



15. März 2016

KONZERNERGEBNIS 2015

- Wachstum bei Umsatz und Ergebnis
- Hohe Ertragskraft behauptet
- Gesteigerte Produktivität und Menge in beiden Divisionen
- Einstieg in Markt für Pharma- und Luxusverpackungen
- Anhebung der Dividende

Die Mayr-Melnhof Gruppe konnte sich in 2015 trotz fehlender gesamtwirtschaftlicher Impulse sehr erfolgreich behaupten und das Geschäftsjahr mit einem erfreulichen Wachstum sowohl bei Umsatz als auch Ergebnis abschließen. Beide Divisionen, MM Karton und MM Packaging, trugen mit hoher Auslastung in den Werken sowie verbesserter Produktivität und Kosteneffizienz maßgeblich dazu bei. Die Marktanteile wurden unter anhaltend wettbewerbsintensiven Rahmenbedingungen behauptet bzw. selektiv ausgebaut. Neben organischem Wachstum gelang mit dem Erwerb einer führenden französischen Faltschachtelgruppe ein erster Schritt in den Markt für Pharma- und Luxusverpackungen.

Der positiven Ergebnisentwicklung entsprechend wird der 22. Ordentlichen Hauptversammlung am 28. April 2016 eine Dividende von 1,20 EUR je Aktie vorgeschlagen. Unter Hinzurechnung der bereits bezahlten Zwischendividende für 2015 von 1,60 EUR je Aktie ergibt sich eine Erhöhung der Gesamtdividende von 2,60 EUR in 2014 auf 2,80 EUR je Aktie.

konsolidiert, in Mio. EUR, nach IFRS	2015	2014	+/-
Umsatzerlöse	2.181,5	2.087,4	+4,5 %
Betriebliches Ergebnis	199,9	180,2	+10,9 %
Operating Margin (in %)	9,2 %	8,6 %	
Ergebnis vor Steuern	190,6	171,0	+11,5 %
Steuern vom Einkommen und Ertrag	(48,5)	(39,4)	
Jahresüberschuss	142,1	131,6	+8,0 %
in % Umsatzerlöse	6,5 %	6,3 %	
Cash Earnings	238,4	221,3	+7,7 %
Cash Earnings Margin (in %)	10,9 %	10,6 %	
Gewinn je Aktie (in EUR)	7,08	6,54	
Mitarbeiter	9.938	9.399	
Investitionen	128,0	139,8	
Abschreibungen ¹⁾	99,6	93,9	

¹⁾ inklusive Wertminderungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte

Die konsolidierten Umsatzerlöse des Konzerns erreichten 2.181,5 Mio. EUR und lagen damit um 4,5 % bzw. 94,1 Mio. EUR über dem Vorjahreswert (2014: 2.087,4 Mio. EUR). Dieser Anstieg resultiert im Wesentlichen aus dem Mengenzuwachs in beiden Divisionen. Rund ein Fünftel des Zuwachses entfällt auf die jüngste Akquisition von MM Packaging in Frankreich.

Mit 199,9 Mio. EUR konnte das betriebliche Ergebnis um 10,9 % bzw. 19,7 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahr (2014: 180,2 Mio. EUR) gesteigert werden. Beide Divisionen trugen bedeutend zu diesem Zuwachs bei. Die Operating Margin des Konzerns erhöhte sich damit von 8,6 % auf 9,2 %. Der Return on Capital Employed belief sich auf 16,1 % (2014: 15,5 %).

Bei anhaltend tiefen Leitzinsen standen Finanzerträgen in Höhe von 2,2 Mio. EUR (2014: 1,5 Mio. EUR) Finanzaufwendungen von -6,3 Mio. EUR (2014: -5,2 Mio. EUR) gegenüber.

