



LEADING IN CARTONBOARD PACKAGING

**MARKT**

Mayr-Melnhof Karton ist der weltweit größte Hersteller von gestrichenem Recyclingkarton mit einer bedeutenden Position in Frischfaserkarton. MM Karton gilt als Symbol für Qualität und Verlässlichkeit, Preiswürdigkeit und hohe Anwendungssicherheit.

An sieben europäischen Standorten mit einer Jahreskapazität von insgesamt mehr als 1,7 Millionen Tonnen erzeugt das Unternehmen eine breite Palette hochwertiger Kartonqualitäten. MM Karton deckt damit eine Vielzahl von Märkten mit unterschiedlichsten Anforderungen ab.

Aktuellen Anforderungstrends an die Produkte und Serviceleistungen folgen insbesondere den Themen Nachhaltigkeit, Sicherheit, Digitalisierung, E-Commerce, Convenience, Take-away, Individualisierung, Kreativität und Hochwertigkeit.

Kartonverpackungen sind ein großes, stabiles und attraktives Marktsegment, sowohl im Food- als auch Non-Food-Bereich. Internationale Konsumgüterproduzenten sind Markttreiber und fordern zunehmend globale Belieferung.

Preis, Qualität und Lieferfähigkeit sind entscheidend, um der hohen Wettbewerbsintensität gewachsen zu sein. Dabei sind stete Reduktion direkter Kosten, Technologieführerschaft und geografische Aufstellung wesentliche Parameter des langjährigen Erfolgs der Mayr-Melnhof Karton AG.

GESCHICHTE

Die Geschichte der Mayr-Melnhof Karton AG reicht rund 130 Jahre zurück. 1888 gründete Franz Freiherr von Mayr-Melnhof im österreichischen Frohnleiten ein Sägewerk mit Holzschleiferei und Handpappenerzeugung. 1913 wurde die erste Kartonmaschine in Betrieb genommen, 1950 war der Beginn der industriellen Kartonerzeugung mit Bau der Kartonmaschine 2 in Frohnleiten. Ende der 1950er-Jahre stieg man in die Faltschachtelfertigung ein.

Bis Mitte der 1980er erfolgte die Expansion der Karton- und Faltschachtelproduktion in Österreich. Besonders stark expandierte das Unternehmen ab 1985 im Bereich Karton, insbesondere in Deutschland, den Niederlanden und der Schweiz. Ab dem Gang an

die Wiener Börse in 1994 folgten weitere Akquisitionen von Kartonwerken (in Slowenien und Deutschland) sowie ein dynamisches Wachstum im Bereich Faltschachtelverpackungen. 1997 erfolgte der Einstieg in den Markt Zigarettenverpackung durch Übernahme der Inhouse-Druckerei der R. J. Reynolds in Trier. Ab 2005 wurde die Packaging-Expansion über Akquisition bzw. Errichtung lokaler führender Verpackungsstandorte in Russland, Türkei, Jordanien, Iran sowie in Lateinamerika (Chile, Kolumbien) weitergeführt. Seit 2015 wird der Verpackungsstandort in Vietnam für die Erschließung des Marktes Südostasiens entwickelt. 2016 gelang mit dem Erwerb eines führenden französischen Faltschachtelproduzenten ein bedeutender Schritt in den Markt für Pharma- und Luxusgüterverpackungen.

Heute umfasst die Mayr-Melnhof Karton AG 45 Produktionsstandorte (7 Kartonwerke, 38 Faltschachtelwerke) in 18 Ländern mit insgesamt rund 10.000 Beschäftigten. Das Unternehmen ist weltweit größter Produzent von gestrichenem Recyclingkarton sowie größter Faltschachtelhersteller in Europa.

PRODUKTE

FOODBOARD™: Durch eine funktionelle Barriere auf der Kartoninnenseite gewährleistet dieses neue Premium-Produkt einzigartigen Schutz für Lebensmittelverpackungen.

MM Liner-Karton: weiß gestrichener Deckkarton für die Wellpappenindustrie (ausgezeichnete Oberfläche durch brillanten Glanz, herausragende Opazität und höchste Glätte, perfekt im Offset und Flexodruck). Das MultiMill-Konzept schafft Liefersicherheit und Qualität durch den Standortverbund: Marktbewährte und geschätzte Kartonqualitäten werden an unterschiedlichen Standorten der Gruppe produziert und in gewohnter Qualität angeboten.

