Lagebericht

GEM. § 243 UGB DER MM PACKAGING GMBH, WIEN, ÜBER DAS GESCHÄFTSJAHR VON 1. JÄNNER 2025 BIS 31. DEZEMBER 2025

In ihrer Funktion als zentrale Holdinggesellschaft für die Divisionen MM Food & Premium Packaging und MM Pharma & Healthcare Packaging des MM Konzerns umfasst der Unternehmenszweck den Erwerb, die Verwaltung und die Veräußerung von Beteiligungen an Unternehmen der Divisionen MM Food & Premium Packaging und MM Pharma & Healthcare Packaging im In- und Ausland sowie die Ausübung von Leitungsfunktionen.

MM Food & Premium Packaging verarbeitet Karton zu Faltschachteln und beliefert ein breites Branchenspektrum mit Verpackungslösungen für Konsumgüter des täglichen Bedarfes in den beiden Hauptmärkten Food und Premium & Specialities. Letzteres umfasst unter anderem die Bereiche Home Care, Personal Care, Beauty, Cigarette, Luxury, E-Commerce und Electronics.

MM Pharma & Healthcare Packaging ist führender Anbieter von Pharma-Sekundärverpackungen in Europa und den USA mit einer attraktiven Position bei GLP-1-Analoga (z. B. gegen Diabetes oder Adipositas). Die Produktpalette umfasst Faltschachteln, Beipackzettel und Etiketten. Sie sind eine wesentliche Voraussetzung dafür, dass Patient:innen täglich sicher mit den benötigten Medikamenten versorgt werden können.

Darüber hinaus erbringt die Gesellschaft zentrale Beratungs- und Serviceleistungsfunktionen und ist für die Bereitstellung von Finanzierungen und Finanzdienstleistungen für die einzelnen Gesellschaften der Divisionen MM Food & Premium Packaging und MM Pharma & Healthcare Packaging verantwortlich.

Die Tätigkeit der Divisionen MM Food & Premium Packaging und MM Pharma & Healthcare Packaging umfasst die Herstellung und den Vertrieb von Faltschachteln.

Die Lageberichterstattung bezieht sich sowohl auf die Gesellschaft selbst als auch die Divisionen MM Food & Premium Packaging und MM Pharma & Healthcare Packaging.

Die MM PACKAGING GmbH, Wien, ist Mitglied im Konzern der Mayr-Melnhof Karton Aktiengesellschaft, Wien, und wird in deren Konzernabschluss einbezogen.

1 GESCHÄFTSVERLAUF UND LAGE DES UNTERNEHMENS IN 2025

1.1 Branchenentwicklung

Die Karton- und Papierindustrie verzeichnete 2025 das dritte Jahr einer außergewöhnlich langen Marktschwäche. Strukturelle Überkapazitäten und die schleppende Konsumnachfrage in Europa führten zu niedriger Auslastung und Druck auf Preise und Margen. Belastend wirkten zudem die Zollthematik im Handel mit den USA sowie zunehmender Importdruck aus Asien. In der Verpackung zeigte sich ein heterogeneres Bild mit schwacher europäischer Nachfrage im Bereich der Faltschachtel für Güter des täglichen Bedarfs und regional unterschiedlicher Dynamik im Bereich Pharma & Healthcare mit starkem Wachstum in den USA und schwächerer Nachfrage z. B. in Zentral- und Südwesteuropa.

Die Preise für wesentliche Rohstoffe entwickelten sich insgesamt leicht rückläufig: Altpapier blieb volatil mit sinkendem Trend bis Jahresende, Zellstoff stabilisierte sich auf hohem Niveau und Holz zeigte moderate Preisbewegungen. Die Energiepreise entspannten sich gegenüber den Vorjahren, blieben jedoch strukturell hoch und belasten weiter die Wettbewerbsfähigkeit europäischer Produzenten.

