



Wien, 9. November 2009

## Weiterhin positiver Ausblick – solider Geschäftsgang in den ersten drei Quartalen

- Umsatz- und Ergebnismrückgang im Rahmen der Erwartungen
- Stabilisierung bei Mengen und Preisen in den Segmenten  
Aluminium, Wellpappe und Flexible Verpackung
- Margenanstieg in allen Segmenten
- Steigerung operativer Cashflow um 62 %
- Solide Eigenkapitalquote von 38 %
- Verschuldungsgrad 60 %
- Verhalten positiver Ausblick 2009

Nach dem Boom in den ersten drei Quartalen 2008 sind Umsätze und Ergebnisse der Constantia Packaging, einer führenden Industriegruppe Österreichs, erwartungsgemäß zurückgegangen. Erfreulicherweise konnten weiterhin solide Margen erzielt werden, die in allen Segmenten gestiegen sind. Der positive Cashflow – plus 62 % - wurde dazu verwendet, die Bankverbindlichkeiten im Quartalsvergleich zu reduzieren. Damit lag die Eigenkapitalquote bei 38,7 % und der Verschuldungsgrad bei 60,3 %

Höhere Margen, solide  
Eigenkapitalquote und  
Verschuldungsgrad

Der Konzernumsatz ging im Quartalsvergleich von € 1.628,8 Mio. in 2008 um 21 % auf € 1.282,6 Mio. in 2009 zurück. Infolge der strikten Kostendisziplin in allen Bereichen fiel der Rückgang im EBITDA mit 13 % von € 240,1 Mio. auf € 208,1 Mio. wesentlich geringer aus. Die EBITDA-Marge stieg auf 16,2 %. Das EBIT in den ersten drei Quartalen 2009 betrug € 123,2 Mio. nach € 154,7 Mio., dies entspricht einer Marge von 9,6 %. Das Net Income (nach Steuern und Anteilen von Minderheitsgesellschaftern) lag mit € 67,1 Mio. um 9 % unter dem der Vorjahresperiode von € 73,6 Mio., welches noch von der Boomphase geprägt war.

Umsatz – 21 %, Net  
Income – 9 %

Die Investitionen wurden um 46 % auf € 46,4 Mio. zurückgenommen und liegen damit unter den Abschreibungen in Höhe von € 84,9 Mio. Der Mitarbeiterstand ging im Stichtagsvergleich um 10 % auf 7.545 per 30. September 2009 zurück. Am Standort Ranshofen der AMAG wird weiterhin kurzgearbeitet.

Investitionen – 46%  
Mitarbeiterstand – 10%

„Wir streben fortgesetzt konsequent nachhaltiges Wachstum in Ergebnis und Unternehmenswert an, in Kombination mit einer starken Bilanz und angemessenem Risikoausgleich. Gerade in diesen volatilen, schwierigen Zeiten

Solide Bilanz- und  
Finanzierungs-  
struktur, stabiles  
Geschäftsmodell



bewähren sich die solide Bilanz- und Finanzierungsstruktur sowie das stabile, auch auf Diversifikation beruhende Geschäftsmodell. Aus heutiger Sicht gehen wir deshalb optimistisch in das vierte Quartal und denken, dass wir im Gesamtjahr an die erfreulichen Ergebnisse des Jahres 2008 anschließen können. Gleichsam bleiben wir wachsam, da nach unserer Einschätzung das kommende Jahr kein einfaches zu werden scheint“, erklärt Dr. Hanno M. Bästlein, Vorsitzender des Vorstands der Constantia Packaging AG.

Optimismus für ein erfolgreiches 2009

## Ergebnisse im Detail

Der **Konzernumsatz** ging im Quartalsvergleich erwartungsgemäß von € 1.628,8 Mio. in den ersten neun Monaten 2008 um 21% auf € 1.282,6 Mio. In 2009 zurück. Entsprechend der strategischen Unternehmensausrichtung und noch stringenteren Fokussierung auf die Kernmärkte erfolgte mit 1. April 2009 das Closing der Transaktion des Verkaufs von 60 % am Joint Venture Danapak Flexibles A/S an das dänische Unternehmen Arla Foods. Gleichzeitig wurden sämtliche Anteile an der Corona Packaging A/S, die so wie die Danapak im Verpackungsgeschäft für Molkerei- und Lebensmittelprodukte tätig ist, erworben.

Konzernumsatz  
– 21 % auf € 1.282,6 Mio.

