

31.03.2016 - 08:01 Uhr

Constantia Flexibles steigert Umsatz und Gewinn im Geschäftsjahr 2015

Wien (ots) -

31. März 2016 - Constantia Flexibles, ein weltweit führender Hersteller für flexible Verpackungsprodukte und Etiketten, konnte ihre globale Wachstumsstrategie im Geschäftsjahr 2015 mit zwei Übernahmen in Wachstumsmärkten und einer Steigerung des Umsatzes sowie des operativen Ergebnisses gegenüber dem Vorjahr wie geplant erfolgreich fortsetzen.

Gemäß den vorläufigen Jahresergebnissen konnte 2015 ein Umsatz von 1,89 Milliarden Euro erzielt werden, was einem Umsatzwachstum von 9,4 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Bereinigt um Wechselkurseffekte ist der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 5,8 % gestiegen. Die starke Aufwertung des US-Dollars gegenüber dem Euro war für alle Divisionen der Gruppe der wichtigste Einflussfaktor.

Alle Geschäftsbereiche haben zu diesem hohen Umsatzwachstum beigetragen, das in erster Linie durch eine starke Volumensteigerung in allen Regionen erzielt werden konnte. Die zehn wichtigsten Kunden des Unternehmens waren für 31,5 % des Konzernumsatzes im Jahr 2015 verantwortlich, wobei kein Kunde zu mehr als 5,6 % des Gesamtumsatzes beitrug.

"Im Namen des Vorstands möchte ich allen unseren engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die erneute Steigerung unseres Umsatzes und unseres operativen Ergebnisses im Jahr 2015 danken. Wir konnten damit im sechsten Jahr in Folge wachsen", sagte Alexander Baumgartner, CEO von Constantia Flexibles. "Wir werden die Integration unserer vor Kurzem übernommenen Unternehmen Afripack in Afrika und Pemara in Südostasien fortsetzen und nach weiteren Möglichkeiten für unsere fortlaufende globale Expansionsstrategie Ausschau halten."

Das bereinigte EBITDA auf Konzernebene betrug 263 Millionen Euro - eine Steigerung von 3 % im Vergleich zum Vorjahr. Infolgedessen war die EBITDA-Marge 13,9 %, im Vergleich zu 14,7 % im Jahr davor.

Im gesamten Konzern wurden verschiedene Kostensenkungs- und Effizienzprogramme eingeleitet bzw. intensiviert. Dennoch lag die Marge - bedingt durch eine Veränderung im Produktmix (überproportionales Wachstum im Lebensmittelbereich) sowie aufgrund eines gestiegenen Wettbewerbsdrucks in vereinzelten Nischenmärkten - unter dem Vorjahresniveau. Zusätzlich fielen Anlaufkosten bei neuen Projekten an, um das zukünftige Wachstum zu bewältigen.

Die Mitarbeiterzahl (Vollzeit-Äquivalent) erhöhte sich bis Ende Dezember 2015 auf 10.086, eine Steigerung von rund 25 % im Vergleich zum Vorjahr, die vor allem durch die Übernahmen von Afripack und Pemara vorangetrieben wurde.

Zwtl.: Food

Der Umsatz der Division Food stieg 2015 im Jahresvergleich um 7,5 % auf 1,1 Milliarden Euro. Bereinigt um Wechselkurseffekte erhöhte sich der Umsatz um 4,7 %. Insbesondere war das durch unsere Schlüsselkunden in Europa bedingte Wachstum sehr erfreulich.

Der Umsatz mit Alufoil-Containern für Tiernahrung sowie mit Verpackungen von Milchprodukten konnte in Ost- und Westeuropa weiter gesteigert werden, während der Umsatz mit Fertiggerichten und Folien für Süßwaren eine stabile Entwicklung gegenüber dem Jahr 2014 zeigte.

Das Wachstum von Portionsverpackungen insbesondere für Kaffee und Tee, bei welchen die Division Food den Kunden innovative Systemlösungen für moderne Haushaltsmaschinen anzubieten hat, trug ebenso zur Umsatzsteigerung bei.

In den Märkten Nordamerika und den Schwellenländern gelang es - insbesondere durch die Produktionswerke in Indien und Mexiko - im Bereich der Snackverpackungen erhebliche Umsatzsteigerungen zu erzielen.

Das EBITDA der Division Food hat sich im Vergleich zum Vorjahr um 2,2 % auf 154 Millionen Euro verbessert. Dies entspricht einer EBITDA-Marge von 13,7 % (2014: 14,4 %). Der leichte Rückgang in der Marge war bedingt durch überproportionales Wachstum im Bereich der kunststoffbasierten Produkte sowie in den Schwellenländern und einer daraus resultierenden Verschiebung im Produkt- und Regionalmix. Die Anlaufkosten für neue Projekte haben sich ebenfalls auf die Marge ausgewirkt.

Zwtl.: Pharma

2015 ist der Umsatz der Division Pharma im Jahresvergleich um 7,9 % auf 296 Millionen Euro gestiegen. Bereinigt um Wechselkurseffekte erhöhte sich der Umsatz um 7,1 %.