Vor diesem Hintergrund setzen zahlreiche Unternehmen auf Programme zur Effizienzsteigerung, Kostenreduktion und strukturellen Anpassung. Die Konsolidierung in der Kartonindustrie kam 2025 insgesamt jedoch nur schleppend und unzureichend voran. Die Anbieterstruktur im europäischen Faltschachtelbereich bleibt stark fragmentiert.

Für das Jahr 2026 ist aus heutiger Sicht keine wesentliche Verbesserung des Marktumfelds absehbar. Die Kombination aus schwacher Nachfrage, internationalem Wettbewerbsdruck, hohen strukturellen Kosten sowie Überkapazitäten lässt erwarten, dass sich der Konsolidierungsdruck in der Branche vor allem bei Karton und Papier fortsetzen wird.

1.2 Geschäftsverlauf 2025 in den Divisionen[1)]

MM Food & Premium Packaging

Vor dem Hintergrund rückläufiger Absätze in zahlreichen Endmärkten war das Jahr 2025 durch eine anhaltend schwache Nachfragesituation für Faltschachteln in Europa gekennzeichnet. Infolgedessen haben sich Verdrängungswettbewerb und Margendruck zunehmend intensiviert.

In diesem Marktumfeld verfolgt MM Food & Premium Packaging ein breit angelegtes Maßnahmenpaket, um die Profitabilität nachhaltig zu sichern und die bestehenden Marktanteile zu halten bzw. weiter auszubauen. Neben erforderlichen Effizienzsteigerungen wird z. B. der Standort in Rumänien technologisch ausgebaut, um künftig flexibel und mit hoher operativer Leistungsfähigkeit zusätzliches Geschäft übernehmen zu können. Im Gegensatz dazu wurde in der Türkei der Standort Superpak Karaman geschlossen und das Geschäft auf die beiden verbleibenden türkischen Werke konzentriert.

[1)] Die Zahlen in diesem Kapitel beziehen sich afu die Divisionen des Mayr-Melnhof Konzerns.

Im Rahmen unseres Fokus auf das Kerngeschäft haben wir den Verkauf der TANN Gruppe, eines weltweit führenden Herstellers von Tipping Paper, am 2. Juni 2025 erfolgreich abgeschlossen. In diesem Zusammenhang wurde ein Einmalertrag in Höhe von rund EUR 125,1 Mio. (Einmalertrag UGB: EUR 49.167.178,11) realisiert. Darüber hinaus wurden mit dem Verkauf der kleineren Standorte Bangor, Vereinigtes Königreich, und Leeuwarden, Niederlande, weitere Schritte zur Portfoliofokussierung gesetzt. Insgesamt gelang es in 2025, trotz rückläufiger Volumina die Margenqualität auf gutem Niveau zu behaupten.

Da der Vergleich mit dem berichteten Vorjahr wegen des Verkaufs der TANN Gruppe nur eingeschränkt aussagefähig ist, erfolgt auch eine Gegenüberstellung der Pro-forma Kennzahlen exkl. TANN:

MM Food & Premium erreichte abermals eine solide bereinigte Operating Margin von 10,2 % (2024: 10,5 %). Das bereinigte betriebliche Ergebnis belief sich auf EUR 157,3 Mio. nach EUR 179,4 Mio. im Vorjahr. Der bereinigte Return on Capital Employed blieb mit 15,4 % konstant auf gutem Niveau (2024: 15,6 %). Der Cash Flow aus der Geschäftstätigkeit belief sich auf EUR 119,7 Mio. (2024: EUR 321,2 Mio.), Investitionen betrugen EUR 68,1 Mio. nach EUR 58,3 Mio. im Vorjahr.

