

A photograph of two people from behind, embracing in a vast, green field at sunset. The person on the left has curly hair and is wearing an orange sweater, pointing towards the horizon. The person on the right is wearing a grey knit sweater and a red beanie. A thick green line curves across the image, starting from the left, passing behind the people, and ending on the right. The background shows a sunset over a body of water and distant hills.

# Innovative by nature

## Pressekonferenz über das Halbjahresergebnis 2019

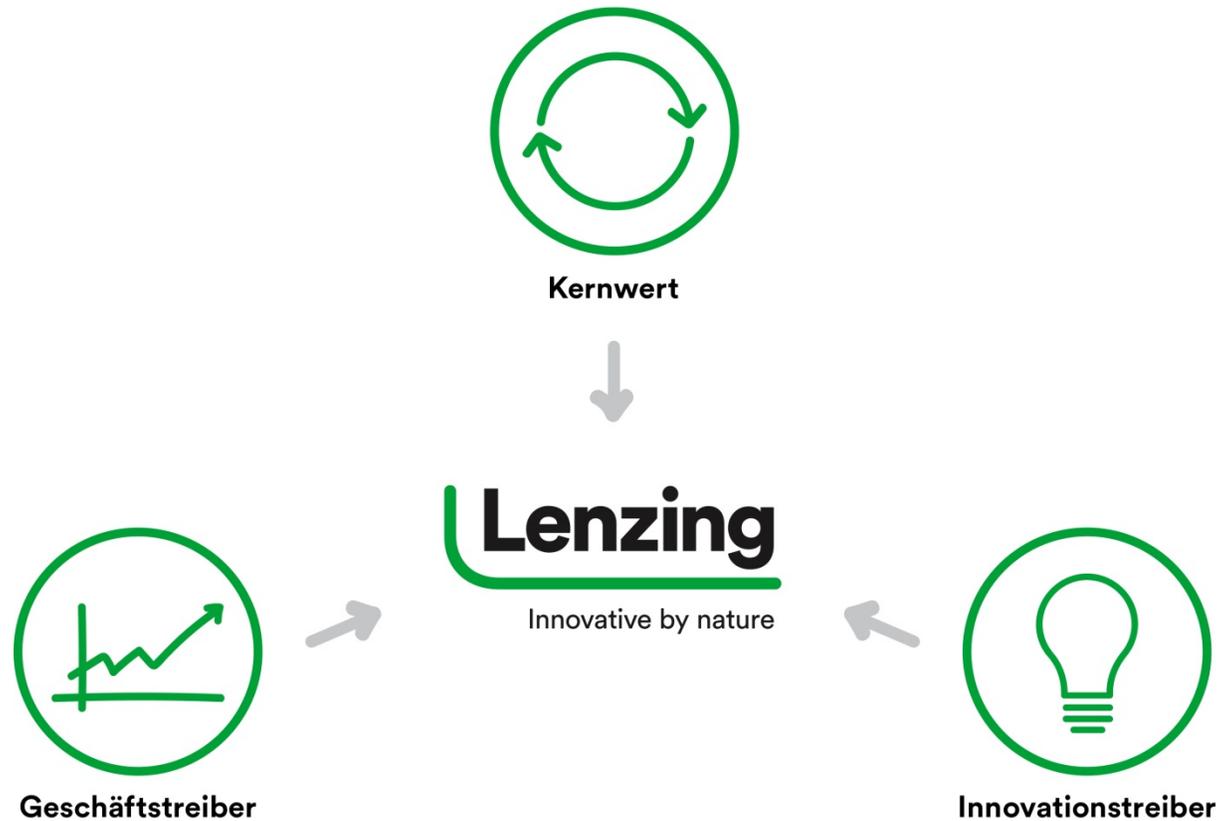
Vorstandsvorsitzender Stefan Doboczky  
Finanzvorstand Thomas Obendrauf

07. August 2019

# Highlights 1. Halbjahr 2019

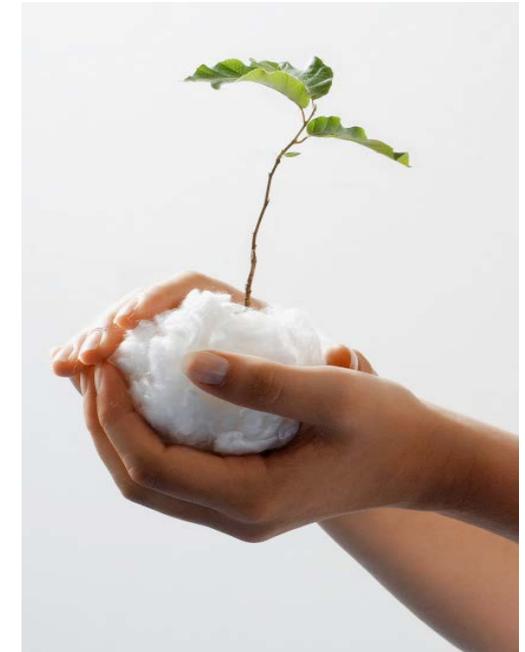
- Umsatzerlöse stiegen in angespanntem Marktumfeld um 1,2 Prozent auf EUR 1,09 Mrd. (1. Halbjahr 2018: EUR 1,08 Mrd.)
  - Anteil der Spezialfasern erhöhte sich auf 48,4 Prozent (1. Halbjahr 2018: 44,1 %)
- EBITDA sank um 7 Prozent auf EUR 181,2 Mio. (1. Halbjahr 2018: EUR 194,8 Mio.)
- Bau einer 100.000-Tonnen-Lyocellanlage in Thailand beschlossen – Fertigstellung Ende 2021
- Lenzing Gruppe bekennt sich als erster Faserproduzent zu Produktion ohne Netto-CO<sub>2</sub>-Emissionen bis zum Jahr 2050
  - Commitment auf Basis der Science Based Target Initiative