Das Ergebnis vor Steuern erhöhte sich damit um 11,5 % auf 190,6 Mio. EUR nach 171,0 Mio. EUR im Vorjahr. Die Steuern vom Einkommen und Ertrag beliefen sich auf 48,5 Mio. EUR (2014: 39,4 Mio. EUR). Der hieraus errechnete effektive Konzernsteuersatz lag mit 25,4 % über Vorjahresniveau (2014: 23,0 %).

Der Jahresüberschuss stieg somit um 8,0 % auf 142,1 Mio. EUR (2014: 131,6 Mio. EUR). Die Umsatzrentabilität erhöhte sich in der Folge von 6,3 % auf 6,5 %.

KONZERNBILANZ

Das Gesamtvermögen des Konzerns belief sich per 31. Dezember 2015 auf 1.900,3 Mio. EUR und lag damit um 113,3 Mio. EUR über dem Wert zum Ultimo des Vorjahres. Das Konzerneigenkapital stieg leicht von 1.102,2 Mio. EUR auf 1.144,2 Mio. EUR, wobei dem Jahresüberschuss die Dividende für das Geschäftsjahr 2014 sowie die Zwischendividende für 2015 gegenüberstanden. Die Eigenkapitalquote lag damit bei 60,2 % (31. Dezember 2014: 61,7 %), die Eigenkapitalrentabilität bei 12,7 % (31. Dezember 2014: 11,9 %).

Die Finanzverbindlichkeiten, welche überwiegend langfristigen Charakter haben, erhöhten sich infolge der Aufnahme zinsgünstiger Darlehen von 265,9 Mio. EUR auf 293,3 Mio. EUR. Die langfristigen Rückstellungen, welche dem Sozialkapital zuzuordnen sind, reduzierten sich geringfügig auf 118,1 Mio. EUR (31. Dezember 2014: 121,2 Mio. EUR).

Die verfügbaren Mittel des Konzerns gingen vor allem infolge der Dividendenzahlungen auf 258,3 Mio. EUR (31. Dezember 2014: 324,2 Mio. EUR) zurück. Dementsprechend steht der Nettoliquidität des Vorjahres in Höhe von 58,3 Mio. EUR zum Jahresende 2015 eine Nettoverschuldung von 35,0 Mio. EUR gegenüber.

AUSBLICK AUF DAS GESCHÄFTSJAHR 2016

Vor dem Hintergrund der schwachen konjunkturellen Entwicklung im Hauptmarkt Europa bleiben die Rahmenbedingungen für unser Geschäft herausfordernd und durch intensiven Wettbewerb geprägt. Zielsetzung für 2016 ist aber, den langfristigen Erfolgskurs sowohl im Karton- als auch Faltschachtelgeschäft fortzusetzen. Wie bisher sollen organisches und akquisitives Wachstum einander ergänzen. Gesteigerte Produktivität wird den Output unserer Anlagen weiter erhöhen und die Einbeziehung der letztjährigen Akquisition in Frankreich die Dynamik in 2016 unterstützen. Maßnahmen zur Steigerung der Kosteneffizienz werden konzernweit auf breiter Basis zur Behauptung der erreichten Margen fortgeführt. Da aus aktueller Sicht unmittelbar keine wesentlichen Veränderungen auf den Beschaffungsmärkten abzusehen sind, bleibt Preisdisziplin in beiden Divisionen ein Gebot der Stunde.

Mit dem Schwerpunkt auf Reduktion der direkten Kosten werden wir unsere laufende Investitionstätigkeit im bisherigen Ausmaß fortsetzen. Erweiterungen bei MM Packaging werden 2016 insbesondere die Standorte in Iran, Polen und Vietnam betreffen.

Als Sonderinvestitionsprojekt von MM Karton wird im Jahr 2016 mit dem Ersatz des Kraftwerkes am Standort Frohnleiten in Österreich durch eine neue Gas- und Dampfturbinen-Anlage begonnen. Die Errichtung soll bis Ende 2017 erfolgen, jedoch ohne Einschränkungen für den kontinuierlichen Betrieb des Werkes. Die Kosten werden sich auf rund 40 Mio. EUR belaufen.

