In der Packagingdivision sollen vor allem Produktivitätssteigerungsmaßnahmen die Ergiebigkeit des Geschäftes durch erhöhten Mengendurchsatz festigen.

Unsere Investitionstätigkeit werden wir im gewohnten Ausmaß mit Schwerpunkt auf Reduktion direkter Kosten fortsetzen. Das im Vorjahr begonnene Sonderinvestitionsprojekt, neues Gas- und Dampfturbinen-Kraftwerk am Kartonstandort Frohnleiten, wird plangemäß im Jahresverlauf fertiggestellt und Anfang 2018 den Betrieb aufnehmen. Die Kosten werden bei 40 bis 45 Mio. EUR liegen.

Angesichts der Kurzfristigkeit des Geschäftes ist eine Ergebnisprognose für 2017 noch nicht möglich. Das in 2016 erreichte Rekordergebnis hat aber ein herausforderndes neues Anspruchsniveau markiert.

Unser Wachstumskurs gilt unverändert beiden Kerngeschäftsbereichen, Karton und Faltschachtel, und soll wie bisher wertorientiert sowohl organisch als auch durch Akquisitionen fortgesetzt werden.

ENTWICKLUNG IM 4. QUARTAL 2016

Das vierte Quartal war durch Kontinuität in der Kartondivision sowie eine starke Entwicklung in der Packagingdivision, vor allem infolge eines vorteilhaften Produktmix, gekennzeichnet.

Die Kapazitätsauslastung von MM Karton lag mit 97 % auf dem Niveau des Vergleichszeitraumes im Vorjahr (4. Quartal 2015: 96 %). Die Operating Margin der Division belief sich auf 5,6 % (4. Quartal 2015: 6,2 %).

MM Packaging erreichte eine Operating Margin von 11,7 % nach 8,8 % im vierten Quartal 2015.

Die konsolidierten Umsatzerlöse lagen mit 558,9 Mio. EUR leicht unter dem Wert der Vorjahresperiode (4. Quartal 2015: 563,8 Mio. EUR). Höheren Umsatzerlösen in der Packagingdivision standen niedrigere Umsatzerlöse in der Kartondivision, insbesondere bedingt durch den Ländermix am Jahresende, gegenüber.

Das betriebliche Ergebnis des Konzerns erreichte 53,5 Mio. EUR (4. Quartal 2015: 45,3 Mio. EUR), sodass eine Operating Margin von 9,6 % (4. Quartal 2015: 8,0 %) erzielt wurde.

Das Ergebnis vor Steuern betrug 53,3 Mio. EUR nach 43,8 Mio. EUR im letzten Quartal 2015. Der Periodenüberschuss stieg auf 37,9 Mio. EUR (4. Quartal 2015: 33,9 Mio. EUR).

ENTWICKLUNG IN DEN DIVISIONEN

MM Karton

in Mio. EUR, nach IFRS	2016	2015	+/-
Umsatzerlöse¹⁾	1.023,0	1.046,7	-2,3 %
Betriebliches Ergebnis	68,1	82,6	-17,6 %
Operating Margin (in %)	6,7 %	7,9 %	
Verkaufte Tonnage (in Tausend t)	1.671	1.660	+0,7 %
Produzierte Tonnage (in Tausend t)	1.669	1.677	-0,5 %

¹⁾ inklusive Umsatzerlösen zwischen den Divisionen

Die Lage auf dem europäischen Kartonmarkt zeigte sich in 2016 sowohl für Recycling- als auch Frischfaserkarton verhaltener als im Vorjahr, wodurch der Druck auf die Preise zunahm. MM Karton setzte unter den verschärften Rahmenbedingungen auf eine konsequente Preispolitik in Europa und Belieferung der etablierten Exportmärkte außerhalb Europas, wodurch es gelang, die Mengen auf Vorjahresniveau zu halten. Während bei Recyclingkarton die Marktanteile gut behauptet werden konnten, war im Bereich Frischfaserkarton der allgemein gestiegene Wettbewerb deutlich spürbar.

Die zunehmende Kurzfristigkeit des Geschäftes manifestierte sich im Rückgang des durchschnittlichen Auftragsstandes von MM Karton auf 47.000 Tonnen nach 80.000 Tonnen im Vorjahr. Dennoch konnten die Kapazitäten der Kartondivision im Zuge einer selektiven Absatzpolitik mit 97 % (2015: 98 %) wieder nahezu voll ausgelastet werden.