Per 31. Juli 2009 wurden 16,55 % der AMAG von der Constantia Packaging B.V. gekauft. Damit hält die Constantia Packaging AG 90 % der Aktien, 10 % verbleiben bei der AMAG Arbeitnehmer Privatstiftung. Der Kaufpreis betrug € 75 Mio., die Preisfestlegung erfolgte gemäß einem Wirtschaftsprüfergutachten. Die Finanzierung erfolgte durch Hausbanken der Constantia Packaging AG. Ziel der Transaktion war eine Straffung der Beteiligungstruktur, eine Erhöhung der Transparenz, eine Vergrößerung des aktienrechtlichen Handlungsspielraumes sowie ein sofortiger positiver Ergebnisbeitrag aufgrund der ausgezeichneten strategischen Position der AMAG. Entgegen anderslautender Meldungen der vergangenen Wochen steht die AMAG derzeit nicht zum Verkauf.

Infolge der Kostendisziplin fiel der Rückgang im **EBITDA** mit 13 % von € 240,1 Mio. auf € 208,1 Mio. wesentlich geringer aus als der Umsatzrückgang. Die EBITDA-Marge wuchs erfreulicherweise auf 16,2 %.

EBITDA – 13 % auf € 208,1 Mio.,  
Margenanstieg auf 16,2%

Das **EBIT** in den ersten neun Monaten 2009 betrug € 123,2 Mio. nach € 154,7 Mio., dies entspricht einer Marge von 9,6 %.

EBIT € 123,2 Mio.  
EBIT-Marge 9,6%

Die Investitionen wurden um 46 % auf € 46,4 Mio. zurückgenommen und liegen damit unter den Abschreibungen in Höhe von € 84,9 Mio. Der Mitarbeiterstand

Investitionen  
€ 46,4 Mio.



ging im Stichtagsvergleich um 10 % auf 7.545 per 30. September 2009 zurück. Am Standort Ranshofen der AMAG wird weiterhin kurzgearbeitet.

Das **Net Income** (nach Steuern und Anteilen von Minderheitsgesellschaftern) lag mit € 67,1 Mio. um 9 % unter dem der Vorjahresperiode von € 73,6 Mio., welches noch von der Boomphase geprägt war.

Net Income – 9%

Der **Cashflow** aus laufender Geschäftstätigkeit lag mit € 215,3 Mio. im Quartalsvergleich über dem des Vorjahres von € 132,9 Mio. Die Begründung liegt u.a. in einer konsequenten Optimierung des Working Capitals in allen Segmenten.

Cashflow € 215,3 Mio.

Die **Anteile der Segmente am Konzernumsatz** betragen in den ersten neun Monaten 30 % für das Segment Aluminium, 15 % für das Segment Wellpappe und 58 % für das Segment Flexible Verpackung (minus 3 % konzerninterne Umsätze).

Umsatzverteilung:  
30 % – 15 % – 58 %

Im **Segment Aluminium** ist die Nachfrage nach Folienvorwalzband für Verpackungen von Nahrungsmitteln und Medikamenten weiterhin zufriedenstellend. Im Automobilbereich und im Flugzeugbau ist eine Bodenbildung und wiederanziehende Nachfrage erkennbar.

Der Umsatz des Segments Aluminium reduzierte sich von € 632,9 Mio. in der Vorjahresperiode um 39 % auf € 383,5 Mio. in den ersten neun Monaten 2009. Der Umsatzrückgang ist circa jeweils zur Hälfte auf Mengenabweichungen sowie niedrigere Verkaufspreise aufgrund der gesunkenen Notierung für Aluminium an der LME zurückzuführen. Das EBITDA reduzierte sich auf € 81,6 Mio. in 2009, das entspricht einer Marge von 21,3 %; das EBIT respektive von € 72,7 Mio. auf € 47,3 Mio. (Marge 12,3 %). Das über den Erwartungen liegende Ergebnis wird durch die Effekte aus dem laufenden Einsparungsprogramm positiv beeinflusst. Ergebnisbelastend wirkten die Reduktion der Absatzmengen im Periodenvergleich, bei den Gieß- und den Walzprodukten. Als umgehende Reaktion der AMAG auf die herrschende Nachfrageschwäche wird seit Dezember 2008 ein umfassendes Einsparungsprogramm im Bereich der Personal und Sachkosten umgesetzt. Als Teil dieses Programms gilt seit März 2009 Kurzarbeit für den gesamten Standort Ranshofen. Der Mitarbeiterstand zum 30. September 2009 betrug 1.163.

