

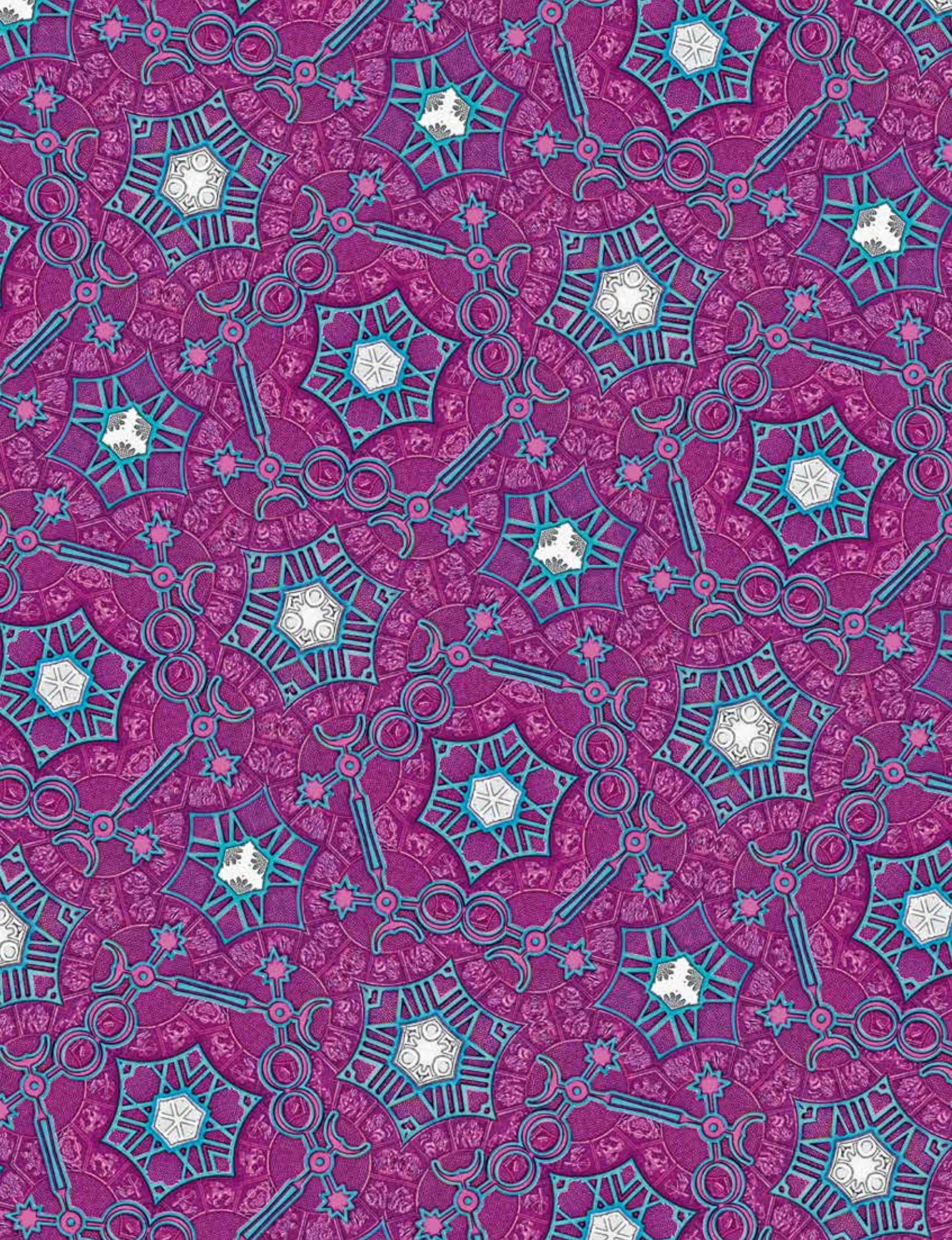


MÜNZE
ÖSTERREICH

MÜNZE ÖSTERREICH AG

JAHRESBERICHT ANNUAL REPORT 2016

JAHRESBERICHT ANNUAL REPORT 2016



Die Münze wird bunt
Austrian Mint: Becoming more colourful



Das Ergebnis höchster Handwerkskunst und modernster Technik: innovative, bunte Münzen
The result of top-quality craftsmanship and state-of-the-art technology – innovative, colourful coins

WIR WERDEN BUNTER WE'RE BECOMING MORE COLORFUL

Unsere Münzen sind
einzigartig und das heben wir
auf einigen unserer neuen
Münzen mit Farbe hervor.

Die Kaleidoskop-Bilder
veranschaulichen mit ihren
Spiegelungen und Brechungen,
wie spannend das Phänomen

Farbe ist: auf Münzen
und im Leben generell.

We have decided to
emphasise just how
unique our coins are
by applying colour to some
of our new coins.

With their reflections
and refractions,
the kaleidoscopic images
in this annual report show
just how exciting
a phenomenon colour
actually is, both on coins and
in life itself.



DAS INHALTSVERZEICHNIS CONTENTS

04	Einleitung Introduction
06	Inhalt Contents
08	Vorwort Foreword
10	Aufsichtsrat, Vorstand, Staatskommissäre Supervisory Board, Executive Board, Bank Supervisors
12	Die Innovation Innovation
18	Die Leidenschaft Passion
24	Das Außergewöhnliche The Exceptional
30	Die Eleganz Elegance
36	Das Vertrauen Trust
42	Der Optimismus Optimism
50 68	Bilanz Balance Sheet
52 70	Gewinn & Verlust Profit & Loss Statement
54 72	Lagebericht Status Report
67 85	Beteiligungen Participations
87	Kontakt Contact
	Impressum Imprint



DAS VORWORT FOREWORD

Sehr geehrte Leserin,
sehr geehrter Leser,

Gegenwart und Zukunft der *Münze Österreich AG* sind bunt, denn Farbe spiegelt die Dynamik unserer Zeit und bietet uns die Möglichkeit zur Differenzierung und Wiedererkennbarkeit. So ist es der Niob-Münze gelungen, die Zweifarbigkeit zu einem Code zu machen, der sie schnell als ein Produkt der *Münze Österreich AG* erkennen lässt. Farbe interessiert uns auch als ästhetische Komponente, wenn dabei höchste Ansprüche hinsichtlich der künstlerischen und handwerklichen Qualität unserer Münzen garantiert sind.

Die Nachfrage nach Edelmetallen hat 2016 zwar international nachgelassen, aber das Vertrauen unserer Kunden in die solide Wertanlage hielt an, sodass die *Münze Österreich AG* auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurückblicken kann. Der Absatz der Sammlerprodukte und insbesondere die Markteinführung des Wiener Philharmonikers in Platin haben maßgeblich zu diesem Erfolg beigetragen. Die *Münze Österreich AG* festigte damit ihre Nummer-1-Position in Europa und Japan.

Unsere Strategie, Sammlermünzen nicht nur als Sammel- und Wertanlageobjekte zu betrachten, sondern die Attraktivität als Geschenkmotiv hervorzuheben, hat sich bestätigt. Dies schlägt sich in den Verkaufszahlen der 5-Euro-Neujahrs- und Ostermünze nieder. Auch die 3-Euro-Tier-Taler-Serie und die dazugehörige Sammelmappe wurden von unseren Kunden begeistert aufgenommen.

Unser Haus ist bunter geworden, dass dies von unseren Kunden begrüßt wird, lässt uns auch künftig verstärkt über Innovationen nachdenken.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre.

Dear readers,

The present and the future of the Austrian Mint both look colourful. Colour reflects the dynamics of our time, gives us the chance to stand out from the crowd and raises our profile. Indeed, we have been so successful in making our two-tone Silver Niobium coins synonymous with our brand that they are unmistakably products of the Austrian Mint. Colour also interests us on aesthetic grounds, especially when it meets the highest standards of creativity, craftsmanship and precision for which we are world famous.

Although demand for precious metals fell internationally in 2016, the trust our customers have placed in this solid investment opportunity holds firm and the Austrian Mint can look back on another successful financial year. Sales of collector products and the introduction of the Vienna Philharmonic bullion coin in platinum contributed significantly to this achievement. In this way, the Austrian Mint has retained its position as market leader in Europe and Japan.

The strategy of targeting collector coins not exclusively at collectors and investors but also marketing them as attractive gifts has proved a great success. This is shown in the sales figures for our 5 euro New Year and Easter coins. The 3 euro *Colourful Creatures* series and its corresponding collector album have been received by our customers with similar enthusiasm.

Our company has become more colourful and the positive reaction from our customers has made us keener than ever to undertake further innovations in the future.

We hope you enjoy reading the 2016 Annual Report.

Mag. Gerhard Starsich

DI Dr. Manfred Matzinger-Leopold

AUFSICHTSRAT, VORSTAND, STAATSKOMMISSÄRE SUPERVISORY BOARD, EXECUTIVE BOARD, BANK SUPERVISORS

AUFSICHTSRAT SUPERVISORY BOARD



VORSITZENDER PRESIDENT

Dr. Kurt Pribil

Mitglied des Direktoriums der Oesterreichischen Nationalbank, Vorsitzender des Aufsichtsrats
Executive Director of the Oesterreichische Nationalbank,
President of the Supervisory Board



STELLVERTRETENDER VORSITZENDER VICE PRESIDENT

Dr. Peter Mooslechner

Mitglied des Direktoriums der Oesterreichischen Nationalbank, stellvertretender Vorsitzender
Executive Director of the Oesterreichische Nationalbank,
Vice President of the Supervisory Board



MITGLIEDER MEMBERS

Mag. Franz Partsch

Direktor der Oesterreichischen Nationalbank
Director of the Oesterreichische Nationalbank



Mag. Helene Kanta

Vorstandsdirktorin des Wiener Städtische Wechselseitiger Versicherungsvereins
Member of the Executive Board of the Wiener Städtische Wechselseitiger Versicherungsverein

VORSTAND EXECUTIVE BOARD



Mag. Gerhard Starsich

Generaldirektor, Vorsitzender des Vorstandes
CEO, Chairman of the Executive Board



DI Dr. Manfred Matzinger-Leopold

Vorstandsdirktor
Member of the Executive Board

STAATSKOMMISSÄRE BANK SUPERVISORS DESIGNATED BY THE MINISTRY OF FINANCE



Ludwig Moser



Mag. Christoph Schlager

VOM BETRIEBSRAT DELEGIERT DELEGATED BY THE WORKS COUNCIL



Ursula Leitner



Reinhard Pflanzl



DIE INNOVATION INNOVATION

Grün steht für Weiterentwicklung, Transformation und Erneuerung.

Würde man der Jugend eine Farbe zuordnen, dann wäre dies Grün.

The colour green stands for evolution, transformation and renewal.

If youth were to be assigned a colour, that colour would be green.



Der Clou an den 3-Euro-Tier-Talern: Es handelt sich um keine gewöhnlichen, sondern gleichsam um nachtaktive Münzen. Die Tiere auf den Münzen leuchten im Dunkeln von selbst und wie vom Vollmond beschienen. What makes our 3 euro Colourful Creatures coins unique is that, like some of the animals that feature on them, they become active at night by glowing in the dark.

PRODUKTINNOVATIONEN GEBEN SCHWUNG INNOVATION ADDS SPICE

Wie gelingen Innovationen?

Innovation lässt sich nicht einfach verordnen, dennoch hängt die Zukunft eines Unternehmens eng mit seiner Innovationskraft zusammen. Die 3-Euro-Tier-Taler sind dafür ein Beispiel: Erkennen und Bewerten von Trends auf Grundlage aktueller Forschungsergebnisse zu den Bedürfnissen von Kindern, der Einsatz von Werkzeugen der Marktforschung, die Zusammenarbeit mit Experten und die Umsetzung in ein marktfähiges, erfolgreiches Produkt sind Bausteine des erfolgreichen Innovationsprozesses.

Jung, bunt, leuchtend – ein Erlebnis

Der 3-Euro-Tier-Taler: Eine Münze zum Angreifen. Eine Münze mit Farbe. Eine Münze mit einem besonderen Erlebnis zu einem attraktiven Preis. All diese Parameter sollte die neu zu entwickelnde Produktidee erfüllen. Dabei galt es, dem hohen Qualitätsniveau des Hauses gerecht zu werden. Farbdruck auf Münzen an sich ist nichts Neues, doch das Bedrucken von unebenen Flächen, das heißt von Motiven mit Relief, ist etwas Besonderes. Ein zusätzliches Erlebnis: der Leuchteffekt im Dunkeln.

Wer Münzen liebt, liebt Vielfalt

Tiere als Münzthema zu wählen hatte mehrere Gründe: Kinder wie Erwachsene werden vom Thema „Tiere“ gleichermaßen angesprochen. In der Serie finden sich heimische wie exotische Tiere zu Luft, Land und Wasser sowie nachtaktive Tiere, die sich besonders für den Nachleuchteffekt eignen. Mit noch mehr Leben erfüllt das eigens kreierte Sammelalbum die Münzreihe. Vom Kippbild auf der Titelseite, über faszinierende Bilder mit interessanten Texten. Das Gesamtpaket macht Münzen zum Erlebnis und die ersten 3-Euro-Tier-Taler zur erfolgreichen Produktinnovation 2016.

How do innovations succeed?

Innovations cannot be made to order, yet the future of a company is closely linked to its innovative capacity. The Austrian Mint's 3 euro *Colourful Creatures* series is a prime example of our successful innovation process. The building blocks of the innovation process for the *Colourful Creatures* series were the identification and evaluation of trends based on current research into the needs of children, collaboration with experts, and the application of market research to create a marketable product – a product that has, so far, met with great success.

A youthful, colourful and luminous experience

The 3 euro *Colourful Creatures* coin is a coin to be touched, a coloured coin and a coin that gives a unique experience at an attractive price. A newly developed product idea needs to meet all these criteria as well as the company's highest quality standards. Colour application on coins is nothing new, but colour application on an uneven surface, that's to say on a motif with bold relief, is something special. As an extra feature, our *Colourful Creatures* coins glow in the dark.

Those who love coins love variety

There were other reasons for choosing animals as a coin theme: animals appeal to adults just as much as to children. The series features both native and exotic animals that live on land, in water or can fly, as well as nocturnal animals that are especially suitable for the glow-in-the-dark effect. A specially designed collector album brings the coin set even more to life. From the changing image on its cover to the fascinating pictures and interesting texts inside, the whole package has made the coins an exciting experience and the first coin in the series our most successful product innovation of 2106.



„DIE ERFAHRUNG LEHRT UNS, DASS DIE EINZELNEN FARBEN BESONDERE GEMÜTSSTIMMUNGEN GEBEN.“

“EXPERIENCE TEACHES US THAT INDIVIDUAL COLOURS GIVE PARTICULAR MOODS.”

Johann Wolfgang Goethe



DIE SPRACHE DER FARBE GRÜN THE LANGUAGE OF THE COLOUR GREEN

Grün ist die Symbolfarbe des Lebens, die Farbe der Pflanzen und damit des Lebens und Wachstums, der Erneuerung und der Hoffnung. Es wirkt harmonisierend und beruhigend. Die Farbe Grün ist aber auch Symbol für Unerfahrenheit und Jugend. Das zeigen auch die Redewendungen „grün hinter den Ohren“ und „Grünschnabel“.

Grün ist eine sogenannte Sekundärfarbe, sie kann aus reinem Gelb und Blau gemischt werden. So vereint sie das Geistige der Farbe Blau mit der emotionalen Wärme der Farbe Gelb. Beides zusammen schafft Wachstum und Weisheit.

Der Ursprung des Wortes „Grün“ liegt in dem althochdeutschen Wort „gruoni“, was so viel wie „wachsen“ und „gedeihen“ bedeutet. Die sprachliche Nähe der englischen Wörter „grow“ und „green“ ist auf diesen Ursprung zurückzuführen.

Green is the symbol of life, of plants and therefore of growth, renewal and hope. It has a soothing and harmonising effect, but the colour green is also a symbol of inexperience and youth, as shown by the expressions 'green behind the ears' and 'green-horn'.

Green is a so-called secondary colour as it can be made by mixing pure yellow and blue. It combines the spirituality of the colour blue with the emotional warmth of the colour yellow. Together they symbolise growth and wisdom.

The origin of the word 'green' is the old German word 'gruoni', which means 'to grow' and 'to thrive'. The linguistic proximity of the English words 'grow' and 'green' imply that they may be of the same origin.



INTERVIEW

Erfolgreiches Zusammenspiel: Innovation & Marketing
Successful interplay: marketing and innovation



Mag. Bernhard Urban
ist in der Münze Österreich AG im Produktmanagement tätig. Er ist Projektleiter der erfolgreichen Münz-Serie „3-Euro-Tier-Taler“. Bernhard Urban is responsible for product management at the Austrian Mint and is project leader of the successful 3 euro Colourful Creatures series.

MARKTORIENTIERTE INNOVATIONSPROZESSE WIE KOMMT NEUES IN DIE WELT?

Innovatives Produktmanagement bedeutet mehr als Ideenfindung. Mag. Bernhard Urban beschreibt im Interview, wie die Marketing-Abteilung der Münze Österreich AG erfolgreiche Produkte entwickelt und umsetzt.

Welchen Stellenwert haben Produktinnovationen bei der Münze Österreich AG?

Unsere Kunden erwarten zu Recht immer wieder innovative Produkte. Gleichzeitig sind Innovationen für das Unternehmen selbst wichtig. Sie tragen dazu bei, im Wettbewerb an der Spitze zu bleiben. Und: Neue Ideen umzusetzen, belebt auch unsere tägliche Arbeit. Das Interesse an Sammlermünzen hat nach dem Boom bei Einführung des Euros nachgelassen, und dieser Herausforderung mussten wir uns auch im Produktmanagement stellen. Das Kundeninteresse durch frische Ideen wieder zu erwecken, neue Zielgruppen anzusprechen und dennoch dem Wissen aus der Geschichte und den Traditionen treu zu bleiben, war die Herausforderung. Schließlich muss jede Neuentwicklung den hohen Qualitätsansprüchen der Münze Österreich AG gerecht werden.

Wie sind Sie an das Projekt herangegangen?

In der ersten Phase haben wir evaluiert, welche Gruppen am besten anzusprechen sind. Hier hat uns die Marktforschung eine Richtung gezeigt. Wir wussten aus den verschiedenen von uns durchgeführten Studien, dass Menschen, die seit ihrer Kindheit mit Münzen vertraut sind, oft auch später Interesse an Sammler- und Anlagemünzen zeigen. Vor der Entwicklung der Tier-Taler hatten wir uns

MARKET-ORIENTED INNOVATION PROCESS

HOW DO NEW THINGS COME INTO BEING?

Innovative product management means more than just coming up with new ideas. Bernhard Urban explains how the marketing department of the Austrian Mint develops and brings successful products to fruition.

What significance do innovative products have at the Austrian Mint?

Our customers rightly expect us to come up with innovative products on a regular basis. At the same time, innovations are important for the company itself. They help us to stay ahead of the competition. The implementation of new ideas stimulates our everyday business. After the boom following the introduction of the Euro, interest in collector coins decreased, and we had to face up to this challenge in our product management. Reawakening customer interest through fresh ideas, appealing to new target groups, yet remaining true to our tried and trusted methods and traditions was the challenge. Moreover, every new development has to meet the highest quality standards of the Austrian Mint.



eingehend mit Kindermarketing beschäftigt, uns umgesehen, wie in diesem Segment sehr erfolgreiche Unternehmen arbeiten, was Buben, was Mädchen besonders gerne haben, was alle begeistert, in welcher Phase Kinder gerne sammeln. Es bedurfte intensiver Vorbereitung, bis wir so weit waren, die Kolleginnen und Kollegen in den anderen Abteilungen möglichst exakt zu briefen.



Es galt also ein Produkt für Kinder zu entwickeln?

Gerade auch Kindern wollen wir Freude an Münzen vermitteln, aber nicht nur Kindern. Die gestiegenen Edelmetallpreise der letzten Jahre haben viele unserer Produkte spürbar teurer gemacht. 2012 hatten wir auf Grund der Preissteigerung rund ein Drittel unserer Stammkunden verloren. Deshalb waren wir sehr bemüht, ein Produkt zu gestalten, das viel zu bieten hat und dennoch preislich attraktiv ist. Eine Münze, die rundum ein Erlebnis ist. Deshalb lautete der Arbeitstitel dieser Neuentwicklung auch „Erlebnismünze“. Das gelungene Zusammenspiel aus Farbe, Nachleuchteffekt, Motiv und haptischem Erlebnis ist wohl ausschlaggebend dafür, dass unsere neuen Tier-Taler bei unseren Kunden so gefragt sind.

Welcher Bausteine bedarf es, um aus einer Idee ein erfolgreiches Produkt zu gestalten?

Besonders wichtig ist eindeutig die Nähe zu unseren Kunden und Partnern. Gründliche Recherche, gute Kenntnis des Marktes, den Kunden und dem Handel gut zuhören können. Es braucht aber auch ein „out of the box“-Denken, den Mut eingetretene Pfade verlassen zu können und Spaß an Neuem zu haben. Nicht zuletzt bedarf es vor allem treuer Kunden, die sich für Neues interessieren.

How did you approach the project?

In the first phase we evaluated the best target groups to approach and market research showed us the way. We knew from various studies that we have undertaken that people who have been familiar with coins since childhood often show an interest in collector and investment coins later in life. Before developing the Colourful Creatures series we looked into children's marketing in great depth, and studied how very successful businesses operate in this sector. We evaluated what boys like, what girls like, what they are both keen on, and at which age children particularly enjoy collecting.

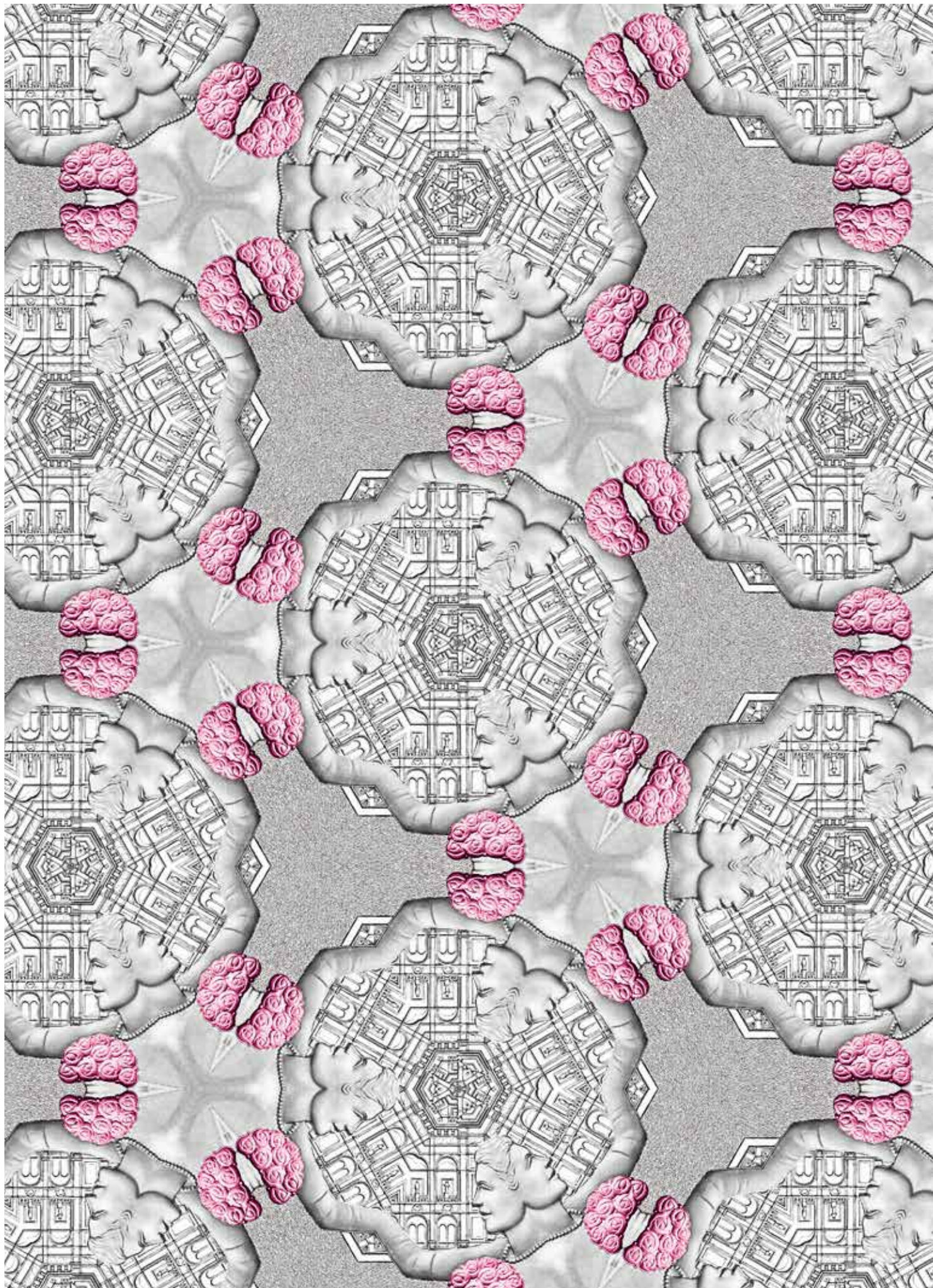
So you wanted to develop a product purely for children?