Die Umsatzerlöse lagen vor allem aufgrund des TANN Verkaufs mit EUR 1.538,4 Mio. unter dem Vorjahr (2024: EUR 1.702,4 Mio.). Diese entfielen zu 74 % auf Europa, zu 7 % auf Amerika sowie zu 19 % auf die übrige Welt (2024: 71 %; 8 %; 21 %). MM Food & Premium beliefert rund 1.100 Kunden in verschiedenen Konsumgüterbranchen. Die Hauptmärkte sind Lebensmittel sowie Premium, wobei Letzterer Teilmärkte wie Home Care, Personal Care, Beauty, Cigarette, Luxury, E-Commerce und Electronics umfasst. Aufgrund der hohen Konzentration in den Abnehmerindustrien wird ein erheblicher Teil des Geschäfts mit multinationalen Großkunden erwirtschaftet. In 2025 entfielen demnach rund 40 % (2024: 39 %) der Umsatzerlöse auf die fünf größten Kunden.

Exklusive TANN Gruppe belief sich die bereinigte Operating Margin auf 9,3 % (2024: 9,4 %). Das bereinigte betriebliche Ergebnis lag bei EUR 134,5 Mio. nach EUR 139,4 Mio. im Vorjahr. Der bereinigte Return on Capital Employed betrug 14,3 % (2024: 14,8 %), der Cash Flow aus der Geschäftstätigkeit belief sich auf EUR 127,5 Mio. (2024: EUR 267,7 Mio.). Investitionen stiegen auf EUR 64,4 Mio. nach EUR 51,4 Mio. Die Umsatzerlöse lagen mit EUR 1.449,7 Mio. vor allem mengenbedingt unter dem Vorjahr (2024: EUR 1.488,7 Mio.).

Die produzierte Menge exkl. TANN lag mit 2.172 Mio. m^2 (2024: 2.240 Mio. m^2) um 3,0 % unter dem Vorjahr.

MM Pharma & Healthcare Packaging

Nachfrage und Auftragseingang zeigten bei Pharma & Healthcare im Verlauf des Jahres 2025 ein recht heterogenes Bild. Während wir in den USA solides Wachstum verzeichnen, bleiben einzelne Märkte in West- und Zentraleuropa infolge von Marktschwäche durch hohe Wettbewerbsintensität und starken Margendruck geprägt. Trotz des bislang ausbleibenden Mengenwachstums konnte die Division ihre Performance durch gezielte Produktivitätssteigerungen und Effizienzmaßnahmen stabilisieren und die operative Profitabilität verbessern. Sowohl beim bereinigten operativen Ergebnis als auch bei den Margen gelang eine deutliche Steigerung gegenüber dem Vorjahr.

Im Rahmen der strategischen Wachstumsausrichtung setzt MM Pharma & Healthcare Packaging auf konsequente operative Exzellenz, die Entwicklung innovativer und nachhaltigerer Verpackungslösungen sowie einen erstklassigen Kundenservice. Gezielte Standortoptimierungen in Frankreich und Spanien unterstützten in 2025 die Verbesserung der operativen Leistungsfähigkeit und stärken die Wettbewerbsfähigkeit in einem regional weiterhin äußerst herausfordernden Marktumfeld. Zudem werden zahlreiche Wachstumsinitiativen gemeinsam mit Kunden vorangetrieben und erfolgreich umgesetzt.

Die bereinigte Operating Margin stieg erfreulich von 4,8 % auf 6,0 %. Das bereinigte betriebliche Ergebnis konnte um 24,9 % von EUR 29,8 Mio. auf EUR 37,2 Mio. verbessert werden. Der bereinigte Return on Capital Employed erhöhte sich auf 8,3 % (2024: 7,0 %), der Cash Flow aus der Geschäftstätigkeit veränderte sich auf EUR 53,9 Mio. (2024: EUR 71,9 Mio.). Die Investitionen betrugen EUR 44,2 Mio. und lagen damit unter dem Vorjahreswert von EUR 55,8 Mio.

Die Umsatzerlöse zeigten sich mit EUR 618,3 Mio. stabil auf Vorjahresniveau (2024: EUR 615,7 Mio.). Davon entfielen 61 % auf Europa, 38 % auf Amerika und 1 % auf die übrige Welt (2024: 62 %; 37 %; 1 %). MM Pharma & Healthcare Packaging beliefert rund 650 Kunden, wobei ca. 31 % (2024: 29 %) der Umsatzerlöse mit den fünf größten Kunden erzielt wurden.

