



PRESS RELEASE

17. Mai 2004

ERGEBNISSE ZUM 1. QUARTAL 2004

- **Periodenergebnis über Vorjahr**
- **Sehr gute Auslastung in allen Divisionen**
- **Verschärfter Preiswettbewerb bei Karton und Faltschachteln**
- **Nachhaltige Belegung der europäischen Nachfrage weiterhin nicht in Sicht**

Kennzahlen der Mayr-Melnhof Gruppe

alle nach US GAAP, ungeprüft

konsolidiert in Mio. EUR	Q1/2004	Q1/2003	+/-
Umsatzerlöse	367,1	340,4	+7,8%
Betriebliches Ergebnis	40,0	39,4	+1,5%
Operating Margin	10,9%	11,6%	
Ergebnis vor Ertragsteuern und Minderheitsanteilen	39,9	37,1	+7,5%
Ertragsteuern	(13,4)	(14,5)	
Periodenüberschuss	26,1	22,2	+17,6%
in % Umsatzerlöse	7,1%	6,5%	

Die Mayr-Melnhof Gruppe verzeichnete im ersten Quartal 2004 eine sehr gute Kapazitätsauslastung in allen Divisionen. Für MM-Karton war dies zum Teil saisonbedingt, aber vor allem durch die Absatzmöglichkeiten auf den außereuropäischen Märkten möglich. MM-Packaging und MM-Graphia waren trotz Kurzfristigkeit der Nachfrage Nutznießer des stabilen Konsumentenverhaltens. Somit stieg im ersten Quartal 2004 der Ergebnisbeitrag der Kartonverarbeitung weiter an und es gelang insgesamt mit einem Periodenergebnis über dem Vorjahr abzuschließen.

Der Mayr-Melnhof Konzern erzielte im ersten Quartal 2004 Umsatzerlöse in Höhe von 367,1 Mio. EUR. Das ist eine Erhöhung um 7,8 % bzw. 26,7 Mio. EUR gegenüber dem Vergleichswert des Vorjahres (340,4 Mio. EUR). Dieser Anstieg ist sowohl auf organisches Wachstum als auch auf die erstmalige Vollkonsolidierung der CP Schmidt Verpackungs-Gruppe zurückzuführen.

Das betriebliche Ergebnis lag mit 40,0 Mio. EUR leicht über dem Niveau des Vorjahres (Q1 2003: 39,4 Mio. EUR), da es gelang, den insbesondere preisbedingt rückläufigen Ergebnisbeitrag des Kartongeschäfts durch die Kartonverarbeitung zu kompensieren.

Das Ergebnis vor Ertragsteuern und Minderheitsanteilen erreichte 39,9 Mio. EUR und lag damit um 2,8 Mio. EUR über dem Vorjahr (Q1 2003: 37,1 Mio. EUR). Die Steuern vom Einkommen und Ertrag betragen 13,4 Mio. EUR. (Q1 2003: 14,5 Mio. EUR). Der effektive Konzernsteuersatz reduzierte sich von 39,1 % in der Vergleichsperiode des Vorjahres auf 33,6%.

Der Periodenüberschuss betrug damit 26,1 Mio. EUR. Dies entspricht einer Steigerung um 3,9 Mio. EUR bzw. 17,6 % gegenüber dem Vergleichswert der Vorperiode (Q1 2003: 22,2 Mio. EUR).

DIVISIONEN

MM-KARTON

MM-Karton verzeichnete im ersten Quartal 2004 sowohl saisonbedingt als auch wegen der wahrgenommenen Absatzchancen auf den außereuropäischen Märkten eine sehr erfreuliche Kapazitätsauslastung von 96 % nach 82 % im vierten Quartal 2003 (Q1 2003: 95 %). Der durchschnittliche Auftragsstand lag bei rund 70.000 Tonnen (Q1 2003: 55.000 Tonnen).

Kartonabsatz und -produktion übertrafen mit 399.000 bzw. 401.000 Tonnen die Vorjahreswerte von 377.000 und 373.000 Tonnen. Wie im Vorjahr entfielen rund 77 % der Versandmenge auf Europa während 23 % in außereuropäische Märkte geliefert wurde. Infolge zunehmenden Preisdrucks in Westeuropa und der strukturell tieferen Preise im Überseegeschäft lag der durchschnittliche Verkaufspreis von MM-Karton unter dem Niveau der Vergleichsperiode des Vorjahres.

Der Markt für Altpapier, den wichtigsten Rohstoff für die Erzeugung von Recyclingkarton, war in den ersten drei Monaten 2004 durch weitgehende Stabilität auf leicht höherem Niveau als im Vorquartal gekennzeichnet.

