

Lenzing Aktiengesellschaft  
Werkstraße 2  
4860 Lenzing, Austria  
[www.lenzing.com](http://www.lenzing.com)

**Telefon** +43 7672 701 2743

**Fax** +43 7672 918 2743

**E-Mail** [f.miermans@lenzing.com](mailto:f.miermans@lenzing.com)

**Datum** 06. November 2019

## **Lenzing solide in sehr schwierigem Marktumfeld**

- Weiterhin positive Entwicklung des Spezialitätengeschäftes mit bereits 49,8 Prozent Umsatzanteil
- Erweiterung der Spezialfaser- und Faserzellstoffkapazitäten im Sinne der sCore TEN Strategie im Fokus
- Zunehmende Handelsspannungen setzen textile Wertschöpfungskette unter Druck – Preise für Standardviscose auf historischen Tiefständen
- Investitionen von EUR 100 Mio. zur Erreichung ambitionierter Klimaziele

Lenzing – Die Lenzing Gruppe setzte ihre solide Geschäftsentwicklung trotz einer deutlich angespannteren Marktsituation auch im 3. Quartal 2019 fort. Die konsequente Umsetzung der Unternehmensstrategie sCore TEN und der Fokus auf Spezialitäten wirkten sich erneut positiv aus, wodurch der Umsatz- und Ergebnisrückgang in den ersten drei Quartalen 2019 bedingt durch die historisch niedrigen Preise für Standardviscose deutlich gemindert werden konnte.

Die Umsatzerlöse der Lenzing Gruppe entwickelten sich trotz der stark rückläufigen Preise für Standardviscose auf einem ähnlichen Niveau wie im Vorjahreszeitraum und lagen bei EUR 1,62 Mrd. (minus 1,1 Prozent). Durch die weitere Optimierung des Produktmix und höhere Preise für Spezialfasern konnte der Rückgang aber größtenteils kompensiert werden; der Anteil der Spezialfasern an den Umsatzerlösen lag mit 49,8 Prozent deutlich über dem Vergleichswert des Vorjahres von 44,1 Prozent. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) ging vor allem aufgrund des Marktumfeldes für Standardviscose um 8,1 Prozent auf EUR 266,9 Mio. zurück. Das führte zu einer niedrigeren EBITDA-Marge von 16,5 Prozent (nach 17,8 Prozent im Vergleichszeitraum des Vorjahres). Das Betriebsergebnis (EBIT) sank um 19,3 Prozent auf EUR 153,5 Mio. Die EBIT-Marge lag mit 9,5 Prozent unter dem Vergleichswert des Vorjahres von 11,6 Prozent. Das Periodenergebnis lag mit EUR 112,9 Mio. um 15,6 Prozent unter dem Vorjahreswert. Das Ergebnis je Aktie belief sich auf EUR 4,41 (Vorjahreszeitraum: EUR 5,06).

„Lenzing ist mit ihrer strategischen Ausrichtung und ihrem starken Fokus auf Spezialfasern sehr gut aufgestellt. Das zeigt sich mehr denn je im aktuellen Marktumfeld mit verschärften Handelskonflikten und historisch

niedrigen Preisen für Standardviscose. Die Unsicherheit ist in der gesamten textilen Wertschöpfungskette zu spüren und führt zu einer deutlich gedämpften Nachfrage. Dank der Performance unserer Spezialitäten haben wir dennoch ein solides Ergebnis erzielen können“, sagt Stefan Doboczky, Vorstandsvorsitzender der Lenzing Gruppe. „Während die Gewinnsituation vieler Unternehmen in der textilen Wertschöpfungskette angespannt ist, sind wir dank unserer Spezialitätenstrategie weiterhin optimistisch und erwarten ein zufriedenstellendes Gesamtjahresergebnis“, so Doboczky.