Die produzierte Menge lag mit 897 Mio. m^2 vor allem infolge von Restrukturierungsmaßnahmen um 2,2 % unter dem Vorjahreswert von 918 Mio. m².

1.3 Geschäftsverlauf der Gesellschaft im Jahr 2025

Im Geschäftsjahr 2025 verzeichnete die Gesellschaft verglichen zum Vorjahr höhere Beteiligungserträge, denen die Dividendenzahlung in 2025 gegenüberstand. Des Weiteren erfolgte der Verkauf der TANN Gruppe. Die Details sind unter Punkt 1.2 Geschäftsverlauf 2025 in den Divisionen beschrieben.

Der Geschäftsverlauf der Gesellschaft war vor allem durch die Ausübung der Holdingfunktionen sowie der Verwaltung der Anteile an verbundenen Unternehmen gekennzeichnet.

1.4 Finanzielle Leistungsindikatoren

(in EUR)	**2025**	**2024**
Finanzergebnis	174.155.224,16	119.555.809,17
Umsatzerlöse	90.796.434,39	81.680.698,27
Betriebsergebnis	(27.643.408,27)	(31.317.866,88)
Cash Earnings	143.846.991,23	99.178.957,69
Eigenkapitalausstattung	43,33 %	56,33 %
Netto-Geldfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	(25.394.830,19)	(20.012.038,81)
Netto-Geldfluss aus der Investitionstätigkeit	508.688.757,48	196.744.126,86
Netto-Geldfluss aus der Finanzierungstätigkeit	(497.222.965,23)	(177.859.406,88)

1.5 Zweigniederlassungen

Die Gesellschaft betreibt keine Zweigniederlassungen.

2 DIE VORAUSSICHTLICHE ENTWICKLUNG UND DIE RISIKEN DES UNTERNEHMENS

2.1 Voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens in 2026

Dieser Ausblick entspricht den Einschätzungen der Geschäftsführung zum 13. April 2026. Er berücksichtigt keine möglichen Auswirkungen von Akquisitionen, Veräußerungen oder sonstigen strukturellen Veränderungen im Verlauf des Jahres 2026. Die nachfolgenden zukunftsbezogenen Aussagen unterliegen bekannten und unbekannten Risiken und Unsicherheiten, wodurch tatsächliche Entwicklungen wesentlich von den prognostizierten Ergebnissen abweichen können.

Die gesamtwirtschaftlichen und branchenspezifischen Rahmenbedingungen bleiben auch 2026 sehr herausfordernd. Ein verhaltener Privatkonsum in Europa, geopolitische Unsicherheiten sowie anhaltende Überkapazitäten im Karton- und Papierbereich prägen weiterhin das Marktumfeld.

Vor diesem Hintergrund verfolgt MM konsequent das Ziel, seine Wettbewerbs- und Ertragskraft in den drei Divisionen durch die Fokussierung auf Kosten-, Technologie- und Innovationsführerschaft zu stärken und weiter auszubauen.

Im Zentrum steht das konzernweite Fit-For-Future Transformationsprogramm. Nach einem bereits signifikanten Ergebnisbeitrag im Jahr 2025 ist das Management zuversichtlich, in 2027 eine Ergebnissteigerung von über EUR 250 Mio. gegenüber 2024 (exkl. TANN) unter Ausschluss marktbedingter Effekte zu realisieren. Dies übertrifft die ursprüngliche Erwartung von über EUR 150 Mio. beim Programmstart deutlich. Ergänzend werden selektive strukturelle Anpassungen zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit fortgeführt.

Unsere Investitionen werden sich auch in 2026 auf die Stärkung der Wettbewerbsposition und die weitere Erhöhung des Anteils erneuerbarer Energien konzentrieren. Das Investitionsvolumen wird voraussichtlich rund EUR 250 Mio. betragen. Die jährlichen Wartungsstillstände in der Division Board & Paper sind für das 3. und 4. Quartal vorgesehen und betreffen erneut vor allem die beiden Karton- und Papierwerke in Polen und Finnland. Die damit verbundenen Aufwendungen werden aktuell auf rd. EUR 40 Mio. geschätzt (2025: rd. EUR 36 Mio.).