Infolge der gegebenen Kurzfristigkeit des Geschäftes ist aktuell noch keine Ergebnisprognose für das laufende Jahr möglich. Mit den Rekordergebniswerten von 2015 wurde das Anspruchsniveau für 2016 jedoch wieder weiter nach oben gelegt.

Unsere Expansion über Akquisitionen bleibt auf Möglichkeiten innerhalb und außerhalb Europas gerichtet.

ENTWICKLUNG IM 4. QUARTAL 2015

Erwartungsgemäß war das vierte Quartal durch Kontinuität in der Packaging-Division sowie einem verhaltenen Auftragseingang in der Kartondivision gekennzeichnet.

Die Kapazitätsauslastung von MM Karton lag mit 96 % über dem Vergleichszeitraum des Vorjahres (4. Quartal 2014: 92 %), welcher vor allem durch den Umbau für die Investition **FOODBOARD™** im Werk Frohnleiten geprägt war. Die Operating Margin der Division belief sich auf 6,2 % (4. Quartal 2014: 6,7 %).

MM Packaging erreichte eine Operating Margin von 8,8 % nach 9,1 % im vierten Quartal des Vorjahres.

Infolge des höheren Geschäftsvolumens beider Divisionen überstiegen die konsolidierten Umsatzerlöse mit 563,8 Mio. EUR den Wert der Vorjahresperiode (4. Quartal 2014: 516,4 Mio. EUR). Das betriebliche Ergebnis belief sich auf 45,3 Mio. EUR (4. Quartal 2014: 43,7 Mio. EUR), wodurch eine Operating Margin von 8,0 % (4. Quartal 2014: 8,5 %) erzielt wurde.

Das Ergebnis vor Steuern lag bei 43,8 Mio. EUR nach 39,5 Mio. EUR im vierten Quartal 2014. Der Periodenüberschuss betrug 33,9 Mio. EUR (4. Quartal 2014: 34,1 Mio. EUR).

ENTWICKLUNG IN DEN DIVISIONEN

MM Karton

in Mio. EUR, nach IFRS	2015	2014	+/-
Umsatzerlöse¹⁾	1.046,7	1.002,8	+4,4 %
Betriebliches Ergebnis	82,6	74,7	+10,6 %
Operating Margin (in %)	7,9 %	7,4 %	
Verkaufte Tonnage (in Tausend t)	1.660	1.586	+4,7 %
Produzierte Tonnage (in Tausend t)	1.677	1.585	+5,8 %

¹⁾ inklusive Umsatzerlösen zwischen den Divisionen

Das Jahr 2015 war in allen Märkten unverändert durch saisonal schwankendes Bestellverhalten und verhaltene Abrufe der Kunden geprägt. Eine spürbare Belebung der Nachfrage stellte sich nicht ein. Der durchschnittliche Auftragsstand lag mit 80.000 Tonnen über dem Vorjahr (2014: 61.000 Tonnen). Durch flexiblen Umgang mit kurzen Planungsintervallen, ein optimiertes Produktportfolio sowie den hohen Servicegrad gelang es, Marktanteile zu festigen bzw. selektiv auszubauen.

Die Kartonwerke konnten mit 1.677.000 Tonnen die Produktionsmenge des Vorjahres (2014: 1.585.000 Tonnen) um 92.000 Tonnen oder 5,8 % übertreffen. Das Werk Frohnleiten produzierte nach dem fast einmonatigen Umbaustillstand der Kartonmaschine 3 im November 2014 für die Investition **FOODBOARD™** wieder ohne Abstellmaßnahmen. Mit 98 % (2014: 97 %) waren die Kapazitäten der Kartondivision daher nahezu voll ausgelastet. Hohe Preisdisziplin in einem eher volatilen Marktumfeld ermöglichte es, die Preise gegenüber dem Vorjahr zu halten.