The idea is to convey the joy of coins to children, but not exclusively to children. The rising price of precious metals in recent years has made many of our products noticeably more expensive. In 2012, this led to us losing around a third of our core customers. We were therefore very eager to develop a product that has a lot to offer but is still attractive pricewise. We wanted to develop a coin series with a sense of adventure. The coins' successful interplay of colour, luminosity, motif and feel is probably the reason why our new Colourful Creatures coins are in such high demand among children.

What are the key criteria in the development of an idea into a successful product?

Proximity to customers and partners is clearly important. Thorough research, a good understanding of the marketplace, and an awareness of the needs of both customers and dealers are also vital. We also need to think 'outside the box', to have the courage to be able to deviate from the well-trodden path and enjoy fresh challenges. Last but not least, you need loyal customers who are interested in new things.





DIE LEIDENSCHAFT PASSION

Rot ist schon seit der Antike die Farbe des Lebens, der Emotion und der Liebe.

Alle leidenschaftlichen Gefühle werden mit Rot verbunden.

Since ancient times, red has been the colour of life, of emotion, of love.

All passionate feelings are linked to the colour red.



*Auf der 20-Euro-Silbermünze „Wiener Opernball“ schimmert das Blumenbouquet himbeerrot: bezaubernd schön und zart.
On the 20 euro Vienna Opera Ball coin, the bouquet shimmers in an enchanting and gentle raspberry red.*

INNOVATION: RELIEF MIT FARBAPPLIKATION

INNOVATION: COLOUR APPLICATION ON COIN RELIEF

Die erste Münze mit Farbaufdruck

Der Wiener Opernball fand 2016 zum 60. Mal statt und war der *Münze Österreich AG* Anlass für eine besondere 20-Euro-Silbermünze: die erste Münze aus unserem Haus mit Farbaufdruck. Nach intensiver Entwicklungszeit ermöglicht eine innovative, hochwertige Verarbeitungsmethode das Hervorheben eines besonderen Details des Münzmotivs in Farbe. Farbapplikationen an sich sind keine Neuheit im Münzdesign. Mit dieser Opernball-Münze gelang der *Münze Österreich AG* aber ein Produkt, das mit keiner anderen am Markt erhältlichen Farbmünze zu vergleichen ist.

Aus Liebe zum Detail

So winzig die Fläche auch ist, die die Farbapplikation einnimmt, sie beeindruckt mit einem sehr fein ausgearbeiteten Relief, das akkurat bedruckt ist. Eine besondere Herausforderung war es, das Relief des Bouquets so zu gestalten, dass die Farbe auch in den Vertiefungen exakt aufgebracht werden konnte. Das Ergebnis macht diese Münze einzigartig und spiegelt das Besondere des Wiener Opernballs wider. Wenn es auch für die Paare nur einmal erlaubt ist, den Opernball zu eröffnen, wird diese Münze nicht die einzige mit Farbapplikation bleiben. Der große Erfolg der Münze garantiert die weitere Anwendung dieser Technik.



The first coin with colour application

The Vienna Opera Ball took place for the 60th time in 2016, an occasion the Austrian Mint celebrated with a special 20 euro silver coin: the first coin we have ever produced using colour application technology. An intensive period of development made possible an innovative, high-quality application method that highlights some special details of the coin motif in colour. Colour application on coins is nothing new, but the Austrian Mint came up with a product that no other coloured coin in the marketplace can compete with.

A passion for detail

Even though the area on which the colour is applied is very small and its relief extremely fine, the printing has been achieved with impressive accuracy. A particular challenge was that the relief of the bouquet had to be designed in such a way that the colour could be accurately applied to its indentations. The result makes this coin unique and reflects how special the Vienna Opera Ball really is. While each young couple that opens the Opera Ball can only do so once, this coin will not be our last coin to feature colour application, as the great success of the coin guarantees that this technique will be used again.



„DIE FARBE HAT MICH. ICH BRAUCHE NICHT
NACH IHR ZU HASCHEN. SIE HAT MICH
FÜR IMMER. DAS IST DER GLÜCKLICHEN
STUNDE SINN. ICH UND DIE FARBE SIND EINS.
ICH BIN MALER.“

"COLOUR POSSESSES ME. I DON'T HAVE TO PURSUE IT. IT WILL POSSESS ME ALWAYS, I KNOW IT.
THAT IS THE MEANING OF THIS HAPPY HOUR: COLOUR AND I ARE ONE. I AM A PAINTER."

Paul Klee



DIE KRAFT DER FARBE ROT THE POWER OF THE COLOUR RED

Rot ist die für den Menschen bedeutungsvollste Farbe. Die Symbolik der Farbe Rot ist geprägt von drei elementaren (Ur-)Erfahrungen: Rot ist das Feuer, das Blut und die Liebe. Rot erhielt demnach in der Entwicklung der meisten Sprachen sehr früh ein eigenes Wort, gleich nach der sprachlichen Unterscheidung von Hell und Dunkel.

Während die meisten Säugetiere Probleme haben, die Farbe Rot wahrzunehmen, reagiert das menschliche Auge sehr empfindlich darauf. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die Hauptrezeptoren in unserem Auge durch die Farbe Rot besonders stimuliert werden.

Rot ist die wärmste und aktivierendste aller Farben. Sie steht für Kraft, Vitalität und Leidenschaft. Historisch gesehen ist die Farbe Rot mit Macht und Ansehen verbunden. Und wenn es um zwischenmenschliche Beziehungen geht, wirkt Rot wie ein Magnet. Es wird vermutet, dass dieser Effekt biologische Wurzeln hat, die tief in die Evolutionsgeschichte zurückreichen.

Red is the most meaningful of colours. The symbolism of red has been shaped by three primordial experiences: red is fire, blood and love. Red thus became a word very early in the development of most languages, not long after the linguistic differentiation between dark and light.

Red is the colour that most stimulates the receptors in our eyes. While the majority of mammals have problems in perceiving the colour red, the human eye is very sensitive to it.

Red is the warmest and most stimulating of colours. It stands for strength, vitality and passion. Historically, red was seen as linked to power and prestige, and when relating to human relationships, red is like a magnet. It is assumed that this biological effect is deeply rooted in our evolutionary history.



INTERVIEW

Wie Innovation gelingt
How innovation occurs



Mag. Sandra Zanetti-O'Hare
ist in der *Münze Österreich AG* für das Produktmarketing von Anlagemünzen sowie Sammlermünzen zuständig. Sandra Zanetti-O'Hare is responsible for the marketing of both investment and collector coins at the Austrian Mint.



Mag. Helmut Andexlinger
Sein Aufgabengebiet ist die Gestaltung von Münz- und Medaillendesigns, das Erstellen von Kreativkonzepten und die Herstellung von Münzmodellen. Helmut Andexlinger is in charge of coin and medal design, the development of creative concepts and the production of coin models.



Dipl.-Ing. Gregor Innitzer
war für Entwicklung und Beschaffung der Tampondruckanlage verantwortlich. Gregor Innitzer is responsible for the development and acquisition of the pad printing system.

INNOVATION DURCH KOOPERATION

EIN BLICK HINTER DIE KULISSEN

Erst die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit macht eine Innovation wie die Farbabplikation auf der Opernball-Münze erfolgreich. Interessante Einblicke in den Entwicklungs- und Produktionsprozess dieser Neuheit gewähren die Produktmanagerin Mag. Sandra Zanetti-O'Hare, Dipl.-Ing. Gregor Innitzer aus dem Bereich Forschung und Entwicklung und der Leiter der Graveurieabteilung Mag. Helmut Andexlinger.

Worin liegt das Besondere an der Opernball-Münze?

Zanetti-O'Hare: Sie ist die erste Sammlermünze in der Geschichte der *Münze Österreich AG*, die mit Farbe bedruckt wurde. Wir haben damit zugewartet. Erstens, weil neue Techniken in der *Münze Österreich AG* nur auf hohem Niveau umgesetzt werden, und das braucht Zeit, und zweitens, weil wir auf das passende Motiv gewartet haben. Das 60-Jahr-Jubiläum des Opernballs erschien uns perfekt, um dieses weltweit beachtete Ereignis mit etwas Einzigartigem zu feiern: mit einem farbbedrucktem Blumenstrauß, dezent in Himbeerrot.

INNOVATION THROUGH COOPERATION

A GLIMPSE BEHIND THE SCENES

It takes inter-departmental co-operation to make an innovation such as the application of colour to the *Vienna Opera Ball* coin successful. Product manager Sandra Zanetti-O'Hare, Gregor Innitzer from Research and Development and Chief engraver Helmut Andexlinger offer interesting insight into the development and production of this innovation.

What is so special about the Vienna Opera Ball coin?

Zanetti-O'Hare: This is the first coin featuring colour application in the history of the Austrian Mint. We took our time; firstly, because at the Austrian Mint we develop new technology to the highest possible level before applying it, and that takes time; and secondly, we were waiting for the appropriate coin on which to use it. The 60th anniversary of the Opera Ball was the perfect opportunity to celebrate this world-famous event with something unique. In this case a subtle shade of colour-applied raspberry red.

But the Vienna Opera Ball coin is not the first coloured coin to be made by the Austrian Mint?

Zanetti-O'Hare: It is the first coin feature colour application in the history of the Austrian Mint. The first time we used colour was on the Silver Niobium coin, but in that case it was attained through oxidation. As successful as the Silver Niobium coins are today, the first coin was not a sales success from the day it was issued. Success came slowly but it was worth the wait. Today each new edition of the Silver Niobium coin sells out before it is even issued, but they can still be found on the secondary market, though at a premium.

How did the production of the Vienna Opera Ball coin develop?

Innitzer: It took a year to make the pad printing machine used for the colour application. We didn't want the



Die Opernballmünze ist aber nicht die erste farbige Münze der Münze Österreich AG?

Zanetti-O'Hare: Es ist die erste Münze, bei der wir das extra Feature der Farbabplikation einsetzen. Das erste Mal kam Farbe durch Oxidation des Metalls Niob in die Welt der *Münze Österreich AG*. So erfolgreich die Niob-Münzen heute sind, anfangs war der eine oder andere Kunde etwas mehr zurückhaltend und der Erfolg hat sich zögerlich, dafür umso durchschlagender eingestellt. Heute ist jede der Niob-Münzen im Nu ausverkauft und erzielt am Sekundärmarkt ein Vielfaches des Preises am Ausgabetag.

Wie verlief die Produktion der Opernball-Münze?

Innitzer: Ein Jahr hat es gedauert, die Tampondruck-Maschine herzustellen, mit der wir die Farbabplikation aufbringen. Wir wollten vermeiden, dass der Aufdruck wie ein Abziehbild wirkt. Unser Ziel war es, etwas ganz Raffiniertes, Zurückhaltendes, Elegantes zu schaffen. Das Besondere an dem Blumenstrauß ist ja, dass es keine plane Fläche ist, sondern in sich ein Relief, also sehr fein gezeichnet ist, und ebenso sollte es bedruckt sein. Es ist verhältnismäßig einfach, einen funktionierenden Prototyp herzustellen, aber schon viel schwieriger, etwas zu machen, das auch noch bei dem letzten Stück der Serie funktioniert. Wir erreichen sehr hohe Auflagen bei unseren Münzen und die letzte muss dieselbe hohe Qualität aufweisen wie die erste.

Ideen und Themen entstehen etwa in der Marketingabteilung, von da aus werden Wünsche an die Graveurie herangetragen. Herr Andexlinger, worauf kommt es bei Ihrer Arbeit an?

Andexlinger: Wenn wir eine neue Münze gestalten, übersetzen wir eine oft farbige Vorlage sozusagen in unser Medium. Was auf der Vorlage die Farben sind, ist auf der Münze später matt, halbmatt oder glänzend. Und natürlich das Relief. Mit ihm werden aus zwei Dimensionen drei. Diese dritte Dimension zu gestalten, ist sehr heikel. Man stelle sich vor: Das Gipsmodell, das um ein Vielfaches größer ist als dann später die Münze, hat 180 Millimeter Durchmesser. Das Relief darf höchstens 1,5 Millimeter hoch sein.

Welche Akzente setzen Sie, um innovativ am Münzmarkt zu sein?

Innitzer: Wichtig für uns ist der Informations- und Meinungsaustausch. Das bringt uns weiter, aber auch Kundenanforderungen machen uns besser.

Andexlinger: Wir von der Graveurie sind immer aufs Neue gespannt, was auf uns zukommt. Beim Entwurf geht es darum, die Essenz eines Themas herauszuarbeiten, die Sache auf den Punkt zu bringen.



print to look like a simple sticker. Our goal was to achieve something very refined, subtle and elegant. The special thing about the bouquet of flowers is that it is not a flat surface, but rather a relief. It is extremely finely drawn and needs to be printed in an equally fine way. It is relatively simple to make a functioning prototype but much harder to make something that still works by the time the last coin in the series is minted. We produce very large mintages and the last coin minted must be of equally high quality as the first.

Ideas and themes originate in the marketing department before they are shared with the design department.

What are the key issues for the engravers?

Andexlinger: When we work from a template, we translate it, so to speak, into our medium. The colours on the template are matt, semi-matt and gloss on the coin itself. A coin's relief obviously turns two dimensions into three, but this third dimension is very tricky to design. For example, a plaster of Paris model, which is much bigger than the coin itself, has a diameter of 180 mm, while the relief can be no higher than 1.5 mm.

How do you remain innovative in the coin market?

Innitzer: the important thing for us is the exchange of information and ideas. That helps us move forward and customer needs also make us improve.

Andexlinger: In the design department we are always excited about new things, about what the future holds and what is coming our way. During the design phase this means establishing the essence of a theme, so that we can get to the heart of it.



DAS AUSSER- GEWÖHNLICHE THE EXCEPTIONAL

Gold gilt als Sinnbild für die Sonne und steht für Unsterblichkeit,
Reinheit, Beständigkeit und Erfolg.

Gold is the symbol of the sun and stands for immortality,
energy, strength, reliability and success.



Die 100-Euro-Goldmünze „Der Fuchs“ – mit einem stolzen Goldanteil von 16 Gramm – ist die neueste Münze der Serie „Unseren Wildtieren auf der Spur“ und zeigt ein überaus gelungenes naturalistisches Tier-Porträt. Containing 16 g of gold, The Fox is the latest 100 euro gold coin in our Wildlife in our Sights series to feature a masterful portrait of one of our most recognisable animals.

TALENT UND TRADITION TALENT AND TRADITION



Engraving Department

Innovatives Kunsthandwerk am Heumarkt

2016 wurde ein Generationenwechsel bei den Graveuren der *Münze Österreich AG* vollzogen: Der langjährige Leiter der Graveurie und Designer des Wiener Philharmonikers Thomas Pesendorfer zog sich in den Ruhestand zurück, die Leitung der Abteilung übernahm der Shootingstar Helmut Andexlinger, Gewinner zahlreicher Wettbewerbe, darunter des 2-Euro-Wettbewerbs „10 Jahre Euro-Bargeld“. Ihm zur Seite steht der Routinier Herbert Wähner, dessen Entwürfe seit Jahrzehnten entscheidend zur Beliebtheit der österreichischen Münzen beitragen und ebenfalls zahlreiche Auszeichnungen erhielten. Während die *Münze Österreich AG* sich somit von einem kreativen Geist verabschiedete, stellte sie gleichzeitig zwei neue Mitglieder der Graveurie vor. Hinzugekommen sind Anna Rastl und Kathrin Kuntner.

Unverwechselbares Design

Es ist der Geist der Graveurie, Entwürfe im Team zu besprechen, Ideen freimütig auszutauschen und dem anderen zuzuarbeiten. Dieses harmonische Zusammenspiel der Künstler ist wesentlich am ausgezeichneten Erfolg beteiligt. Das Team arbeitet mit Liebe zum Detail und Perfektion. Erfahrung und jede Menge Herzblut spiegeln sich in ihren Münzen. Das Graveur-Quartett steht in einer langen und ehrenwerten Tradition und alle fühlen sich ihr verpflichtet. Immer wieder wird die meisterliche Arbeit der Graveure mit internationalen Auszeichnungen bestätigt.

Innovative craftsmanship

A generational shift took place in the Austrian Mint's design team in 2016. Thomas Pesendorfer, the 'elder statesman', department head and designer of the Vienna Philharmonic investment coin, retired in 2016 and was replaced by 'rising star' Helmut Andexlinger, who won the competition to design the 2 euro coin chosen by the European Union to celebrate the tenth anniversary of the Euro, which is in circulation in 17 countries. He is ably assisted by the highly experienced Herbert Wähner, whose numerous award-winning designs have played a major role in the popularity of Austrian Mint coins for decades. While the Austrian Mint has said farewell to one creative spirit, the engraving department has welcomed two new members, Anna Rastl and Kathrin Kuntner.

Distinctive design

The spirit of the design department is to discuss draft designs as a team, to exchange ideas freely and to contribute to the work of others. This harmonic interplay is an essential factor in the great success of the company. A love of detail and the pursuit of perfection are what drive the team, whose experience and passion are reflected in their coins. The quartet of engravers are part of the long and noble tradition of the Austrian Mint and they are committed to ensuring that their coins continue to win international awards.



Helmut Andexlinger, Kathrin Kuntner, Anna Rastl, Herbert Wähner
(v. l. n. r.) (left to right)

„ES SIND HARMONIEN UND KONTRASTE IN DEN FARBEN VERBORGEN, DIE GANZ VON SELBST ZUSAMMENWIRKEN.“

“THERE ARE HARMONIES AND CONTRASTS HIDDEN IN COLOURS,
WHICH AUTOMATICALLY WORK TOGETHER.”

Vincent van Gogh



DIE GESCHICHTE DER FARBE GOLD THE STORY OF THE COLOUR GOLD

Gold sei erstarrtes Licht, so meinten es die Alchemisten des Mittelalters. Wegen seines „Sonnenglanzes“ ist es schon seit frühen Zeiten die Farbe der Götter, der Kaiser und der Könige. Wenn auch als Farbe mit dem Gelb verwandt, ist Gold in seiner Symbolik mit keiner anderen Farbe vergleichbar.

Die ersten Hinweise für die Verwendung von Blattgold in Malerei und Bildhauerei führen zurück in das alte Ägypten. Blattgold wurde in den Pyramiden zumeist zur Verzierung der Räume verwendet, die als Grabstätten für den Pharaon vorgesehen waren. In der Welt der modernen Malerei wurde Blattgold von Künstlern zur Verzierung unterschiedlicher Arbeiten verwendet. Der berühmteste unter diesen Künstlern ist zweifellos Gustav Klimt. Während seiner sogenannten „goldenen Phase“ schuf Klimt eine Reihe von Gemälden mit Blattgold und erreichte so den Höhepunkt seines Erfolges.

In eine Farbkombination lässt sich Gold nur bedingt integrieren; es wirkt zumeist isoliert und außenstehend, es drängt sich in den Vordergrund und dominiert die anderen Farben. Der Eigenglanz hebt es von den anderen Farben ab, gibt ihm etwas Strahlendes und Besonderes und lässt alle anderen Farben als zweitrangig erscheinen. Diese Erhabenheit über die anderen Farben verleiht der Farbe Gold ihre Einzigartigkeit.

In the Middle Ages, alchemists thought that gold was solidified light. Because of its radiance, in former times gold was considered the colour of the gods, of emperors and kings. Although gold is related to yellow as a colour, in terms of symbolic power no other colour is comparable to it.

The earliest indications of the application of gold leaf in painting and sculpture go back to Ancient Egypt. Gold leaf was used mainly for ornament in the rooms of the pyramids, which were intended for the tombs of the pharaohs. In the world of modern painting, gold leaf was used for ornamentally by artists in a wide range of works. Gustav Klimt was without doubt the most famous of those artists to do so. During his 'Golden Phase', Klimt created a range of canvases using gold leaf and reached the peak of his success in the process.

In a colour composition, gold only partly integrates; it remains isolated and external, it forces itself to the foreground and dominates the other colours. The inherent shininess of gold makes it stand out from the other colours, gives it something radiant and special and makes all the other colours seem secondary. This superiority over the other colours gives the colour gold its unique character.



INTERVIEW

*Gestern – Heute – Morgen
Past – Present – Future*



Mag. Helmut Andexlinger – leitet seit 2016 die Graveurabteilung. Er hat die Höhere Technische Lehranstalt für Art und Design in Steyr absolviert, ebenso das Studium der Kommunikationswissenschaften an der Universität Wien. Helmut Andexlinger has been in charge of the design department since 2016. A graduate of the Höhere Technische Lehranstalt für Art und Design in Steyr, he also studied communication studies at the University of Vienna.



Herbert Wähner – absolvierte die Höhere Technische Lehranstalt für Art und Design in seiner Heimatstadt Steyr. Seit 1974 recherchiert er für seine Motive, die er mit äußerster Sorgfalt und Liebe zum Detail umsetzt. Also a graduate of the Höhere Technische Lehranstalt für Art und Design in Steyr, his hometown, Herbert Wähner has been researching his designs with meticulous care and attention to detail since 1974.



Anna Rastl – entschied sich nach der Matura, den Zweig Graviertechnik der Höheren Technischen Lehranstalt für Art und Design in Steyr zu besuchen. Ein Praktikum in der künstlerischen Graveurie führte 2015 zu einer Anstellung in der *Münze Österreich AG*. Anna Rastl studied engraving at the Höhere Technische Lehranstalt für Art und Design in Steyr, before her experience in creative engraving led to a post at the Austrian Mint in 2015.



Kathrin Kuntner – besuchte die Höhere Technische Lehranstalt für Art und Design in Steyr und arbeitet seit Anfang 2016 in der *Münze Österreich AG*. Kathrin Kuntner attended the Höhere Technische Lehranstalt für Art und Design in Steyr and has been at the Austrian Mint since the beginning of 2016.

VOLLENDETES KUNSTHANDWERK

800 JAHRE ERFAHRUNG UND WISSEN

Man könnte eine Gleichung aufstellen: Eigenes Talent plus überlieferte Kenntnisse, das ergibt preisgekrönte Münzdesigns. Lassen Sie uns kurz in die Geschichte der Münze Österreich AG und ihre reiche Tradition eintauchen.

Wähner: Gerne. In der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts waren es die Graveure Johann Harnisch, Josef Nikolaus Lang und Josef Daniel Böhm, die den besonderen Stil des Hauses prägten. Der Schwerpunkt ihrer Arbeiten lag auf Porträts, deren Relief sehr erhaben war. Die Zeit ab Mitte des 19. Jahrhunderts ist mit dem Namen Carl Radnitzky verbunden, der ab 1853 eine Professor für Medailleurkunst an der Akademie der bildenden Künste innehatte. Unter ihm wurde die Ornamentik betont. Einer seiner Schüler, Anton Scharff, wurde Leiter der Graveurausbildung am Hauptmünzamt. Die Linien der Darstellung wurden unter dem Einfluss des französischen Impressionismus weicher.



CONSUMATE CRAFTSMANSHIP

800 YEARS OF EXPERIENCE AND KNOW-HOW

The following formula is the secret of the Austrian Mint's success: top talent plus age-old skills and know-how passed down through the generations, equal award-winning coin designs. The following is a short dip into the history and rich tradition of the Austrian Mint.

Wähner: In the first half of the 19th century, the engravers Johann Harnisch, Josef Nikolaus Lang und Josef Daniel Böhm created the unique style of the Austrian Mint. Their work was mainly focused around portraits with bold relief. The period from the mid-19th century onwards is linked with the name Carl Radnitzky, who from 1853 held the position of Professor of medal design at the Academy of Fine Arts in Vienna. Under Radnitzky, ornamentation was accentuated, and one of his pupils, Anton Scharff, became the head trainer of the engravers at the Imperial Mint. Eventually, with the influence of French Impressionism, the lines used in the design of coin motifs became softer.

Und zur jüngeren Geschichte?

Andexlinger: Von den modernen Kunstströmungen des 20. Jahrhunderts wurden die österreichischen Medailleure kaum erfasst, wenngleich Einflüsse des Jugendstils durchaus auszumachen sind. In der jüngsten Vergangenheit zeigen die Entwürfe meines Kollegen Thomas Pesendorfer, dass mit Akribie und Liebe zum Detail beeindruckende Bilderwelten auf kleinstem Raum entstehen können.

Wie würden Sie die Atmosphäre in dieser einzigartigen Arbeitsumgebung beschreiben?

