



SCHWERPUNKTFRAGEN 2023

Auch in diesem Jahr hat der IVA gemeinsam mit Partnern Schwerpunktfragen ausgearbeitet und lädt die börsennotierten Unternehmen zur Beantwortung ein. Die Antworten der Unternehmen werden unter www.iva.or.at veröffentlicht.

ANTWORTEN MAYR-MELNHOF KARTON AG im April 2023

1) Einfluss der Weltwirtschaft

- a. COVID-19-Hilfen: Hat Ihr Unternehmen 2022 COVID-19-Hilfen der Republik Österreich erhalten? Wurden Beträge zurückgezahlt?
Die MM Gruppe hat im Jahr 2022 in Österreich unwesentliche Zuschüsse für Verdienstentgang erhalten. Es wurden keine Beträge zurückgezahlt.
- b. Einfluss des Krieges in der Ukraine: Ist Ihr Unternehmen direkt finanziell durch den Krieg in der Ukraine betroffen? Wenn ja, in welcher Höhe und in welchem Sektor?
Direkt ist die MM Gruppe durch ihren Packaging-Standort in der Ukraine betroffen, welcher mit reduzierter Leistung in Betrieb ist (auch in 2022 bis auf kürzere Unterbrechungen). Indirekt ist der Konzern von den geopolitischen Auswirkungen der Sanktionen sowie deren Einflüsse auf die Märkte (Absatz, Beschaffung, Inflation, etc.) betroffen.
- c. Hat Ihr Unternehmen außerordentliche Preiserhöhungen 2022 durchgeführt?
2022 war durch stark gestiegene Inflationsraten in allen Kostenbereichen (Rohstoffe, Energie, Personal, etc.) sowie hohen Volatilitäten geprägt. Im Zuge dessen konnte die MM Gruppe weitgehend die Kosten weitergeben.
- d. Wie hoch war der Anteil nicht erneuerbarer Energieträger jeweils an den Kosten und dem genutzten Volumen an Energie (in jeder Form, einschließlich indirekter Nutzung, zB durch Erdgasverstromung) im vergangenen Geschäftsjahr? Welche Maßnahmen traf und trifft die Gesellschaft, um den Anteil nicht erneuerbarer Energieträger zu reduzieren?
Der Anteil erneuerbarer Energien belief sich auf 43,29 %.
Maßnahmen beinhalten vor allem die verstärkte Nutzung von Grünstrom und Umsetzung neuer CAPEX Projekte (Energiegewinnung aus Biogas, Biomasse, Schlämme; Solarenergie; Energieeffizienzmaßnahmen).

2) Investitionen & ESG

- a. Investitionen in die „Erhebung von ESG-relevanten Daten“ 2021 und 2022: Wie hoch sind die internen/externen Kosten (Beratung, Rechtsanwälte, Wirtschaftsprüfer, IT-Dienstleister)?
2021: rd. 80 TEUR
2022: rd. 110 TEUR
- b. Investitionen in „Social Media“ 2021 und 2022: Wie hoch sind die internen/externen Kosten (Mitarbeiter, Mediaagentur, Strategieberatung usw)?
Im Jahr 2021 wurden, wie bereits berichtet, in etwa 30 TEUR für Social Media aufgewendet und ein/e MitarbeiterIn ausschließlich für Digital Marketing



beschäftigt. Ende 2022 waren zweieinhalb MitarbeiterInnen für Digital Marketing zuständig, davon eine/r für Social Media. Rund 10 TEUR wurden für Social Media Management Tools, Image Production und Strategie aufgewendet.

- c. Wie hoch belaufen sich die ESG-Kosten im Reporting in 2022 (externe Berater, Dienstleister usw.)? Wie viele Mitarbeiter sind ausschließlich für diese Aufgaben vorgesehen?
4 FTE (intern für den Zeitraum von ca. 4 Monaten)

3) Aufsichtsrat

- a. Wie hoch sind die Nebenkosten, wie Reisekosten, Sekretariat, Beratung, Klausuren, Weiterbildung?
Für Reisekosten sind im Jahr 2022 rd. 1,4 TEUR für Aufsichtsratsmitglieder angefallen. Die Sekretariatskosten bewegen sich im üblichen Ausmaß.
Die Beratungskosten für den Aufsichtsrat können von den allgemeinen Beratungskosten nur schwer abgegrenzt werden.
RAFRA Consulting GmbH hat auf Basis eines Beratungsvertrages mit der Mayr-Melnhof Karton AG Beratungsdienstleistungen erbracht, welche außerhalb der Tätigkeit des Herrn Ing. Franz Rappold als Mitglied des Aufsichtsrates standen. Im Geschäftsjahr 2022 wurde bis zum Zeitpunkt seines Ausscheidens aus dem Aufsichtsrat mit 26. April 2022 ein Honorar von insgesamt 25 TEUR abgerechnet.
- b. Verfügt Ihr Unternehmen über einen LID (Lead Independent Director)?
Die MM Gruppe verfügt über keinen Lead Independent Director.