Im umweltbezogenen Bereich bleiben Dekarbonisierung, Wassereffizienz, Biodiversität und Abfallvermeidung unsere Schwerpunkte. Im sozialen Bereich setzen wir auf kontinuierliche Verbesserung der Arbeitssicherheit und Unfallprävention. Gleichzeitig soll die intensive Zusammenarbeit mit Kunden und Lieferanten zur Erstellung innovativer und nachhaltiger Lösungen weiter intensiviert werden.

Die MM Gruppe blickt trotz des weiterhin anspruchsvollen Marktumfelds zuversichtlich in die Zukunft. Unsere ausgewogene Aufstellung in drei Divisionen, ein attraktives Produktportfolio, eine gut investierte Anlagenbasis sowie die solide Finanzierung bilden eine starke Grundlage, um auch unter schwierigen Rahmenbedingungen erfolgreich zu agieren und langfristig Mehrwert zu schaffen.

MM beobachtet genau die aktuellen Entwicklungen im Nahen Osten und mögliche Auswirkungen auf den Konzern. MM ist in der Region mit zwei Verpackungswerken der Division MM Food & Premium Packaging tätig, welche 2025 rd. 2 % zum Konzernumsatz und rd. 6 % zum bereinigten betrieblichen EBITDA des Konzerns beitrugen. Mit Betriebsunterbrechungen muss gerechnet werden.

2.2 Wesentliche Risiken und Ungewissheiten

Die Gesellschaft ist als geschäftsleitende Holding mit einer Anzahl von Risiken konfrontiert, die ein systematisches und kontinuierliches Risikomanagement erforderlich machen. Zu den Finanzinstrumenten, die in der Gesellschaft in bestimmten Fällen eine Konzentration des Finanzrisikos verursachen können, zählen vor allem liquide Mittel, Wertpapiere und Forderungen aus Beteiligungserträgen. Die Risiken und ihre potenziellen Auswirkungen werden im Rahmen des Risikomanagements erhoben, analysiert und auf Basis der definierten Risikopolitik bewältigt. Ziel ist es, die im Rahmen unserer Tätigkeit entstehenden potenziellen Risiken frühzeitig zu identifizieren, zu bewerten, ihre Folgen abzuschätzen und geeignete Vorsorge- und Sicherungsmaßnahmen einzuleiten.

Finanzinstrumente sind auf Vertrag basierende wirtschaftliche Vorgänge, die einen Anspruch auf Zahlungsmittel beinhalten. Dabei unterscheidet man einerseits originäre Finanzinstrumente wie liquide Mittel, Wertpapiere, Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen oder auch Finanzforderungen und Finanzverbindlichkeiten. Andererseits gehören hierzu auch die derivativen Finanzinstrumente, die als Sicherungsgeschäfte zur Absicherung gegen Risiken aus Änderungen von Währungskursen eingesetzt werden.

Ein aktives Cash- und Credit-Management stellt sicher, dass ausreichend Liquidität (eigene Mittel bzw. jederzeit ausnutzbare Kreditlinien) verfügbar ist, um eingegangene Verbindlichkeiten zu begleichen. Die Einhaltung der Covenants aus aufgenommenen Schuldscheindarlehen, Namensschuldverschreibungen und Darlehen wird zur Risikominimierung regelmäßig überwacht.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen bestehen ausschließlich gegenüber verbundenen Unternehmen. Für diese wurden daher keine Kundenkreditversicherungen abgeschlossen.

Die sonstigen Forderungen bestehen im Wesentlichen gegenüber verbundenen Unternehmen und resultieren großteils aus konzerninternen Cash Pool-Vereinbarungen. Im Hinblick auf die wirtschaftliche Sitution wird das Risiko als gering angesehen, da sich die verbundenen Unternehmen jederzeit am Markt refinanzieren können.