Wähner: Ich denke, es wirkt sich aus, dass wir sozusagen alle ‚aus einem Stall kommen‘, der Höheren Technischen Lehranstalt für Art und Design in Steyr. Das verbindet und schafft einen speziellen Zugang zu unseren Aufträgen.

Andexlinger: Mir ist die Teamarbeit besonders wichtig. Gemeinsam für etwas zu brennen. Mein Credo ist: Geh immer das längere Stück des Weges, um den künstlerisch noch besseren Ausdruck zu finden.

Wie wachsen die beiden neuen Kolleginnen in diese Tradition?

Andexlinger: Die beiden jungen Kolleginnen lernen on the job, indem sie ihre Entwürfe mit den Graveur-Kollegen und mit Fachexperten der jeweiligen Münz-Themen diskutieren. Im nächsten Schritt werden dann die Techniker hinzugezogen, die erklären, was machbar ist und was nicht.

Verstehen Sie sich eher als Künstler oder als Handwerker?

Wähner: Als Kunsthandwerker. Beim Gestalten des Motivs bin ich frei. Aber beim Gravieren ist meine künstlerische Freiheit eingeschränkt. Ich muss auf das Medium Münze mit seinem flachen Relief Rücksicht nehmen. Dieses Spannungsverhältnis macht zugleich aber auch den großen Reiz dieser Aufgabe aus.



And more recent history?

Andexlinger: The Austrian medal designers were hardly affected by the 20th century art movements, although Art Nouveau did have some influence. More recently the designs of my colleague Thomas Pesendorfer show that, through meticulousness, care and attention to detail, an impressive world of images can emerge in the smallest of spaces.

How would you describe the atmosphere in this unique working environment?

Wähner: I think that as we all learnt our craft at the same institution, the Höhere Technische Lehranstalt für Art und Design in Steyr, our approach to our work is interlinked and we have a special understanding.

Andexlinger: Team work is of the utmost importance to me. My credo is: always take the long road when it comes to artistic expression.

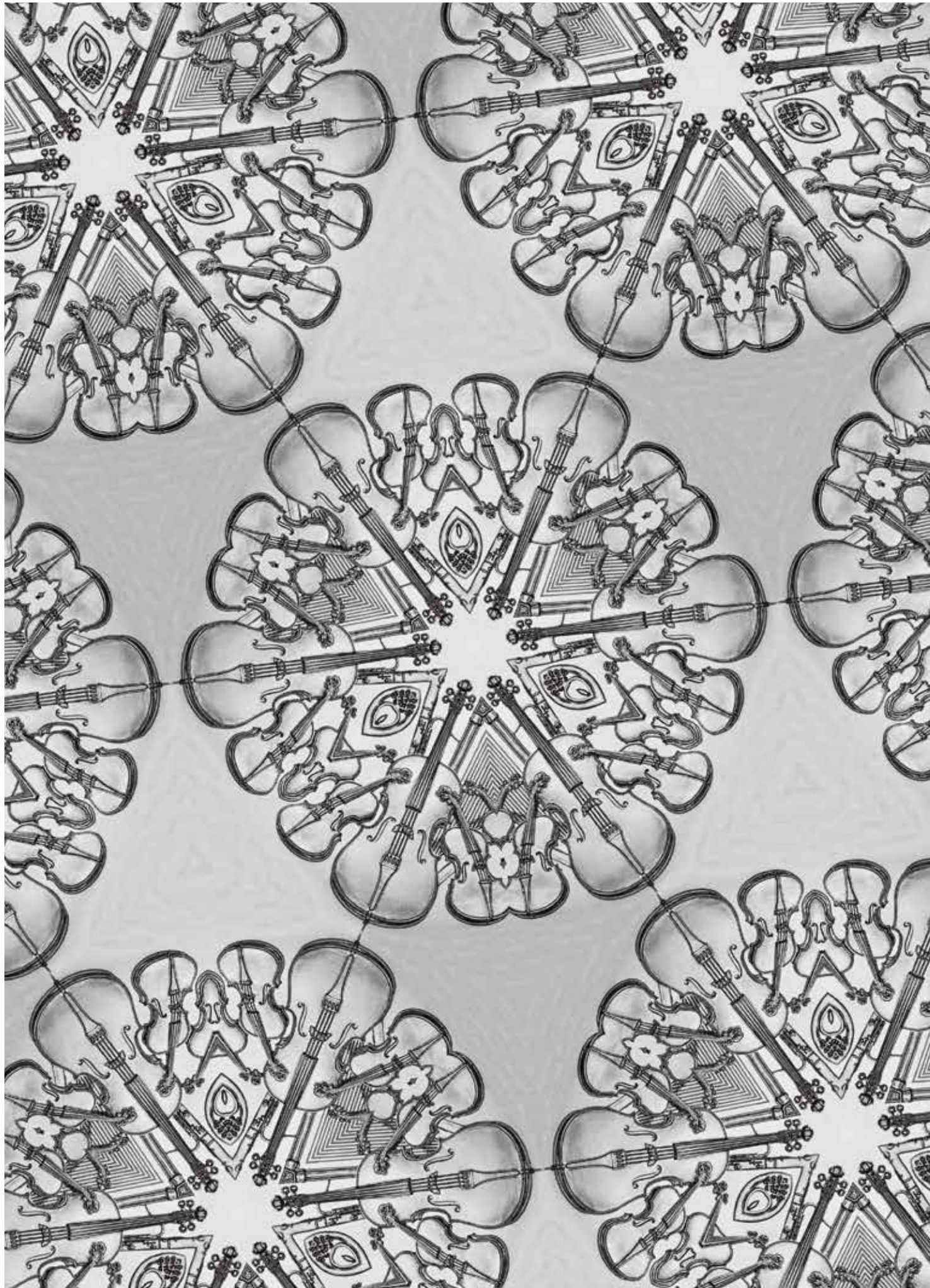


How are your new colleagues progressing in this environment?

Andexlinger: Both young colleagues are learning on the job, while discussing their designs with their fellow engravers and coin themes with experts in their respective fields. The next step is to consult with technical staff who can then explain what is and what is not feasible.

Do you relate to each other as artists or as craftsmen and women?

Wähner: The latter. When developing coin motifs I am free but when engraving my artistic freedom is restricted. I have to take into consideration the flat relief of the coin. A coin is a commercial product and must therefore please the coin collector.



DIE ELEGANZ ELEGANCE

Platin ist die Farbe der Eleganz, der Sachlichkeit und der Erneuerung
und symbolisiert Würde und Weisheit.

The colour of elegance, objectivity and renewal,
platinum symbolises dignity and wisdom.



Geprägt aus reinem Platin zeigt der neue Wiener Philharmoniker das gleiche preisgekrönte Motiv wie die Wiener Philharmoniker in Gold und Silber. Platin braucht den Vergleich mit Gold nicht zu scheuen, im Gegenteil: Das begehrte Edelmetall ist etwa so wertvoll wie Gold. Minted from pure platinum, the new Vienna Philharmonic features the same award-winning motif as its gold and silver predecessors. Platinum makes an excellent alternative investment to gold and has no cause to shun comparison. On the contrary, the coveted precious metal is almost as valuable as gold itself.

DIE NEUE PLATIN-EDITION NEW PLATINUM EDITION

Selten und geschätzt

Die globale Nachfrage nach dem wertvollen Material mit seinen einzigartigen und vielfachen Anwendungsmöglichkeiten wächst kontinuierlich. Platinmünzen und -barren als Investment haben in den letzten Jahren einen deutlichen Aufschwung erlebt. Insbesondere in Japan ist das Interesse an Platin als Anlageinstrument groß.

Begehrtes Edel- und Industriemetall

Seit über 25 Jahren trägt die Philharmoniker-Münze die Kunde von der unnachahmlichen Wiener Musikalität in die ganze Welt. Seit Februar 2016 gibt es den Philharmoniker auch in einer Platin-Ausführung. Die lange Geschichte von Platin reicht in das antike Ägypten und in die Zeit der Inkas in Südamerika zurück. Heute gilt Platin neben Gold als wertvollstes Edelmetall. Aufgrund seiner physikalischen Eigenschaften – Korrosionsbeständigkeit, Schmiedbarkeit und Weichheit – eignet sich Platin besonders gut für die Herstellung hochwertiger Schmuckwaren; Platin wird aber auch in unzähligen anderen Bereichen wie zum Beispiel für Abgassysteme im Automobilbereich verwendet und ist aufgrund seiner Eigenschaften ein wertgeschätztes Edel- und Industriemetall.

Platin als Investment

Diese wesentliche Nutzungsmöglichkeit von Platin, sein Wachstumspotenzial in anderen industriellen Sektoren, seine erstklassige Stellung in der Schmuckbranche machen Platin zu einem interessanten Investment. In Form von Münzen und Barren wird es darüber hinaus auch von Investoren nachgefragt. Anlageprofis empfehlen, nicht zu fragen, ob man Gold, Silber oder Platin halten sollte, sondern die Edelmetalle als einander ergänzend zu sehen.

Precious and practical

The global demand for this precious metal, with its unique and varied practical applications, is constantly growing. Platinum bars and coins as investments have experienced a significant upturn in recent years. The demand for platinum as an investment vehicle is particularly high in Japan.

Coveted as both a precious and industrial metal

For over 25 years, the Vienna Philharmonic bullion coin in gold and silver has promoted the inimitable Vienna music world to buyers across the globe. Since 2016, the coin has also been available in platinum. The long history of platinum stretches back to Ancient Egypt and the time of the Incas in South America. Today platinum is valued alongside gold as one of the most valuable precious metals. Due to its properties – corrosion resistance, malleability and softness – platinum is particularly suitable for the manufacture of high-quality jewellery. Platinum is also utilised in numerous other sectors, such as the automotive industry, and its properties make it highly valued both as a precious and industrial metal.

Platinum as an investment

The considerable potential uses of platinum, its growth potential in other industrial sectors and its unique position in the jewellery sector make platinum an interesting investment. Whether in the shape of coins or bars, platinum is in demand by investment professionals, who recommend buying platinum as a complementary precious metal to gold and silver.



„BISWEILEN STELLE ICH MIR DIE FARBEN
ALS LEBENDIGE GEDANKEN VOR,
WESEN REINER VERNUNFT, MIT DENEN ICH
MICH AUSEINANDERSETZEN KANN.“

“SOMETIMES I IMAGINE THAT COLOURS ARE LIVING IDEAS,
BEINGS OF PURE REASON, WITH WHICH WE CAN COMMUNICATE.”

Paul Cézanne



DIE SYMBOLIK DER FARBE PLATIN THE SYMBOLISM OF THE COLOUR PLATINUM

Platin ist das Edelmetall mit der höchsten Reinheit und gilt als natürlich weißes Metall, das nicht verbleicht oder seine Farbe ändert.

Seinen Namen gaben ihm die spanischen Eroberer in Südamerika, die es „platina“ nannten, was so viel wie „kleines Silber“ bedeutet. Es symbolisiert ähnlich wie Silber Eleganz, Funktionalität, Sachlichkeit sowie Würde und Weisheit. Es ist zudem die Farbe des modernen Designs. Die Idee des Modernen spiegelt sich demnach auch in der Verwendung des Edelmetalls im Schmuckdesign.

Wer sich für Platin entscheidet, prahlt nicht, sondern entscheidet sich für Zurückhaltung, aber auch für Originalität und das Unkonventionelle. Während Silber immer zweitrangig neben Gold steht, hält Platin im Wert dem Gold die Stirn und strahlt gleichzeitig ein gewisses Understatement aus.

Platinum is the precious metal with the highest purity. It is a naturally white metal that never fades or changes colour.

Its name was given to it by the Spanish conquistadors in South America, who named it 'platina', meaning 'little silver', for which they originally mistook it. Like silver, it symbolises elegance, functionality and objectivity, as well as dignity and wisdom. Platinum is the colour of choice in modern design, which is reflected in the use of the precious metal in jewellery.

Those who choose platinum do not brag, but do so rather out of a sense of understatement, originality and unconventionality. While silver is always in gold's shadow, platinum goes head to head with gold in terms of value, but is perceived to be more discreet.



INTERVIEW

*Weltweit erfolgreich: Der Wiener Philharmoniker
A success the world over: the Vienna Philharmonic*



Mag. Gerhard Starsich
Generaldirektor der Münze Österreich AG
CEO The Austrian Mint

DAS MARKENZEICHEN IN PLATIN

EIN KLASSIKER IN NEUER ANMUTUNG

Herbst 1989. Eine neue Ära beginnt. Die *Münze Österreich AG* gibt den ersten Wiener Philharmoniker in Gold heraus, 2008 kommt die Silberversion dazu und im Februar 2016 der Wiener Philharmoniker in Platin. Wie es zu dieser Neuerung kam, berichtet im Interview Generaldirektor Mag. Gerhard Starsich.

Weshalb hat man sich 2016 entschlossen, den Philharmoniker nun auch in Platin aufzulegen?

Starsich: Die Erweiterung unseres Portfolios um Platin ist für uns ein natürlicher Schritt. Für Anleger wurde Platin aufgrund des langen Preisverfalls des Edelmetalls wieder interessant und bei einer Geschäftsreise nach Japan, einem unserer stärksten Märkte, konnte ich mich im Herbst 2015 persönlich von der enormen Nachfrage nach Platin überzeugen. Die Idee unseres Partners in Japan, den Wiener Philharmoniker auch in Platin auszugeben, habe ich daher sehr gerne aufgegriffen.

Platin ist in Japan begehrt als in anderen Regionen?

Starsich: Die Anleger in Japan sind bestens informiert und kaufen immer dann, wenn der Kurs für den Käufer günstig erscheint und ein Aufschwung zu erhoffen ist. Für Platin hat das der japanische Anleger offenbar so eingeschätzt. Knapp vor der Finanzkrise kostete eine Feinunze noch den Rekordpreis von fast 2.250 US-Dollar, bevor der erste Abwärtsschub einsetzte. Im Jahr 2011 erreichte Platin ein Zwischenhoch von gut 1.900 Dollar, um in den kommenden Jahren bis auf rund 936 Dollar pro Feinunze – bei Markteinführung im Februar – abzurutschen.

OUR FLAGSHIP PRODUCT IN PLATINUM

A CLASSIC WITH NEW APPEAL

A new era began in Autumn 1989 when the Austrian Mint issued the first Vienna Philharmonic in gold. The silver version was first issued in 2008 and the platinum version in February 2016. Gerhard Starsich, CEO of the Austrian Mint, explains how this development came about.

Why did you choose 2016 to start issuing the Vienna Philharmonic in platinum?

Starsich: The expansion of our portfolio is a natural step for us. As a result of the long decline in its price, platinum has become interesting again for investors, and during a business trip to Japan, one of our largest markets, I was able to see the huge demand for platinum myself. I therefore happily seized upon our Japanese partners' idea of the Austrian Mint issuing the Vienna Philharmonic in platinum.

Is platinum more in demand in Japan than elsewhere?

Starsich: Investors in Japan are very well informed and always buy when the price seems favourable to the buyer and an upturn is expected – something they expected in the case of platinum. Just before the financial crisis, an ounce of pure platinum was worth a record US\$ 2,250, then the first major price drop occurred. In 2011, platinum reached a temporary high of around US\$ 1,900 an ounce before dropping to US\$ 936 an ounce in the period up to the launch in February 2016.

The launch of the Vienna Philharmonic in February 2016 did not give you much time to prepare. Was that a big challenge?

Starsich: Our staff make a great team and they pulled out all the stops to mint a sample batch before the New Year. Once the coin was ready for the market, I was able to give the go-ahead and present the product at the World Money Fair in February. We had to be quick so that the low market price for platinum made the launch more meaningful. The market proved us right and we were able to sell more than expected.

Die Markteinführung im Februar 2016 gab Ihnen nicht viel Zeit zur Vorbereitung. War das eine große Herausforderung?

Starsich: Unsere Mitarbeiter sind gut eingespielt und haben noch vor dem Jahreswechsel alles daran gesetzt, eine Erstmenge zu prägen. Nachdem wir gesehen hatten, es klappt hervorragend, konnte ich im neuen Jahr mein „go“ geben und bei der World Money Fair Anfang Februar das Produkt vorstellen. Wir mussten schnell sein, denn natürlich ist eine Markteinführung bei günstigen Platinpreisen sinnvoller. Der Markt hat uns Recht gegeben und wir konnten deutlich mehr absetzen als erhofft.

Ist Japan Ihr stärkster Platinmarkt?

Starsich: Ja, wobei uns der internationale Absatz positiv überrascht hat. In Japan konnte dank der Einführung des Platin-Philharmonikers das drittbeste Jahr für Platinmünzen verzeichnet werden und wir erzielten damit eine Ausweitung unseres Marktanteils in Japan von über 80 Prozent.

Österreicher und Deutsche kaufen sehr viel Gold und Silber. Woran liegt das?

Starsich: Österreich und Deutschland sind die münzaffinsten Märkte der Welt. Das liegt wohl an den Kriegen, die diese Länder und ihre Einwohner miterleben mussten – und an den damit einhergehenden völligen Vermögensverlusten. Deswegen vertrauen die Menschen oft nicht mehr auf Papierversprechen und sagen: Wir wollen einen Teil unseres Vermögens in etwas veranlagen, das man angreifen kann.

Seit wann bröckelt das Vertrauen in klassische Veranlagungen wie Aktien oder Anleihen?

Starsich: Unser Geschäft verläuft zyklisch und wird stark von äußeren Einflüssen bestimmt. Der Auslöser für die große Nachfrage nach Edelmetallen war der Beginn der Finanzkrise 2008. Das lässt sich an unseren Verkaufszahlen eindeutig belegen: 2007 haben wir rund 277.000 Unzen verkauft. Ein Jahr später waren es 1,5 Millionen. Seitdem waren wir immer an der 1-Million-Marke. 2015 waren es 1,3 Millionen Unzen, im Geschäftsjahr 2016 stehen wir bei 834.000 Unzen.

Ihre wichtigsten Märkte?

Starsich: Europa, Japan und die USA. Im dritten Quartal 2016 waren wir sogar wieder Weltmarktführer mit dem Philharmoniker in Gold. Zirka 70 bis 80 Prozent verkaufen wir in Europa.

Is Japan your largest market for platinum?

Starsich: Yes, though sales of the coin in other countries have been a positive surprise for us. In Japan, the launch of the Vienna Philharmonic in platinum accounted for the third best year of sales of platinum coins on record and led to an 80 per cent increase in our market share in the country.

The Austrians and the Germans buy a lot of gold and silver. Why is that?

Starsich: Austria and Germany are the world's most coin-savvy markets. This can be explained by the wars and accompanying total loss of wealth that the two countries and their inhabitants have endured. For this reason, people often no longer trust paper investments and they want to invest a share of their assets in something that they can actually get hold of.

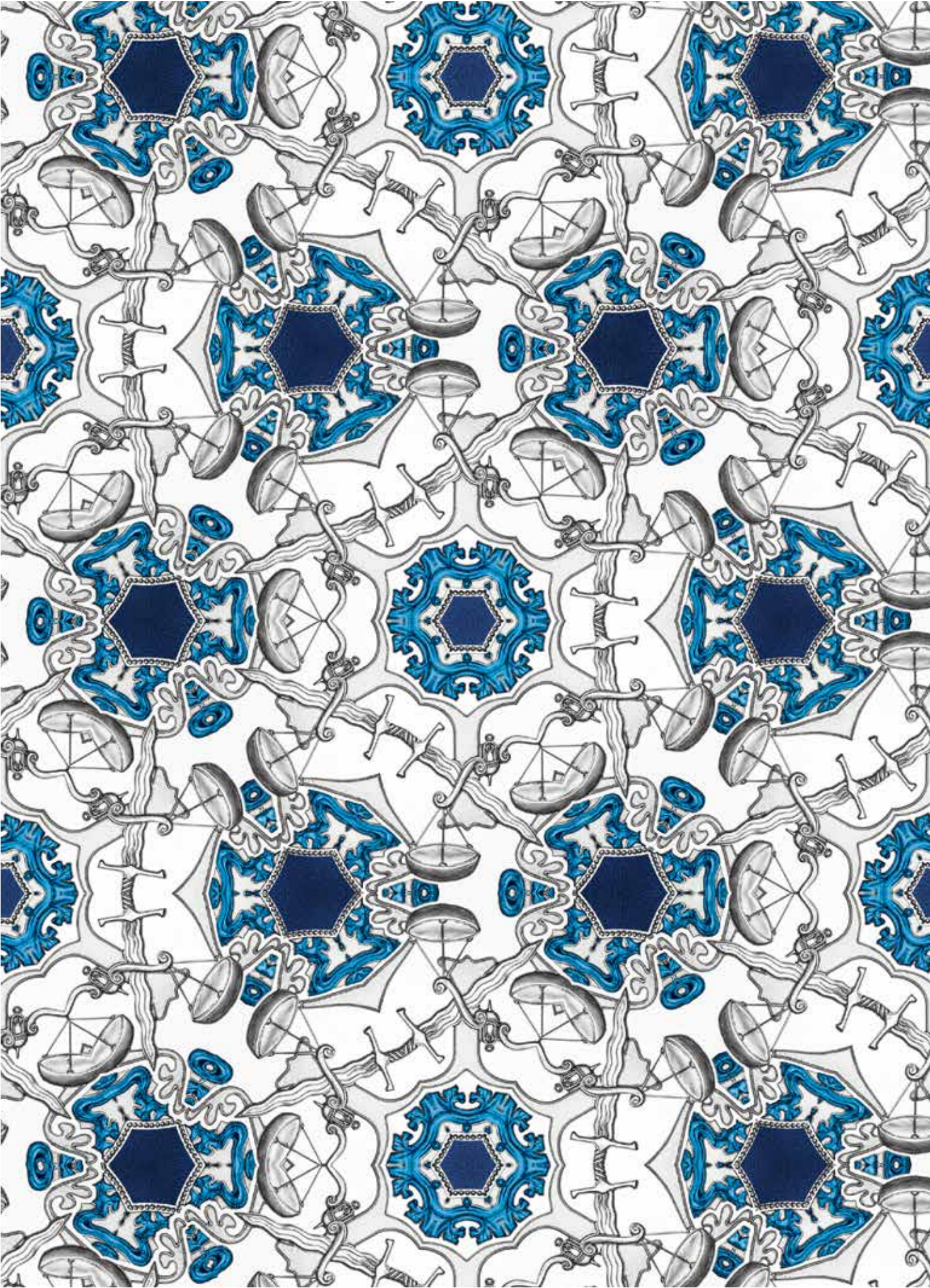


When did trust in classic investments such as shares and bonds crumble?

Starsich: Our business goes in cycles and it is strongly affected by exterior forces. The trigger for the increase in demand for precious metals was the onset of the financial crisis in 2008. Our sales figures are proof of that: we sold around 277,000 ounces of gold in 2007; a year later it was 1.5 million. Since then the figure has been around the million mark. In 2015, it was 1.3 million ounces; in the financial year 2016, it was 834,000.

What are your main markets?

Starsich: Europe, Japan and the United States. In the third quarter of 2016, sales of the Vienna Philharmonic in gold made the Austrian Mint world market leader once again. Approximately 70 to 80 per cent of our sales are made in Europe.



DAS VERTRAUEN TRUST

Das Blau des Himmels ist ein verlässliches Blau, es weist auf das Unendliche,
auf die Ewigkeit, Beständigkeit und Treue hin.

Sky blue is a dependable blue. It indicates the infinite, the eternal, stability and trust.



*Die 10-Euro-Münze „Michael – Der Schutzengel“ ist die erste Münze der interreligiösen Serie an Talisman-Münzen, die ihrem Besitzer Glück bringen, Kraft geben und ihn begleiten und beschützen sollen.
Michael – The Protecting Angel is the first in our interfaith Guardian Angels series of talismanic coins, which feature historic representations of angels.*

EINE VERTRAUENSWÜRDIGE MARKE A TRUSTED BRAND

Münzen – sinnvoll und nachhaltig

Marketing für die *Münze Österreich AG* ist stark von der Überlegung getragen, was der Mensch mit Münzen – neben den Euros in der Geldtasche – anfangen könnte, wozu er sie brauchen könnte. Sinnvolles zu schenken und zu investieren, etwas mitzugeben, an dem man nachhaltig Freude hat, ist eines der wichtigen Kaufmotive. Ein anderes wichtiges Moment ist das Bedürfnis nach Sicherheit, das viele durch den Kauf von Anlagemünzen befriedigt sehen. Goldbesitz bedeutet greifbares Eigentum und gilt als inflationsresistent und beständig. Es behält auch in Krisenzeiten seine Kaufkraft und diese Sicherheit ist mehr denn je gefragt. Daran knüpft das Marketing für die *Münze Österreich AG* an.