# Was bedeutet Nachhaltigkeit für die Lenzing Gruppe?



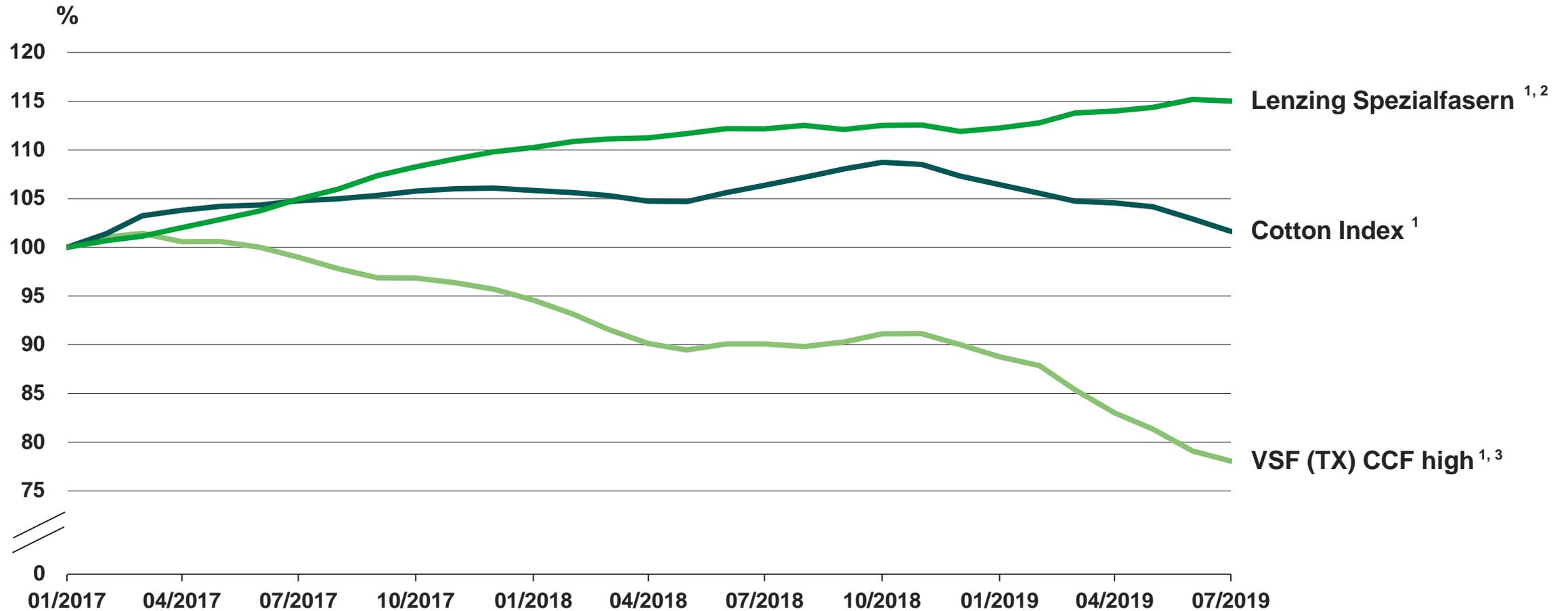
# Lenzing bekennt sich zu Science Based Targets und definiert CO<sub>2</sub>-Ziele

- Science Based Targets Initiative bildet maßgeblichen Rahmen für Klimaziele gemäß Pariser Klimaabkommen
  - Lenzing schließt sich Unternehmen wie Levi's, Nike, Chanel, IKEA und H&M an
- Lenzing verpflichtet sich neben bestehenden Nachhaltigkeitszielen zu ambitionierten CO<sub>2</sub>-Zielen
  - Klimaneutrale Produktion bis 2050
  - Reduktion von spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Tonne verkaufter Produkte<sup>1</sup> um 50 % bis 2030<sup>2</sup>
  - Investitionen von über EUR 100 Mio., um Emission von 1,3 Mio. Tonnen CO<sub>2</sub> zu reduzieren bzw. zu vermeiden<sup>3</sup>