Für unser Geschäft können zusätzlich zu den aufgeführten Risiken weitere Risiken bestehen. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt sind solche Risiken nicht bekannt oder werden diese von uns für vernachlässigbar gehalten.

Die Gesamteinschätzung der Risikosituation der Gesellschaft weist keine bestandsgefährdenden Elemente auf. Derartige Risiken sind auch im kommenden Geschäftsjahr nicht zu erwarten.

3 FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Die Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten der MM Gruppe zielen darauf ab, die Wettbewerbs- und Wachstumsfähigkeit des Konzerns durch innovative und nachhaltige Lösungen langfristig zu stärken. Unser Anspruch ist es, Markt- und Zukunftstrends frühzeitig zu erkennen und proaktiv Lösungen zu realisieren, die unseren Kunden und dem Konzern einen nachhaltigen Mehrwert bieten. Dafür investieren wir kontinuierlich in die Zukunft und nutzen ein breites Netzwerk innerhalb und außerhalb der Organisation. In 2025 beliefen sich die Aufwendungen für Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten auf EUR 6,5 Mio. (2024: EUR 12,5 Mio.).

Unsere Innovationsleistung beruht sowohl auf der laufenden Optimierung bestehender Produkte und Prozesse als auch auf der schnellen Umsetzung neuer Lösungen, die sich aus veränderten Rahmenbedingungen ergeben. Gleichzeitig streben wir danach, auch neue Anwendungsbereiche und Geschäftsfelder zu erschließen. Bei sämtlichen Entwicklungstätigkeiten berücksichtigen wir stets ökologische Auswirkungen sowie potenzielle Risiken.

Moderner Innovationsprozess
Aufbauend auf unserer langjährigen Erfahrung in der Entwicklung innovativer Produkte und unserem Know-how in effizienten Innovationsprozessen arbeiten wir konsequent an der Erreichung unserer Wachstums- und Nachhaltigkeitsziele. Ein verantwortungsvoller Umgang mit Rohstoffen sowie die Bereitschaft, bestehende Lösungen kritisch zu hinterfragen, sind Grundpfeiler unseres Ansatzes.

Alle Produktentwicklungen bei MM folgen einem klar definierten und kontinuierlich weiterentwickelten Prozess, von der Generierung erster Ideen über deren Bewertung und technische Produktentwicklung bis hin zur Markteinführung. Dabei fließt die Expertise unserer Fachabteilungen in jeder Phase ein.

Wir sind überzeugt, dass Innovation vor allem aus der Vielfalt und Vernetzung unterschiedlicher Kompetenzen innerhalb der Gruppe entsteht. Offenheit für neue Ideen und ein aktiver Dialog sind zentrale Elemente unserer Innovationskultur. Daher beziehen wir Kunden, Lieferanten, Endverbraucher und Forschungspartner frühzeitig in den Innovationsprozess ein. Dieser Austausch ermöglicht eine ganzheitliche Betrachtung von Herausforderungen und Anforderungen hinsichtlich technologischer Leistungsfähigkeit, Qualität, Sicherheit und Nachhaltigkeit. Neue Erkenntnisse und Lösungen können so direkt in die Produktentwicklung integriert werden, stets mit dem klaren Fokus auf die Bedürfnisse unserer Kunden.

Unsere Forschungsaktivitäten konzentrieren sich auf die Entwicklung innovativer Verpackungskonzepte insbesondere für Lebensmittel, Pharma, Personal Care, Beauty sowie auf hochwertige Premiumverpackungen. Parallel dazu evaluieren wir neue Technologien, um zukünftige Karton- und Papierlösungen gezielt weiterzuentwickeln.

Zur Sicherstellung höchster Qualität und Produktsicherheit setzen wir auf anerkannte externe Zertifizierungen. Diese bestätigen unseren Kunden und Endnutzern, dass unsere Produktinnovationen nachhaltig, sozial verträglich und gesundheitlich unbedenklich sind und alle regulatorischen Anforderungen erfüllen.