Visionen strategisch umsetzen

Kundenorientierung ist die regelmäßige, systematische Erfassung und Analyse der Wünsche, Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden. Daraus folgt deren Umsetzung in Produkte, Dienstleistungen und interaktive Prozesse. Ziel dabei ist es, langfristig stabile und wirtschaftlich sinnvolle Beziehungen zu Kunden aufzubauen. Regelmäßige Marktforschung stellt den eingeschlagenen Weg auf den Prüfstand und ermöglicht es, Erkenntnisse der Marktakzeptanz für die Entwicklung neuer Ideen zu nutzen. Ein Ergebnis dieser Herangehensweise ist, dass sich der eingeschlagene Weg, Münzen als Geschenke und nicht nur als Sammlerstücke zu positionieren, als richtig erwies. Auch die Überlegung, Kinder bereits früh mit Münzen vertraut zu machen und für Erwachsene Geschenke an Kinder zu kreieren, wurde in diesem Verfahren ermittelt. Der Erfolg jeder Marketingstrategie muss sich letztlich an den Verkaufszahlen messen lassen können.

Coins are meaningful and lasting

One of the main considerations of the marketing department of the Austrian Mint is: what purpose do coins serve other than as a means of payment? One of their main purposes is as meaningful and durable gifts that bring joy to those who receive them. Meanwhile, from an investment perspective, the ownership of gold is the ownership of something tangible, which is resistant to inflation and maintains its purchasing power in times of crisis; something more necessary than ever.

Turning strategic vision into reality

Client orientation is the regular, systematic gathering and analysis of the needs, wants and expectations of our customers. This leads to the implementation of products, services and interactive processes, the goal of which is to establish stable, long-term and economically viable relationships with the customer. Regular market research keeps this approach under close scrutiny and helps us evaluate which ideas actually develop into successful products. Evidence of this strategy being the right approach is how we have managed to position commemorative coins not only as collector pieces but also as gifts. The idea of getting children acquainted with coins from an early age, and for adults to give children coins as gifts, was also discovered through this process. The success of any marketing strategy is, however, always measured in terms of sales figures.

„JE TIEFER DAS BLAU WIRD, DESTO TIEFER RUFT ES DEN MENSCHEN IN DAS UNENDLICHE, WECKT IN IHM DIE SEHNSUCHT NACH REINEM UND SCHLIESSLICH ÜBERSINNLICHEM. ES IST DIE FARBE DES HIMMELS.“

“THE DEEPER THE BLUE BECOMES, THE MORE STRONGLY IT CALLS MAN TOWARDS THE INFINITE, AWAKENING IN HIM A DESIRE FOR THE PURE AND, FINALLY, FOR THE SUPERNATURAL.”

Wassily Kandinsky



DAS RÄTSEL DER FARBE BLAU THE ENIGMA OF THE COLOUR BLUE

Blau ist die Farbe des Himmels und des Meeres, der Weite und der Ferne. Weltweit rangiert Blau auf der Beliebtheitskala ganz oben, sowohl bei Frauen als auch bei Männern. In der angelsächsischen Welt werden durch die Farbe Blau Gefühle wie Melancholie und Trauer beschrieben: „to feel blue“. Daher leitet sich auch der Begriff für die Musikrichtung Blues ab.

Blau wird mit vielen positiven Eigenschaften assoziiert. Insbesondere ist sie die Farbe des Vertrauens und der Verlässlichkeit. Ihr wird Wahrheit, Treue und Beständigkeit zugeschrieben.

Die Farbe Blau hat nachweislich psychologische und physiologische Wirkungen: Blaues Licht senkt Atemfrequenz und Blutdruck, verstärkt Kälteempfinden und steigert die Konzentrationsfähigkeit. Zudem soll Blau auch die Kreativität fördern.

Blue is the colour of the sky and the sea, of expanse and distance. All over the world, blue is the most popular colour, both for men and for women. In the Anglo-Saxon world, the colour blue is sometimes associated with feelings of melancholy and sadness.

Blue is also associated with many positive qualities. In particular, it is the colour of trust and reliability. Truth, stability and loyalty are also attributed to it.

Blue has demonstrable psychological and physiological effects: blue light reduces the respiratory rate and blood pressure, accentuates the feeling of cold and increases the power of concentration. In addition, blue is supposed to foster creativity.



INTERVIEW

Mit Sicherheit und Vertrauen Mehrwert schaffen
Added value through security and trust



Mag. Andrea Lang
Bereichsleiterin Marketing und Verkauf
Director of Marketing and Sales

TRUE VALUE

CUSTOMER NEEDS
HAVE TOP PRIORITY

The Austrian Mint's illustrious history and its ownership structure make the company unique. When your history goes back more than 800 years you orientate your business for the long term. This creates trust and security – two factors that are particularly important today and on which Andrea Lang bases her marketing strategy.

'True value' is one of the marketing slogans of the Austrian Mint. Is it also a description of your marketing approach?

Lang: Absolutely. I understand marketing as the orientation of the entire company to the needs of the customer. If you focus on what people really want and need, your marketing is more effective. If you win people's hearts and minds you communicate better with them. This is true for both our private and professional lives, and also when communicating with customers.

What do people need coins for?

Lang: We are increasingly seeing the desire for durable gifts and investments that hold their value. Many people learned a lesson during the recent financial crisis about investing their savings as securely as possible. Everybody who has some money to invest shares this aim and I am not just talking about big investors. All grandparents want to help their grandchildren by giving them some seed money, however little, or by giving them a lasting gift for their birthday.



Münzen als Geschenke für Kinder. Sie sprechen damit vorrangig Erwachsene an, warum?

Lang: Eine Frage der realistischen Markteinschätzung: Kinder werden sich vermutlich weiterhin Spielsachen wünschen, es wird aber Erwachsene in ihrem Umfeld geben, die gerne etwas Nachhaltiges zumindest dazugeben möchten. Die meisten Kinder in Industrieländern haben keinen Mangel an Spielsachen, es verwirrt sie eher der Überfluss.



Der klassische Euro-Münzensatz als Geschenk zur Geburt und Taufe ansprechend verpackt, der Steiff-Teddy mit Umhängetasche für höherwertige Münzen, der eine Geschichte erzählt oder eine Teddybär-Medaille mit der Botschaft „Schön, dass es dich gibt“ – das sind eine Reihe von attraktiven Geschenkangeboten. Wer so den Grundstock gelegt bekommt und in unserer Zeitschrift „Münze Junior“ über Dinosaurier-Münzen oder bunte, nachleuchtende Tier-Taler liest, möchte vielleicht seine Sammlung darum erweitern.

Für die Tier-Taler gibt es auch eine Sammelmappe, die fast schon wie ein Buch gestaltet ist.

Wie wichtig sind Verpackungen?

Lang: Auch für uns gilt, dass möglichst schon die Verpackung die Geschichte des Produktes und sein Versprechen erzählen soll. Die äußere Hülle muss in den Bann ziehen und Begehrlichkeit wecken. Sie sind die Bühne, auf der die wunderbare Arbeit unserer Kollegen aus der Graveurie zur Geltung kommen kann.



Wenn etwas berührt, dann bewegt es auch – auch im Verkauf. 50.000 verkaufte Münzen je Tier-Taler, Menschen-schlangen vor der Münze Österreich AG, Stunden bevor der Shop am Heumarkt öffnet, sprechen dafür, dass die Konzepte von den Menschen angenommen werden. Der Erfolg des Sammelalbums für die im Dunkeln nachleuchtenden, bunten Tier-Taler trägt dazu bei, 15.000 verkaufte Exemplare sind ein respektabler Erfolg.

Your ad campaigns talk about coins as gifts for children when you are primarily addressing adults. Why?

Lang: It is a question of realistic market evaluation: although children probably want to receive toys, adults want to give them something more sustainable. Most children in developed countries have so many toys that they become confused by their overabundance. We offer a variety of attractive gifts for children; for example, our Official Euro Coin Set specially packaged as a gift for new-born babies, which features the Steiff teddy bear with a shoulder bag for storing coins, and our Teddy Bear Medal. Children who get familiarised with coins in this way, then read about dinosaur coins and coloured, glow-in-the-dark animal coins in our coin magazine for children, may one day consider starting their own coin collection.



The Colourful Creatures series comes with a collector album that is designed like a book.

How important is packaging?

Lang: With 50,000 of each coin sold and people queuing outside the Austrian Mint shop hours before it opened, it is clear that the *Colourful Creatures* concept has been embraced by the public. Likewise, with 14,000 sold to date, the success of the *Colourful Creatures* collector album speaks for itself. All packaging needs to tell the product's story and communicate the product's promise. Coins and medals, in particular, demand that you underline their emotional value and address the target group through the packaging, which needs to capture the imagination and make people covet a product. Packaging effectively showcases the amazing artwork of our talented colleagues in the design department. In a nutshell: if something touches you, it sells.



WAHRE WERTE

KUNDENBEDÜRFNISSE HABEN
OBERSTE PRIORITÄT

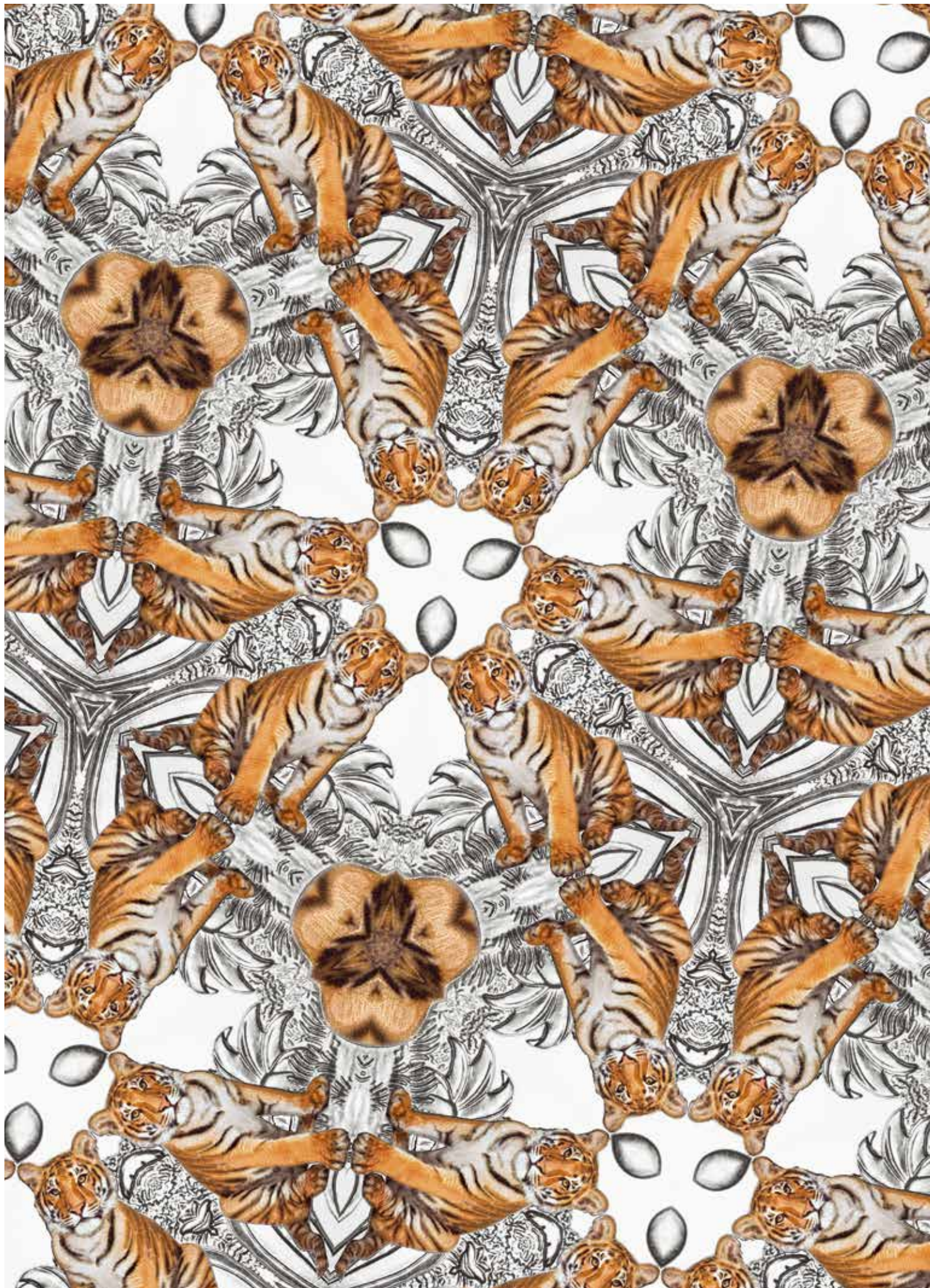
Die Einzigartigkeit der Münze Österreich AG hat mit der langen Unternehmensgeschichte und ihrer Eigentümerstruktur zu tun. Wer mehr als 800 Jahre Geschichte geschrieben hat, richtet sein Unternehmen langfristig aus. Das schafft Vertrauen und Sicherheit – zwei Faktoren, die heute besonders wichtig sind und auf die Mag. Andrea Lang in ihrer Marketingkonzeption aufbaut.

Wahre Werte – eine der Werbebotschaften der Münze Österreich AG. Ist das auch eine Beschreibung Ihres Marketingansatzes?

Lang: Durchaus. Marketing verstehe ich als die konsequente Ausrichtung des gesamten Unternehmens an den Bedürfnissen der Kunden. Wenn wir an dem anknüpfen, was wir wirklich brauchen und empfinden, bewegen wir meist mehr. Das stimmt für unser privates und berufliches Leben, aber auch für die Kommunikation mit den Kunden.

Wozu brauchen Menschen Münzen?

Lang: Wir sehen zunehmend den Wunsch nach nachhaltigen, werthaltigen Geschenken und Investitionen. Viele Menschen haben aus der Finanzkrise die Lehre gezogen, ihr Ersparnis möglichst sicher veranlagen zu wollen. Diesen Wunsch teilen alle, denen zumindest ein bisschen etwas übrig bleibt und das ist keine Frage von Größenordnungen. Großeltern zum Beispiel ist es wichtig, den Enkelkindern mit einem – wenn auch – kleinen Startkapital zu helfen oder etwas Bleibendes zum Geburtstag zu schenken.



DER OPTIMISMUS OPTIMISM

Gelb ist Licht und Helligkeit, ist Ausdruck von jugendlicher Unbeschwertheit und Vitalität und steht für die Zukunft.

Yellow is light and brightness, is an expression of youthful joy and vitality, and stands for the future.



Strahlend auch einer der bunten, im Dunkeln leuchtenden „Tier-Taler“, eine Münze, die die nächste Generation an Münz-Interessierten begeistert. Our new glow-in-the-dark Colourful Creatures series has been designed to appeal to a new generation of coin collectors.

DIE MÜNZE – MORGEN UND ÜBERMORGEN THE MINT – TOMORROW AND THE DAY AFTER

Münzen sammeln – Geschichte(n) zum Anfassen

Die Geschichten, die hinter Münzen stecken, können auch für Kinder sehr faszinierend sein. Aus welchem Land der Erde stammt die Münze? In welchem Zeitalter wurde sie geprägt? Wovon berichtet die Abbildung auf der Münze? Durch Münzen wird Geschichte lebendig.

Generationen für Münzen begeistern

Die *Münze Österreich AG* unternimmt verschiedenste Anstrengungen, Kinder für Münzen zu interessieren: Beim großen Bundesländer-Wettbewerb, im Vorjahr abgeschlossen, haben mehr als 21.000 Kinder Porträts ihrer Heimat eingesandt. Diese Bundesländer-Serie ist ein Beleg dafür, dass Kinder sich für Münzen begeistern.

Im Berichtsjahr 2016 startete die *Münze Österreich AG* die 3-Euro-Tier-Taler-Serie und stellte damit und mit dem dazugehörigen Sammelalbum die Interessen der Kinder in den Mittelpunkt. Denn neben ihrem Nachstrahleffekt ging es auch darum, die Fülle von besonderen Tierarten fühlbar und greifbar zu machen, um das Interesse an der Natur und deren Erhalt für die Zukunft zu stärken.



Coin collecting – touching stories

The stories behind coins can be fascinating for children as well as adults. Which country does the coin come from? In which period in history was it minted? What does the illustration on the coin tell us? Coins bring history to life.

Appealing to new generations of coin collectors

The Austrian Mint uses numerous different approaches to get children interested in coins: during our extensive *Austria Piece by Piece* school competition, which ended last year, more than 21,000 entries depicting their home province were sent in by children, proving that the younger generation are interested in coins.

The 2016 business year saw the start of our *Colourful Creatures* series and its corresponding collector album, which focus on the interests of children. In addition to their glow-in-the-dark effect, the coins also bring to life a wide range of animals. In doing so, the series stimulates the interest of children in nature and its conservation.

„ES GIBT MALER, DIE MACHEN AUS DER SONNE
EINEN GELBEN FLECK, ABER ES GIBT ANDERE,
DIE DANK IHRER KUNST UND INTELLIGENZ EINEN
GELBEN FLECK IN DIE SONNE VERWANDELN.“

“THERE ARE PAINTERS WHO TRANSFORM THE SUN INTO A YELLOW SPOT,
BUT THERE ARE OTHERS WHO, WITH THE HELP OF THEIR ART AND THEIR INTELLIGENCE,
TRANSFORM A YELLOW SPOT INTO THE SUN.”

Pablo Picasso



DIE WIRKUNG DER FARBE GELB THE IMPACT OF THE COLOUR YELLOW

Gelb ist die hellste Farbe überhaupt, wirkt strahlend und warm. Daher wird Gelb mit dem Sonnenlicht assoziiert. Ein von der Sonne ausgehendes Gelb verspricht Erwärmung, Erhellung, Ausweitung, Reifung, Erfüllung und Wachstum der Vegetation. Gelbtöne werden als sanft wahrgenommen und gelegentlich mit Gold gleichgesetzt.

Gelb steht aber ebenso für Wachheit, Kreativität, Inspiration und eine schnelle Auffassungsgabe. Im Gelb ist die Lichtfarbe enthalten, die erweckende, anregende und lebensentfaltende Kraft. Gelb hat etwas Visionäres, auf die Zukunft Gerichtetes. Es verspricht ein Goldenes Zeitalter und schafft das Gefühl von Hoffnung.

Der Farbe Gelb wird nachgesagt, dass sie in unserem Gehirn die Aktivierung unseres Nervensystems beeinflusst und damit geistige Abläufe fördert, das Gedächtnis aktiviert und kommunikative Prozesse angeregt werden.

The lightest colour of all, yellow is radiant and warm, which is why yellow is associated with the sun. Yellow sunlight promises warmth, illumination, expansion, ripening, fulfilment and the growth of vegetation. A yellow tone is perceived as gentle and the colour occasionally compared with gold.

Gold also symbolises alertness, creativity, inspiration and quick thinking. Yellow contains the colour of light, as well as an awakening, motivational and life-giving power. Yellow has a visionary and forward-looking quality and creates a feeling of hope.

The colour yellow is purported to activate our central nervous system and thereby encourage intellectual processes, trigger the memory and stimulate communication.



AUSBLICK OUTLOOK

Münzen für Anleger und Sammler
Coins for investors and collectors

DER MÜNZMARKT BOOMT

WERTVOLL, SELTEN, KOSTBAR

Der Münzmarkt kennt eine ganz grundlegende Unterscheidung: die zwischen Anlage- und Sammlermünzen. Reine Anlagemünzen sind dafür gedacht, Sparer an der Wertentwicklung von raren Schätzen der Erde partizipieren zu lassen. Sammlermünzen erhalten einen zusätzlichen Wert durch ihre historische Bedeutung, ihre Seltenheit, ihre hohe Prägequalität und Ästhetik. Eines der bekanntesten für Investmentzwecke geeigneten Goldstücke der Welt ist der Wiener Philharmoniker. Anders verhält es sich mit Sammlermünzen. Der Geldwert einer Sammlermünze hängt nicht nur am Materialwert, sondern steigt mit seinem Sammlerwert, denn seltene Münzen in guter Qualität sind gesuchte Raritäten.

Die *Münze Österreich AG* prägt jedes Jahr ein umfangreiches Münzprogramm an Sammlermünzen, aus edlen und nicht edlen Metallen. Diese Münzen sind für viele Erinnerungsstücke und einige werden zu begehrten Sammlerobjekten. Ein Beispiel dafür sind die Niob-Münzen der *Münze Österreich AG*, die jeweils in kürzester Zeit nach Erscheinen bereits ausverkauft ist.

Sammlermünzen erleben ein Revival

Die positive Geschäftsentwicklung der *Münze Österreich AG* im Berichtsjahr 2016 ist zu einem erheblichen Teil dem Sammlermünzenmarkt zuzuschreiben. Der Marketing-Ansatz, Münzen als Geschenk zu positionieren, hat am Markt eine positive Bestätigung erfahren. Ihre starke Symbolkraft machen Sammlermünzen zum beliebten Geschenk. So wurde die bereits etablierte Neujahrsmünze im Jahr 2016 durch die Ostermünze ergänzt. Beide Auflagen erfreuten sich großer Nachfrage.

Vor einigen Jahren wurden die Silber-Niob-Münzen erfolgreich als Ostergeschenke positioniert und haben damit einen regelrechten Hype am Sammlermarkt ausgelöst. Neuauflagen sind unmittelbar nach Erscheinen vergriffen und der Sammlerwert bereits erschienener Niob-Münzen wurde erheblich gesteigert. Darüber hinaus haben die Produktinnovationen „Opernballmünze“ und ganz besonders die „3-Euro-Tier-Taler“ den Markt der Sammlermünzen belebt.



Der Wiener Philharmoniker – eine Erfolgsstory in Gold, Silber und Platin.
The Vienna Philharmonic investment coin – a success story in gold, silver and platinum.

THE COIN MARKET IS BOOMING

SYMBOLIC AND SIGNIFICANT

The coin market is generally made up of two separate markets: investment coins and collector coins. Pure investment coins are meant to enable investors to participate in the price development of precious metals. One of the world's most famous gold investment coins is the Austrian Mint's Vienna Philharmonic. Collector coins have a different appeal because their intrinsic historical meaning, their rarity, their high-quality minting and aesthetic appeal give them added value. The financial value of a collector coin is not purely dependent on the precious metal content as attractive high-quality collector coins are often sought-after rarities.

Every year the Austrian Mint issues an extensive range of collector coins made from both precious and non-precious metals, some of which serve as mementos while others develop into much sought-after collector pieces. A good example of the latter is our Silver Niobium series.

Collector coins are undergoing a revival

The positive business development of the Austrian Mint in 2016 can be attributed to a significant extent to our sales of collector coins. Our marketing approach of selling coins as gifts had a positive effect on

E-Commerce und Direktmarketing beleben den Vertrieb; ihr Stellenwert im Unternehmensalltag wächst sukzessive mit den Fortschritten der Informations- und Kommunikationstechnologie und den Erfolgen, die mittels ihres Einsatzes erzielt werden.

Handwerkliches Know-how als Erfolgsbasis

Von dieser Entwicklung profitiert die *Münze Österreich AG*, die ihren weltweiten Ruf der erstklassigen Verarbeitung von Edelmetallen und ihrem besonderen Know-how im Handwerk verdankt. Garantiert wird diese Kompetenz in erster Linie durch die langjährigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die die Münzherstellung als Handwerkskunst auf höchstem Niveau sehen.

Das Know-how der Gestaltung und Produktion von Münzen wurde über Jahrhunderte von einer Generation zur nächsten weitergegeben. Auch heute gibt es keine bessere Lehre, als diese Kunst direkt bei den Meistern zu erlernen. Die *Münze Österreich AG* bietet dazu die beste Möglichkeit und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Produktion und Graveur erreichen ihr einzigartiges Know-how durch training-on-the-job.

Das Management des Unternehmens stellt die laufende Entwicklung und strategische Positionierung mit modernsten Methoden sicher und bildet so die Grundlage für zukünftige Erfolge. Die lange Geschichte und die bedeutende Tradition des Handwerks werden dabei nie aus den Augen verloren, um den Platz unter den weltbesten Münzprägestätten noch lange zu erhalten.



Sammlermünzen: Klassiker und Neuheiten mit Liebe zum Detail.
Both classic and innovative collector coins show our passion for detail.

sales. The symbolic significance of collector coins makes them popular gifts. In 2016, our ever-popular New Year coin was complemented by an Easter coin, both of which sold in great quantities.

For a number of years, the Silver Niobium series has been successfully positioned as an Easter gift, which has created a real sense of hype in the collector coin market and resulted in each new edition of the series selling out even before it had been issued. In addition, our innovative coloured *Vienna Opera Ball* coin and our glow-in-the-dark *Colourful Creatures* series have had a hugely positive effect on our coin sales. E-commerce and direct marketing have stimulated our coin distribution and their importance in the daily business of the Austrian Mint is growing in parallel with the development of information and communication technology.