1) Zellstoff und Fasern  
2) Im Vergleich zu 2017  
3) Scope 1–3

# Spezialitätengeschäft entwickelt sich weiter sehr positiv



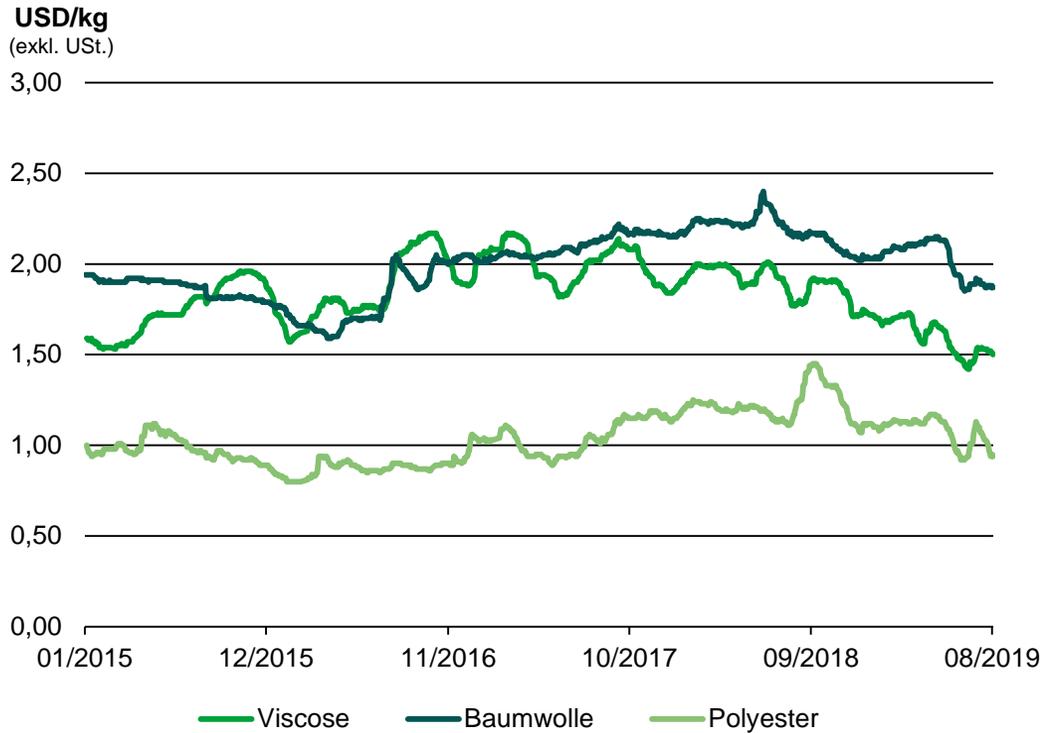
1) In China

2) LENZING™ Lyocell, LENZING™ Modal, LENZING™ Specialty Viscose (6-Monats-Durchschnitt in % exkl. Währungseffekte)

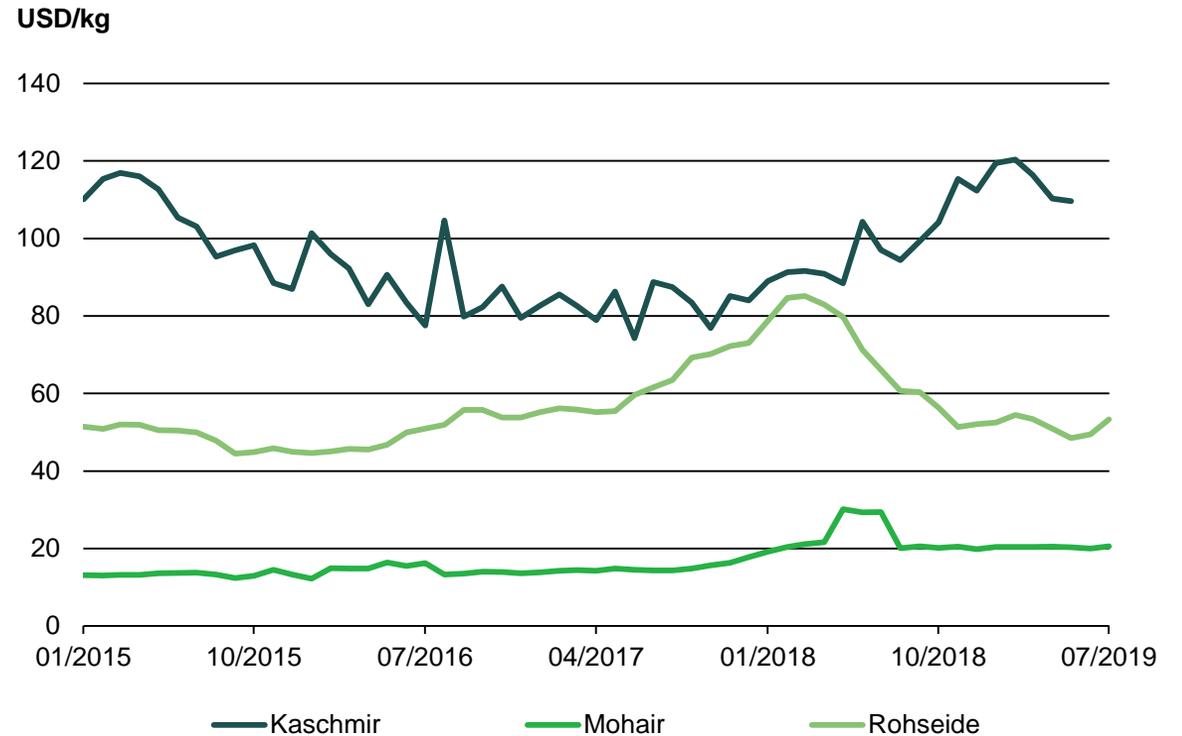
3) Preis der Standardviscose-Fasern für Textilien gemäß CCF Group in China