Auf den Rohstoffmärkten standen einem deutlichen Anstieg der Altpapier- und Faserpreise zur Jahresmitte vor allem geringere Kosten für Energie gegenüber.

Mit 1.660.000 Tonnen (2014: 1.586.000 Tonnen) wurde in 2015 die bisher höchste Verkaufsmenge erreicht und damit 4,7 % mehr als im Vorjahr abgesetzt.

Die Umsatzerlöse stiegen im Gleichklang mit der verkauften Menge um 4,4 % von 1.002,8 Mio. EUR auf 1.046,7 Mio. EUR. Davon entfielen unverändert zum Vorjahr rund 63 % auf die Märkte in Westeuropa, 20 % auf Osteuropa und 17 % auf das Geschäft außerhalb Europas (2014: 63 %; 20 %; 17 %).

Das betriebliche Ergebnis konnte vor allem aufgrund höherer Produktivität und weiterer Kostensenkungen um 10,6 % bzw. 7,9 Mio. EUR auf 82,6 Mio. EUR (2014: 74,7 Mio. EUR) gesteigert werden. Die Operating Margin erreichte 7,9 % nach 7,4 % in 2014.

Markteinführung **FOODBOARD™**

FOODBOARD™, ein neuer, hochwertiger gestrichener Karton mit einer einzigartigen funktionellen Barriere für sichere Lebensmittel-Primärverpackungen, ist seit dem 1. Quartal 2016 im Markt verfügbar.

MM Packaging

in Mio. EUR, nach IFRS	2015	2014	+/-
Umsatzerlöse¹⁾	1.237,3	1.187,7	+4,2 %
Betriebliches Ergebnis	117,3	105,5	+11,2 %
Operating Margin (in %)	9,5 %	8,9 %	
Verarbeitete Tonnage (in Tausend t)	729	702	+3,8 %
Bogenäquivalent (in Millionen)	2.059,3	1.996,6	+3,1 %

¹⁾ inklusive Umsatzerlösen zwischen den Divisionen

Der Absatz von Konsumgütern in Europa verlief während des Jahres insgesamt solide. Deutliche Marktimpulse für das Faltschachtelgeschäft sind aber sowohl in Europa als auch auf den außereuropäischen Märkten ausgeblieben. Infolge der ausreichend im Markt vorhandenen Fertigungskapazitäten hält der Preiswettbewerb mit unverminderter Intensität an.

MM Packaging setzt daher auf Kosten- und Technologieführerschaft durch hocheffiziente industrielle Fertigung sowie kontinuierliche Investitionen in modernste Technologie. Verbunden mit einem geografisch breiten Standortnetzwerk und einer Vielzahl technologischer Spezialisierungen konnte MM Packaging auch in 2015 die führende Position in Märkten wie FMCG (Fast Moving Consumer Goods), Zigarettenverpackungen und Waschmittel behaupten.

Zahlreiche Maßnahmen waren auch im Geschäftsjahr 2015 darauf gerichtet, durch Steigerungen bei Effizienz und Produktivität die Wettbewerbs- und Ertragsstärke von MM Packaging kontinuierlich zu verbessern und weiteres Wachstum zu ermöglichen.

In Österreich wurde die Faltschachtelproduktion der MM Packaging Austria mit zwei Standorten, Wien und Gunskirchen, Oberösterreich, auf den größeren in Wien konzentriert. Dies ermöglicht dessen Absicherung als Hochleistungsstandort.

Durch die Akquisition eines führenden französischen Faltschachtelproduzenten gelang ein erster Schritt in den Markt für Pharma- und Luxusverpackungen.

Die verarbeitete Tonnage erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 3,8 % von 702.000 Tonnen auf 729.000 Tonnen. Analog dazu wurde die Anzahl bedruckter Bögen (Bogenäquivalent) um 3,1 % von 1.996,6 Millionen auf 2.059,3 Millionen gesteigert.