4) Investor Relations-Aktivitäten

- a. Anzahl der Roadshows im In- und Ausland?
In 2022 fanden 10 Roadshows statt, vermehrt auch wieder physisch.
- b. Anzahl der Kontakte mit institutionellen und privaten Investoren?
Rd. 250 Kontakte fanden 2022 virtuell und physisch im Rahmen von Investorenkonferenzen, 1-on-1 Meetings, Post Earnings Calls und individuellen Telefongesprächen statt. Die Kontaktintensität blieb hoch.
- c. Aufwand für Research und Analysen?
Fünf Investmenthäuser veröffentlichten Analysen über die MM Gruppe. Es wird eine Market Maker Dienstleistung die IR & Co-Sponsored Research umfasst bezogen, diese unterliegt jedoch Vertraulichkeitsbestimmungen.
- d. Kosten der Printauflage des Geschäftsberichts und des Nachhaltigkeitsberichts?
Die Kosten belaufen sich auf ca. 18 TEUR (Druckkosten). Da der Nachhaltigkeitsbericht in den Geschäftsbericht integriert ist, entfallen die Kosten einer zusätzlichen Printauflage.



5) Steuerzahlungen 2022

- a. Wie hoch sind die Steuerzahlungen in Österreich und in den drei umsatzstärksten Auslandsmärkten (Angabe Land, Umsatz, Steuerzahlung)?

Land	Umsatzerlöse 2022 (in Mio. EUR)	Steuerein -/ auszahlungen 2022 (in Mio. EUR)
GESAMT	4.682,0	87,0
Polen	1.015,0	23,9
Deutschland	975,0	3,7
Österreich	580,0	25,3
Finnland	501,0	-0,4
Rest	1.611,0	34,5

6) Förderung junger Menschen

- a. Wie viele Praktikanten sind in Ihrem Unternehmen tätig (2021 und 2022)?
[Die Anzahl der Praktikant:innen wird gruppenweit nicht einheitlich erhoben.](#)
- b. Wie viele Praktikanten erhalten eine Vergütung und wie hoch ist diese durchschnittlich?
[Vergütung je nach Land marktkonform und entsprechend lokaler Gesetzgebung](#)
- c. Beschreiben Sie die Alters- und Ausbildungsstruktur der Praktikanten.
[Wir beschäftigen Schüler:innen und Student:innen mit entsprechend variierendem Alter und Ausbildung mit einem Angebot an flexiblen Teilzeitjobs und Praktika \(von wenigen Stunden pro Woche bis hin zur Vollzeitanstellung in den Ferien\).](#)

7) Young Shareholders Austria – Fragen zu Arbeitsmarkt und Ausbildung

Die Nachfrage nach Facharbeitern kann aktuell mit in Österreich ansässigen Arbeitnehmern kaum mehr gedeckt werden, daher ist der Zuwachs zum Beispiel an Leasingkräften aus dem EU-Ausland enorm.

- a. Welche konkreten Maßnahmen werden Ihrerseits gesetzt, um künftig die Nachfrage an Fachkräften in Ihrem Unternehmen nachhaltig abdecken zu können?
[Auf die Ausbildung junger Fachkräfte wird bei MM sehr viel Wert gelegt:](#)
- [Das MM Next Generation Programm ist ein hochwertiges und strukturiertes Ausbildungsprogramm für Lehrlinge und bietet neben einer fundierten fachlichen on-the-job Ausbildung auch weiterführende Trainings, Teambuilding-Aktivitäten oder die Teilnahme an Fachtagungen. Darüber hinaus werden gute schulische Leistungen gesondert honoriert.](#)
 - [Hochschulabsolvent:innen bieten wir das Trainee+ Programm, eine 2-jährige Ausbildung mit Auslandsaufenthalt, an. Im Moment befinden sich 12 Trainees in Ausbildung bei MM.](#)
 - [Auch die Zusammenarbeit mit Universitäten und Fachhochschulen ist weiterhin ein Schwerpunkt im Employer Branding.](#)



- Bestehenden Mitarbeiter:innen steht unsere bewährte MM-Academy für Aus- und Weiterbildungen zur Verfügung. Das Angebot wurde auch im letzten Jahr weiter ausgebaut und bieten neben technischen Trainings auch persönlichkeitsbildende Weiterbildungen an.
- b. Wie viele Lehrlinge befinden sich im Unternehmen?
Derzeit befinden sich 108 Lehrlinge bei MM in Ausbildung.
- c. Wie viele Leasingkräfte sind im Unternehmen tätig?
Im Durchschnitt werden 590 Leasingkräfte bei MM beschäftigt.
- d. Wie hoch waren die Aufwendungen für interne und externe Aus- und Fortbildungen gesamt und pro Mitarbeiter?
Die Durchschnittskosten für Aus- und Weiterbildungen werden auf Gruppenebene nicht erhoben.