Die Investitionen in immaterielle Anlagen und Sachanlagen (CAPEX) gingen im Berichtszeitraum um 8,3 Prozent auf EUR 159,7 Mio. zurück. Dieser Rückgang ist im Wesentlichen auf den Abschluss des Expansionsprojektes in Heiligenkreuz im Jahr 2018 sowie die laufenden Planungen für die Großprojekte in Brasilien und Thailand, die sich erst in den kommenden Quartalen auf das Investitionsvolumen auswirken, zurückzuführen. Die Erweiterung der Spezialfaser- und Faserzellstoffkapazitäten im Sinne der Unternehmensstrategie sCore TEN stellte auch in den ersten drei Quartalen 2019 den Schwerpunkt der Investitionsaktivitäten der Lenzing Gruppe dar.

### **Erweiterung der Spezialfaser-Kapazitäten**

Lenzing setzt durch den Ausbau der Produktion von Spezialfasern den Fokus auf stabiles und profitables Wachstum sowie eine Verbesserung des ökologischen Fußabdruckes der Textil- und Vliesstoffbranchen. Die Entscheidung, ein hochmodernes Lyocellwerk mit einer Kapazität von 100.000 Tonnen in Prachinburi (Thailand) zu errichten, ist der nächste konsequente Schritt zur Erreichung dieses Ziels. Mit Wood Plc wählte Lenzing im 3. Quartal einen Generalunternehmer für die Leitung und Überwachung der technischen Umsetzung, des Einkaufs sowie des Bauvorhabens aus.

Im Berichtszeitraum wurde außerdem die Umstellung der Produktionskapazitäten von Standardviscose auf die Spezial-Viscosefasern der Marke LENZING™ ECOVERO™ vorangetrieben. LENZING™ ECOVERO™ Fasern werden dank ihres sehr guten ökologischen Fußabdruckes und ihrer wegweisenden Identifikationstechnologie sehr gut vom Markt angenommen.

### **Erweiterung der Zellstoff-Kapazitäten**

Die Erhöhung der Eigenversorgung mit Faserzellstoff ist ein weiterer wesentlicher Schritt in der Umsetzung der sCore TEN Strategie. Lenzing und das brasilianische Unternehmen Duratex treiben den Bau einer Faserzellstofflinie mit einer Kapazität von etwa 450.000 Tonnen im Bundesstaat Minas Gerais (Brasilien) weiter voran. Die Arbeiten an den technischen Planungen, die Vorbereitung des Grundstückes für den Betriebsstandort sowie die Einholung der erforderlichen Genehmigungen verlaufen planmäßig.

Zudem wurde im 3. Quartal der Ausbau und die Modernisierung des Zellstoffwerks am Standort Lenzing fertiggestellt. Lenzing investierte dafür EUR 60 Mio. und steigert damit die Produktionskapazität für Faserzellstoff auf 320.000 Tonnen pro Jahr.

### **Transparenz vom Holz bis zur Kleidung**

Um das Geschäft mit Fasern der Marke TENCEL™ zu unterstützen und sowohl für Modemarken als auch für Endkonsument/innen vollständige Transparenz und Rückverfolgbarkeit der Fasern bis zum fertigen Kleidungsstück zu gewährleisten, setzt Lenzing auf Blockchain-Technologie und kündigte dafür im 2. Quartal die Kooperation mit dem Technologieunternehmen TextileGenesis™ an; im 3. Quartal präsentierte Lenzing ihr erstes Pilotprojekt im Zuge des Hongkong Fashion Summit.

Die Sichtbarkeit der Marke TENCEL™ wurde im Berichtszeitraum durch Co-Branding weiter erhöht. Die Zahl der Endprodukte, die mit der Marke TENCEL™ versehen sind, hat sich gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres von 41 Mio. auf 102 Mio. erhöht. Im 1. Quartal 2019 wurde auf der Produktwebsite [www.tencel.com](http://www.tencel.com) das digitale Vermarktungskonzept „Where to buy“ eingeführt. Dieses ermöglicht die Präsentation und Verknüpfung von Produkten mit TENCEL™ Fasern in den Online-Shops von mehr als 110 Partnern, darunter Marken wie H&M, Levi's, Allbirds, Victoria Secret, Esprit, Pottery Barn und Asos.