Die Steigerung der Umsatzerlöse von 203,4 Mio. EUR auf 206,8 Mio. EUR resultiert allein aus dem höheren Absatzvolumen. Trotz hoher Auslastung ist das betriebliche Ergebnis im Wesentlichen infolge niedrigerer Durchschnittspreise von 25,9 Mio. EUR auf 21,8 Mio. EUR zurückgegangen. Damit belief sich die Operating Margin auf 10,5 % (Q1 2003:12,7 %).

MM-PACKAGING

Die Entwicklung des europäischen Marktvolumens für Faltschachteln blieb auch in den ersten drei Monaten 2004 insgesamt verhalten. Bei den Unternehmen der MM-Packaging Division hat sich aber die Auslastung deutlich verbessert. Dies gelang insbesondere dadurch, dass MM-Packaging als der führende europäische Faltschachtelproduzent die Chancen der Konzentration des Faltschachteleinkaufs seitens des Handels und multinationaler Kunden nutzen konnte. Parallel dazu hält der Konditionendruck jedoch unvermindert an. Produktivitätssteigerungen, hohe Flexibilität in der Fertigung und Einsatz neuester Technologie ermöglichten MM-Packaging, auch im ersten Quartal 2004 ein solides Ergebnis zu erzielen.

Die verarbeitete Tonnage belief sich auf 83.000 Tonnen (Q1 2003: 79.000 Tonnen). Die Umsatzerlöse stiegen um 10,7 % auf 112,8 Mio. EUR. Gleichzeitig gelang eine Verbesserung des betrieblichen Ergebnisses um 38,6 % von 5,7 Mio. EUR auf 7,9 Mio. EUR. Damit erreichte die Operating Margin 7,0 % nach 5,6 % im ersten Quartal 2003.

MM-GRAPHIA

MM-Graphia verzeichnete im ersten Quartal 2004 eine sehr erfreuliche Absatzleistung. Allerdings zeigen die signifikanten Tabaksteuererhöhungen in Ländern wie Frankreich bereits erste dämpfende Auswirkungen. Die osteuropäischen Märkte wachsen hingegen nach wie vor sehr dynamisch. Das Geschäftsfeld Süßware entwickelte sich insgesamt ebenfalls erfolgreich.

Die verarbeitete Tonnage von Karton und Papier belief sich auf 24.000 Tonnen (Q1 2003: 23.000 Tonnen). Infolge der hohen Absatzleistung konnten die Umsatzerlöse um 29,4 % auf 76,2 Mio. EUR (Q1 2003: 58,9 Mio. EUR) gesteigert werden. Das betrieblichen Ergebnis wurde um 32,1 % auf 10,3 Mio. EUR verbessert, wodurch die Operating Margin 13,5 % (Q1 2003: 13,2 %) erreichte.

AUSBLICK

Der Auftragseingang in den ersten Wochen des zweiten Quartals 2004 ermöglicht derzeit eine zufriedenstellende Auslastung in den Divisionen. MM-Karton kann wie im Vorquartal Aufträge aus den außereuropäischen Märkten für eine hohe Auslastung nutzen. Die europäische Nachfrage nach Konsumgütern und damit Kartonverpackungen lässt jedoch weiterhin keine Dynamik und Zuwächse erkennen. Damit wird die Stabilisierung der Durchschnittspreise in Westeuropa schwieriger. Andererseits sind die europäischen Altpapiermärkte ein Spiegelbild der allgemeinen Nachfrage, weshalb sich auf diesen keine signifikante Veränderung abzeichnet.

Ziel ist es, die Profitabilität in allen Geschäftsbereichen hoch zu halten. Konsequente Kostensenkungen bleiben daher ein Gebot der Stunde. Der Wachstumskurs wird in allen drei Segmenten fortgesetzt, wobei Ziele in Zentral- und Osteuropa mit hoher Priorität verfolgt werden.

Den detaillierten Quartalsbericht zum 1. Quartal 2004 finden Sie auf unserer Website unter <http://www.mayr-melnhof.com>.

Nächster Termin:

25. August 2004 Ergebnisse zum 1. Halbjahr 2004

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Tel.: (+43/1) 50136, Fax: (+43/1) 50136 – 1195 Mag. Stephan Sweerts-Sporck, Investor Relations, Mayr-Melnhof Karton AG, Brahmplatz 6, A-1041 Wien, e-mail: investor.relations@mm-karton.com, Website: <http://www.mayr-melnhof.com>