ERRUNGENSCHAFTEN UND ERFOLGE

- „The Fiber-Based Packaging Innovation of the Year 2016“ für das Produkt **FOODBOARD™** Auszeichnung bei den PPI Awards (PPI: Pulp and Paper International)

KOMMUNIKATION

MM Karton hatte mit der Innovationenkampagne **FOODBOARD™** das Ziel sich gegenüber der europäischen Lebensmittelbranche als DER Anbieter von sicheren und nachhaltigen Verpackungslösungen zu positionieren.

Mit **FOODBOARD™** wurde ein holistisches Sicherheitskonzept entlang der Lieferkette implementiert und kommuniziert:

- Eine funktionelle Barriere schützt Lebensmittel vor Schadstoffen.
- umfassende Qualitätskontrolle während der Produktion
- Verarbeitung & Abpacken erfolgen nach definierten Verarbeitungsschritten.
- durchgängige Rückverfolgbarkeit jedes Packstücks dank App
- Verwendung des **FOODBOARD™**-Logos auf Verpackung ermöglicht Konsumenten, sich über Barrierenschutz zu informieren.

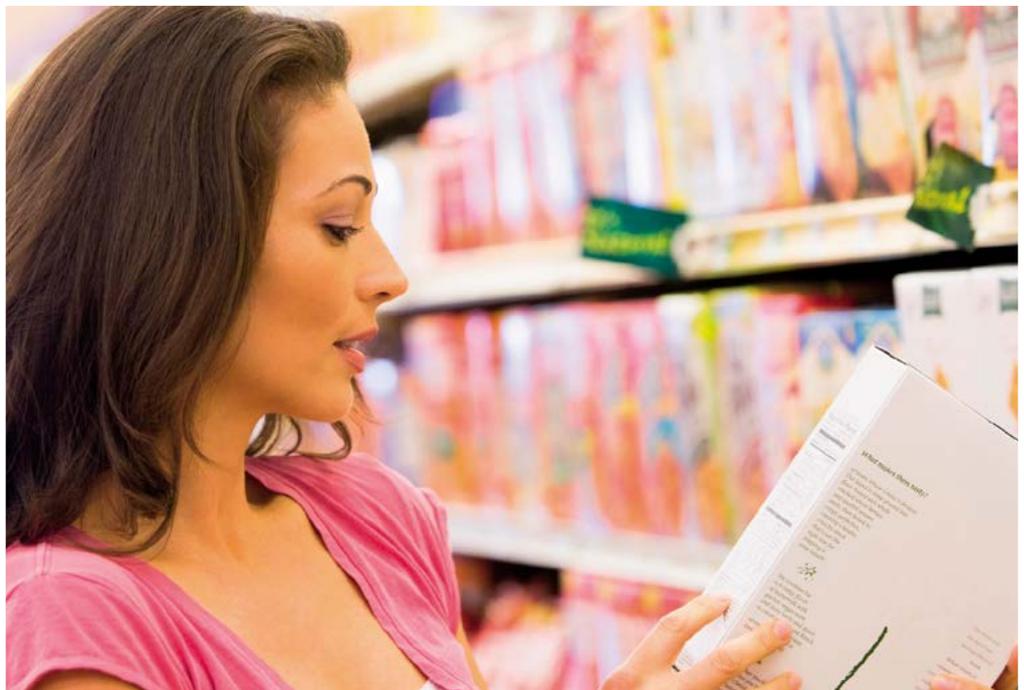
Qualitative Marketingziele waren, die Markenbekanntheit von **FOODBOARD™** aufzubauen, sich als DIE Lösung im Schutz vor Mineralölmigration zu positionieren und das Vertrauen in Kartonverpackungen zu stärken.

MARKETINGSTRATEGIE

Geleitet vom innovativen Produkt und den gesteckten Zielen wurde eine Markt- und Produktentwicklungsstrategie gewählt: Mit Konsumgüterproduzenten und Retailern erschloss MM Karton neue Zielgruppen und erfüllte mit **FOODBOARD™** gezielt zusätzliche Kundenbedürfnisse.