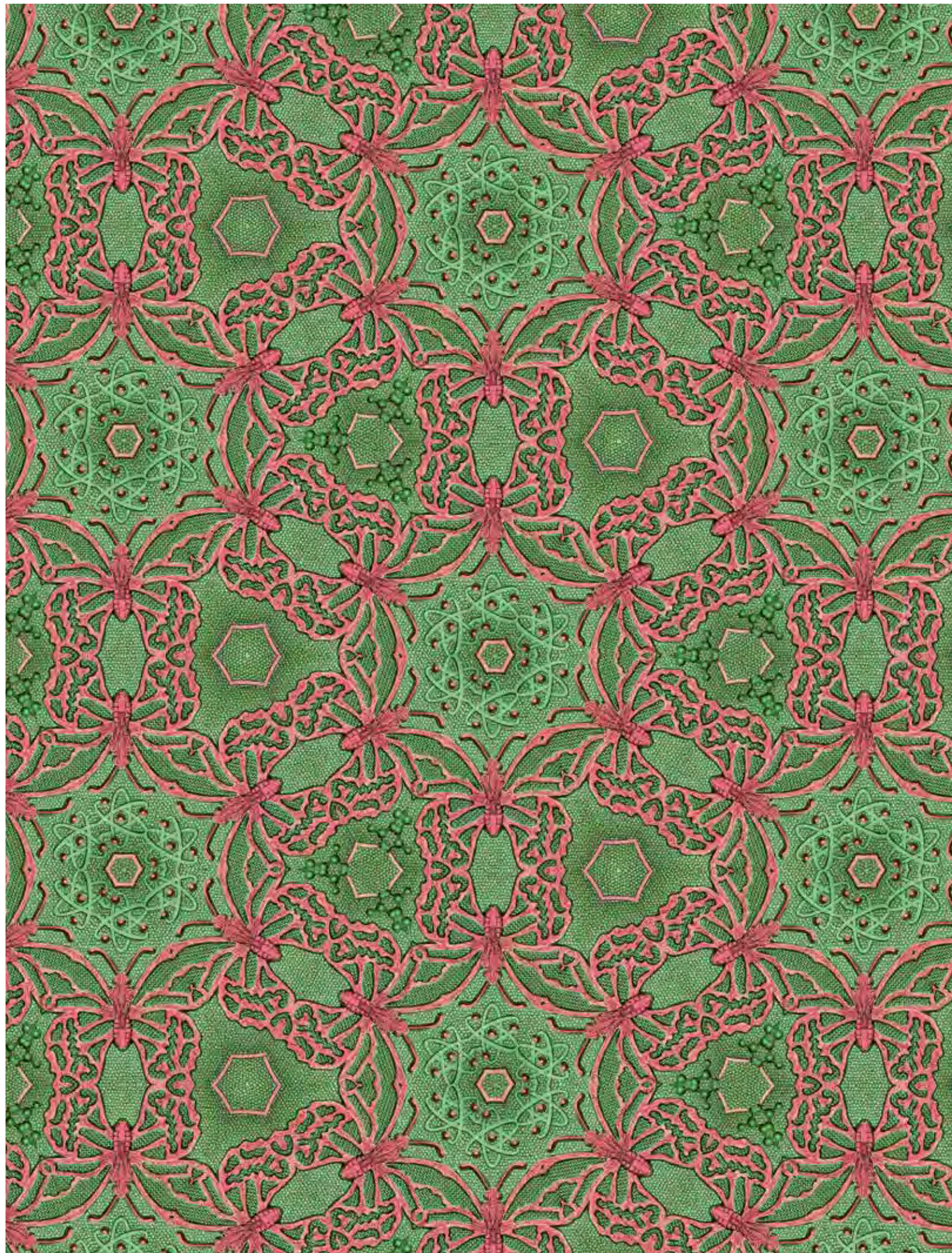
Expertise in craftsmanship as a basis for success

The Austrian Mint benefits from its reputation as a world-class precious metal processor as well as from its unparalleled tradition of craftsmanship. This expertise is guaranteed by the long-serving employees of the Austrian Mint, for whom coin production is an expression of craftsmanship of the very highest standard. The know-how in coin production and design employed at the Austrian Mint has been handed down over the centuries from one generation of our master craftsmen and women to the next. There is no better way to acquire the knowledge and know-how required to produce coins of the very highest quality than to train on the job itself.

The management of the Austrian Mint guarantees the ongoing development of the company through strategic positioning and cutting-edge work processes, which provides a foundation for the company's future success. The Austrian Mint's long and illustrious history and its unparalleled tradition of craftsmanship play a vital role in maintaining the company's position as a global player in the international minting industry and as one of the world's leading mints.



JAHRESABSCHLUSS
FINANCIAL REPORT
2016





BILANZ

			2016	2015
AKTIVA ZUM 31. DEZEMBER	EUR	EUR	EUR	1.000 EUR
A. ANLAGEVERMÖGEN				
I. Immaterielle Vermögensgegenstände				
1. Markenrechte, Lizenzen, Software			642.004,00	316
II. Sachanlagen				
1. Grundstücke und Bauten	14.184.467,32			14.655
2. technische Anlagen und Maschinen	9.389.242,01			8.639
3. andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	2.712.834,34			2.321
4. geleistete Anzahlungen und Anlagen in Bau	439.055,36			483
			26.725.599,03	26.098
III. Finanzanlagen				
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	5.100.000,00			5.100
2. Beteiligungen	26.701.200,27			26.701
3. Wertpapiere (Wertrechte) des Anlagevermögens	95.316.242,70			490.116
			127.117.442,97	521.917
Summe Anlagevermögen			154.485.046,00	548.331
B. UMLAUFVERMÖGEN				
I. Vorräte				
1. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	142.968.019,04			123.088
2. unfertige Erzeugnisse	101.444.881,42			129.141
3. fertige Erzeugnisse und Waren	144.022.396,17			123.234
			388.435.296,63	375.463
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände				
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	538.960,33			326
davon Restlaufzeit mehr als 1 Jahr	(0,00)			(0)
2. Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen	1.395.608,73			1.365
davon Restlaufzeit mehr als 1 Jahr	(0,00)			(0)
3. Forderungen gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	38.498,41			44
davon Restlaufzeit mehr als 1 Jahr	(0,00)			(0)
4. sonstige Forderungen und Vermögensgegenstände	1.088.475,35			3.070
davon Restlaufzeit mehr als 1 Jahr	(0,00)			(0)
			3.061.542,82	4.806
III. Wertpapiere			287.999,97	2.347
IV. Kassenbestand, Kreditkarten, Guthaben bei Kreditinstituten			22.847.054,56	175.831
Summe Umlaufvermögen			414.631.893,98	558.447
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN				
			249.629,38	141
			569.366.569,36	1.106.919

			2016	2015
PASSIVA ZUM 31. DEZEMBER	EUR	EUR	EUR	1.000 EUR
A. EIGENKAPITAL				
I. Grundkapital			6.000.000,00	6.000
II. Kapitalrücklagen				
1. gebundene	8.700.000,00			8.700
2. nicht gebundene	113.900.000,00			113.900
			122.600.000,00	122.600
III. Gewinnrücklagen				
1. andere Rücklagen (freie Rücklage)	18.009.536,12			14.010
IV. Bilanzgewinn	7.302.925,60			62.674
davon Gewinnvortrag	(19.043.438,76)			(20.535)
Summe Eigenkapital			153.912.461,72	205.284
B. RÜCKSTELLUNGEN				
1. Rückstellungen für Abfertigungen	4.500.389,00			5.612
2. Steuerrückstellungen	3.400.000,00			3.200
3. sonstige Rückstellungen	6.253.004,87			5.919
			14.153.393,87	14.731
C. VERBINDLICHKEITEN				
1. erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen		671.560,06		1.354
davon Restlaufzeit bis 1 Jahr	(671.560,00)			(1354)
davon Restlaufzeit mehr als 1 Jahr	(0,00)			(0)
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		62.054.347,73		49.621
davon Restlaufzeit bis 1 Jahr	(62.054.347,73)			(49.589)
davon Restlaufzeit mehr als 1 Jahr	(0,00)			(32)
3. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen		334.988.920,54		833.333
davon Restlaufzeit bis 1 Jahr	(334.988.920,54)			(833.333)
davon Restlaufzeit mehr als 1 Jahr	(0,00)			(0)
4. Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht		62.721,55		40
davon Restlaufzeit bis 1 Jahr	(62.721,55)			(40)
davon Restlaufzeit mehr als 1 Jahr	(0,00)			(0)
5. sonstige Verbindlichkeiten		2.645.504,70		2.556
davon Restlaufzeit bis 1 Jahr	(2.645.504,70)			(2.556)
davon Restlaufzeit mehr als 1 Jahr	(0,00)			(0)
davon aus Steuern	(716.346,54)			(593)
davon im Rahmen der sozialen Sicherheit	(468.896,51)			(443)
Summe Verbindlichkeiten			400.423.054,58	886.904
davon Restlaufzeit bis 1 Jahr	(400.423.054,58)			(886.872)
davon Restlaufzeit mehr als 1 Jahr	(0,00)			(32)
D. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN				
			877.659,19	0
			569.366.569,36	1.106.919
EVENTUALVERBINDLICHKEITEN			27.465.559,34	24.990



GEWINN- UND
VERLUSTRECHNUNG

	2016	2015
	EUR	1.000 EUR
1. Umsatzerlöse	1.166.715.019,47	1.620.407
2. Veränderung des Bestandes an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	-6.879.427,89	23.184
3. sonstige betriebliche Erträge		
a Erträge aus dem Abgang vom und der Zuschreibung zum Anlagevermögen mit Ausnahme der Finanzanlagen	6.200,00	225
b Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	305.427,66	33.505
c übrige	1.677.920,28	501
	1.989.547,94	34.231
4. Aufwendungen für Material und sonstige bezogene Herstellungsleistungen:		
a Materialaufwand	-1.074.710.726,68	-1.541.594
b Aufwendungen für bezogene Leistungen	-2.404.781,50	-3.725
	-1.077.115.508,18	-1.545.319
5. Personalaufwand		
a Gehälter und Bezüge	-14.233.047,97	-14.258
b soziale Aufwendungen	-4.754.245,06	- 4.619
davon Aufwendungen für Altersversorgung	(411.635,17)	(-403)
aa Aufwendungen für Abfertigungen und Leistungen an betriebliche Mitarbeitervorsorgekassen	(-473.039,95)	(-384)
bb Aufwendungen für gesetzlich vorgeschriebene Sozialabgaben sowie vom Entgelt abhängige Abgaben und Pflichtbeiträge	(-3.479.122,70)	(-3.440)
	-18.987.293,03	-18.877
6. Abschreibungen auf immaterielle Gegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-3.569.156,20	- 3.085
7. sonstige betriebliche Aufwendungen		
a Steuern, soweit sie nicht unter Ziffer 17 fallen	-36.638,27	- 24
b übrige	-16.233.124,81	-16.644
	-16.269.763,08	-16.668
8. Zwischensumme aus Z 1 bis 7	45.883.419,03	93.873

	2016	2015
	EUR	1.000 EUR
Zwischensumme aus Z 1 bis 7 (Übertrag)	45.883.419,03	93.873
9. Erträge aus Beteiligungen, davon aus verbundenen Unternehmen	3.661.697,57 (300.000,00)	3.499 (200)
10. Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens, davon aus verbundenen Unternehmen	3.963.300,26 (0,00)	16.968 (0)
11. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge, davon aus verbundenen Unternehmen	205.086,18 (0,00)	317 (5)
12. Erträge aus dem Abgang von und der Zuschreibung zu Finanzanlagen und Wertpapieren des Umlaufvermögens	10.704.496,98	96.189
13. Aufwendungen aus Finanzanlagen und aus Wertpapieren des Umlaufvermögens	-4.317.429,83	-2.835
davon		
a Abschreibungen	(-13.000)	(-2.223)
b davon Aufwendungen aus verbundenen Unternehmen	(0,00)	(-1)
14. Zinsen und ähnliche Aufwendungen, betreffend verbundene Unternehmen	-1.198.778,51 (-656.150,47)	-1.489 (-1.307)
15. Zwischensumme aus Z 9 bis 14	13.018.372,65	112.649
16. Ergebnis vor Steuern (Zwischensumme aus Z 8 und Z 15)	58.901.791,68	206.522
17. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-915.974,41	- 3.513
18. Ergebnis nach Steuern = Jahresüberschuss	57.985.817,27	203.009
19. Auflösung von Gewinnrücklagen	0,00	403.200
20. Zuweisung zu Gewinnrücklagen	-4.000.000,00	0
21. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	19.043.438,76	20.535
22. Zwischensumme	73.029.256,03	626.744
23. Gewinnabfuhr an OeNB	-65.726.330,43	-564.070
24. Bilanzgewinn	7.302.925,60	62.674



LAGEBERICHT DER MÜNZE ÖSTERREICH AG

GESCHÄFTSJAHR 2016

GESCHÄFTSUMFELD UND GESCHÄFTSVERLAUF

Die Weltwirtschaft befand sich 2016 trotz politischer und wirtschaftlicher Unsicherheiten in einer moderaten Erholungsphase. Auch das Brexit-Votum hatte bislang geringere wirtschaftliche Konsequenzen als ursprünglich erwartet.

Das Wirtschaftswachstum in der Europäischen Union ist im abgelaufenen Jahr in einem Umfeld, in dem Rufe nach protektionistischen Maßnahmen wie auch nationalistische Tendenzen lauter wurden, geringfügig auf 1,8 % gesunken.

Die Steigerung der österreichischen Wirtschaftsleistung lag mit 1,5 % zwar über dem Vorjahreswert, konnte jedoch weder das EU-europäische noch das deutsche Wirtschaftswachstum (1,9 %) einstellen. Das Wirtschaftswachstum in den USA reduzierte sich bei einem starken US-Dollar auf 1,6 % nach 2,6 % im Jahr davor. In Russland schrumpfte die Wirtschaftsleistung allerdings in geringerem Umfang als noch im Vorjahr.

Die Inflationsrate lag in Österreich mit rund 1,0 % deutlich über jener der Bundesrepublik Deutschland mit 0,4 % sowie über dem Durchschnitt aller EU-Staaten mit 0,3 %.

Die vorsichtig begonnene Normalisierung der Geldpolitik der US-amerikanischen Notenbank

stärkte gemeinsam mit der wirtschaftlichen Entwicklung in den USA den US-Dollar gegenüber anderen Währungen. Mit dieser Entwicklung verbunden war allerdings auch eine erhöhte Volatilität an den Finanzmärkten.

Das Londoner Goldfixing schwankte im Verlauf des Jahres zwischen dem Tiefstwert im Jänner von 1.072,70 USD/oz und seinem Höchstwert von 1.370,00 USD/oz im Juli. Die Silberpreisentwicklung hatte etwas größere Schwankungen innerhalb des Jahres zu verzeichnen. Nach einem Tiefstwert im Jänner 2016 mit 13,58 USD/oz erreichte Silber im August den Jahreshöchstwert von 20,71 USD/oz. Platin notierte laut Londoner Fixing im Jänner 2016 mit 814,00 USD/oz und einem Jahreshöchstwert von 1.182,00 USD/oz im August.

Das Vertrauen in die solide Wertanlage Edelmetalle hielt auch 2016 an, sodass die *Münze Österreich AG* wiederholt mit Gold- und Silberanlageprodukten einen hohen Absatz erzielte, der unter den Vorjahresmengen lag, jedoch mehr als das Dreifache über den Absatzmengen vor Eintritt der Finanzkrise. Die Markteinführung des Wiener Philharmonikers in Platin war ein großer Erfolg und die Absatzzahlen haben alle Erwartungen übertroffen.

Der Absatz der Sammlerprodukte lag sowohl bei Münzen aus Edelmetallen als auch bei den Münzen aus anderen Metallen über dem Vorjahreswert.

Bei den Umlaufmünzen wurde eine geringere Stückzahl als im Vorjahr produziert und an die Oesterreichische Nationalbank geliefert.

Im Jahr 2016 erwirtschaftete die *Münze Österreich AG* einen Umsatz von 1,2 Mrd. EUR (2015: 1,6 Mrd. EUR).

Das Betriebsergebnis lag mit 45,9 Mio. EUR unter jenem des Vorjahres von 93,9 Mio. EUR, wobei im Jahr 2015 aufgrund einer Novelle des Scheidemünzengesetzes, die Anfang 2016 beschlossen, jedoch rückwirkend mit dem 31.12.2015 in Kraft trat, eine Gewährleistungsrückstellung in Höhe von 33,1 Mio. EUR aufgelöst wurde.

Das Finanzergebnis erreichte 13,0 Mio. EUR und lag somit unter jenem vom Vorjahr in Höhe von 112,6 Mio. EUR, welches die Übertragung der Anteile an der Casinos Austria Aktiengesellschaft, die am 20. März 2015 ex lege an die Österreichische Bundes- und Industriebeteiligungen GmbH (ÖBIB) veräußert wurde, enthielt.

Der Jahresüberschuss erreichte 58,0 Mio. EUR und liegt unter jenem aus 2015 (203,0 Mio. EUR).

Zu den wichtigsten Produkten zählten auch im abgelaufenen Geschäftsjahr Umlaufmünzen, Anlageprodukte in Gold, Silber und Platin, Sammlermünzen aus edlen und unedlen Metallen sowie Halbfabrikate (Münzplättchen aus Gold und Silber sowie Prägungen aus edlen und unedlen Metallen).

Die *Münze Österreich AG* betreibt keine im Firmenbuch eingetragenen Zweigniederlassungen.

Umlaufmünzen

Die gesetzliche Aufgabe der *Münze Österreich AG* ist die Deckung des österreichischen Münzbedarfs mit Euro- und Cent-Münzen. 2016 wurden 103,7 Mio. Stück Münzen an die Oesterreichische Nationalbank geliefert, das ist eine um 71 % unter dem Vorjahr liegende Menge.

Die 2016 an die Oesterreichische Nationalbank gelieferten Münzen umfassten zum überwiegenden Teil die Nominalen 10 bis 50 Cent, gefolgt von den Nominalen 1 und 2 Cent, die jedoch unter den Vorjahreswerten lagen. Weiters wurden 2-Euro-Münzen und 1-Euro-Münzen geliefert.

UMLAUFMÜNZEN	2014	2015	2016
Gesamtmenge			
in Mio. Stück	439,3	360,8	103,7
Nennwert			
in Mio. EUR	73,5	63,4	47,9

Tabelle 1

Tabelle 1 zeigt die Menge der an die Oesterreichische Nationalbank ausgelieferten Umlaufmünzen und deren Nennwerte. Die für Sammlersätze bestimmten Münzen in hohen Prägequalitäten sind in dieser Übersicht nicht berücksichtigt.

Schilling- und Groschen-Münzrücklauf

Der Rücklauf von Schilling- und Groschenmünzen liegt auf konstantem Niveau. Im Jahr 2016 wurden 5,2 Mio. Stück (2015: 5 Mio. Stück) dieser Münzen mit einem Wert von 9,8 Mio. ATS (0,7 Mio. EUR) nach 9,7 Mio. ATS (0,7 Mio. EUR) im Jahr 2015 zurückgelöst. Es wird erwartet, dass sich der Rücklauf von Schilling- und Groschen-Münzen auch künftig auf ungefähr diesem Niveau fortsetzen wird.

Im Jahr 2016 lag die Rücklösung der 500-Schilling-Silbermünzen aus den Ausgabejahren 1989 bis 2001 mit 31.047 Stück und einem Gegenwert von 15,5 Mio. ATS (1,1 Mio. EUR) über dem Vorjahreswert von 24.772 Stück zu 12,4 Mio. ATS (0,9 Mio. EUR).

Gold-, und Silber- und Platinanlageprodukte

Der Umsatz von Anlagegold erreichte 936,4 Mio. EUR und betraf Barren, Bullion- und Handelsgoldmünzen mit einem Gesamtabsatz von 834,6 tsd. Unzen Gold (2015: 1.318,7 tsd. Unzen, Umsatz 1.376,6 Mio. EUR), wobei insbesondere die Verkäufe von Wiener Philharmoniker- und Handelsgoldmünzen den geplanten Absatz übertrafen.

Goldbullion

2016 wurden rund 534,1 tsd. Unzen Gold in Form von Wiener Philharmonikern verkauft; ein hohes Niveau, das die Rekordverkaufszahlen vom Vorjahr allerdings nicht erreicht. Der bedeu-

tendste Markt für den Wiener Philharmoniker war im Jahr 2016 Europa, gefolgt von Japan und Nordamerika. In Japan konnte der Wiener Philharmoniker auch im Jahr 2016 seine Position als Marktführer erfolgreich verteidigen. In Europa lag der Wiener Philharmoniker 2016 ebenfalls auf Platz eins.

Goldbarren

Der Absatz von Goldbarren der *Münze Österreich AG* lag, wie schon in den Vorjahren, auf sehr hohem Niveau. Insgesamt wurden Barren mit einem Gesamtgewicht von 290,1 tsd. Unzen abgesetzt. Der Umsatz lag mit 323,5 Mio. EUR unter dem Vorjahreswert von 547,3 Mio. EUR.

VERKAUF WIENER PHILHARMONIKER IN GOLD	2014	2015	2016
In 1.000 Stück			
20-oz-Münze	0,0	0,0	0,0
1-oz-Münze	418,9	647,1	451,0
1/2-oz-Münze	57,8	101,5	78,5
1/4-oz-Münze	68,4	112,2	91,8
1/10-oz-Münze	147,5	263,4	181,5
1/25-oz-Münze	78,6	88,2	67,9
Insgesamt in 1.000 Stück	771,2	1.212,5	870,7

In 1.000 oz			
20-oz-Münze	0,9	0,4	0,0
1-oz-Münze	418,9	647,1	451,0
1/2-oz-Münze	28,9	50,8	39,2
1/4-oz-Münze	17,1	28,1	23,0
1/10-oz-Münze	14,7	26,3	18,2
1/25-oz-Münze	3,1	3,5	2,7
Insgesamt in 1.000 oz	483,7	756,2	534,1
Umsatz in Mio. EUR	464,2	788,9	601,0

Tabelle 2

VERKAUF GOLDBARREN	2014	2015	2016
Gramm-Goldbarren in Stück			
1 g	20.924	33.031	26.307
2 g	31.751	46.166	44.062
5 g	19.284	30.668	28.993
10 g	27.047	40.199	29.825
20 g	21.682	35.705	21.802
50 g	18.590	31.645	17.022
100 g	30.544	39.157	25.696
250 g	8.564	15.807	7.985
500 g	3.164	4.061	1.481
1.000 g	3.971	3.340	1.750
Summe	185.521	279.779	204.923
10-Unzen-Goldbarren in Stück	650	350	400
Goldbarren gesamt in oz	410.364	524.772	290.149
Umsatz in Mio. EUR	391,7	547,3	323,5

Tabelle 3

Handelsgoldmünzen und Maria-Theresien-Taler

Der Absatz von Handelsgoldmünzen, wie Dukaten, Gulden und Kronen, konnte im Jahr 2016 mit 10,4 tsd. verkauften Unzen Gold (überwiegend Dukaten) nicht an das Vorjahr (2015: 37,7 tsd. Unzen) anschließen.

Von der historischen Nachprägung der seit Jahrhunderten international bekannten Silbermünze Maria-Theresien-Taler wurden 2016 insgesamt 12.443 Stück (2015: 9.777 Stück) verkauft.

Silberbullion

Im Jahr 2016 setzte die *Münze Österreich AG* 3,4 Mio. Stück ab (2015: 7,3 Mio. Stück). Die Hauptmärkte für Silberbullionmünzen waren Europa und Nordamerika.

Die nachgefragte Menge von 3,4 Mio. Stück mit einem Gewicht von je einer Unze entspricht rund 107,3 Tonnen Feinsilber.