Auch im Jahr 2025 haben wir unsere Kooperationen mit externen Partnern wie Universitäten und Forschungseinrichtungen konsequent fortgeführt. In den Packagingdivisionen lag der Schwerpunkt auf Barriereteчnologien, Maschinentechnologien sowie nachhaltigen Veredelungslösungen, darunter insbesondere integrierte Anti-Fälschungssysteme. In der Division MM Board & Paper standen die anwendungsorientierte Grundlagenforschung zur Behandlung von Holzfasern, die Nutzung alternativer oder modifizierter Faserrohstoffe sowie der Einsatz biobasierter Materialien als Ersatz für fossile Rohstoffe im Mittelpunkt.

Unsere interne Innovationsplattform „we.invent“ wurde umfassend überarbeitet und bietet nun allen Mitarbeiter:innen die Möglichkeit, unabhängig von Funktion oder Standort eigene Ideen einzubringen. Eingereichte Vorschläge werden anhand eines klar definierten Kriterienkatalogs im Stage-Gate-Prozess geprüft und für die Umsetzung ausgewählt. Dadurch fördern wir eine offene Innovationskultur, regen Kreativität konzernweit an und stärken die systematische Entwicklung neuer Lösungsansätze.

Nachhaltigkeit im Fokus der Innovationstätigkeit
Die Auswirkungen des Klimawandels und der Corona-Pandemie unterstreichen die Relevanz resilienter und nachhaltiger Strukturen für Wirtschaft und Gesellschaft. Unser Ziel bei MM ist es, diese Entwicklung zu nutzen und unsere Kunden aktiv bei der Substitution von Kunststoff durch innovative und bewährte Lösungen aus Papier und Karton zu unterstützen. Damit greifen wir den anhaltenden Trend zu nachhaltigen Verpackungen auf, die neben ihrer natürlichen Optik auch hohe Funktionalität, Convenience und Sicherheit bieten.

Automatisierung als Schlüssel für Wettbewerbsstärke
Um zusätzliche Wettbewerbsvorteile zu erzielen, treiben wir die Automatisierung von Arbeitsabläufen und Logistikprozessen konzernweit konsequent voran. Bereits bei Investitionen in neue Anlagen erhalten die Standorte umfassende Unterstützung – von der optimalen Maschinenkonfiguration über Installation und Inbetriebnahme bis hin zur finalen Abnahme. Der aktuelle Schwerpunkt unserer Automatisierungslösungen liegt auf der Reduktion von Stillstandszeiten sowie der Steigerung von Flexibilität und Effizienz.

Innovationstätigkeit 2025 in den Divisionen MM Food & Premium Packaging und MM Pharma & Healthcare Packaging

Innovationsnetzwerk unserer Packagingdivisionen
Im Jahr 2025 hat MM Food & Premium Packaging seine Organisationsstruktur weiterentwickelt, um Innovationskraft und Kundennähe zu stärken. Das Innovationszentrum PacProject in Hamburg wurde planmäßig geschlossen, parallel dazu wurde der Aufbau eines „Innovation Experience Centers“ am Standort Wien gestartet. Die Bündelung von Entwicklung, Produktion und Anwendungstechnik ermöglicht eine effizientere Umsetzung marktorientierter Verpackungslösungen.

Die divisionsübergreifende Innovations-Matrixorganisation von MM Food & Premium Packaging und MM Pharma & Healthcare Packaging stellt sicher, dass das technische Know-how der gesamten MM Gruppe effizient und zielgerichtet für die Bedürfnisse unserer Kunden eingesetzt wird. Sie umfasst das Premium Printing Center in Trier sowie das Technical Account Management, das Kundenbriefings koordiniert und als Schnittstelle zu den lokalen Packaging Development-Centern und einzelnen Werken fungiert. Das Divisional Technical Support-Team und die Packaging Development-Centers begleiten unsere Kunden insbesondere hinsichtlich technischer Ausrichtung und Ausstattung, um innovative Verpackungskonzepte und -designs erfolgreich umzusetzen.