Verantwortlich für das Wachstum sind die drei Produktgruppen Coldform-, Sacht- und Blisterdeckfolien. In den beiden erstgenannten Produktgruppen konnte sogar ein zweistelliges Wachstum erzielt werden. Diese Steigerung resultierte aus dem steigenden Bedarf nach hochdichten Verpackungsmaterialien, um die immer sensibler werdenden Medikamente auf dem Weg zum Patienten zu schützen. Die verbleibenden Produktgruppen schlossen das Geschäftsjahr 2015 ebenfalls mit einem stabilen

Wachstum ab.

In Westeuropa und Amerika konnte Constantia Flexibles einen hohen, über dem Marktwachstum liegenden Umsatzzuwachs in 2015 erzielen. Außerdem wurde der Umsatz in einer unserer Schwerpunkt-Regionen "Mittelostasien" um einen hohen zweistelligen Prozentsatz gesteigert. Einen leichten Rückgang beim Umsatz gab es in Osteuropa.

Die Division Pharma steigerte ihr EBITDA in 2015 erneut - dieses Mal um 3,9 % im Jahresvergleich auf 49 Millionen Euro. Die EBITDA-Marge sank auf 16,4 % (2014: 17,1 %) aufgrund von Preissenkungen im Zuge des Wettbewerbsdrucks in einigen Marktsegmenten.

Zwtl.: Labels

Im Geschäftsjahr 2015 stieg der Umsatz der Division Labels auf 541 Millionen Euro, gegenüber dem Vorjahr ist das eine Steigerung um 11,7 %. Bereinigt um Wechselkurseffekte erhöhte sich der Umsatz um 5,5 %. Die wesentlichen Wachstumsmärkte der Division im Jahr 2015 waren Nord- und Südamerika, Afrika und Asien/Pazifik mit jeweils zweistelligen Wachstumsraten. Der Umsatz in Europa blieb stabil.

Wachstumstreiber in unseren Produktmärkten bleibt die starke Innovationskraft. Die Neuentwicklungen der letzten Jahre, z. B. recycling-freundliche Selbstklebe-Etiketten, haptisch-verbesserte Selbstklebe-Etiketten und verschiedene In-Mould-Etiketten trugen wesentlich zum starken Wachstum dieser Produktgruppen bei. Auch weiterhin investiert die Division gezielt in Innovationen und Produktionskapazitäten in den Wachstumsprodukten und -regionen.

Das EBITDA der Division Labels betrug 94 Millionen Euro, was einer Steigerung von 7,0 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Die Folge ist eine EBITDA-Marge von 17,3 % (2014: 18,1 %). Die sinkende Marge in 2015 ist vor allem auf den steigenden Wettbewerb in den Labels-Kernprodukten sowie unvorteilhafte Preisentwicklungen bei Kunststoffmaterialien zurückzuführen.

Zwtl.: Ausblick

Die globalen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen stellen eine große Herausforderung dar. Constantia Flexibles bewertet jedoch die Aussichten für das Jahr 2016 nach einem vielversprechenden Jahresbeginn als positiv. Gegenüber dem Vorjahr ist eine Steigerung des Umsatzes und des operativen EBITDA zu erwarten. Der Fokus verschiebt sich in Richtung mehr Profitabilität und einer Cashflow-Generierung. Durch wettbewerbsfähige Kosten wird eine höhere Ertragsqualität angestrebt. Mit den laufenden Aktivitäten für betriebliche Exzellenz zur Verbesserung der Produktionsprozesse wird die Effizienz zudem weiter verbessert.

Der Umsatz wird weiterhin angetrieben, durch den optimalen Ausbau der bestehenden stabilen Geschäftsbeziehungen mit Großkunden, durch die Förderung der firmeneigenen Innovationen aufgrund der Expertise bei Folien- und Filmprodukten sowie In-Mould-Labels und drucksensitiven Selbstklebe-Etiketten.

Anmerkung:

Alle hier veröffentlichten Ergebnisse beziehen sich auf die Constantia Flexibles Group GmbH und unterscheiden sich von denen der Constantia LUX Parent S.A., deren Ebene in den konsolidierten Ergebnissen von The Wendel Group veröffentlicht wird. Der Bericht über die Constantia LUX Parent S.A. beinhaltet die vollständigen Kreditverbindlichkeiten aus dem Senior Facilities Agreement (SFA) in Verbindung mit der Übernahme des Konzerns durch The Wendel Group.

Constantia Flexibles wird im Lagebericht zum 25. April 2016 detailliertere Ergebnisse vorlegen.

Constantia Flexibles ist ein weltweit führender Hersteller für flexible Verpackungsprodukte und Etiketten. Die Gruppe liefert ihre Produkte an zahlreiche multinationale Konzerne sowie lokale Marktführer in der Lebensmittel-, Tiernahrungs-, Pharma- und Getränkeindustrie. Insgesamt zählt Constantia Flexibles weltweit mehr als 3.000 Kunden und mehr als 10.000 Mitarbeiter. Das Unternehmen produziert an 54 Standorten in 23 Ländern.

Rückfragehinweis:

Daniel Smith
Leiter Kommunikation
T +43 1 888 5640 1195
M +43 676 3052289
daniel.smith@cflex.com
www.cflex.com

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/17677/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100057852/100786035> abgerufen werden.