

Pressemitteilung

Lenzing Aktiengesellschaft
Werkstraße 2
4860 Lenzing, Austria
www.lenzing.com

Telefon +43 (0) 7672 701-2713
Fax +43 (0) 7672 918-2713
E-Mail a.guldt@lenzing.com

Ref. Gua
Datum 16. November 2015

Lenzing präsentiert neue Konzernstrategie „sCore TEN“: Profitables Wachstum mit umweltfreundlichen Spezialfasern

- **Lenzing setzt auf optimale Nutzung von Megatrends**
- **Nachhaltigkeit als wesentlicher Innovations- und Wachstumsmotor**
- **Umsatzerlöse mit Spezialfasern sollen bis 2020 auf 50% gesteigert werden**
- **EBITDA soll bis 2020 um rund 10% pro Jahr wachsen**
- **Steigerung des ROCE auf über 10% bis 2020**

Unter dem Titel „sCore TEN“ präsentiert die Lenzing Gruppe ihre Strategie für die kommenden Jahre. Die wesentlichen Schwerpunkte sind die Stärkung des Kerngeschäfts, die Vertiefung der Zusammenarbeit mit den Kunden entlang der Wertschöpfungskette, die Anhebung des Faser-Spezialitätenanteils auf 50% des Umsatzes bis 2020, der Ausbau der Qualitäts- und Technologieführerschaft bei industriell gefertigten (man-made) Cellulosefasern sowie die Erschließung neuer attraktiver Geschäftsfelder.

Vorstandsvorsitzender Stefan Doboczky: „Wir wollen die Führungsrolle von Lenzing auf dem dynamischen Wachstumsmarkt für man-made Cellulosefasern absichern und ausbauen. Dabei werden wir uns klarer als bisher auf die attraktivsten Segmente im Spezialitätenbereich konzentrieren. Für Lenzing gilt künftig Wert vor Volumen. Unser Fokus liegt auf profitabilem Wachstum.“

Lenzing erwartet, dass die Nachfrage nach man-made Cellulosefasern bis 2020 um 5 bis 6% pro Jahr und damit fast doppelt so schnell wachsen wird wie der weltweite Fasermarkt. Stärkste Wachstumstreiber sind das ungebrochene Bevölkerungswachstum und der Wohlstandszuwachs in den Schwellenländern. So wird der pro-Kopf-Textilverbrauch in den Schwellenländern zwischen 2010 und 2020 voraussichtlich um insgesamt 50 Prozent gestiegen sein. In den Industrieländern wird die Nonwovens-Industrie – ein wichtiger Absatzmarkt von Lenzing – durch die verstärkte

Pressemitteilung

Nachfrage nach Hygieneprodukten profitieren und voraussichtlich doppelt so schnell wachsen wie der Textil-Markt.

Aufbauend auf den großen Megatrends wurde die neue Lenzing Strategie sCore TEN entwickelt. Der Name steht einerseits für eine konsequente Performance-Orientierung (scoring) und Stärkung des Kerngeschäfts (core) sowie andererseits für das langfristige Wachstum des Unternehmens mit Spezialfasern wie Lenzing Modal® und TENCEL® (TEN). sCore TEN basiert auf fünf strategischen Maßnahmen:

- Den Kern stärken: Ein höherer Anteil des Zellstoffbedarfs soll durch Rückwärtsintegration gesichert werden – durch die Erhöhung der konzerneigenen Zellstoffproduktionsmengen und/oder durch den Ausbau von strategischen Kooperationen. Die Qualitäts- und Technologieführerschaft soll weiter ausgebaut werden. Mit einem Programm zur Stärkung der kommerziellen Prozesse soll ein positiver EBITDA-Beitrag von Mio EUR 50 bis zum Jahr 2017 erzielt werden. Der Umbau der technischen Bereiche wird 2016 abgeschlossen.
- Kundennähe: Lenzing plant, regionale Kompetenzzentren für Produktinnovationen aufzubauen und mehr Entscheidungsbefugnisse in die Regionen zu geben. Damit soll die Kundennähe intensiviert werden.
- Spezialisierung: Bis 2020 sollen 50% des Umsatzes aus dem Geschäft mit umweltfreundlichen Spezialfasern wie TENCEL® und Lenzing Modal® sowie mit Viscosoespezialitäten erzielt werden. Je nach Markterfordernissen wird Lenzing die TENCEL® Faserproduktionskapazitäten weiter ausbauen.
- Vorwärtslösungen: Lenzing wird seine Forschungsaktivitäten in ausgesuchten Bereichen der Wertschöpfungskette mit neuen, bahnbrechenden Technologien erweitern.
- Neue Geschäftsfelder: Lenzing wird seine Kernkompetenzen nutzen, um mittel- bis langfristig neue attraktive Geschäftsfelder zu erschließen.