### **Ambitionierte Klimaziele**

Lenzing investiert mehr als EUR 100 Mio. in Energieeinsparungen, in die Umstellung auf erneuerbare Energien und in neue Technologien und baut damit ihre Position als führendes Unternehmen in der produzierenden Industrie und speziell in der Faserbranche im Bereich Klimaschutz weiter aus. Im 2. Quartal gab Lenzing dazu ihre ambitionierte Klimastrategie bekannt. Ziel ist es, die Nettoemissionen von Treibhausgasen bis 2050 auf Null zu reduzieren. Ein wichtiger Meilenstein auf dem Weg, klimaneutral zu werden, wird das Jahr 2030 sein. Bis dahin verpflichtet sich Lenzing, die Emissionen pro Tonne Fasern und Zellstoff um 50 Prozent im Vergleich zu 2017 zu senken.

### **Ausblick**

Der Internationale Währungsfonds rechnet für 2019 mit einer Abschwächung des weltweiten Wirtschaftswachstums auf 3 Prozent. Hauptursachen dafür sind die Zunahme an protektionistischen Tendenzen und wachsende geopolitische Spannungen. Das Wechselkursumfeld bleibt in den für Lenzing wichtigen Regionen volatil.

Die Nachfrage auf den globalen Fasermärkten ist getrübt. In der gesamten textilen Wertschöpfungskette führen die Handelskonflikte zu deutlicher Nervosität und zu Nachfragerückgängen. Die Lagermengen für

Baumwolle werden nach vorläufigen Berechnungen für die Saison 2019/2020 weiter steigen, da eine gute Ernte erwartet wird. Für Baumwolle wie für Polyester wird von einem weiterhin gedämpften Preisniveau ausgegangen. Die Kapazitätserweiterungen bei der Standardviscose, gepaart mit einer schleppenden Nachfrage aufgrund der Handelskonflikte, erhöhten den Druck auf die Preise, die im 3. Quartal 2019 auf einen neuen historischen Tiefstand sanken. Für ihr Spezialfasergeschäft geht die Lenzing Gruppe von einer vergleichsweise positiven Entwicklung aus.

Die Preise für Faserzellstoff entwickeln sich angesichts der angespannten Situation am Markt für Standardviscose und niedriger Preise für Papierzellstoff weiterhin auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau. Die Preise für Natronlauge in Asien haben in den vergangenen Monaten bereits deutlich nachgegeben. In Europa ist diese Entwicklung nun ebenso spürbar.

Das sehr angespannte und volatile Marktumfeld im Allgemeinen, gepaart mit unregelmäßigen Entwicklungen in den Handelsstreitigkeiten zwischen den wichtigsten Wirtschaftsblöcken und der hohen Unsicherheit in der textilen Wertschöpfungskette, trübt die Ergebnis-Visibilität deutlich. Die Lenzing Gruppe geht auf Basis des oben genannten wirtschaftlichen Umfelds davon aus, dass das Ergebnis für 2019 leicht unter dem Niveau von 2018 liegen wird.

Die Lenzing Gruppe sieht sich angesichts dieser Entwicklungen in der gewählten Unternehmensstrategie sCore TEN bestätigt. Lenzing ist in diesem Marktumfeld sehr gut positioniert und wird die Umsetzung der Strategie mit dem fokussierten Wachstum im Bereich der Spezialfasern weiterhin konsequent vorantreiben.

<b>Wichtige Kennzahlen nach IFRS, auf Konzernbasis (in EUR Mio.)</b>	<b>01–09/2019</b>	<b>01–09/2018</b>
Umsatzerlöse	1.617,9	1.636,2
EBITDA (Betriebsergebnis vor Abschreibungen)	266,9	290,6
EBITDA-Marge in %	16,5	17,8
EBIT (Betriebsergebnis)	153,5	190,3
EBIT-Marge in %	9,5	11,6
Periodenergebnis	112,9	133,8
CAPEX <sup>1</sup>	159,7	174,1
	<b>30.09.2019</b>	<b>31.12.2018</b>
Bereinigte Eigenkapitalquote <sup>2</sup> in %	55,5	59,0
Anzahl der Mitarbeiter/innen (Beschäftigte)	6.988	6.839