Solide Ergebnisse trotz schwieriger Marktbedingungen, Bodenbildung und wiederanziehende Nachfrage im Auftragseingang

Im **Segment Wellpappe** kam es zu einer Stabilisierung von Mengen und Preisen auf niedrigem Niveau. Im Quartalsvergleich lag die Mengenabweichung bei Wellpappe erwartungsgemäß bei – 20%, in der Division Papier wurde ein Plus von 3% erreicht. Seit September konnten von der Papierindustrie Preiserhöhungen durchgesetzt werden, damit sind die beiden Papiermaschinen der Duropack in Tschechien und Bulgarien nach kurzen Stillständen im Sommer wieder im

Umsatzrückgang, Margensteigerung

Kostensenkungs- und Produktivitätsverbesserungsprogramm in Umsetzung



Vollbetrieb. In den Sommermonaten kam es zu einer saisonalen Entspannung durch Nachfrage der Agrarindustrie.

Der Umsatz des Segments Wellpappe reduzierte sich durch niedrigere Mengen und Rohstoffpreise im Periodenvergleich um 25 % von € 258,5 Mio. im Vorjahr auf € 194,3 Mio.. Der Rückgang im EBITDA von € 36,9 Mio. auf € 31,1 Mio. fiel mit 16 % deutlich geringer aus als im Umsatz, die EBITDA-Marge stieg auf 16,0 %. Das EBIT lag mit € 17,5 Mio. um 24 % unter dem Vorjahreswert von € 23,0 Mio. Die Investitionen wurden dem Marktumfeld mit einer Verringerung auf € 3,4 Mio. angepasst. Der Mitarbeiterstand sank um 17 % von 2.431 auf 2.021 zum Ende September 2009.

In allen Standorten sind intensive Kostensenkungs- und Produktivitätsverbesserungsprogramme in Umsetzung.

Die Märkte des **Segments Flexible Verpackung** entwickelten sich weiterhin stabil in allen drei Divisionen. Bei der Division Dairy & Food kam es zu einer Erholung im Vergleich zum letzten Quartal mit fortgesetzter Volatilität bei Mengenabnahmen und Lieferzeiten. Die Division Pharma & Film meldet stabile Marktbedingungen in ihren Kernmärkten Westeuropa und Nordamerika. Bei der Division Labels sind die Markteinschätzungen weiter positiv mit eher kurzfristigem Bestellverhalten der Kunden. Die Marktanteile konnten gehalten werden.

Weiterhin positive  
Entwicklung

Der Umsatz des Segments Flexible Verpackung lag mit € 744,2 Mio. um 5 % unter dem des Vorjahres mit € 780,0 Mio. Unter Berücksichtigung der durchgeführten Akquisitionen und Devestitionen im bisherigen Geschäftsjahr und im Vorjahr ergibt sich bereinigt ein um 0,4 % niedrigerer Umsatz im Quartalsvergleich. Das EBITDA betrug € 102,1 Mio. In den ersten neun Monaten 2009 nach € 106,9 Mio. im Vorjahr. Das EBIT ging von € 68,1 Mio. auf € 65,4 Mio. zurück. Die Investitionen wurden auf € 25,3 Mio. (nach € 45,6 Mio. in 2008) angepasst, der Mitarbeiterstand um 6 % auf 4.322 per 30. September 2009 verringert.

In allen Bereichen konnten umfassende Kostensenkungsprogramme erfolgreich umgesetzt werden. Das „Dedicated Plants“-Projekt, der Fokussierung von Standorten auf Produktgruppen trägt zunehmend zur kontinuierlichen Produktivitätsverbesserung bei.



## **Ausblick auf das Gesamtjahr weiterhin positiv**

Constantia Packaging hält führende Marktpositionen bei Premium-produkten, verfügt über ein breit gestreutes, attraktives Portfolio von zusammen über 10.000 Kunden, starke Technologie- und Innovationskompetenzen und damit langfristig attraktive Wachstums- und Ergebnispotenziale. Aufgrund der Bevölkerungs- und Lebensstandardentwicklung haben die Produkte der Constantia, von denen viele in den täglichen Bedarf gehen, nachhaltigen Verbrauch, auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten. Auf dieser Basis strebt die Constantia Packaging AG konsequent nachhaltiges Wachstum in Ergebnis und Unternehmenswert an, in Kombination mit einer soliden Bilanz und angemessenem Risikoausgleich. Aus heutiger Sicht sollte es möglich sein, an die Ergebnisse des Jahres 2008 anschließen zu können.

**Stabile  
Entwicklung,  
positiver Ausblick**

### **Kontakt:**

Constantia Packaging AG  
Opernring 17, 1010 Wien

### **Ansprechpartner:**

Dr. Hanno M. Bästlein, Vorsitzender des Vorstands  
Dr. Veronika Zügel, Leitung Kommunikation  
Dr. Wolfgang Schwaiger, Leitung Investor Relations

Tel.: +43 (01) 588 55-0

Fax: +43 (01) 588 55-106

E-Mail: [info@constantia-packaging.com](mailto:info@constantia-packaging.com)

Homepage: [www.constantia-packaging.com](http://www.constantia-packaging.com)