PRODUKTPOLITIK

FOODBOARD™ ist eine geschützte Eigenentwicklung mit einem innovativen Barrierenkonzept als Kernkomponente. Die Barriere schützt verpackte Lebensmittel und sorgt für höchste Produktsicherheit. **FOODBOARD™** ist eine reine Kartonlösung, recycelbar und biologisch abbaubar. Der innovative Barrierekarton sichert daher die



ökologischen Vorteile einer nachhaltigen Verpackungswirtschaft.

KOMMUNIKATIONSPOLITIK

Vorrangiges Ziel der Kommunikationspolitik zu **FOODBOARD™** war es, Kundenvertrauen herzustellen. Wesentliche Instrumente der Kampagne waren der persönliche Verkauf, die Mediengestaltung (Flyer, Food-Safety-Broschüre, Kundenzeitschrift, Anzeigen/Advertorials in europäischen Fachzeitschriften), die Teilnahme an internationalen Messen (Fachpack/Interpack), Öffentlichkeitsarbeit und TV-Beiträge beispielsweise im Verbrauchermagazin „plusminus“ und dem „ARD-Buffer“ (Das Erste / SWR).

FOODBOARD™ konnte als DIE Lösung für höchste Lebensmittelsicherheit positioniert werden und mit dem holistischen Sicherheitskonzept das Zusammenwirken aller Stakeholder in den Geschäftsabläufen bzw. der gesamten Lieferketten erhöhen. Multinationale und internationale Lebensmittelhersteller haben sich im Sinne des Markenschutzes und der Sicherung des Verbrauchervertrauens für die Umstellung ihres Produktsortiments auf **FOODBOARD™** entschlossen (z. B. Europas führender Anbieter von Tee und Cerealien sowie die weltweit führenden Hersteller von Reis und Pulver). **FOODBOARD™** ist die einzige Lösung, die bereits flächendeckend im Markt eingesetzt wird. Viele 100 Millionen Lebensmittelverpackungen, gefertigt aus den Barrierekartons, sind in den europäischen Supermarktregalen erhältlich und sichern Vertrauen. Es ist gelungen, **FOODBOARD™** in der Branche als das Synonym für lebensmittelsicheren Karton zu positionieren.

NACHHALTIGKEIT

Die Unternehmenskultur von Mayr-Melnhof Karton ist seit jeher durch verantwortungsvolles Handeln geprägt. Das Unternehmen bekennt sich zu folgenden nachhaltigen Zielen:

Produkte

MM Karton entwickelt und verkauft funktionale, attraktive und gleichzeitig umweltschonende Karton- und Verpackungslösungen in hoher Qualität.

Kundenorientierung

Mit dem Ziel einer langfristigen partnerschaftlichen Zusammenarbeit folgt das Unternehmen in seinen Kundenbeziehungen dem Grundsatz höchster Professionalität.

Umweltschutz

Ein ganzheitlicher Ansatz zum Schutz der Umwelt, der durch laufende Optimierungen aller umweltrelevanten Belange umgesetzt wird, hat Priorität.

Mitarbeiter

MM Karton bekennt sich zu den Prinzipien der Pluralität und Chancengleichheit. Laufend werden fachliche und persönlichkeitsbezogene Kompetenzen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weiterentwickelt.

WAS SIE NOCH NICHT WUSSTEN ...

- MIT EINER JÄHRLICHEN PRODUKTION VON MEHR ALS 60 MILLIARDEN STÜCK EINZELNER VERPACKUNGEN HÄLT JEDER EUROPÄISCHE HAUSHALT TÄGLICH EINE NEUE VERPACKUNG AUS UNSEREM HAUS IN HÄNDEN.
- MM HAT DIE GRÖSSTE RECYCLINGKARTONFABRIK IN EUROPA. SIE STEHT IN ÖSTERREICH IN FROHNLEITEN.
- EINE KARTONFASER KANN BIS ZU SIEBENMAL WIEDERVERWERTET WERDEN - NACHHALTIGKEIT PUR IST IMMANENTER TEIL UNSERES GESCHÄFTES.