# Luxusfasern sind neben Standardfasern zunehmend relevante Mischungspartner

## Stapelfaserpreise (China<sup>1</sup>)



## Preise für Luxusfasern



Quelle: CCF Group, CCA, CCFEI, TFY  
1) Preisentwicklung bis 02.08.2019

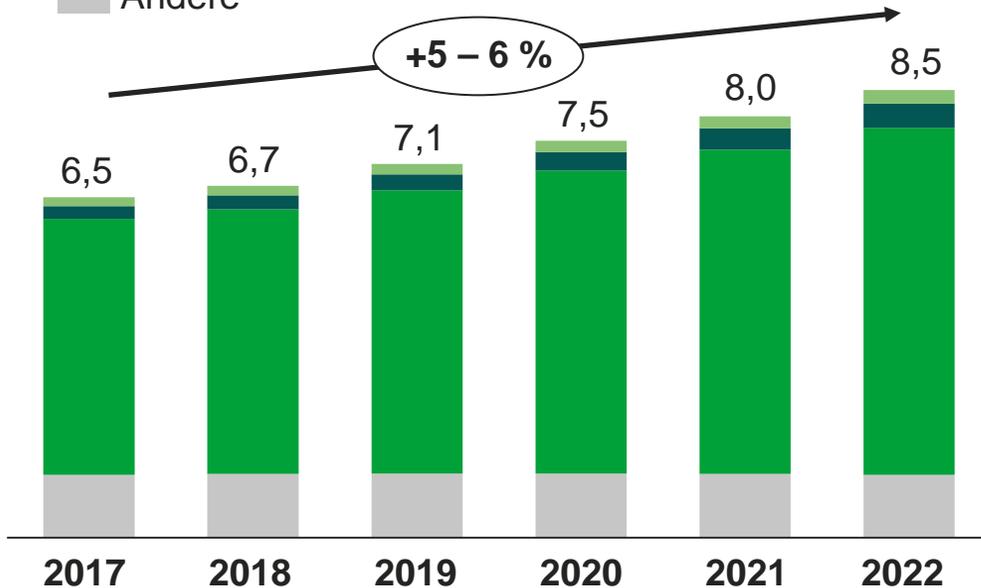
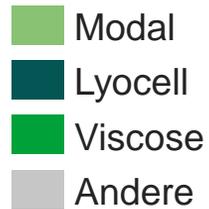
# Lenzing beschließt Bau der weltweit größten Lyocell-Produktionsanlage in Thailand

- Erstinvestition von EUR 400 Mio. für die Errichtung einer Produktionsanlage mit einer Kapazität von 100.000 Tonnen sowie erforderliche Infrastrukturinvestitionen für künftige Expansionen
- Projektabschluss bis Ende 2021
- Standort in Prachinburi bietet ausreichend Platz für weiteren Ausbau (bis zu 4 Lyocellanlagen zu je 100.000 Tonnen)

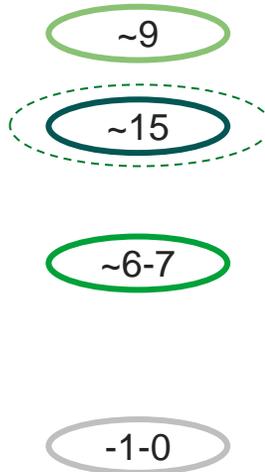


# Markt für Lyocellfasern entwickelt sich erwartungsgemäß

Nachfrage nach holzbasierten Cellulosefasern, in Mio. to



Erwartete CAGR,  
2017 – 2022, in %



- Branche verzeichnet seit Jahren Angebotsengpässe
- Lenzing einziger Marktentwickler in der Branche
- Ankündigungen von Kapazitäten am Markt entsprechen Erwartungen
  - Zusätzliche Kapazitäten seit 2017 vor allem in China
  - Kapazität der meisten Anlagen bei 15.000 bis 20.000 Tonnen
  - Beschleunigtes Wachstum der Nennkapazitäten



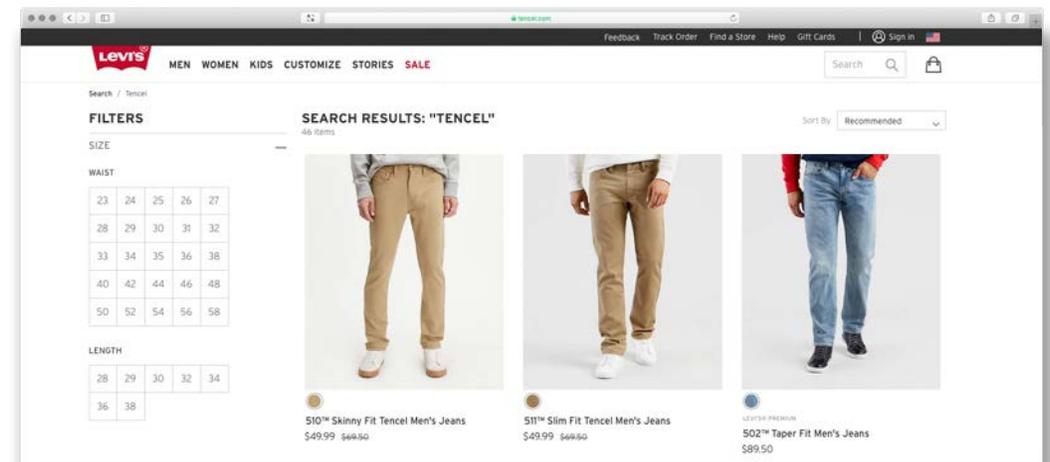
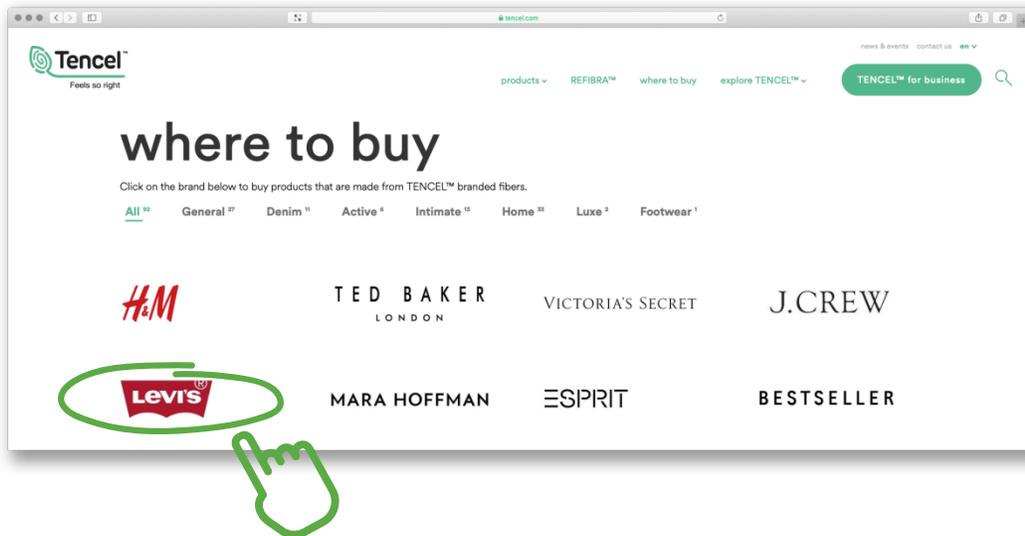
Lenzing gut für die künftige Entwicklung am Lyocellmarkt positioniert