WIENER PHILHARMONIKER			
IN SILBER	2014	2015	2016
in Mio. St. bzw. Mio. oz	4,6	7,3	3,4
Umsatz in Mio. EUR	70,5	111,3	56,8

Tabelle 4

Folgende Sammlermünzen wurden 2016 ausgegeben:

SAMMLERMÜNZEN	NENNWERT UND METALL	AUS DER SERIE	AUFLAGE	QUALITÄT
WIENER OPERNBALL	20-Euro-Silbermünze		50.000	Polierte Platte/Proof
20. Jänner 2016				
DÜRERS FELDHASE	5-Euro-Silber- und Kupfermünze		200.000	Normalprägung
24. Februar 2016			50.000	Handgehoben
DIE ZEIT	25-Euro-Silber-Niob-Münze		65.000	Handgehoben
09. März 2016				
DER KUSS	50-Euro-Goldmünze	Klimt und seine Frauen	30.000	Polierte Platte/Proof
13. April 2016				
AMADÉ: DAS GENIE	20-Euro-Silbermünze	Wolfgang – Amadé – Mozart	50.000	Polierte Platte/Proof
11. Mai 2016			130.000	Normalprägung
OBERÖSTERREICH	10-Euro-Silber- und Kupfermünze	Bundesländer-Serie	40.000	Handgehoben
01. Juni 2016			30.000	Polierte Platte/Proof
MOZART: DER MYTHOS	20-Euro-Silbermünze	Wolfgang – Amadé – Mozart	50.000	Polierte Platte/Proof
07. September 2016			130.000	Normalprägung
ÖSTERREICH	10-Euro-Silber- und Kupfermünze	Bundesländer-Serie	40.000	Handgehoben
05. Oktober 2016			30.000	Polierte Platte/Proof
FLEDERMAUS	3-Euro-Münze aus Buntmetall	Die bunte Welt der Tiere	50.000	Handgehoben
05. Oktober 2016				
DER FUCHS	100-Euro-Goldmünze	Unseren Wildtieren auf der Spur	30.000	Polierte Platte/Proof
02. November 2016				
150 JAHRE DONAUWALZER	5-Euro-Silber- und Kupfermünze		200.000	Normalprägung
07. Dezember 2016			50.000	Handgehoben

Tabelle 5

Platinbullion

Im Jahr 2016 erfolgte die Neueinführung des Wiener Philharmonikers in Platin. Die Hauptmärkte für Platinbullionmünzen waren Japan und Europa, dicht gefolgt von Nordamerika. Die nachgefragte Menge von 35.257 Stück entspricht einem Umsatz von 32,2 Mio. EUR.

Sammlermünzen

Sammlermünzen werden nicht nur als Sammel- und Wertanlageobjekte erworben, sondern immer mehr als Geschenk entdeckt. Dies schlägt sich auch in den Verkaufszahlen nieder.

Dieses Geschäftsfeld erreichte bei im Vergleich zum Vorjahr höheren Absatzmengen mit 33,9 Mio. EUR einen über dem Vorjahr liegenden Umsatz (2015: 29,0 Mio. EUR).

Die Struktur des Ausgabeprogramms der Sammlermünzen aus Gold, Silber und Kupfer, das in Marktuntersuchungen Bestätigung fand, wurde auch 2016 beibehalten. Sämtliche Ausgaben von Münzen für Sammler erfolgten termingerecht.

Auch 2016 zählte die *Münze Österreich AG* zu den Gewinnern beim „Coin of the Year“-Award, den die Zeitschrift „World Coin News“ und das Verlagshaus „Krause Publications“ vergeben. Ausgezeichnet wurde die 100-Euro-Münze „Der Auerhahn“ aus der Serie „Unseren Wildtieren auf der Spur“ als beste Goldmünze. Diese Goldmünze wurde auch von einer Fachjury aus mehr als 500 Einreichungen ausgewählt und von der Zeitschrift „Coin Week“ mit ihrer höchsten Münzauszeichnung, dem „2015 Best Coin Design Award“, gewürdigt.

Anlässlich der Mint-Directors-Conference, die in Bangkok stattfand, wurden Auszeichnungen für die schönsten Münzen und aufwendigsten bzw. praktikabelsten Verpackungen weltweit vergeben. Die *Münze Österreich AG* zählte mit drei Preisen zu den erfolgreichsten Vertretern aus der Münzwelt:

„COIN OF THE YEAR“-AWARD 2016
SCHÖNSTE UMLAUFMÜNZE: 1. PREIS
10-Euro-Kupfermünze „Wien“
SCHÖNSTE UNEDLE MÜNZE: 1. PREIS
25-Euro-Silber-Niob-Münze „Kosmologie“
BESTE SERIENVERPACKUNG: 2. PLATZ
„Lebendige Urzeit“

Medaillen (Verlagsmedaillen)

Der Verlagsmedaillensektor umfasst etablierte Traditionsprodukte wie Medaillen, Jetons oder Geschenkartikel. Der Umsatz mit Verlagsmedaillen und Handelswaren erreichte 2016 ein Volumen von etwa 0,8 Mio. EUR (2015: 0,8 Mio. EUR).

Zu den alljährlich neu aufgelegten Produkten dieser Sparte zählen die Kalendermedaillen und Glücksjetons. Als Geschenke und bleibende Erinnerungsstücke sind jene Medaillen der *Münze Österreich AG* gedacht, die zu besonderen Anlässen wie Geburt, Taufe, Erstkommunion, Firmung und Hochzeit angeboten werden.

B2B-Geschäftsfeld

Die Produktpalette des B2B-Geschäftsfeldes umfasst Euro-Umlaufmünzen für Länder der Europäischen Union, Umlaufmünzen für Drittländer, Edelmetallronden in Gold und Silber sowie Münz- bzw. Medaillenprägungen aus edlen und unedlen Metallen.

Die *Münze Österreich AG* gehört zu den erfolgreichsten und wichtigsten Münzprägestalten der Welt. Gemeinsam mit unseren nationalen und internationalen Kunden arbeiten wir kontinuierlich an der Weiterentwicklung unserer wertvollen Produkte.

Die Erzeugnisse der *Münze Österreich AG* stehen für eine internationale Spitzenqualität in Design und Produktion. Die umfassende persönliche Kundenbetreuung beinhaltet die passende Designerstellung und ideale Materialberatung, eine reibungslose Produktion und einen pünktlichen Versand.

Nach einem guten Jahr 2015 mit 42,4 Mio. EUR konnte das Geschäftsvolumen des B2B-Geschäftsfeldes im Jahr 2016 auf rund 60,1 Mio. EUR gesteigert werden. Besonders erfolgreich waren die Goldrondenexporte nach Deutschland und Polen.

Im breiten Produktspektrum des B2B-Geschäftsfeldes wurden 2016 bei den wesentlichen Produktgruppen folgende Entwicklungen verzeichnet:

Umlaufmünzen

Im Geschäftsfeld Umlaufmünzen waren die Highlights die Produktion der 2-Euro-Münze „100 Jahre Anniversary“ sowie ein Euro-Kleinmünzensatz Proof 2016 für einen europäischen Kunden.

Ronden und Prägungen aus Edelmetallen

Im Bereich Edelmetallronden wurde ein Umsatzerlös in Höhe von 56,8 Mio. EUR (2015: 40,7 Mio. EUR) erzielt. Staatliche und private Prägestalten in Europa sind weiterhin der wichtigste Kundenstock. Außerhalb Europas sind der arabische, asiatische und pazifische Markt für den B2B-Bereich der *Münze Österreich AG* von großer Bedeutung.

Mit Münz- und Medaillenprägungen aus edlen und unedlen Metallen wurde 2016 ein Umsatz von 3,1 Mio. EUR erwirtschaftet, wobei auch hier wiederholt neue Kunden und internationale Ausschreibungen gewonnen werden konnten.

Marketing und Vertrieb

Die silberne 5-Euro-Neujahrsmünze „150 Jahre Donauwalzer“ war, wie auch ihre Vorgänger in den Vorjahren, rasch ausverkauft. Zur Erweiterung des erfolgreichen Schwerpunktes „Schenken“ gab die *Münze Österreich AG* daher mit der 5-Euro-Münze „Dürers Feldhase“ erstmals eine „Ostermünze“ heraus, die auf großes Interesse stieß.

Mit der unterhaltsam-informativen 12-teiligen Serie „Die bunte Welt der Tiere“, das sind bunte und in der Nacht leuchtende Münzen, schuf die *Münze Österreich AG* eine optisch ansprechende und finanziell günstige Münze mit edukativem Anspruch für Kinder. Die erste Münze der Serie war bereits nach kurzer Zeit ausverkauft.

Die Nachfrage nach Edelmetallen hat 2016 international nachgelassen, die *Münze Österreich AG* behauptete sich aber weiter gut am Markt und festigte ihre Nummer-1-Position in Europa und Japan.

Trotz dieser Rahmenbedingungen entwickelte die *Münze Österreich AG* auch auf Grund von Nachfragen insbesondere aus Japan in kürzester Zeit eine Wiener Philharmoniker-Münze aus Platin, die jene aus Gold und Silber ergänzt.

Durch den Strukturwandel in der österreichischen Bankenlandschaft gewannen der Eigenvertrieb durch die *Münze Österreich AG* und der Ausbau des Onlinegeschäftes an Bedeutung. Die Vervielfachung des Umsatzes im Onlinegeschäft in den vergangenen Jahren bestätigte den strategischen Ansatz eines weiteren Ausbaus des E-Commerce. Mit Handelspartnern wird an Möglichkeiten gearbeitet, das Businessmodell in die digitale Welt zu übertragen.

Den Marktausbau in Central Eastern Europe (CEE) setzte die *Münze Österreich AG* mit bewährten Partnern erfolgreich fort. Mit Kroatien konnte ein neuer Markt für den Wiener Philharmoniker gewonnen werden.

FINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN

Die Kennzahlen der *Münze Österreich AG* entwickelten sich 2016 im Vergleich zum Vorjahr wie folgt:

UMSATZERLÖSE AUS EIGENPRODUKTEN IN MIO. EUR	2015	2016
Bullionmünzen Gold	788,9	601,0
Bullionmünzen Silber	111,3	56,8
Bullionmünzen Platin	-	32,2
Barren	547,3	323,5
Handelsgoldmünzen	40,4	11,9
Anlagegold, -silber und -platin	1.487,9	1.025,5
Maria-Theresien-Taler u. a.	1,0	1,0
Sammlermünzen	29,0	33,9
Scheidemünzen Euro	63,4	47,9
Medaillen und edle Münzen	1,7	3,1
Halbfabrikate	40,7	56,8
Umlaufmünzen fremd und Materialhandel	0,0	0,2
Halbfabrikate, Medaillen u. a. B2B	42,4	60,1
Altsilber u. a. Schrotterlöse	1,2	2,1
Umsatz brutto – Bruttoerlöse	1.624,9	1.170,4
abzüglich Erlösschmälerungen	5,4	4,6
Nebenerlöse	0,9	1,0
Umsatz netto – Nettoerlöse	1.620,4	1.166,7
davon Inland	1.259,4	816,8
davon Ausland	361,0	349,9
Auslandsanteil in %	22,3	30,0

Tabelle 6

Umsatz- und Ertragsentwicklung

Der Umsatz der *Münze Österreich AG* erreichte im Jahr 2016 rund 1,2 Mrd. EUR und liegt somit rund 28 % unter dem Vorjahresumsatz in Höhe von 1,6 Mrd. EUR. Zum Umsatz trugen insbesondere die Goldanlageprodukte Bullionmünzen und Barren bei.

Das Ergebnis nach Steuern der *Münze Österreich AG* belief sich auf 58,0 Mio. EUR gegenüber 203,0 Mio. EUR im Vorjahr. Der Vorjahreswert enthält sowohl Einmaleffekte aus der Auflösung von Rückstellungen im Zusammenhang mit der Novelle zum Scheidemünzengesetz als auch aus der Veräußerung der Anteile an der Casinos Austria Aktiengesellschaft.

Die in Berichten anderer Unternehmen üblichen Rentabilitätskennzahlen, wie Umsatzrendite, Kapitalrendite etc., wären aufgrund der besonderen rechtlichen Rahmenbedingungen und der nicht vergleichbaren Geschäftssituation der *Münze Österreich AG* wenig bis gar nicht aussagefähig.

Vermögens- und Finanzlage

Die Bilanzstruktur der Aktiengesellschaft weist im Einzelabschluss gegenüber dem Vorjahr vor allem Veränderungen folgender Positionen auf:

Die Bilanzsumme weist 569,4 Mio. EUR gegenüber 1.106,9 Mio. EUR im Vorjahr aus. Die Eigenmittel nach phasenkongruenter Dividendenausschüttung erreichen 153,9 Mio. EUR (2015: 205,3 Mio. EUR). Die Entwicklung der Eigenkapitalquote von 27,0 % im Vergleich zum Vorjahr 18,6 % ist durch die lt. SchMG § 3 Abs. 6 erforderliche phasenkongruente Dividenpassivierung zurückzuführen.

Die starke Veränderung zum Vorjahr resultiert daraus, dass durch die 2016 beschlossene und rückwirkend mit dem 31.12.2015 in Kraft getretene Novelle zum Scheidemünzengesetz der *Münze Österreich AG* die Bildung einer Vorsorge für die Rücknahme von Scheidemünzen untersagt (vgl. § 3 SchMG) wurde. Daher wurde die

Gewährleistungsrückstellung von 33,1 Mio. EUR, die als Vorsorge für die Rücknahme von Scheidemünzen, deren Gewicht oder Erkennbarkeit durch längeren Umlauf verringert wurde und die von der *Münze Österreich AG* auf eigene Kosten zurückgenommen werden müssen, aufgelöst. Weiters wurde die Rücklösungsrücklage von 403,2 Mio. EUR, die als Vorsorge für die Rücklösung von Scheidemünzen (Euro- und Schillingmünzen) gebildet wurde, aufgelöst. Stattdessen übernimmt die Republik Österreich ex lege die Schadloshaltung für sämtliche von der *Münze Österreich AG* ausgegebenen Scheidemünzen (vgl. § 3a SchMG), sofern Verluste die Erlöse unter Berücksichtigung der Prägeaufwendungen dieser Scheidemünzen nicht gedeckt werden können.

Die Cashflow-Rechnung wird nach der indirekten Methode erstellt und stellt sich wie folgt dar:

IN MIO. EUR	2015	2016
Netto-Cashflow aus Geschäftstätigkeit	59,8	51,5
Netto-Cashflow aus Investitionstätigkeit	187,6	401,2
Dividendenausschüttung	-184,8	-607,7

Tabelle 7

Investitionen

Die Investitionen in Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen lagen 2016 in der *Münze Österreich AG* mit 4,5 Mio. EUR unter jenen des Vorjahres (8,1 Mio. EUR).

Im Jahr 2016 wurden in der 2015 errichteten Technikzentrale erste Einbauten vorgenommen, dies sind insbesondere die Abwasseranlage, erste Teile der neuen Niederspannungshauptverteilungsanlage und des Serverraumes.

Wie in den Vorjahren wurden 2016 Erweiterungs- und Ersatzinvestitionen vorgenommen, um den Maschinen- und Anlagenpark der *Münze Österreich AG* auf dem gewohnt hohen und modernen Niveau zu halten und die Innovationskraft des Unternehmens zu stärken.

Ein Schwerpunkt lag dabei unter anderem in der präzisen Analyse- und Prüftechnik. Das

Spektrum reicht vom automatisierten Röntgenfluoreszenzspektrometer über eine zusätzliche Plasmaspektrometrie bis hin zu einem hochpräzisen Digitalmikroskop.

Des Weiteren wurden im Zuge der Umstellung der Philharmonikerverpackung Investitionen in notwendige Werkzeuge, eine kamerabasierte optische Prüfung sowie eine zusätzliche Verpackungsautomatisierung vorgenommen.

Hervorzuheben ist auch die neue Galvanikanlage zum Vergolden und Versilbern im Medaillenwerk als Ersatz der veralteten Anlage, die dem heutigen Stand der Technik vor allem im Bereich der Arbeitssicherheit nicht mehr entsprach.

Nach der erfolgreichen Einführung des bedruckten „Tier-Talers“ wurde weiters eine zweite Tampondruckmaschine beschafft.

FORSCHUNG & ENTWICKLUNG

Gezielte Investitionen in Forschung und Entwicklung sind ein wesentlicher Bestandteil der Unternehmensstrategie. In diesem Bereich wurden sowohl bestehende Initiativen fortgesetzt als auch neue Projekte in Angriff genommen.

Im Rahmen des optimierten Innovationsprozesses, der einen systematischen Ablauf von der Idee bis zur Umsetzung sicherstellt, erfolgte unter anderem die Prototypenherstellung von Münzmustern mit neuartigen Technologien und Werkstoffen. Ein Beispiel für die hervorragende Zusammenarbeit mit externen Partnerunternehmen ist die erfolgreiche Umsetzung der zweifarbigen Silber-Niob-Münze „Der Mikrokosmos“.

Die kontinuierliche enge Zusammenarbeit mit unseren Kunden, insbesondere aus dem B2B-Segment, bleibt ein zentraler Anstoß für weitere Entwicklungen und die Sicherung der Qualitätsführerschaft, da direkt aus der Praxis entscheidende Impulse für Innovationen gewonnen werden können.

Zur Kapazitätserweiterung bei der Bearbeitung wie auch im Sinne des Umweltschutzes und der Arbeitssicherheit optimierte die *Münze Österreich AG* verschiedene ihrer Anlagen und schaffte neue, wie zum Beispiel eine zweite Tampondruckanlage, an. Die jetzt vorhandenen Druckanlagen können nach einer Weiterentwicklung neben den Farbkomponenten zusätzlich nachleuchtende Pigmente in einem Arbeitsschritt aufbringen, weshalb diese Einrichtungen der *Münze Österreich AG* als derzeit vielseitigste und modernste Anlagen weltweit bezeichnet werden können. Das Ergebnis dieser Adaptierung findet sich erstmals auf der im Berichtsjahr herausgegebenen Münze „Fledermaus“.

Im Zuge des Schwerpunktes auf die Verwendung möglichst umweltfreundlicher Verfahren wurde die bestehende Galvanikanlage durch eine moderne ersetzt, die nicht nur den aktuellsten ergonomischen Ansprüchen gerecht wird und höchste umwelt- und arbeitssicherheitsrelevante Normen erfüllt, sondern auch eine deutliche Effizienzsteigerung bei reduziertem Edelmetalleinsatz ermöglicht. Mit der Umstellung von der bisherigen galvanischen Gewichtseinstellung der Goldunzen-Ronden auf ein hochpräzises mechanisches Verfahren konnte hier nicht nur der weitere Einsatz von Chemie vermieden, sondern auch eine Effizienzsteigerung erreicht werden.

Ein Projekt zur Grundlagenforschung im Bereich Eigenschaften von Feinsilber wurde mit dem Institut für Naturwissenschaften und Technologie der Akademie der bildenden Künste abgeschlossen, um mittels gesteigerter Materialkenntnis weitere Optimierungen in diesem Bereich zu ermöglichen.

Im Berichtsjahr wurde die internationale Erstreckung zweier Patente auf verschiedenen Gebieten weiterverfolgt.

Nachhaltige Erfolge durch Qualitätsmanagement

Bereits im Jahr 2001 wurde das Qualitätsmanagementsystem gemäß ISO 9001 eingeführt. Die konsequente Umsetzung in allen Unternehmensbereichen hat seither zahlreiche nachhaltig positive Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg gebracht.

2016 konnte bereits nach der neuesten Norm ISO 9001:2015 zertifiziert werden. Neu gefordert wird darin ein risikobasiertes Denken und Handeln. Nachdem bereits seit einigen Jahren ein Risikomanagement und ein internes Kontrollsystem besteht, konnten die neuen Regeln problemlos erfüllt werden.

Wie auch in den letzten Jahren liegen die Schwerpunkte des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses (KVP) auf der Senkung der Herstellungskosten und der Steigerung der Ausbringungsquoten der Produktion.

2016 wurde das Programm zur Optimierung der Arbeitsplätze weitergeführt und in die indirekten Bereiche ausgeweitet. Führen vor Ort mit Teamtafeln wurde in den Produktionsbereichen umgesetzt bzw. weiterentwickelt.

Die *Münze Österreich AG* nahm an regelmäßigen Lean-Zirkeln mit fünf Unternehmen unterschiedlicher Branchen teil. Ziel ist, gute Lösungen zu erkennen und zu nutzen. Die teilnehmenden Unternehmen wechseln jährlich.

Die Bewertung der Prozesse mit daraus abgeleiteten Verbesserungen unterstützte die erfolgreiche Zertifizierung nach der Norm ISO 9001:2015. 2016 wurden alle Prozesse neu bewertet, die Themen Prozessrisiken und durchgeführte Vereinfachungen kamen als Bewertungskriterien hinzu. Ziel ist eine Vereinfachung der Abläufe. Dies erfolgt parallel zu Aktivitäten in Richtung „Lean Administration“.

UMWELTSCHUTZ

Die *Münze Österreich AG* ist sich ihrer Verpflichtungen im Sinne des Umweltschutzes nicht nur im Rahmen der gesetzlichen Vorgaben, sondern auch auf Grund der Besonderheit ihres Standortes in einem Wohngebiet in der Mitte der Stadt Wien bewusst. Die *Münze Österreich AG* legt großen Wert auf die Reduzierung der von ihr erzeugten Emissionen und ist laufend um eine Minimierung der Auswirkungen ihrer metallverarbeitenden Produktion auf die Umwelt bemüht.

Im Sinne der Nachhaltigkeit wird daher der Umweltschutz im Unternehmen täglich gelebt und spiegelt sich somit auch in vielen kleinen und dennoch effizienten Maßnahmen wider.

Um auch in den kommenden Jahren weitere Verbesserungen bei Energie- und Ressourceneffizienz durchführen zu können, wird an der Einführung eines Energie- und Umweltmanagementsystems gearbeitet. Eine ISO-Zertifizierung dieser Systeme nach ISO 14001 (Umweltmanagement) und ISO 50001 (Energiemanagement) ist geplant.

Im laufenden Berichtszeitraum wurden daher neben den notwendigen Vorleistungen zur Einführung der Managementsysteme folgende Maßnahmen getroffen:

- Gärtnerische Gestaltung der Freiflächen als Beitrag zur Grünflächenbewirtschaftung und als Beitrag zur Stadtbildgestaltung
- Schrittweiser Austausch der Leuchtmittel auf LED-Technik, vor allem in den verbrauchsstarken Bereichen der Produktion
- Optimierung der Betriebsführung der Heizungsanlage durch Verbesserung der Regelcharakteristiken
- Stellenweise Sanierung der baulichen Substanz inkl. Verbesserung der Wärmedämmung durch Einbau von in diesem Sinn höherwertigen Fenstern in Abstimmung mit dem Bundesdenkmalamt

- Im Rahmen der Einführung der Energie- und Umweltmanagementsysteme wurden und werden durch Evaluierung der IST-Situationen weitere Maßnahmen im Sinne der Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung ermittelt und in die laufenden Prozesse eingearbeitet. Die hierzu notwendigen operativen Maßnahmen werden ihren Niederschlag in dem künftigen Umweltprogramm finden.
- Laufende Verbesserungen im Rahmen des Qualitätsmanagements, die letztendlich auch zu Verbesserungen im Sinne des Umweltgedankens führen.

MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

Personalstand

Die durchschnittliche Zahl der Arbeitnehmer während des Geschäftsjahres betrug 216 Angestellte und Beamte (2015: 218 Angestellte und Beamte).

Neben Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im direkten Dienstverhältnis haben auch Leasing-Arbeitskräfte die Personalkapazitäten der *Münze Österreich AG* verstärkt. Sie helfen mit Bedarfsspitzen abzudecken und ermöglichen ein hohes Maß an Flexibilität.

Arbeitnehmer und Sozialbereich

Die Aktionen der Gesundheitsvorsorge wie zum Beispiel Gesundenuntersuchung und Impfaktionen wurden auch im Jahr 2016 fortgeführt. Die bereits im Vorjahr gut angenommene „Rückenschule“, eine Unterweisung zum Thema „gesunder Rücken“ und richtiges Heben und Tragen in Verbindung mit Ausgleichsübungen zur Stärkung der Rückenmuskulatur, wurde wieder angeboten. Außerdem wurden Sehtests für die Bildschirm- und Ausschearbeitsplätze durchgeführt.

Die Arbeitsmedizinerin hielt Raucherberatungen ab und führte Lungenfunktions- sowie Smokerlyzer-Tests durch.

Wie in den Vorjahren wurden auch weiterhin individuelle Vorsorgemaßnahmen fortgesetzt.

Im April 2016 erfolgte die Rezertifizierung des Arbeits- und Gesundheitsschutz-Management-systems nach OHSAS 18001. Diese konnte ohne Abweichungen abgeschlossen werden. Im Sinne eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses wird dieses System ständig weiterentwickelt.

Entlohnungssystem

Die Entlohnung der in der *Münze Österreich AG* tätigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erfolgt zum überwiegenden Teil auf der Basis eines unternehmensspezifischen Kollektivvertrags. Dieser orientiert sich an jenem der Metallindustrie. Die im Unternehmen tätigen Beamten werden nach den für Bundesbedienstete geltenden gesetzlichen Vorschriften entlohnt, wobei die *Münze Österreich AG* die entsprechenden Aufwendungen an die Republik Österreich refundiert.

CHANCEN- UND RISIKOMANAGEMENT

Für die *Münze Österreich AG* ist der Umgang mit Risiken durch ihre besondere Stellung als Unternehmen mit Aufgaben im Bereich des Geldwesens und durch ihre umfangreiche Edelmetallgestionierung ein zentrales Thema.