Auf den Beschaffungsmärkten stand einer weitgehend stabilen Entwicklung bei Energie und Chemikalien ein starker Anstieg der Altpapierpreise ab Jahresmitte gegenüber, welcher insbesondere auf die Inbetriebnahme neuer Anlagen für Wellpappenrohapiere zurückzuführen ist. Entsprechend wurde für alle Recyclingkartonprodukte eine Preiserhöhung im vierten Quartal angekündigt, deren Umsetzung aufgrund der schwachen Nachfragedynamik und des hohen Konkurrenzdrucks zunächst selektiv erfolgte.

Mit 1.669.000 Tonnen bzw. 1.671.000 Tonnen lagen sowohl die produzierte als auch die verkaufte Menge nahe am Vergleichswert des Vorjahres (2015: 1.677.000 Tonnen bzw. 1.660.000 Tonnen).

Die Durchschnittspreise lagen leicht tiefer, wodurch die Umsatzerlöse mit 1.023,0 Mio. EUR den Vorjahreswert (2015: 1.046,7 Mio. EUR) nicht gänzlich erreichten. Rund 64 % davon wurden auf Märkten in Westeuropa (2015: 63 %) und 19 % in Osteuropa (2015: 20 %) erzielt, sodass der Anteil des außereuropäischen Geschäftes mit 17 % (2015: 17 %) unverändert blieb.

Das betriebliche Ergebnis reduzierte sich vor allem infolge des starken Anstieges der Altpapierpreise von 82,6 Mio. EUR auf 68,1 Mio. EUR. Die Operating Margin belief sich damit auf 6,7 % (2015: 7,9 %).

Markteinführung **FOODBOARD™**

FOODBOARD™, ein neuartiger Karton mit einzigartiger funktioneller Barriere für sichere Lebensmittel-Primärverpackungen, befindet sich seit dem ersten Quartal 2016 auf dem Markt und ist bereits im europäischen Einzelhandel verfügbar.

MM Packaging

in Mio. EUR, nach IFRS	2016	2015	+/-
Umsatzerlöse¹⁾	1.352,6	1.237,3	+9,3 %
Betriebliches Ergebnis	145,6	117,3	+24,1 %
Operating Margin (in %)	10,8 %	9,5 %	
Verarbeitete Tonnage (in Tausend t)	761	729	+4,4 %
Bogenäquivalent (in Millionen)	2.240,1	2.059,3	+8,8 %

¹⁾ inklusive Umsatzerlösen zwischen den Divisionen

Marktsättigung und gesamtwirtschaftliche Unsicherheit prägten in 2016 die Situation auf dem europäischen Konsumgütermarkt, sodass viele Konsumgüterproduzenten Optimierungen im Produkt- und Werksportfolio fortsetzten. Entsprechend war die allgemeine Lage auf dem europäischen Faltschachtelmarkt durch verschärften Wettbewerb und sinkende Preise gekennzeichnet.

Je nach Marktsegment und Geografie verlief die Dynamik jedoch unterschiedlich, wodurch es sich für MM Packaging als vorteilhaft erwies, für verschiedene Endabnehmermärkte in einem breit aufgestellten Standortverbund zu produzieren. Hierdurch gelang es auch, die Werke in insgesamt hohem Maße auszulasten, wobei der Ergebnisbeitrag einzelner Standorte weiter heterogen ausfiel.

Vor diesem Hintergrund lagen die Schwerpunkte im operativen Geschäft vor allem auf kontinuierlicher Verbesserung der Kosteneffizienz, der Absicherung von Marktanteilen sowie der Entwicklung neuer technologischer und geografischer Potentiale. Letzteres manifestierte sich insbesondere in der Verstärkung des Investitionsprogrammes an den Produktionsstandorten im Iran und in Vietnam.

Insgesamt gelang es MM Packaging in 2016, den langfristigen Wachstumskurs bei Umsatz und Ergebnis weiter fortzusetzen. Wesentlicher Wachstumstreiber war die erstmals ganzjährige Einbeziehung eines führenden französischen Faltschachtelproduzenten in den Bereichen Pharma- und Luxusgüterverpackungen, welcher Ende Oktober 2015 erworben wurde. Die Integration verlief plangemäß und entsprach den Erwartungen.