Quelle: Lenzing

# TENCEL™ branding: improvement across key indicators

	2018 Gesamtjahr	2019 Halbjahr	
Stoffzertifizierung im neuen E-Branding-System	6.870	4.167	↗
Lizenzanträge im neuen E-Branding-System	4.054	2.531	↗
Markentextilien auf Konsumentenebene	91 Mio.	91 Mio.	↗
Co-Branding-Programme	3	57	↗
Seitenaufrufe auf www.tencel.com	421.000	391.000	↗
PR- und Marketing-indizierte Kontakte (ohne POS)	6,9 Mrd.	8,9 Mrd.	↗
Gestützte Bekanntheit der Marke TENCEL™ in Bekleidung und Heimtextilien	25 %	28 %	↗

# Kooperation mit wichtigen Marken erhöht Sichtbarkeit



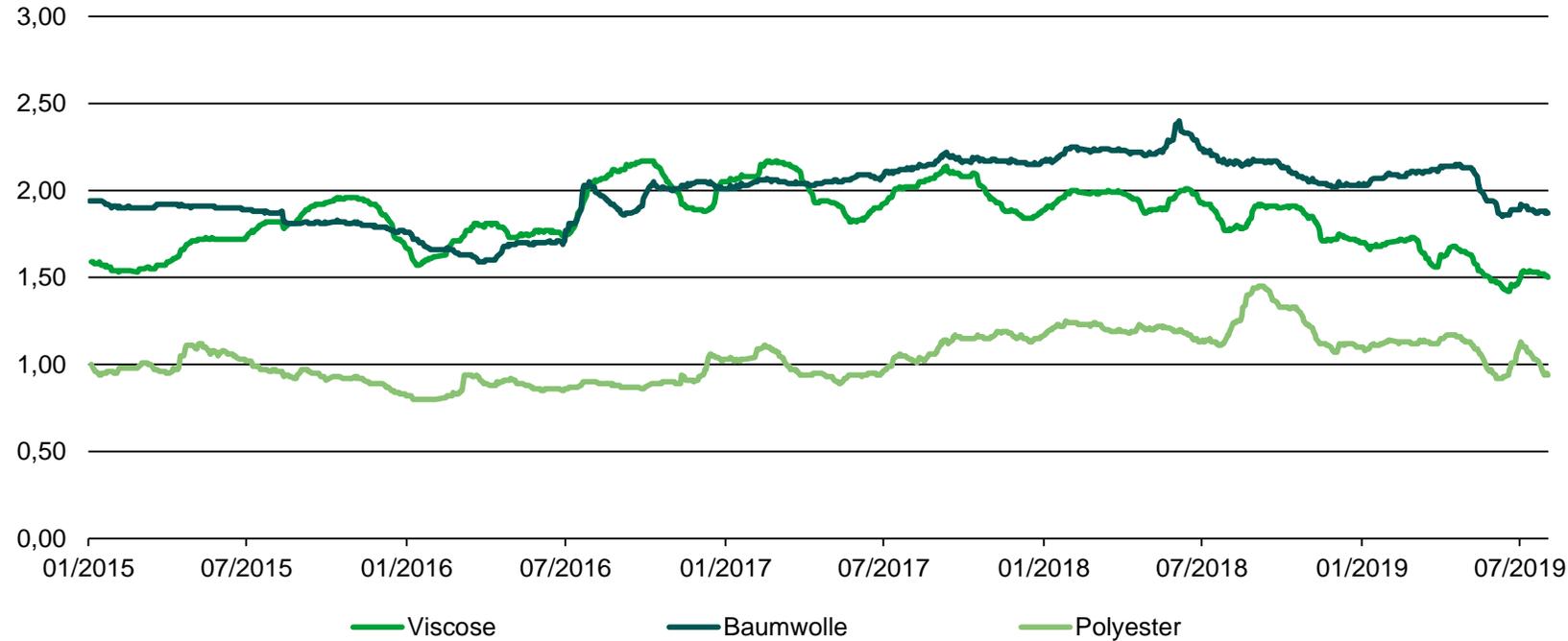
- Co-Branding-Initiativen seit Einführung der Marke TENCEL™ stark ausgebaut, um Sichtbarkeit zu erhöhen
  - Wichtiger Meilenstein: Einführung der Rubrik „Where to buy“ auf [www.tencel.com](http://www.tencel.com)

- Verknüpfung von TENCEL™ Produkten in Online-Shops von mehr als 90 Partnern (z.B. Levi's)

# Preisentwicklung bei Standardfasern

## Stapelfaserpreise (China)<sup>1</sup>

USD/kg  
(exkl. USt.)