Analog zur Menge erhöhten sich die Umsatzerlöse um 4,2 % auf 1.237,3 Mio. EUR (2014: 1.187,7 Mio. EUR). Die geografische Verteilung der Umsatzerlöse verzeichnete mit 55 % und 32 % für West- und Osteuropa sowie 13 % für das außereuropäische Geschäft ein hohes Maß an Kontinuität (2014: 56 %; 32 %; 12 %).

Mit 117,3 Mio. EUR lag das betriebliche Ergebnis vor allem aufgrund verbesserter Kosteneffizienz um 11,2 % über dem Vorjahreswert (2014: 105,5 Mio. EUR). Die Operating Margin erhöhte sich demnach auf 9,5 % (2014: 8,9 %).

QUARTALSÜBERSICHT

MAYR-MELNHOF KONZERN

konsolidiert, in Mio. EUR, nach IFRS	Q4/2014	Q1/2015	Q2/2015	Q3/2015	Q4/2015
Umsatzerlöse	516,4	533,9	535,7	548,1	563,8
EBITDA	67,0	74,0	70,1	81,4	73,2
EBITDA Margin (in %)	13,0 %	13,9 %	13,1 %	14,9 %	13,0 %
Betriebliches Ergebnis	43,7	50,8	45,7	58,1	45,3
Operating Margin (in %)	8,5 %	9,5 %	8,5 %	10,6 %	8,0 %
Ergebnis vor Steuern	39,5	47,6	43,2	56,0	43,8
Steuern vom Einkommen und Ertrag	(5,4)	(12,1)	(11,5)	(15,0)	(9,9)
Jahresüberschuss	34,1	35,5	31,7	41,0	33,9
in % Umsatzerlöse	6,6 %	6,6 %	5,9 %	7,5 %	6,0 %
Cash Earnings	53,9	59,7	55,1	65,7	57,9
Cash Earnings Margin (in %)	10,4 %	11,2 %	10,3 %	12,0 %	10,3 %
Gewinn je Aktie (in EUR)	1,68	1,77	1,56	2,03	1,72

DIVISIONEN

MM KARTON

in Mio. EUR, nach IFRS	Q4/2014	Q1/2015	Q2/2015	Q3/2015	Q4/2015
Umsatzerlöse¹⁾	234,9	258,9	263,5	265,0	259,3
Betriebliches Ergebnis	15,8	18,6	22,3	25,5	16,2
Operating Margin (in %)	6,7 %	7,2 %	8,5 %	9,6 %	6,2 %
Verkaufte Tonnage (in Tausend t)	368	421	413	418	408
Produzierte Tonnage (in Tausend t)	372	415	422	422	418

¹⁾ inklusive Umsatzerlösen zwischen den Divisionen

MM PACKAGING

in Mio. EUR, nach IFRS	Q4/2014	Q1/2015	Q2/2015	Q3/2015	Q4/2015
Umsatzerlöse¹⁾	305,7	300,7	297,5	309,7	329,4
Betriebliches Ergebnis	27,9	32,2	23,4	32,6	29,1
Operating Margin (in %)	9,1 %	10,7 %	7,9 %	10,5 %	8,8 %
Verarbeitete Tonnage (in Tausend t)	172	182	176	187	184
Bogenäquivalent (in Millionen)	482,4	503,0	498,3	531,1	526,9

¹⁾ inklusive Umsatzerlösen zwischen den Divisionen

Der Geschäftsbericht 2015 ist ab 7. April 2016 verfügbar.

Nächster Termin:

19. Mai 2016

Ergebnisse zum 1. Quartal 2016

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Mag. Stephan Sweerts-Sporck, Investor Relations, Mayr-Melnhof Karton AG,
Brahmsplatz 6, A-1041 Wien

Tel.: +43 1 50136 - 91180, Fax: +43 1 50136 - 191195

E-Mail: investor.relations@mm-karton.com Website: <http://www.mayr-melnhof.com>