Gemeinsam mit dem Technical Account Management-Team werden erste Machbarkeitsanalysen durchgeführt, um die Realisierbarkeit und Effizienz der Ideen sicherzustellen. Im Premium Printing Center kommen modernste Technologien zum Einsatz, um anspruchsvolle Verpackungsdesigns mit besonderen Effekten in kürzester Zeit umzusetzen. Zudem steigt im Bereich Innovation die Nachfrage nach E-Trainings und digitalen Lernformaten kontinuierlich. Daher bieten wir gezielt maßgeschneiderte Trend- und Ideenworkshops sowie technische Trainings an, um unseren Kunden praxisnahes Know-how und konkrete Lösungsansätze zu vermitteln.

Unser divisionsübergreifendes Innovationsteam besteht aus den Innovation Directors der einzelnen Geschäftsfelder von MM Food & Premium Packaging und MM Pharma & Healthcare Packaging. Diese Struktur stellt durch regelmäßigen Best-Practice-Austausch sicher, dass steigende Markt- und Kundenanforderungen effektiv erfüllt werden können.

Die Zusammenarbeit der einzelnen Bereiche ermöglicht die Identifikation relevanter Technologien zur gezielten Nutzung von Synergien. Dies schließt auch eine enge Kooperation mit MM Board & Paper im Bereich Innovation ein.

Unser Ziel ist es, MM durch den Fokus auf nachhaltigere, kundenorientierte und marktrelevante Innovationen als branchenführenden Innovationpartner und bevorzugten Lieferanten zu positionieren.

Aktuelle Innovationsschwerpunkte
Die Innovationstätigkeit der Packagingdivisionen konzentrierte sich im Geschäftsjahr 2025 auf mehrere strategische Schwerpunkte mit klarem Fokus auf Nachhaltigkeit, Funktionalität und Portfolioerweiterung.

Die neue EASYCLICK-Verpackungslösung für Waschpulver wurde erfolgreich entwickelt und implementiert. Sie überzeugt durch einen reduzierten Materialeinsatz bei gleichzeitig hoher Funktionalität und Benutzerfreundlichkeit und verbindet damit ökologische Vorteile mit effizienter Handhabung.

Eine neu entwickelte E-Commerce-Umschlagverpackung wurde im Markt eingeführt. Sie zeichnet sich durch eine signifikante Materialreduktion sowie ein deutlich optimiertes Handling im Abpackprozess aus. Dadurch steigert die Lösung die Effizienz entlang der Wertschöpfungskette und unterstützt die Optimierung logistischer Abläufe.

Mit der MM Rigidbox, einer hochwertigen, stabilen Boxlösung für Premium-Anwendungen, wurde zudem eine innovative Alternative zu herkömmlichen Rigidbox-Konzepten geschaffen. Ein neuartiger Verarbeitungsansatz ermöglicht herausragende funktionale Eigenschaften und stärkt das Portfolio im Premiumsegment.

Im Bereich Pharma & Healthcare Packaging war der Fokus 2025 auf die kontinuierliche Weiterentwicklung eines Produktportfolios gerichtet, das höchste Anforderungen hinsichtlich Patientensicherheit, Rückverfolgbarkeit und Anwenderfreundlichkeit erfüllt. Dazu zählen die Markteinführung von Verpackungslösungen mit NFC-Technologie zur Verbesserung der Produktidentifikation sowie einer patentierten kindergesicherten Faltschachtel mit F1-Zertifizierung.

Wien, am 13. April 2026

Die Geschäftsführung
MM PACKAGING GmbH

MMag. Peter OSWALD

Florian BINDER-KRIEGLSTEIN, MBA

Mag. Roman BILLIANI

Dipl.-Ing. Mag. Andreas KOPPITZ, MBA

Frederick KOHLMANN, MSc