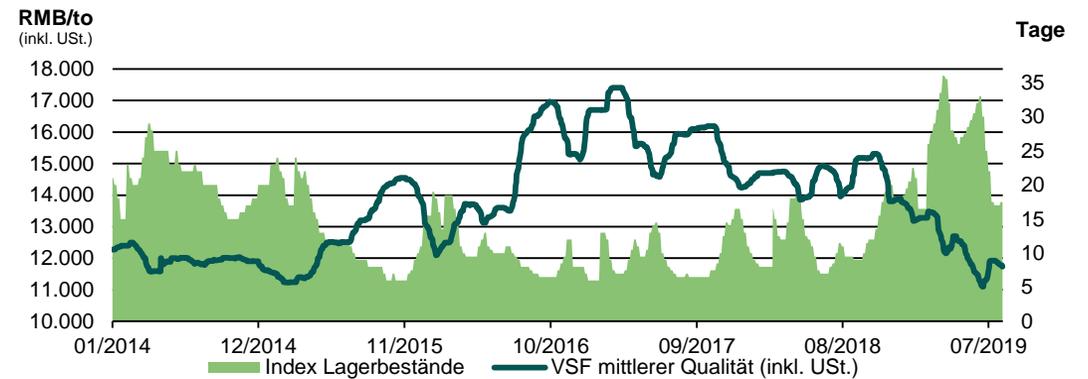
Quelle: CCF Group, CCA, CCFEI, TFY

1) Preisentwicklung bis 02.08.2019

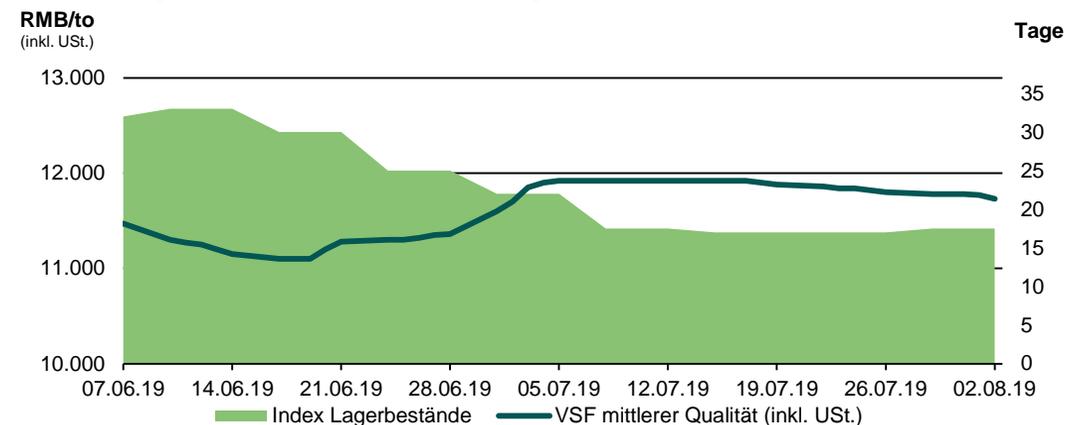
# Chinesischer Viscosefasermarkt

- Zusätzliche Standardfaser-Kapazitäten drücken Auslastung auf rund 77 % (nach 81 % im 1. Halbjahr 2018)
- Saisonale Nachfragemuster und handelspolitische Spannungen führen im 2. Quartal 2019 zu Nachfragerückgängen und hohen Lagermengen von häufig mehr als 30 Tagen
- Preise für Standardviscose erreichten im Juni neuen historischen Tiefststand<sup>2</sup> von 11.100 RMB/to – seither leichte Preiserholung
- Preise für Faserzellstoff folgten der Preisentwicklung von Standardviscose und lagen zur Jahresmitte bei 780 USD/to. Dies entspricht einem Preisrückgang von 14 % gegenüber Anfang 2019.

Langfristiger Preistrend VSF<sup>1</sup> und Lagerbestände in China



Kurzfristiger Preistrend VSF<sup>1</sup> und Lagerbestände in China



Quellen: CCF Group

1) Standard-Viscosestapelfasern, Preisentwicklung bis 2. August 2019

2) Seit Veröffentlichung offizieller Daten durch CCF Group im Jahr 2004

# Aktueller Stand der Zellstoff-Expansionsprojekte

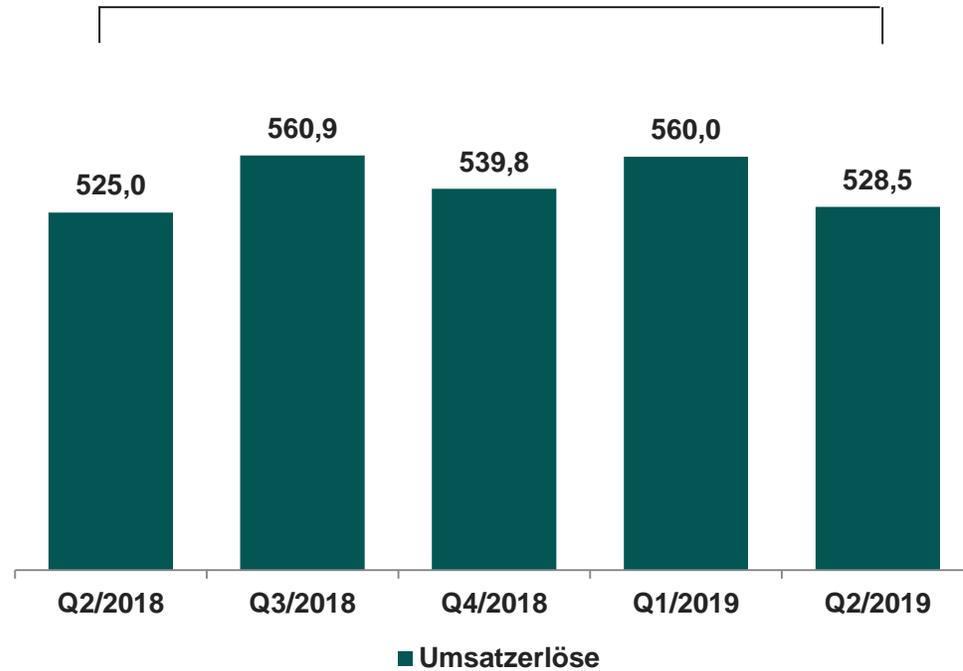
- Neubauprojekt in Brasilien schreitet gut voran
  - Erfahrenes Team zusammengestellt
  - Biomasse, Wasser und Grundstück gesichert
  - Vorläufige Produktionsgenehmigung erhalten
  - Technische Planung nahezu abgeschlossen
  - Finale Investitionsentscheidung Ende 2019
- Lenzing: Ausbau um 20.000 Tonnen abgeschlossen
- Paskov: Ausbau um 15.000 Tonnen wird im 1. Quartal 2020 abgeschlossen