In Kooperation mit dem Verein zur Korruptionsbekämpfung Transparency International Austria wurden zwei spezifische Themen ausgewählt.

1) Whistleblowing

In der Vergangenheit wurden Fälle von Korruption in internationalen Unternehmen immer wieder durch WhistleblowerInnen publik. Oft wurde in der Öffentlichkeit der Eindruck vermittelt, dass HinweisgeberInnen dem Unternehmen durch die Veröffentlichung schaden wollen.

- a. Inwiefern hat sich dies durch die Schaffung eines Meldesystems für HinweisgeberInnen gewandelt? Wird in Ihrem Unternehmen kommuniziert, dass Whistleblowing in erster Linie zum Schutz der Unternehmen dient, und welche Strategie verfolgt Ihr Unternehmen bei der Schulung von MitarbeiterInnen?
In der MM Gruppe wurde 2022 ein (webbasiertes) Hinweisgebersystem unter dem Namen „MM Integrity Line“ implementiert, das die Anforderungen der EU Whistleblowingrichtlinie abdeckt. Kommuniziert wurde und wird dieses System durch diverse Kommunikationsmaßnahmen an allen Standorten, wie z.B. Intranet, Screens, Aushang, Poster, Flyer, Email-Aussendungen. Auch im neu gestalteten Unternehmenskodex wird darauf Bezug genommen.
Dabei wird auf eine klare Kommunikation Wert gelegt, dass Rechtsverletzungen und Verstöße gegen den MM Unternehmenskodex und sonstige interne Richtlinien nicht geduldet werden. Mitarbeiter:innen und andere Hinweisgeber werden zur Abgabe von Meldungen über Verstöße ermutigt, um dadurch Schäden für das Unternehmen abzuwenden. Dabei wird betont, dass Meldungen auch anonym erfolgen können und Hinweisgeber geschützt sind.



- b. Wenn Sie bereits ein Meldesystem implementiert haben, gelang es dadurch Fälle von Fehlverhalten in der Vergangenheit erfolgreich aufzudecken? Wie hoch schätzen Sie, war der vereitelte monetäre Schaden für das Unternehmen?

Eingehende Meldungen werden durch Group Internal Audit evaluiert und entsprechend weiterverfolgt. In der Vergangenheit konnten einige Fälle von Fehlverhalten aufgedeckt werden, die durch Setzen von Maßnahmen für die Zukunft verhindert werden konnten. Da Fehlverhalten unterschiedlichster Themenbereiche gemeldet wurden, ist eine Abschätzung eines eventuell vereitelten monetären Schadens nur schwer möglich.

2) Transparenz & Compliance

Korruptionsprävention hat viele Facetten. Entscheidend ist die Umgang mit der Problematik innerhalb eines Unternehmens und wie die Unternehmenskultur dahingehend ausgestaltet ist.

- a. Wie hoch ist das Budget für Compliance-Schulungen, mit **Schwerpunkt Antikorruption und Strafrecht**? Wie oft werden diese pro Jahre durchgeführt? Unterscheiden Sie dabei zwischen internen Schulungen für MitarbeiterInnen und externen Schulungen der Compliance Officer durch Dritte.

Das jährliche Budget für Compliance-Schulungen beträgt bis zu 300 TEUR, abhängig von rechtlich bedingten Schwerpunktsetzungen, wovon ein Teil auf die Bereiche Antikorruption und Strafrecht fällt. Das Verhältnis zwischen internen Schulungen und externen Schulungen ist ausgewogen.



In Kooperation mit den Lesern des Mediums Börsen-Kurier wurden zwei Themen ausgewählt, die explizit als Börsen-Kurier-Leserfragen mit in die Schwerpunktfragen aufgenommen wurden.

1) Lieferketten

- a. War Ihr Unternehmen 2022 von Verzögerungen/Ausfällen in den Lieferketten betroffen?

In beiden Divisionen der MM Gruppe gab es 2022 keine wesentlichen Ausfälle in der Lieferkette.

- b. Wenn ja, bestehen diese Probleme derzeit noch immer? In welchem Ausmaß? Welche Auswirkungen haben diese auf Produktion bzw Leistung? Welche



Maßnahmen haben sie getroffen/geplant, um die Abhängigkeiten zu reduzieren bzw Ihre Resilienz zu steigern?

Nein. Keine nennenwerten.

2) Inflation

a. In welchen der folgenden Bereiche hat die Inflation spürbare Auswirkungen auf operative Ergebnisse, wo liegen die stärksten Auswirkungen?

- Personalkosten
- Rohstoffe/Vormaterialien
- Energie
- Sonstiges, und zwar:

Alle Kostenbereiche waren betroffen.

b. Welche Maßnahmen haben Sie getroffen/geplant, um die Auswirkungen abzufedern?

In beiden Divisionen wurden zeitnahe Preisanpassungsmaßnahmen vorgenommen und die Zyklen für Preisanpassungen reduziert.

Alle Begriffe sind genderneutral zu verstehen.