Die Gesellschaft ist mit einer Anzahl von Risiken konfrontiert, die einem systematischen und kontinuierlichen Risikomanagement unterliegen.

Für alle wesentlichen Einzelrisiken wurden Maßnahmen zur Schadensvermeidung bzw. -minimierung getroffen. Um die Risiken systematisch im Sinne von Corporate Risk Management optimiert

zu bewältigen, wird die gesamte Risikolandschaft der *Münze Österreich AG* regelmäßig analysiert, um die für das Unternehmen wesentlichen Risiken zu identifizieren. Die Risikoaufnahme erfolgt unternehmensweit einheitlich mit der Beschreibung ihrer Ursachen und der möglichen Auswirkungen.

Die Klassifizierung der Risiken erfolgt in einem Risk-Assessment der Führungskräfte der *Münze Österreich AG* mit dem Ergebnis, dass die für das Unternehmen bedeutendsten Risiken benannt und verantwortlichen Risk-Ownern zugeordnet werden.

Weiters wurden detailliert für jedes der Toprisiken präventive und reaktive Risikobewältigungsaktivitäten festgelegt, um das jeweilige Risiko so weit wie möglich zu vermeiden, zu vermindern oder zu überwälzen. Die Risikoüberwachungsmaßnahmen wurden definiert, welche ein nach Messgrößen abgestuftes, laufendes Risk-Monitoring ermöglichen.

Das Risikobewusstsein der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und die Wachsamkeit gegenüber Risiken aus dem Bereich Beschaffung, Vertrieb und Kundenbindung, der technologischen Entwicklung der Produkte sowie Finanz- und Liquiditätsaspekte sind im Unternehmen stark ausgeprägt und gut verwurzelt sowie durch laufende Schulungs- und Informationsveranstaltungen gestärkt.

Seit Inkrafttreten des Unternehmensrechtsänderungsgesetzes 2008 und der darin verankerten Forderungen an ein Internes Kontrollsystem wurde in der *Münze Österreich AG* ein Prüfungsausschuss eingerichtet, der das Risikomanagement und das Interne Kontrollsystem überwacht. Der Prüfungsausschuss erhält auch unmittelbar die Berichte der Internen Revision.

Operative Risiken und Bonitätsrisiken werden laufend im Rahmen eines Value at Risk basierten Enterprise Risk Management Systems evaluiert und dem verfügbaren Kapital des Unternehmens gegenübergestellt.

Die *Münze Österreich AG* vermeidet grundsätzlich finanzielle Risiken. So ist das Geschäftsmodell derart konzipiert, dass Edelmetallpreissrisiken einerseits wie auch Währungsrisiken durch in Dollar notierende Edelmetalle andererseits weitestgehend ausgeschlossen sind. Lieferverpflichtungen von Edelmetallprodukten, die nicht bereits abgesichert sind, werden grundsätzlich erst nach Festlegung des Produktpreises sowie der in das Produkt einfließenden Materialkosten eingegangen.

Dem Liquiditätsrisiko, dass das Unternehmen möglicherweise nicht in der Lage ist, seinen finanziellen Verpflichtungen nachzukommen, wird durch die Haltung einer der geschäftlichen Erfahrung entsprechend ausreichenden Liquiditätsreserve sowie zusätzlich durch einen Bestand an liquiden, kurzfristig veräußerbaren Wertpapieren vorgebeugt.

In Verantwortung für ihre Mitarbeiter ist der *Münze Österreich AG* der Arbeits- und Gesundheitsschutz im Unternehmen ein besonderes Anliegen. Die *Münze Österreich AG* setzt erhebliche Anstrengungen, um in diesem Bereich zu den führenden Unternehmen zu gehören.

Das Scheidemünzengesetz verpflichtet die *Münze Österreich AG* in Umlauf gesetzte Scheidemünzen grundsätzlich gegen Ersatz des Nennwertes zurückzulösen. Hieraus können im Eintrittsfall gegebenenfalls hohe Zahlungsverpflichtungen erwachsen. Im Zuge der im Jahr 2016 beschlossenen und rückwirkend mit dem 31.12.2015 in Kraft getretenen Novelle zum Scheidemünzengesetz wurde der *Münze Österreich AG* die Bildung entsprechender Vorsorgen untersagt. Zur Bedeckung allfälliger Verluste übernimmt die Republik Österreich nunmehr ex lege eine Schadloshaltung für den Fall, dass die Verluste aus der Rücklösung von Scheidemünzen in einem Wirtschaftsjahr die Gewinne der *Münze Österreich AG* aus der Ausgabe solcher Scheidemünzen übersteigen (vgl. § 3a Abs. 1 SchMG).

AUSBLICK

Im Folgenden wird ein Überblick über die erwartete Entwicklung der wichtigsten Geschäftssparten im Jahr 2017 gegeben, wobei Zukunftsaussagen immer nur für den Zeitpunkt gültig sein können, an dem sie getroffen werden, und eine Vielfalt von Faktoren die tatsächlichen Ergebnisse dahingehend beeinflussen kann, dass diese von den prognostizierten Ergebnissen wesentlich abweichen.

Umlaufmünzen

Aufgrund der natürlichen Schwankungen des Münzbedarfs plant die *Münze Österreich AG* für 2017 eine Erhöhung der Prägmenge im Vergleich zu den Vorjahren.

Sammlermünzen

Im Jänner 2017 wird die 20-Euro-Silbermünze „175 Jahre Wiener Philharmoniker“ ausgegeben sowie der Euro-Münzensatz in der Prägequalität Polierte Platte zum Thema „500 Jahre Friedrichsgrab im Wiener Stephansdom“.

Die neue Serie „Engel – Himmlische Boten“, über die unsichtbaren Begleiter, die ihre schützenden Flügel – auch über konfessionelle Grenzen hinweg – ausbreiten, startet im Februar mit der 10-Euro-Münze „Michael – Der Schutzengel“, dem Engelsfürsten. Weiters folgt die in der Nacht leuchtende 3-Euro-Münze „Tiger“ aus der Kinderserie „Die bunte Welt der Tiere“, zu der auch ein lehrreiches und reich illustriertes Sammelalbum für Kinder angeboten wird. Im März erscheint die Ostermünze als 5-Euro-Münze mit dem Titel „Das Osterlamm“.

Im zweiten Quartal erscheint im April die 20-Euro-Silbermünze „Tapferkeit und Entschlossenheit“ aus der neuen Serie „Maria Theresia – Schätze der Geschichte“, der im Mai die 50-Euro-Goldmünze „Sigmund Freud“ aus der Serie „Wiener Schulen der Psychotherapie“ folgt. Im Juni werden die

25-Euro-Silber-Niob-Münze „Der Mikrokosmos“, die wieder mit einem zweifärbigen Niob-Kern produziert wird, und die 3-Euro-Münze „Krokodil“ aus der Kinderserie „Die bunte Welt der Tiere“ ausgegeben.

Im September werden zwei Münzen auf den Markt gebracht: Die 10-Euro-Münze „Gabriel – Der Kraftengel“ aus der Serie „Engel – Himm-lische Boten“, der unter anderem als Talisman die Entscheidungskraft stärken soll, sowie die in der Nacht leuchtende 3-Euro-Münze „Eisvogel“ aus der Kinderserie „Die bunte Welt der Tiere“.

Die 6-teilige Goldmünzenserie „Unseren Wild-tieren auf der Spur“ zeigt im Oktober den Steinbock als Motiv auf der 100-Euro-Münze.

Die zweite 20-Euro-Silbermünze „Gerechtigkeit und Härte“ aus der Serie „Maria Theresia – Schätze der Geschichte“ wird zur Wiederkehr des 300. Geburtstags der Kaiserin im November ausgegeben. Am selben Tag startet die Ausgabe der fünften 3-Euro-Münze „Wolf“ aus der Kinderserie „Die bunte Welt der Tiere“.

Den Programmabschluss 2017 bilden die 5-Euro-Neujahrsmünze 2018 und der Österreichische Euro-Münzensatz 2018 „Handgehoben“.

Wien, am 07. Februar 2017

Der Vorstand


Mag. Gerhard Starsich e. h.

Die Ausgaben der 5-Euro- und 10-Euro-Münzen der Prägequalität Normalprägung werden weiterhin auch im Jahr 2017 in Kupfer angeboten.

Anlageprodukte aus Gold, Silber und Platin
Die Umsätze der Produktgruppe Anlageedelmetall (Wiener Philharmoniker, Barren und Handels-goldmünzen) werden voraussichtlich die außergewöhnlich hohen Vorjahresumsätze nicht mehr erreichen. Die 2016 neu eingeführte Bullionmünze Wiener Philharmoniker in Platin, die 2016 außerordentlich gut verkauft wurde, wird 2017 ebenfalls mit einem vorsichtigeren Verkaufs- und Ertragswert angesetzt.

B2B-Vertrieb
Die intensive Marktbearbeitung und das weitgehende Erreichen der speziellen Produkt-anforderungen der Kunden sowie gute Kunden-kontakte und die hohe Qualität der Produkte tragen weiter zur positiven Entwicklung des B2B-Geschäftes bei. Aufgrund der bereits zu Beginn des Jahres 2017 sehr guten Auftragslage zeichnet sich eine weitere positive Entwicklung dieses Geschäftsfeldes ab.

Ergebniserwartung
Für das Jahr 2017 wird ein deutlich positives Jahresergebnis erwartet.


DI Dr. Manfred Matzinger-Leopold e. h.



BETEILIGUNGEN

NAME	SITZ	ANTEIL	WÄHRUNG	EIGEN-KAPITAL	JAHRES-ÜBERSCHUSS/FEHLBETRAG	JAHR
Schoeller Münzhandel GmbH	Wien	100 %	TEUR	9.503 9.363	338 553	2016 2015
Argor-Heraeus SA	Mendrisio, Schweiz	30,0 %	TCHF	131.728 131.719	12.008 15.477	2016 2015
Print & Mint Services GmbH	Wien	50,0 %	TEUR	373 321	53 88	2016 2015
World Money Fair Holding GmbH	Berlin, Deutschland	16,7 %	TEUR	1.703 1.567	221 1.298	30.06.2016 30.06.2015

Tabelle 8



BALANCE SHEET

			2016	2015
ASSETS AS PER DECEMBER 31	EUR	EUR	EUR	EUR '000
A. FIXED ASSETS				
I. Intangible assets				
1. Trademark rights, licences, software			642,004.00	316
II. Tangible assets				
1. Property and buildings	14,184,467.32			14,655
2. Technical equipment and machinery	9,389,242.01			8,639
3. Other equipment, operating and office equipment	2,712,834.34			2,321
4. Prepayments made and assets under construction	439,055.36			483
			26,725,599.03	26,098
III. Financial assets				
1. Shares in associated companies	5,100,000.00			5,100
2. Participations	26,701,200.27			26,701
3. Fixed asset securities	95,316,242.70			490,116
			127,117,442.97	521,917
Total fixed assets			154,485,046.00	548,331
B. CURRENT ASSETS				
I. Supplies				
1. Raw materials, auxiliary, operating materials	142,968,019.04			123,088
2. Unfinished products	101,444,881.42			129,141
3. Finished products and goods	144,022,396.17			123,234
			388,435,296.63	375,463
II. Receivables and other assets				
1. Trade receivables	538,960.33			326
of which payable after 1 year	(0,00)			(0)
2. Receivables from associated companies	1,395,608.73			1,365
of which payable after 1 year	(0,00)			(0)
3. Receivables from companies in which a participating interest is held	38,498.41			44
of which payable after 1 year	(0,00)			(0)
4. Other receivables and other assets	1,088,475.35			3,070
of which payable after 1 year	(0,00)			(0)
			3,061,542.82	4,806
III. Securities			287,999.97	2,347
IV. Cash at hand, credit cards, bank deposits			22,847,054.56	175,831
Total current assets			414,631,893.98	558,447
C. REPAYMENTS				
			249,629.38	141
			569,366,569.36	1,106,919

			2016	2015
LIABILITIES AS PER 31 DECEMBER	EUR	EUR	EUR	EUR '000
A. EQUITY CAPITAL				
I. Stock capital			6,000,000.00	6,000
II. Capital reserves				
1. Earmarked capital reserves	8,700,000.00			8,700
2. Capital reserves not earmarked	113,900,000.00			113,900
			122,600,000.00	122,600
III. Profit reserves: other reserves				
1. Unallocated reserves		18,009,536.12		14,010
IV. Balance sheet profit		7,302,925.60		62,674
of which profit carried forward		(19,043,438.76)		(20,535)
Total equity			153,912,461.72	205,284
B. RESERVES				
1. Reserves for settlements	4,500,389.00			5,612
2. Tax reserves	3,400,000.00			3,200
3. Other reserves	6,253,004.87			5,919
			14,153,393.87	14,731
C. LIABILITIES				
1. Deposits received for orders		671,560.06		1,354
of which payable within 1 year	(671,560.00)			(1354)
of which payable after 1 year	(0.00)			(0)
2. Trade liabilities		62,054,347.73		49,621
of which payable within 1 year	(62,054,347.73)			(49,589)
of which payable after 1 year	(0.00)			(32)
3. Liabilities to associated companies		334,988,920.54		833,333
of which payable within 1 year	(334,988,920.54)			(833,333)
of which payable after 1 year	(0.00)			(0)
4. Liabilities to companies in which a participating interest is held		62,721.55		40
of which payable within 1 year	(62,721.55)			(40)
of which payable after 1 year	(0.00)			(0)
5. Other liabilities		2,645,504.70		2,556
of which payable within 1 year	(2,645,504.70)			(2,556)
of which payable after 1 year	(0.00)			(0)
of which taxes	(716,346.54)			(593)
of which social security	(468,896.51)			(443)
Total liabilities			400,423,054.58	886,904
of which payable within 1 year	(400,423,054.58)			(886,872)
of which payable after 1 year	(0.00)			(32)
D. ACCRUALS AND DEFERRALS				
			877,659.19	0
			569,366,569.36	1,106,919
POSSIBLE LIABILITIES			27,465,559.34	24,990



PROFIT & LOSS STATEMENT

	2016	2015
	EUR	EUR '000
1. Turnover	1,166,715,019.47	1,620,407
2. Changes in inventory of finished and unfinished products	-6,879,427.89	23,184
3. Other operational income		
a Income from the disposal and appreciation of fixed assets with the exception of financial assets	6,200.00	225
b Income from release of provisions	305,427.66	33,505
c Other income	1,677,920.28	501
	1,989,547.94	34,231
4. Cost of materials and other related manufacturing services		
a Cost of materials	-1,074,710,726.68	-1,541,594
b Cost of related services	-2,404,781.50	-3,725
	-1,077,115,508.18	-1,545,319
5. Personnel cost		
a Salaries and remuneration	-14,233,047.97	-14,258
b Social expenditure	-4,754,245.06	-4,619
of which for retirement provision	(411,635.17)	(-403)
aa Severance payments and contributions to employee severance funds	(-473,039.95)	(-384)
bb Statutory social security contributions and other salary-related charges and compulsory contributions	(-3,479,122.70)	(-3,440)
	-18,987,293.03	-18,877
6. Depreciation of intangible asset items and tangible assets	-3,569,156.20	-3,085
7. Other operational expenses		
a Taxes, provided that they are not included in (17)	-36,638.27	-24
b Miscellaneous	-16,233,124.81	-16,644
	-16,269,763.08	-16,668
8. Subtotal of 1 to 7	45,883,419.03	93,873

	2016	2015
	EUR	EUR '000
Subtotal of 1 to 7 (carried over)	45,883,419.03	93,873
9. Income from participations		
of which from group companies	(300,000.00)	3,499 (200)
10. Income from other securities		
of which from group companies	(0.00)	16,968 (0)
11. Other interest and similar income		
of which from group companies	(0.00)	317 (5)
12. Income from the disposal and acquisition of financial assets and securities of current assets	10,704,496.98	96,189
13. Expenses from financial assets and from securities of current assets, of which the following has to be stated separately	-4,317,429.83	-2,835
a Depreciation	(-13,000)	(-2,223)
b of which costs from group companies	(0.00)	(-1)
14. Interest paid and similar expenses		
of which related to associated companies	(-656,150.47)	-1,489 (-1,307)
15. Subtotal of 9 to 14	13,018,372.65	112,649
16. Pre-tax profit (subtotal of 8 and 15)	58,901,791.68	206,522
17. Taxes related to income and sales	-915,974.41	-3,513
18. Profit after tax = net income	57,985,817.27	203,009
19. Release of retained revenue	0.00	403,200
20. Allocation to revenue reserves	-4,000,000.00	0
21. Profit carried forward from previous year	19,043,438.76	20,535
22. Subtotal	73,029,256.03	626,744
23. Profit transfer to OeNB	-65,726,330.43	-564,070
24. Net profit	7,302,925.60	62,674



STATUS REPORT OF MUENZE OESTERREICH AG [AUSTRIAN MINT CORP.]

FINANCIAL YEAR 2016

BUSINESS ENVIRONMENT AND BUSINESS DEVELOPMENT

Despite economic and political uncertainty, the world economy in 2016 underwent a period of moderate recovery. To date, the effect of the Brexit vote has had fewer economic consequences than originally expected.

In the year in question, economic growth in the European Union fell to 1.8 per cent in the midst of an environment characterised by increasingly vocal nationalistic tendencies and calls for protectionist measures.

At 1.5 per cent, the growth of the Austrian economy was slightly greater than in the preceding year but not as high as the European Union average or German growth (1.9 per cent). In the United States the strong dollar led to a fall in economic growth from 2.6 per cent in the previous year to 1.6 per cent. In the Russian Federation the economy continued to shrink but not as much as in the previous year.

At around 1 per cent, the rate of inflation in Austria was well above that of Germany, at 0.4 per cent, and the European Union average of 0.3 per cent.

The cautious normalisation of monetary policy initiated by the US Federal Reserve along with

economic developments in the United States strengthened the dollar with respect to other currencies. However, this trend was accompanied by increasing volatility in the financial markets.

During the year, the London Gold Fixing price fluctuated between its lowest value of USD 1,072.70 an ounce in January to a peak of USD 1,370.00 an ounce in July. Fluctuations in the price of silver were slightly greater during the year, from a low of USD 13.58 an ounce in January 2016 to the annual high of USD 20.71 in August. As per London Gold Fixing, the price of platinum, USD 814.00 an ounce in January, reached its peak in August, with a figure of USD 1,182.00 an ounce.

Confidence in precious metals as a solid investment remained constant in 2016, and the Austrian Mint once again achieved high turnovers of gold and silver investment products. While sales were still below those of the previous financial year, they remained over three times greater than in the pre-financial crisis period. The launching of the Vienna Philharmonic in platinum proved a great success, with sales figures exceeding all expectations.

Sales figures for collector products were higher than in the previous year, both for precious metal coins and coins struck in other metals.

The number of circulation coins produced and delivered to the Austrian National bank was lower than in the previous year.

In 2016, the Austrian Mint generated a turnover of EUR 1.2 billion (2015: EUR 1.6 billion). At EUR 45.9m, operating profits were below those of the previous year (2015: EUR 93.9m).

However, due to amendments to the Austrian Coin Act that came into force at the beginning of 2016, and backdated to 31 December 2015, a warranty provision of EUR 33.1m was liquidated.

Net financial income of EUR 13.0m was below that of the previous year (EUR 112.6m) as it included the transfer of shares in Casinos Austria that were sold on 20 March 2015 to the Österreichische Bundes- und Industriebeteiligungen GmbH.

Net income reached EUR 58.0m, well below the figure for 2015 of EUR 203.0m

Among the most important products in the financial year in question were circulation coins, investment products in gold, silver and platinum, collector coins in precious and non-precious metals, as well as semi-finished products such as gold and silver blanks and medals in both precious and non-precious metals.

The Austrian Mint no longer runs any subsidiaries that appear in the corporate register.

Circulation coins
It is the Austrian Mint's legal duty to meet Austria's demand for euro and cent coins. In 2016, 103.7 million coins were delivered to the National Bank of Austria, 71 per cent fewer than in the previous year.

In 2016, the majority of the coins supplied to the Austrian National Bank were those with a face value of between 10 and 50 cents, followed by those of one and two cents, but in smaller quantities than in the previous year. One and two euro coins were also supplied.

CIRCULATION COINS	2014	2015	2016
Total pieces in millions	439.3	360.8	103.7
Face value in EUR millions	73.5	63.4	47.9

Table 1

Table 1 shows the quantity of circulation coins supplied to the Austrian National Bank and their face value. High-quality coins for collectors are not included in this overview.

Returns of Schilling and Groschen coins
Returns of Schilling and Groschen coins remained at the same level. In 2016, 5.2 million of these coins (2015: 5.0 million) with a value of ATS 9.8m (EUR 0.7m) were withdrawn from circulation. In comparison, the value of coins returned in 2015 was ATS 9.7m (EUR 0.7m). Returns of Schilling and Groschen coins are expected to continue at more or less the same rate in the future.

In 2016, the number of returns of 500 Schilling silver coins issued between 1989 and 2001 amounted to 31,047 pieces, with a total value of ATS 15.5m or EUR 1.1m. This was above the figure for the previous year (2015: 24,772 pieces, ATS 12.6m, EUR 0.9m).

Gold, silver and platinum investment products

Turnover of investment gold reached a figure of EUR 936.4m and included bars, bullion and investor coins, with a total sales volume of 834.6 thousand ounces of gold (2015: 1,318.7 thousand ounces, turnover EUR 1,376.6m). The sale of Vienna Philharmonics and investor coins in particular was greater than the projected sales volume.

The gold price fell from USD 1,298 per ounce in the first quarter to its lowest level of USD 1,050.6 per ounce in the final quarter.

Gold bullion

In 2016, around 534.1 thousand ounces of gold

in the form of Vienna Philharmonic coins were sold. These are high figures but do not reach the record sales figures of the previous year. The most important market for Vienna Philharmonic coins in 2016 was Europe, followed by Japan and North America. In the Japanese market, the Vienna Philharmonic coin successfully maintained its position as market leader. It was also the best-selling coin in the European market.

Gold bars

As in the previous year, sales of gold bars by the Austrian Mint remained at a very high level. In all, gold bars weighing a total of 290.1 thousand ounces were sold, representing a turnover of EUR 323.5m, well below the previous year's figure of EUR 547.3m.

SALES OF VIENNA PHILHARMONIC IN GOLD	2014	2015	2016
In 1,000 pieces			
20 oz coin	0.0	0.0	0.0
1 oz coin	418.9	647.1	451.0
1/2 oz coin	57.8	101.5	78.5
1/4 oz coin	68.4	112.2	91.8
1/10 oz coin	147.5	263.4	181.5
1/25 oz coin	78.6	88.2	67.9
Total in thousands	771.2	1,212.5	870.7

In 1,000 oz			
20 oz coin	0.9	0.4	0.0
1 oz coin	418.9	647.1	451.0
1/2 oz coin	28.9	50.8	39.2
1/4 oz coin	17.1	28.1	23.0
1/10 oz coin	14.7	26.3	18.2
1/25 oz coin	3.1	3.5	2.7
Total in 1,000 oz	483.7	756.2	534.1
Sales in EUR millions	464.2	788.9	601.0

Table 2

SALES OF GOLD BARS	2014	2015	2016
in pieces			
1 g	20,924	33,031	26,307
2 g	31,751	46,166	44,062
5 g	19,284	30,668	28,993
10 g	27,047	40,199	29,825
20 g	21,682	35,705	21,802
50 g	18,590	31,645	17,022
100 g	30,544	39,157	25,696
250 g	8,564	15,807	7,985
500 g	3,164	4,061	1,481
1,000 g	3,971	3,340	1,750
Total	185,521	279,779	204,923
10 ounce gold bars in pieces	650	350	400
Total gold bars in ounces	410,364	524,772	290,149
Sales in EUR millions	391.7	547.3	323.5

Table 3

Re-strikes and Maria Theresa Talers

Sales of re-strikes such as ducats, gulden and crowns (principally ducats) in 2016 amounted to 10.4 thousand ounces, far below the previous year's figure (2015: 37.7 thousand ounces).

A total of 12,443 pieces of the internationally renowned historic silver re-strike, the Maria Theresa Taler, were sold in 2016 (2015: 9,777).

Silver bullion

In 2016, the Austrian Mint sold 3.4 million silver bullion coins (2015: 7.3 million pieces). The principal markets for silver bullion coins were North America and Europe.

This sales volume of 3.4 million pieces, weighing an ounce each, is the equivalent of 107.3 tons of pure silver.

VIENNA PHILHARMONIC IN SILVER	2014	2015	2016
In millions of pieces/oz	4.6	7.3	3.4
Sales in EUR millions	70.5	111.3	56.8

Table 4

Platinum bullion

In 2016, the new platinum Vienna Philharmonic coin was introduced. The main markets for platinum bullion coins were Europe and Japan, closely followed by North America. A total of 35,257 pieces were sold for a value of EUR 32.2m.

