

## Papier hält Umsatz und verbessert Betriebsergebnis um CHF 22 Mio.



Der Bereich Papier konnte den Umsatz bei CHF 246,2 Mio. knapp halten und steigerte das operative Ergebnis um CHF 22,2 Mio. Die erstmals erstellte Ökobilanz bescheinigt dem Standort Perlen eine ausgezeichnete Energieeffizienz.

### Strategie

Als regionaler Hersteller von Pressepapieren ist der Bereich Papier in einem Markt mit stark standardisierten Produkten tätig, die wenig Differenzierungsmöglichkeiten bieten. Perlen Papier verfolgt deshalb die Strategie, sich in den Hauptabsatzgebieten als Kostenführer zu etablieren. Bedingt durch die mit der Distanz zu den Kunden zunehmenden Transportkosten beträgt der Lieferradius rund 800 km um den Produktionsstandort. Im Heimmarkt Schweiz ist im Zeitungsdruck nur noch ein weiterer Produzent aktiv, bei Magazinpapieren ist Perlen Papier der einzige Hersteller. Um dem Preisdruck zu begegnen, setzt der Bereich konsequent Massnahmen um, welche die Kostenführerschaft stärken und dadurch die Wettbewerbsfähigkeit steigern. Im Geschäftsjahr gehörten dazu Investitionen von CHF 3,4 Mio. in die Verbesserung der Stoffkreisläufe. Die erstmals erstellte Ökobilanz (siehe Seite 42) bescheinigte dem Standort Perlen eine im europäischen Vergleich überdurchschnittliche Energieeffizienz. Die Treibhausgasemissionen pro Tonne Papier konnten innert fünf Jahren halbiert werden.

### Marktumfeld

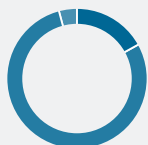
Die Nachfrage nach Zeitungsdruckpapieren ging in Westeuropa im Berichtsjahr mit  $-3,4\%$  weniger stark zurück als im Vorjahr ( $-6,3\%$ ). Trotzdem ist die strukturelle Veränderung im Medienmarkt noch nicht

abgeschlossen. Die gedruckte Zeitung verliert als Träger von Nachrichten weiter Boden, während Onlineportale zulegen. Dies geht einher mit der veränderten Mediennutzung der Konsumenten. Gleichzeitig behauptet sich Print weiterhin als wichtigster Werbeträger, vor allen anderen Medien wie Direktwerbung, TV oder Online. Da bei den Zeitungsdruckpapieren Angebot und Nachfrage nahe beieinander lagen, blieben die Preise in diesem Segment 2016 stabil.

2016 nahm die Nachfrage nach Magazinpapieren in Westeuropa um  $8,5\%$  ab, nach einem Rückgang von  $4,4\%$  im Vorjahr. Im ersten Quartal 2016 blieb die Nachfrage stabil, ging aber danach stark zurück, da Kunden aus Kostengründen auf Papiere mit niedrigeren Qualitäten auswichen. Dadurch gerieten in der zweiten Jahreshälfte die Preise für Magazinpapiere unter Druck.

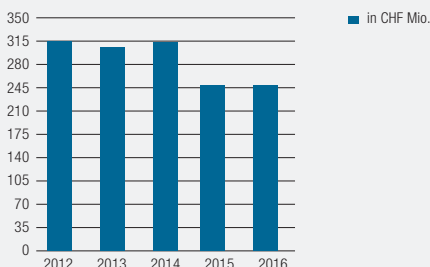
Auf die rückläufige Nachfrage hatten die Anbieter von Zeitungsdruckpapieren bereits 2015 mit der Anpassung der Kapazitäten reagiert und in Europa rund 0,75 Mio. Tonnen stillgelegt. Dies wirkte sich 2016 entlastend aus und die Überkapazitäten gingen Ende 2016 auf 0,3 Mio. Tonnen zurück. Auf das Jahresende 2017 wurden weitere Kapazitätsreduktionen von 0,75 Mio. Tonnen angekündigt, sodass sich der Markt für Zeitungsdruckpapiere in Richtung Gleichgewicht bewegt. Beim Magazinpapier wurden die Verbrauchsrückgänge grösstenteils durch