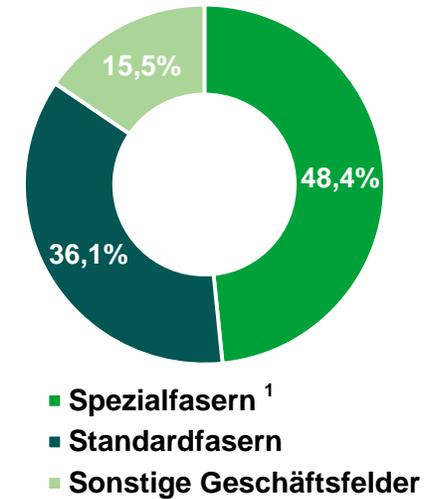
# Kennzahlen – Umsatzerlöse

EUR Mio.

+0,7 %



Umsatzanteil der Spezialfasern  
01-06/2019



1) LENZING™ Lyocell, LENZING™ Modal, LENZING™ Specialty Viscose

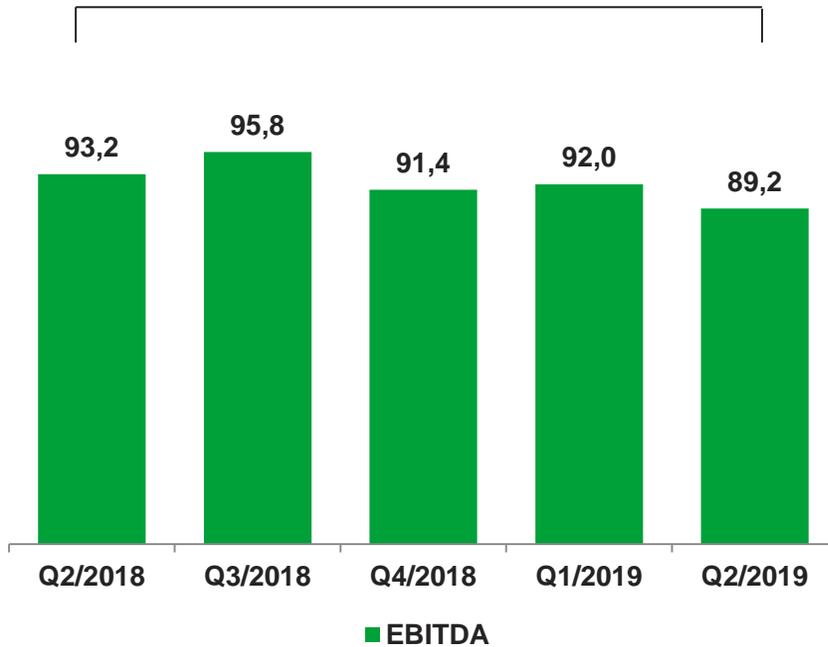
# Kennzahlen – EBITDA

## EBITDA Marge

17,7 %   17,1 %   16,9 %   16,4 %   16,9 %

EUR Mio.

-4,2 %

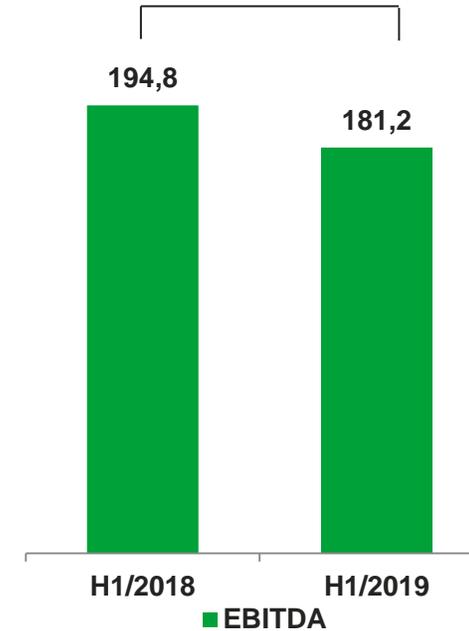


## EBITDA Marge

18,1 %   16,6 %

EUR Mio.