Eine der großen Zukunftsherausforderungen der Faserindustrie besteht angesichts der hohen Nachfrage nach Textilfasern im Thema Nachhaltigkeit. Lenzing verfügt hier über einen großen Wettbewerbsvorteil: Seine Cellulosefasern stammen aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern, werden umweltschonend hergestellt und sind biologisch abbaubar. Speziell die TENCEL® Faser ist in Bezug auf Nachhaltigkeit ein konkurrenzloses Produkt am Markt. TENCEL® ist über alle Parameter hinweg bis zu 17mal umweltfreundlicher als andere Fasern. Die Lenzing Fasern sind

Pressemitteilung

hervorragende Mischungspartner für Baumwolle und Polyester und verbessern deren Nachhaltigkeitsbilanz.

„Im Vergleich zum Vorjahr wollen wir das EBITDA kontinuierlich um 10% pro Jahr steigern und die Kapitalrentabilität (ROCE) bis 2020 auf über 10% anheben. Dabei wollen wir unsere Nettoverschuldung unter dem 2,5fachen des EBITDA halten“, so Doboczky zu den Finanzziele von sCore TEN. Lenzing plant, die notwendigen Investitionen für die Umsetzung dieser Strategie aus eigener Kraft zu finanzieren. Gleichzeitig wird eine Dividende von bis zu 50% des Vorjahres-Nettoergebnisses angestrebt.

Foto Download:

<https://mediadb.lenzing.com/pindownload/login.do?pin=KJSVZ>

Rückfragehinweis:

Mag. Angelika Guldt

Head of Corporate Communication

Telefon: +43 (0) 7672 701-2713

E-Mail: a.guldt@lenzing.com

Dipl.-Ök. Stephanie Kniep

Head of Investor Relations

Telefon: +43 (0) 7672 701-4032

E-Mail: s.kniep@lenzing.com

Die Lenzing Gruppe

Die Lenzing Gruppe ist ein Weltmarktführer mit Sitz in Österreich und Produktionsstätten in allen wichtigen Märkten sowie einem weltweiten Netz an Verkaufs- und Marketingbüros. Lenzing versorgt die globale Textil- und Nonwovens-Industrie mit hochwertigen industriell gefertigten („man-made“) Cellulosefasern. Die Palette reicht von Faserzellstoff, Cellulose-Standard- und Spezialfasern bis zu Engineering-Dienstleistungen.

Lenzing setzt mit Qualität und Innovationskraft Standards auf dem Gebiet der man-made Cellulosefasern. Mit über 75 Jahren Erfahrung in der Faserproduktion ist die Lenzing Gruppe der einzige Hersteller weltweit, der in großindustriellem Maßstab alle drei Generationen von man-made Cellulosefasern – von der klassischen Viscose- über die Modal- bis zur Lyocellfaser (TENCEL®) – unter einem Dach vereint. Der Erfolg der Lenzing Gruppe gründet sich auf eine konsequente Kundenorientierung, gepaart mit Innovations-, Technologie- und Qualitätsführerschaft.

Lenzing bekennt sich zu den Grundsätzen nachhaltigen Wirtschaftens mit sehr hohen Umweltstandards.

Neben ihrem Kerngeschäft Fasern ist die Lenzing Gruppe auch im Geschäftsfeld Engineering und Anlagenbau tätig.

Daten und Fakten 2014:

Umsatz: EUR 1,86 Mrd

Exportanteil: 92,3%

Faserverkauf: 960.000 Tonnen

Mitarbeiter: 6.356

TENCEL®, Lenzing Modal® und Lenzing Viscose® sind registrierte Marken der Lenzing Aktiengesellschaft.