Die verarbeitete Tonnage erreichte 761.000 Tonnen und lag damit um 4,4 % über dem Vergleichswert des Vorjahres (2015: 729.000 Tonnen). Parallel dazu konnte die Anzahl bedruckter Bögen (Bogenäquivalent) um 8,8 % von 2.059,3 Millionen auf 2.240,1 Millionen gesteigert werden.

Die Umsatzerlöse erhöhten sich vor allem akquisitionsbedingt um 9,3 % auf 1.352,6 Mio. EUR (2015: 1.237,3 Mio. EUR). Diese verteilen sich geografisch zu 57 % auf Westeuropa, 30 % auf Osteuropa sowie 13 % auf das außereuropäische Geschäft (2015: 55 %; 32 %; 13 %) und weisen diesbezüglich ein hohes Maß an Kontinuität auf.

Mit dem Mengenzuwachs und unterstützt durch einen vorteilhaften Produktmix stieg das betriebliche Ergebnis auf 145,6 Mio. EUR und lag damit um 24,1 % über dem Vorjahr (2015: 117,3 Mio. EUR). Die Operating Margin belief sich auf 10,8 % (2015: 9,5 %).

QUARTALSÜBERSICHT

MAYR-MELNHOF KONZERN

konsolidiert, in Mio. EUR, nach IFRS	Q4/2015	Q1/2016	Q2/2016	Q3/2016	Q4/2016
Umsatzerlöse	563,8	576,0	566,2	571,6	558,9
EBITDA	73,2	80,3	83,6	72,9	77,2
EBITDA Margin (in %)	13,0 %	13,9 %	14,8 %	12,8 %	13,8 %
Betriebliches Ergebnis	45,3	55,2	55,6	49,4	53,5
Operating Margin (in %)	8,0 %	9,6 %	9,8 %	8,6 %	9,6 %
Ergebnis vor Steuern	43,8	53,2	55,7	47,0	53,3
Steuern vom Einkommen und Ertrag	(9,9)	(13,8)	(14,7)	(11,9)	(15,4)
Periodenüberschuss	33,9	39,4	41,0	35,1	37,9
in % Umsatzerlöse	6,0 %	6,8 %	7,2 %	6,1 %	6,8 %
Cash Earnings	57,9	64,7	68,1	59,7	63,8
Cash Earnings Margin (in %)	10,3 %	11,2 %	12,0 %	10,4 %	11,4 %
Gewinn je Aktie (in EUR)	1,72	1,96	2,05	1,75	1,91

DIVISIONEN

MM KARTON

in Mio. EUR, nach IFRS	Q4/2015	Q1/2016	Q2/2016	Q3/2016	Q4/2016
Umsatzerlöse¹⁾	259,3	263,4	258,5	255,6	245,5
Betriebliches Ergebnis	16,2	20,2	18,9	15,3	13,7
Operating Margin (in %)	6,2 %	7,7 %	7,3 %	6,0 %	5,6 %
Verkaufte Tonnage (in Tausend t)	408	427	417	414	413
Produzierte Tonnage (in Tausend t)	418	419	420	416	414

¹⁾ inklusive Umsatzerlösen zwischen den Divisionen

MM PACKAGING

in Mio. EUR, nach IFRS	Q4/2015	Q1/2016	Q2/2016	Q3/2016	Q4/2016
Umsatzerlöse¹⁾	329,4	339,2	332,1	342,1	339,2
Betriebliches Ergebnis	29,1	35,0	36,7	34,1	39,8
Operating Margin (in %)	8,8 %	10,3 %	11,1 %	10,0 %	11,7 %
Verarbeitete Tonnage (in Tausend t)	184	189	191	190	191
Bogenäquivalent (in Millionen)	526,9	562,2	565,8	561,3	550,8

¹⁾ inklusive Umsatzerlösen zwischen den Divisionen

Eine Video Präsentation des Vorstandes ist auf unserer Homepage www.mayr-melnhof.com abrufbar.

Der Geschäftsbericht 2016 ist ab 5. April 2017 verfügbar.

Nächster Termin:

18. Mai 2017 Ergebnisse zum 1. Quartal 2017

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Mag. Stephan Sweerts-Sporck, Investor Relations, Mayr-Melnhof Karton AG,
Brahmsplatz 6, A-1040 Wien
Tel.: +43 1 50136 - 91180, Fax: +43 1 50136 - 191195
E-Mail: investor.relations@mm-karton.com Website: <http://www.mayr-melnhof.com>