### Umsatz Papier nach Regionen

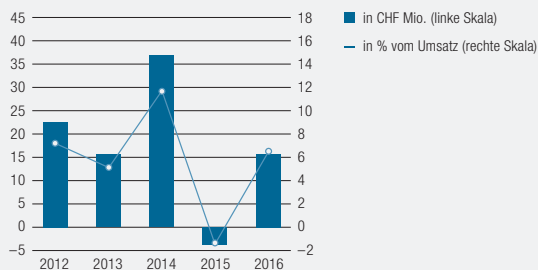


- Schweiz 17 %
- Europa (ohne Schweiz) 79 %
- Asien 4 %

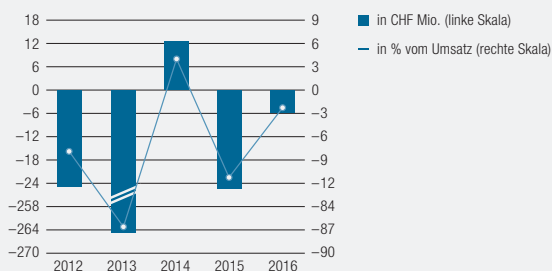
### Umsatz Papier



### EBITDA Papier



### EBIT Papier



Kapazitätsreduktionen aufgefangen, sodass die Überkapazitäten per Ende 2016 bei 0,8 Mio. Tonnen stagnierten.

An den Beschaffungsmärkten profitierte der Bereich Papier von den anhaltend tiefen Energiekosten. Hingegen verteuerte sich der Rohstoff Altpapier. Altpapier wird auch von Karton- und Tissueherstellern verstärkt eingesetzt. Erstere profitieren vor allem vom Online-Einkaufsverhalten der Konsumenten, während Letztere vermehrt auf Recyclingprodukte setzen. Gelangt Papier einmal in einen dieser Kreisläufe, ist es für die Papierproduktion verloren.

### Geschäftsentwicklung

Der Absatz an Pressepapieren ging 2016 um 4,9 % auf 513 000 Tonnen zurück. Gleichzeitig veränderte sich der Mix aufgrund der Nachfragesituation markant. Die Absatzmenge an Zeitungsdruckpapieren nahm um 1,7 % auf 356 000 Tonnen zu. Hingegen war der Absatz von Magazinpapieren mit -8,5 % auf 157 000 Tonnen klar rückläufig.

Der Umsatz des Bereichs ging um 0,6 % auf CHF 246,2 Mio. zurück. Perlen Papier erreichte damit Marktanteile in der Schweiz bei Zeitungsdruckpapieren von 34,7 % und bei Magazinpapieren von 29,9 % (im Vorjahr 31,3 % bzw. 34,7 %). In Europa konnte Perlen Papier bei Zeitungsdruckpapieren den Marktanteil von 5,3 % halten, während der Marktanteil bei Magazinpapieren von 6,7 % auf 6,1 % zurückging.

Aufwandseitig standen Entlastungen bei den Energiepreisen Mehrkosten beim Altpapier gegenüber. Der Bereich erzielte 84 % (im Vorjahr 83 %) der Umsätze in Euro. Da die Währungsrelationen im Berichtszeitraum weitgehend stabil blieben, wurden die konsequent umgesetzten Effizienzverbesserungen im Ergebnis sichtbar und der EBITDA stieg um CHF 19,3 Mio. auf CHF 15,5 Mio. Beim EBIT reichte es trotz eindrücklicher Verbesserung nicht zu einem ausgeglichenen Ergebnis. Der Personalbestand ging leicht auf 346 Mitarbeitende zurück.

### Ausblick

2017 dürfte in Europa die Nachfrage nach Pressepapieren weiter zurückgehen. Beim Zeitungsdruckpapier rechnen wir mit einer ausgeglichenen Marktsituation, während bei Magazinpapieren die Lage trotz der angekündigten Kapazitätsreduktionen angespannt bleibt. Der Bereich Papier wird 2017 rund CHF 12 Mio. in die Optimierung der Produktionsanlagen investieren, um die Profitabilität zu steigern und die Ökobilanz weiter zu verbessern. Falls die Währungsrelationen und die Papierpreise stabil bleiben, rechnet der Bereich Papier mit einem höheren Umsatz für 2017 und einem ausgeglichenen Betriebsergebnis.