Collector coins

Customers not only purchase collector coins as collectibles or investments but increasingly as gifts for third parties. This trend is reflected in the sales figures for these items.

Turnover in this business segment rose in 2016, with sales of EUR 33.9m, well over the previous year's sales of EUR 29m.

On the basis of market research, the structure of the issuing programme for collector coins in gold, silver and copper was repeated in 2016. All issues of collector coins were carried out on time.

The following collector coins were issued in 2016:

COLLECTOR COINS	FACE VALUE AND METAL	FROM THE SERIES	MINTAGE	QUALITY
VIENNA OPERA BALL 20 January 2016	20 euro silver coin		50,000	Proof
DÜRER'S YOUNG HARE 24 February 2016	5 euro silver an copper coin		200,000 50,000	Uncirculated Special Uncirculated
TIME 09 March 2016	25 euro silver niobium coin		65,000	Special Uncirculated
THE KISS 11 May 2016	50 euro gold coin	Klimt and his Women	30,000	Proof
AMADEUS:THE GENIUS 11 May 2016	20 euro silver coin	Wolfgang – Amadeus – Mozart	50,000	Proof
OBERÖSTERREICH 01 June 2016	10 euro silver and copper coin	Austria Piece by Piece	130,000 40,000 30,000	Uncirculated Special Uncirculated Proof
MOZART: THE LEGEND 7 September 2016	20 euro silver coin	Wolfgang – Amadeus – Mozart	50,000	Proof
AUSTRIA 5 October 2016	10 euro silver and copper coin	Austria Piece by Piece	130,000 40,000 30,000	Uncirculated Special Uncirculated Proof
THE BAT 5 October 2016	3 euro coloured- metal coin	Colourful Creatures	50,000	Special Uncirculated
THE FOX 02 November 2016	100 euro gold coin	Wildlife in our Sights	30,000	Proof
NEW YEAR COIN 2017 7 December 2016	5 euro silver and copper coin		200,000 50,000	Uncirculated Special Uncirculated

Table 5

Once again in 2016, the Austrian Mint was among the winners of the Coin of the Year prizes awarded by the magazine *World Coin News* and the publishing company Krause Publications. The 100 euro *Capercaillie* coin from the *Wild-life in our Sights* series received the first prize in the gold coin category. This gold coin was also awarded *Coin Week* magazine’s most prestigious accolade, the “2015 Best Coin Design Award”, selected by an expert jury from among 500 other submissions.

On the occasion of the Mint Directors Conference in Bangkok, prizes were awarded for the most beautiful coins and the most elaborate/practical packaging worldwide. With three prizes, the Austrian Mint was among the most successful representatives from the world of coins.

COIN OF THE YEAR AWARD 2016
MOST BEAUTIFUL CIRCULATION COIN: 1 st prize. 10 euro copper coin, <i>Vienna</i>
MOST BEAUTIFUL NON-PRECIOUS METAL COIN: 1 st prize. 25 euro Silver Niobium coin, <i>Cosmology</i>
BEST SERIES PACKAGING: 2 st prize. <i>Prehistoric Life: Back from the Dead</i>

Medals (Austrian Mint medals)
The Austrian Mint medal segment comprises established traditional products such as medals, tokens and gift articles. Sales of Austrian Mint medals and retail goods remained steady at around EUR 0.8m in 2016 (2015: EUR 0.8m). New products added annually to this segment include calendar medals and lucky tokens. Austrian Mint medals are intended as gifts or lasting mementos to be given on special occasions such as births, christenings, first communions and weddings.

B2B sales
The B2B product range comprises the minting of euro circulation coins for EU member states, circulation coins for other countries, the production of precious metal blanks in gold and silver as well as the minting of coins and medals in precious and non-precious metals.

As one of the world’s most prestigious and successful coin producers, the Austrian Mint works closely with our domestic and international clients on the continual improvement of our valuable products.

Austrian Mint products are known internationally for their cutting-edge design and production techniques. We offer our customers a comprehensive, personalised service package that includes everything from careful design selection and optimum advice on materials to smooth production processes and timely delivery.

After a good year in 2015, with B2B sales of EUR 42.4m, sales in this sector in 2016 rose dramatically to EUR 60.1m. Notable successes were achieved with the sale of gold blanks to Germany and Poland.

In 2016, the following developments in the Austrian Mint’s extensive B2B product range were noted:

Circulation coins
In the circulation coin segment, the highlights of the year were the production of the ‘100th anniversary’ two euro coin and a Proof quality euro coin set 2016 for a European customer.

Precious metal blanks and coinage
Sales of precious metal blanks reached EUR 56.8m in 2016 (2015: EUR 40.7m). Public and private mints in Europe continued to be our most important clients. Beyond Europe, the Arab, Asian and Pacific markets are of the greatest value to the Austrian Mint in the B2B sector.

Sales of EUR 3.1m were generated in 2015 through the sale of coins and medals struck in precious and non-precious metals. Once again, we were able to gain new clients and bid successfully for international tenders.

Marketing and distribution
Like its predecessor, the silver 5 euro New Year coin celebrating the 150th Anniversary of the Blue Danube, sold out very quickly. In order to take advantage of the success of coins for gift-giving, the Austrian Mint issued an Easter coin for the first time in 2016 – the silver 5 euro *Dürer’s Young Hare*, which was received with great enthusiasm.

With the entertaining and informative 12-coin *Colourful Creatures* series, the Austrian Mint has created visually attractive yet reasonably priced coins for children with an educational angle. The first in the series of these colourful glow-in-the-dark coins sold out within days of its issue.

Although demand for precious metals fell in 2016, the Austrian Mint continued to do well in this market, consolidating its position as market leader in Europe and Japan.

Despite this difficult sales environment, the Austrian Mint was able to rapidly respond to growing demand, particularly from Japan, by speedily developing a platinum version of the Vienna Philharmonic coin to add to the existing gold and silver versions.

Through the structural changes in the Austrian banking environment, the Austrian Mint’s sales activities and the building-up of its online sales platform enabled the company to gain in importance. The multiplication of online sales in the previous years has confirmed the wisdom of strengthening the company’s strategic approach to e-commerce. Together with sales partners, we are looking at every possibility for adapting our business model to the digital world.

In conjunction with trusted partners, the Austrian Mint has been successful in achieving market expansion in Central Eastern Europe. With Croatia we have succeeded in gaining a new market for Vienna Philharmonic coins.

FINANCIAL PERFORMANCE

In comparison with the previous year, the Austrian Mint’s key operating figures for 2016 were as follows:

REVENUE FROM OWN PRODUCTS IN EUR millions	2015	2016
Gold bullion coins	788.9	601.0
Silver bullion coins	111.3	56.8
Platinum bullion coins	-	32.2
Gold bars	547.3	323.5
Re-strikes	40.4	11.9
Investment gold, silver and platinum	1,487.9	1,025.5
Maria Theresa Talers and others	1.0	1.0
Collector coins	29.0	33.9
Euro circulation coins	63.4	47.9
Medals and special products	1.7	3.1
Semi-finished products	40.7	56.8
Circulation coins, foreign and material trading	0.0	0.2
Semi-finished products, medals and B2B products	42.4	60.1
Old silver and scrap	1.2	2.1
Gross	1,624.9	1,170.4
Sales reductions	5.4	4.6
Additional proceeds	0.9	1.0
Net	1,620.4	1,116.7
of which from Austria	1,259.4	816.8
of which from abroad	361.0	349.9
International share in %	22.3	30.0

Table 6

Development of sales and income

The Austrian Mint’s turnover in 2016 was in the region of EUR 1.2 billion, around 28 per cent below the figure of EUR 1.6 billion in 2015. Gold investment products such as bullion coins and bars were of particular importance in the attainment of this figure.

The Austrian Mint’s post-tax profits were EUR 58m in comparison with EUR 203m in the previous year. The 2015 figure included both the one-off effect of the liquidation of the reserve sanctioned by modifications to the Austrian Coin Act and the sale of shares in Casinos Austria.

Profitability ratios that usually feature in other companies’ reports, such as return on sales, return on capital, etc., would only be marginally, if at all, significant to the Austrian Mint, given the specific regulatory framework and unique commercial position in which it operates.

Assets and financial position

The balance sheet structure of the Corporation shows changes in comparison with the previous year, primarily in the following positions.

The balance sheet total reached a sum of EUR 569.4m as opposed to EUR 1,106.9m in 2015. After simultaneous dividend payments, equity capital stood at EUR 153.9m (2015: EUR 205.3m). The drop in the equity capital ratio of 27 per cent (2015: 18.6 per cent) is due to the simultaneous profit distribution required under the regulatory modifications (lt. SchMG § 3 Abs. 6) affecting the provision of funds.

The marked difference in comparison with the previous year is a result of the modifications to the Austrian Coin Act (vgl. § 3 SchMG) that came into force in 2016, and backdated to 31 December 2015, by which the creation of a

reserve fund to cover the redemption of circulation coins on the part of the Austrian Mint was prohibited. Therefore the warranty provision of EUR 33.1m, a reserve for the redemption of circulation coins whose weight or recognisability had been reduced due to prolonged circulation and which had to be taken back by the Austrian Mint at its own expense, was liquidated. Furthermore, the accumulated redemption reserve of EUR 403.2m, for the redemption of circulation coins (both in Euro and Schilling), was also liquidated. In its place, the Republic of Austria undertakes by law to redeem all the coins circulated by the Austrian Mint as long as the losses cannot be covered by the proceeds earned from minting the coins in the first place.

The cash flow statement was prepared using the indirect method and appears as follows:

IN EUR millions	2015	2016
Net cash flow from operating activities	59.8	51.5
Net cash flow from investments	187.6	401.2
Dividend payments	-184.8	-607.7

Table 7

Investments

In 2016, the Austrian Mint’s investments in tangible and intangible assets of EUR 4.5m were well below the figure in the previous year (EUR 8.1m).

The new technology centre building, started in 2015, came into operation in 2016, housing the wastewater plant, the first units of the new power distribution system and the server room.

As in previous years, investments were undertaken towards the expansion and replacement of the Austrian Mint’s machinery and installations in order to maintain the company’s high modern standards and strengthen its capacity to innovate.

This year the focus was on precision analysis and testing technology. Investments included the acquisition of an x-ray fluorescence spectrometer, additional laser-induced breakdown spectroscopy technology and a high-precision digital microscope.

With the changes to the packaging of Vienna Philharmonic coins, further investment was made in important machinery such as camera-based optical testing and further automation of packing processes.

Mention should be made of the new electroplating system for the gold and silver plating of medals, which replaced the rather antiquated machinery that no longer came up to standard, particularly with respect to modern workplace safety standards.

Following the successful introduction of the *Colourful Creatures* series, a second pad printing machine was purchased.

RESEARCH AND DEVELOPMENT

Strategic investment in research and development is an essential part of our corporate strategy. In this field, existing projects were continued and new initiatives put into practice.

In the area of optimised innovation processes, which cover the entire systematic procedure leading from the initial idea all the way through to its realisation, mention should be made of the production of coin prototypes using the latest technology and materials. One example of excellent teamwork with an external partner company was seen in the successful execution of the two-tone Silver Niobium *Cosmology* coin.

An important impulse for further development and assuring quality leadership is the ongoing close cooperation with our customers, particularly those in the B2B sector. In this way, decisive, practical impulses have led to considerable innovations.

In order to achieve increases in output and maintain environmental and work safety standards, the Austrian Mint optimised many of its installations, acquiring, for example, a second pad-printing machine. The currently available printing machines were adapted in order to incorporate the use of

additional luminous pigments, making the Austrian Mint's printing plant the most modern, multi-purpose set-up in the world. The results of this adaptation could be seen for the first time in the year under review with the issue of the *Bat* coin.

As a result of the Austrian Mint's emphasis on employing the most environmentally-friendly production processes, the existing electroplating plant was replaced with a more modern device that respects the latest ergonomic requirements and fulfils the most stringent environmental and work safety norms. Furthermore, the new plant enables greater efficiency by reducing the quantities of precious metals required. Following this changeover, the calibration of the weight of one ounce gold blanks could not only be carried out with greater precision but the further use of chemical products could also be avoided.

Together with the Institute of Natural Sciences and Technology of the Academy of Fine Arts in Vienna, it was agreed to proceed with a research project on the characteristics of fine silver in order to broaden our knowledge of this material and achieve further optimisation in this field.

During the year under review, two of our patents in different fields were expanded internationally.

Sustainable success through quality management

A quality management system pursuant to ISO 9001 was introduced as far back as 2001. By implementing the system in all areas of the Austrian Mint's activities, a wide range of positive sustainable effects has contributed to the success of the company.

In 2016, the company achieved certification for the latest directive, ISO 9001:2015. This includes the new stipulation of risk-based thinking and action. However, since the Austrian Mint has been operating risk management and an internal control system for the last few years, the new regulations could be fulfilled without any problem.

As in previous years, the focus of our continued improvement process has been on reducing manufacturing costs and increasing production yields.

In 2016, the programme for optimising workstations was further developed and its scope extended to indirect areas. On-site talks with team noticeboards were both implemented and extended.

The Austrian Mint regularly took part in lean management circles with five other companies that operate in various different sectors. The aim is to come up with good solutions and to put them into practice. The participating companies change annually.

The evaluation of processes with consequent improvements was at the heart of the successful achievement of ISO 9001: 2105 certification.

In 2016, all processes were newly evaluated, with the themes of process risk and implemented simplification serving as evaluation criteria. The aim is a simplification of processes. This took place in parallel to activities designed to achieve lean administration.

ENVIRONMENTAL PROTECTION

The Austrian Mint is aware of its obligation to protect the environment, not only within the framework of its legal obligations but also with regard to its city-centre location. The Austrian Mint takes great care to reduce its emissions and constantly strives to minimise the effects of its metal-processing production on the environment.

In terms of sustainability, protection of the environment is part of the company's daily routine, as shown by numerous small efficiency measures.

In order to carry on making improvements to energy and resource efficiency in the coming years, we are working on the introduction of an energy and environmental management system. The aim is to achieve ISO certification of this system in compliance with ISO 14001 (environmental management) and ISO 5001 (energy management).

In addition to the obligatory measures for the introduction of the quality management system, the following steps were also taken during the period under review:

- Landscape gardening of free spaces as a contribution towards achieving more green space and improving the visual image of the city.
- Step-by-step substitution of traditional lighting with LED systems, particularly in production areas that have high consumption levels.
- Optimisation of heating systems through improvements to control settings.
- Localised renovation of the basic structure of the building such as insulation and the installation of high-quality windows approved by the Federal Monuments Office, given that the Austrian Mint is housed in a listed building.
- As part of the introduction of energy and environmental management systems, further measures have been and are being taken towards sustainability and the conservation of resources, and are being incorporated into current processes. The effects of these important operative measures will be felt in the future environmental programme.
- Ongoing improvements in the field of quality management will also lead to advances in environmental protection.

EMPLOYEES/HUMAN RESOURCES

Personnel levels

During the year under review, the Austrian Mint had an average of 216 employees and officials (2015: 218 employees and officials).

In addition to staff with permanent employment status, temporary staff members were also employed in order to increase personnel capacities. Temporary staff members assist in meeting peaks of demand and allow a high degree of flexibility.

Employees and social aspects

The initiative to provide all employees with preventative health care (such as medical check-ups and immunisation) was also continued in 2015. Introduced during the previous year, the well-received 'back school' initiative – promoting the theme of 'healthy backs' through the demonstration of the correct ways to lift and carry objects in conjunction with corrective exercises to strengthen back muscles – was once again offered to staff. Sight tests were also carried out on staff whose work entails the use of computer screens and those involved in sorting tasks.

The works doctor ran advice sessions for smokers and carried out lung and Smokerlyzer tests.

As in previous years, many staff development measures were undertaken, both internally and externally.

In April 2016, the OHSAS 18001-certified occupational health and safety management system was successfully approved and recertified. In the name of ongoing improvement, these processes are constantly being further developed.

Remuneration system

Austrian Mint employees are remunerated mainly according to the guidelines of a company-specific collective bargaining agreement. The conditions are based on those of the collective agreement used in the metal industry. Civil servants working at the company are paid in accordance with the legal provisions governing federal employees, with the Austrian Mint reimbursing the relevant expenses to the Republic of Austria.

OPPORTUNITIES AND RISK MANAGEMENT

Dealing with risks is of great importance and a key topic for the Austrian Mint due to its special position as a company that operates in the financial sector as well as being extensively involved in the handling of precious metals.

The Corporation faces a number of risks that are subject to rigorous and continuous risk management.

Steps were taken in the past to avoid or minimise damages resulting from all essential single risks. In order to deal with risks systematically, in accordance with optimised corporate risk management, all of the Austrian Mint's processes and procedures are analysed on a regular basis so as to identify the main risks facing the company. Risks are recorded consistently, across the company as a whole, together with a description of their causes and possible effects.

The classification of risks is carried out in a risk assessment undertaken by leading management figures in the Austrian Mint. This results in the most significant risks facing the company being named and assigned to a "risk owner" who bears responsibility for a specific risk.

Preventive and reactive risk-handling procedures for each of the main risks are established in order to avoid, reduce or transfer each risk, and risk-control measures are defined that enable the categorisation of risk monitoring according to units of measurement.

The risk awareness of staff and their vigilance towards risks in the purchasing, sales and customer loyalty departments, as well as in the technological development of products and aspects of finance and liquidity, is pronounced and deep-rooted in the company, and supported by regular courses and information events.

Since the passing of the Company Law Amendment Act of 2008 and the corresponding requirement for an internal control system, the Austrian Mint has established an audit committee to monitor risk management and the internal control system itself. Furthermore, the audit committee receives internal audit reports directly.

Operative and credit risks are evaluated within the framework of an ongoing value-at-risk-based enterprise risk management system and checked against the company's available capital.

In principle, the Austrian Mint avoids financial risk. Its business model is conceived in such a way that either risks originating in the price of precious metals, or those occurring due to currency fluctuations affecting prices of precious metals quoted in US Dollars, are largely minimised. Obligations to supply any precious metal product whose price is not secured in advance only take place once the product price has been fixed and any extra material costs factored in.

Any liquidity risk arising from the Austrian Mint not being in a position to fulfil its financial obligations is countered by its long-standing policy of retaining a sufficiently large liquidity reserve as well as the portfolio of short-term negotiable securities it has at its disposition.

Out of responsibility to its staff, the Austrian Mint puts special emphasis on occupational health and safety management and makes a considerable effort to guarantee that it is among the leading companies in this respect

Under the Austrian Coin Act, the Austrian Mint is obliged to compensate for the coins it has put into circulation by paying back the face value of the coins. This could potentially give rise to high payment liabilities. As a result of the amendment to the Act that came into force in 2016 and retroactive to 31 December 2015, the Austrian Mint was prohibited from making provisions to cover such an eventuality. To deal with possible losses, the Republic of Austria undertakes by law to honour this liability only in the case that the costs of compensating for the redemption of circulation coins in one financial year is greater than the Austrian Mint's profits from putting such coins into circulation in the first place.

OUTLOOK

An overview of anticipated developments in the most important business areas in 2017 is given below. However, an outlook is only really valid at the point in time when it is made, and numerous factors can influence results to the extent that actual results may deviate significantly from those forecast.

Circulation coins

Due to natural variations in demand for circulation coins, in 2017 the Austrian Mint is planning to mint a larger quantity of these coins than in previous years.

Collector coins

In January 2017, the 20 euro silver *175th Anniversary of the Vienna Philharmonic Orchestra* coin is issued along with the Official Austrian Euro Coin Set 2107 in Proof quality celebrating the 500th anniversary of the completion of the tomb of Holy Roman Emperor Friedrich III (1415-1493).

The issue of the new *Guardian Angels* series begins in February 2017 with the 10 euro silver coin, *Michael – The Protecting Angel*. Inspired by art history, this series features images of these invisible companions from different faiths. This is followed by the glow-in-the-dark 3 euro *Tiger* coin from the children's *Colourful Creatures* series, which comes with an informative and richly illustrated collector album. In March, a 5 euro Easter coin, *The Easter Lamb*, is issued.

In the second quarter, the month of April sees the release of the 20 euro silver coin, *Courage and Determination*, from the *Empress Maria Theresa* series. May will see the issue of the 50 euro *Sigmund Freud* gold coin, the first coin in the *Vienna Schools of Psychotherapy* series. The 25 euro Silver Niobium *Cosmology* coin will appear in June, once again featuring a two-tone niobium core, along with the next 3 euro coin in the *Colourful Creatures* series, the *Crocodile*.

In September, two new coins will be launched: the 10 euro *Gabriel – The Revealing Angel*, from the talismanic *Guardian Angels* series, and a new 3 euro glow-in-the-dark coin, the *Kingfisher*, from the *Colourful Creatures* series.

The latest in the six-coin *Wildlife in Our Sights* series, a 100 euro gold coin depicting the *Alpine Ibex*, appears in October.

In November, the issue of *Justice and Character*, the second 20 euro silver coin in the *Empress Maria Theresa* series, will coincide with the 300th anniversary of the birth of the Empress. On the same day, the *Wolf*, the fifth coin in the *Colourful Creatures* series, will appear.

The 2017 issuing programme ends with the 5 euro New Year Coin 2018 and the Official Austrian Euro Coin Set 2018 in Special Uncirculated quality.

The issue of 5 and 10 euro coins in Uncirculated quality in copper will also be continued in 2017.

Vienna, 7 February 2017

Investment products in gold, silver and platinum

Sales of precious metal investment products (Vienna Philharmonic coins, gold bars and coins) are unlikely to reach the extraordinarily high figures of the previous year. Sales and income generated by the new Vienna Philharmonic bullion coins in platinum, a big seller in 2016, are also likely to be lower.

B2B sales

Intensive market development and the ability to meet customers' special product requirements, along with exceptional customer contacts and the high quality of our products, continue to contribute to the positive development of the B2B area. The excellent state of the order books for 2017 indicates that this business segment will go on experiencing very positive growth.

Expected results

For 2017, a clearly positive annual profit is expected.

The Board of Directors



Gerhard Starsich



Manfred Matzinger-Leopold



PARTICIPATIONS

NAME	LOCATION	EQUITY INTEREST	CURRENCY	EQUITY CAPITAL	PROFIT (LOSS) FOR THE YEAR	YEAR
Schoeller Münzhandel GmbH	Vienna	100 %	EUR '000	9,503 9,363	338 553	2016 2015
Argor-Heraeus SA	Mendrisio, Schweiz	30.0 %	CHF '000	131,728 131,719	12,008 15,477	2016 2015
Print & Mint Services GmbH	Vienna	50.0 %	EUR '000	373 321	53 88	2016 2015
World Money Fair Holding GmbH	Berlin, Germany	16.7 %	EUR '000	1,703 1,567	221 1,298	30.06.2016 30.06.2015

Table 8



KONTAKT

CONTACT

Münze Österreich AG
Am Heumarkt 1
1031 Wien, Österreich
Telefon: +43 1 717 15-0
www.muenzeoesterreich.at

Austrian Mint
Am Heumarkt 1, P.O. Box 181
1031 Vienna, Austria
Phone: +43 1 717 15 - 0
www.austrian-mint.com

Verkauf
Telefon: +43 1 717 15-421
verkauf@muenzeoesterreich.at

Sales department
Phone: +43 1 717 15 - 421
sales@austrian-mint.at

Marketing
Telefon: +43 1 717 15-200
marketing@muenzeoesterreich.at

Marketing
Phone: +43 1 717 15 - 200
marketing@austrian-mint.at

Business-to-Business
Telefon: +43 1 717 15-172
coins@austrian-mint.at

Business-to-Business
Phone: +43 1 717 15 - 172
coins@austrian-mint.at

IMPRESSUM IMPRINT

Medieninhaber, Herausgeber und für den Inhalt verantwortlich; Media owner, publisher and responsible for content
Münze Österreich AG, Am Heumarkt 1, 1031 Wien, Österreich; Austrian Mint, Am Heumarkt 1, 1031 Vienna, Austria

Konzeption: Design by Poppitz **Text:** Münze Österreich AG · **Übersetzung:** Jonathan Gibbons · **Artdirektion:** Design by Poppitz · **Fotografie:** Michael Himml, Michael Stelzhammer, Andreas Balon, APA PictureDesk · **Bildbearbeitung:** Mario Rott · **Druck** Druckerei Wallig **Conception:** Design by Poppitz **Text:** Austrian Mint · **Translation:** Jonathan Gibbons · **Art direction:** Design by Poppitz · **Photography:** Michael Himml, Michael Stelzhammer, Andreas Balon, APA PictureDesk · **Image processing:** Mario Rott · **Print:** Druckerei Wallig

Auf eine durchgehend geschlechtsneutrale Schreibweise wurde zugunsten der besseren Lesbarkeit des Textes verzichtet.

