

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 18. Mai 2015

Lenzing Gruppe: Klare Ergebnisverbesserung im ersten Quartal 2015

- Umsatz steigt dank besserem Produktmix
- Kosteneinsparungen verbessern das operative Ergebnis
- Marktumfeld bleibt schwierig

Das erste Quartal 2015 war für die Lenzing Gruppe von zufriedenstellender Mengennachfrage bei noch immer unbefriedigenden Preisen gekennzeichnet. Ein verbesserter Produktmix, leicht gestiegene Faserabsatzmengen und die verbesserte Kostensituation ermöglichten trotz des anhaltend schwierigen Marktumfeldes eine klare Ergebnisverbesserung.

Die konsolidierten Konzernumsatzerlöse lagen mit EUR 474,6 Mio nach EUR 451,7 Mio um 5,1% über jenen des Vergleichs quartals des Vorjahres. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) verbesserte sich im Jahresvergleich um 28,7% auf EUR 59,6 Mio (nach EUR 46,3 Mio im ersten Quartal 2014). Das entsprach einer EBITDA-Marge von 12,6% (nach 10,2%). Das Betriebsergebnis (EBIT) belief sich in den ersten drei Monaten 2015 auf EUR 27,0 Mio, was im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (EUR 16,7 Mio) einem kräftigen Anstieg von 61,3% entsprach. Die EBIT-Marge lag bei 5,7% (nach 3,7% im ersten Quartal 2014). Das Periodenergebnis hat sich gegenüber dem ersten Quartal 2014 mit EUR 16,6 Mio mehr als verdoppelt (plus 115,3% nach EUR 7,7 Mio).

Das bereinigte Eigenkapital per Ende März 2015 stieg auf EUR 1.113,6 Mio (nach EUR 1.066,1 Mio zu Jahresende 2014), die bereinigte Eigenkapitalquote lag damit bei 45,4% (nach 44,9%). Die Nettofinanzverschuldung stand nahezu unverändert bei EUR 450,1 Mio (nach EUR 449,5 Mio zu Jahresende 2014), das Net Gearing sank auf 40,4% (nach 42,2% Ende 2014).

Weichen auf Erfolgskurs gestellt

„Die im Vorjahr gestartete Marketingoffensive bei Spezialfasern, insbesondere bei TENCEL®, macht sich bezahlt: Wir konnten 2015 bereits erste Preisanhebungen umsetzen und den Spezialitätenanteil im Produktmix deutlich erhöhen. Darüber hinaus haben wir mit umfassenden Struktur- und

Pressemitteilung

Kostenoptimierungen die Weichen gestellt, um in einem anhaltend schwierigen Marktumfeld weitere Ergebnisverbesserungen erzielen zu können“, erläutert Lenzing Vorstandsvorsitzender Peter Untersperger. „Unser Einsparungsprogramm excelLENZ liegt voll im Plan und wird Lenzing ab 2016 Kosteneinsparungen von bis zu EUR 160 Mio p.a. gegenüber 2013 bringen. Außerdem passen wir die technischen Servicebereiche an die rückläufige Investitionstätigkeit der Lenzing Gruppe an und ermöglichen dadurch wichtige Produktivitätssteigerungen.“

Starke Mengennachfrage

Lenzing konnte im Kerngeschäft man-made Cellulosefasern die gute operative Entwicklung des vierten Quartals 2014 auch im ersten Quartal 2015 fortsetzen. Alle Produktionskapazitäten wurden wieder voll ausgelastet. Neben TENCEL® war auch die Nachfrage nach der Spezialfaser Lenzing Modal® sehr erfreulich. Bei Standard-Viscosefaser für textile Einsatzgebiete konnte Lenzing durch selektive Forcierung attraktiver Absatzmärkte und qualitativ hochwertigerer Faserqualitäten eine vergleichsweise gute Entwicklung verzeichnen und den positiven Trend des vierten Quartals 2014 in das neue Jahr mitnehmen.

Der bessere Produktmix führte auch zu einer Anhebung des von Lenzing erzielten Faserdurchschnittspreises vor Fremdwährungseffekten im ersten Quartal 2015 auf 1,68 EUR/kg nach 1,56 EUR/kg im ersten Quartal 2014. Im „like-for-like“-Vergleich ergäbe sich unter Berücksichtigung aller umsatzrelevanten Währungseffekte im ersten Quartal 2015 ein durchschnittlicher Faserpreis von 1,58 EUR/kg.

Ausblick 2015

Der Viscosefasermarkt zeigte zu Beginn des zweiten Quartals 2015 eine leichte Aufwärtsbewegung. Allerdings ist noch nicht absehbar, ob diese Entwicklung auch entsprechend nachhaltig ist. Aufgrund der starken Nachfrage nach Lenzing Fasern rechnen wir weiterhin mit einer Vollauslastung aller Kapazitäten. Im zweiten Quartal 2015 strebt Lenzing weitere Preisanhebungen an. Zudem wird das excelLENZ-Programm mit weiteren zusätzlichen Kosteneinsparungen konsequent weitergeführt. Die sehr gute Entwicklung bei TENCEL® und Lenzing Modal® sowie die verstärkten Marketingaktivitäten auf attraktiven Märkten und bei neuen Kunden lassen eine kontinuierliche Verbesserung des Produktmix und damit sowohl im textilen als auch im Nonwovens-Segment eine gute operative Ertragsentwicklung für den Rest des Jahres erwarten.

Pressemitteilung

Wichtige Kennzahlen nach IFRS, auf Konzernbasis

(in EUR Mio)	1-3/2015	1-3/2014
Konzernumsatzerlöse	474,6	451,7
EBITDA	59,6	46,3
EBITDA-Marge in %	12,6	10,2
Betriebsergebnis EBIT	27,0	16,7
EBIT-Marge in %	5,7	3,7
Periodenergebnis	16,6	7,7
Ergebnis pro Aktie	0,66	0,28
CAPEX ¹	11,2	36,6
	31.03.2015	31.12.2014
Bereinigte Eigenkapitalquote ² in %	45,4	44,9
Mitarbeiter zum Periodenende	6.301	6.356

1) Betrifft Investitionen in immaterielle Anlagen und Sachanlagen

2) Bereinigtes Eigenkapital (Eigenkapital inkl. Zuschüsse aus öffentlichen Mitteln abzgl. anteiliger latenter Steuern) im Verhältnis zur Bilanzsumme

Rückfragehinweis:

Mag. Angelika Guldt

Head of Corporate Communications

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® und Lenzing Modal® sind registrierte Marken der Lenzing Gruppe.