1) Capital expenditures: entspricht dem Erwerb von immateriellen Anlagen und Sachanlagen laut Konzern-Kapitalflussrechnung

2) Prozent-Verhältnis bereinigtes Eigenkapital zur Bilanzsumme

### Foto-Download:

<https://mediadb.lenzing.com/pinaccess/showpin.do?pinCode=CxIVtMeD349T>

PIN: CxIVtMeD349T

### Rückfragehinweis:

#### Filip Miermans

Vice President Corporate Communications &  
Investor Relations  
Lenzing Aktiengesellschaft  
Werkstraße 2, 4860 Lenzing, Austria

**Telefon** +43 7672 701 2743

**Mobil** +43 664 84 77 802

**Fax** +43 7672 918 2743

**E-Mail** [f.miermans@lenzing.com](mailto:f.miermans@lenzing.com)

**Web** [www.lenzing.com](http://www.lenzing.com)

#### Stephanie Kniep

Head of Investor Relations  
Corporate Communications & Investor Relations  
Lenzing Aktiengesellschaft  
Werkstraße 2, 4860 Lenzing, Austria

**Telefon** +43 7672 701 4032

**Mobil** +43 676 75 76 329

**Fax** +43 7672 918 4032

**E-Mail** [s.kniep@lenzing.com](mailto:s.kniep@lenzing.com)

**Web** [www.lenzing.com](http://www.lenzing.com)

---

## Über die Lenzing Gruppe

Die Lenzing Gruppe steht für eine ökologisch verantwortungsbewusste Erzeugung von Spezialfasern aus dem nachwachsenden Rohstoff Holz. Mit ihren innovativen Produkt- und Technologielösungen ist Lenzing Partner der globalen Textil- und Vliesstoffhersteller und Treiber zahlreicher neuer Entwicklungen.

Die hochwertigen Fasern der Lenzing Gruppe sind Ausgangsmaterial für eine Vielzahl von textilen Anwendungen – von der eleganten Damen-Oberbekleidung über vielseitige Denim-Stoffe bis zur High-Performance-Sportbekleidung. Aufgrund ihrer konstant hohen Qualität sowie ihrer biologischen Abbaubarkeit und Kompostierbarkeit eignen sich Lenzing Fasern auch bestens für den Einsatz in Hygieneprodukten und für Anwendungen in der Landwirtschaft.

Das Geschäftsmodell der Lenzing Gruppe geht weit über jenes eines klassischen Faserherstellers hinaus. Gemeinsam mit ihren Kunden und Partnern entwickelt sie innovative Produkte entlang der Wertschöpfungskette, die einen Mehrwert für Konsumentinnen und Konsumenten schaffen. Die Lenzing Gruppe strebt eine effiziente Verwendung und Verarbeitung aller Rohstoffe an und bietet Lösungen für die Umgestaltung der Textilbranche in Richtung Kreislaufwirtschaft.

### Daten und Fakten Lenzing Gruppe 2018

Umsatz: EUR 2,18 Mrd.

Nennkapazität: 1.034.000 Tonnen

Mitarbeiter/innen: 6.839

TENCEL™, VEOCEL™, LENZING™, REFIBRA™, ECOVERO™, LENZING MODAL™, LENZING VISCOSE™, MICROMODAL™ und PROMODAL™ sind Marken der Lenzing AG.

---

Disclaimer: Die oben dargestellten Finanzkennzahlen sind weitgehend aus dem verkürzten Konzernzwischenabschluss und dem Konzernabschluss des Vorjahres der Lenzing Gruppe abgeleitet. Weitere Details entnehmen Sie bitte den „Erläuterungen zu Finanzkennzahlen der Lenzing Gruppe“, abrufbar unter <https://www.lenzing.com/Erlaeuterungen-Finanzkennzahlen-Lenzing-Gruppe-2019-Q3>, und dem verkürzten Konzernzwischenabschluss bzw. dem Konzernabschluss des Vorjahres der Lenzing Gruppe. Bei der Darstellung von gerundeten Beträgen und Prozentangaben können Rundungsdifferenzen auftreten.

---