-7,0 %



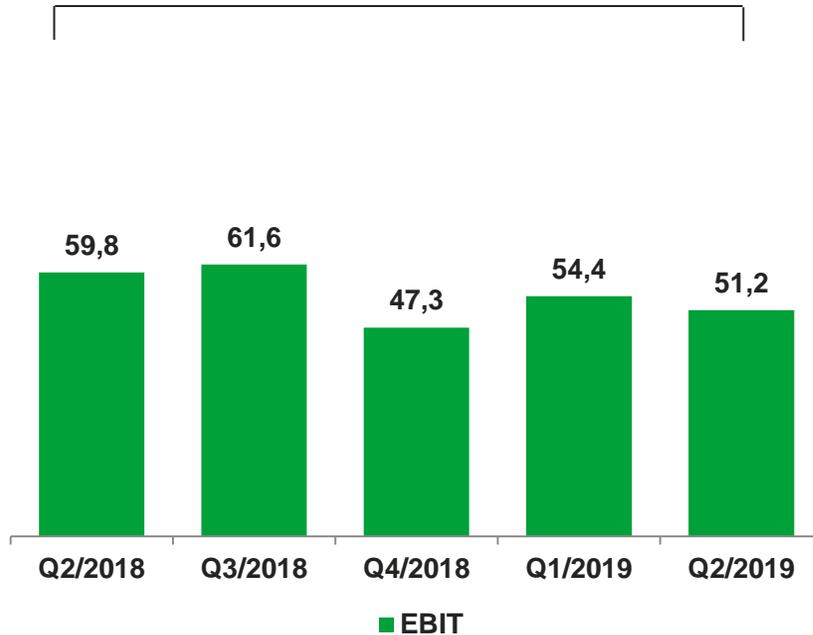
# Kennzahlen – EBIT

## EBIT Marge

11,4 % 11,0 % 8,8 % 9,7 % 9,7 %

EUR Mio.

-14,4 %

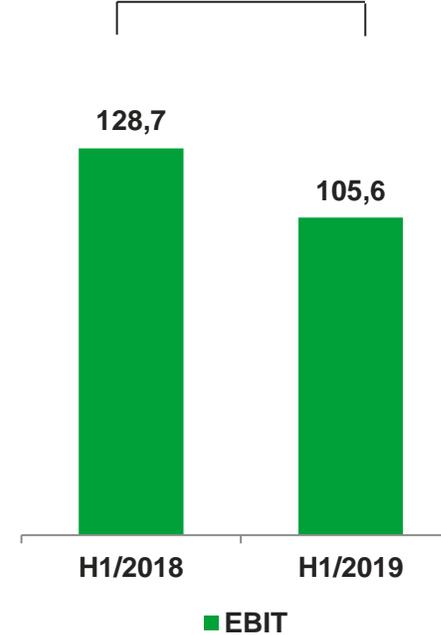


## EBIT Marge

12,0 % 9,7 %

EUR Mio.

-17,9 %



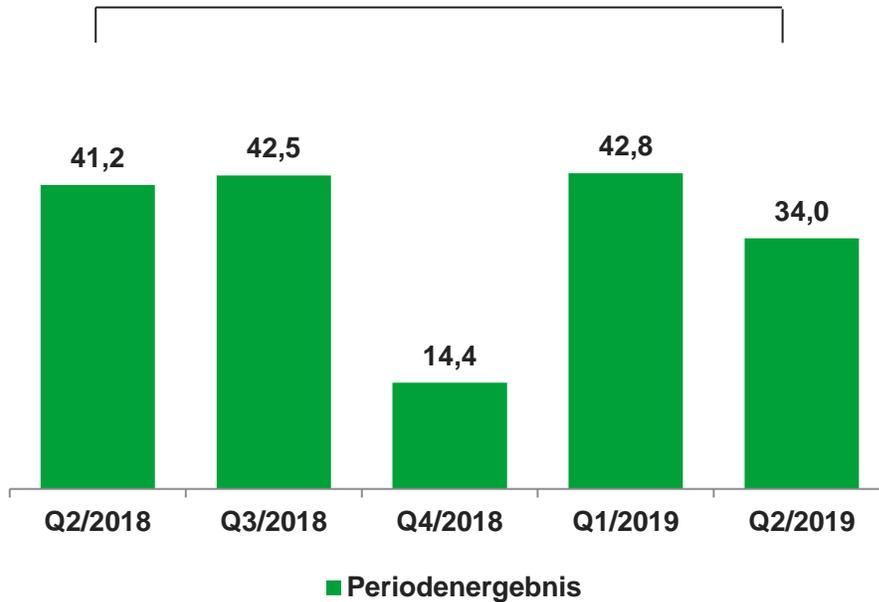
# Kennzahlen – Periodenergebnis und Ergebnis je Aktie

Ergebnis je Aktie<sup>1</sup> (EUR)

1,55    1,62    0,56    1,65    1,32

EUR Mio.

-17,5 %

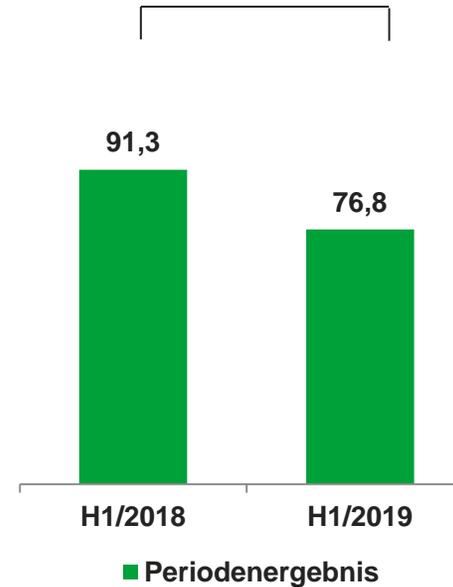


Ergebnis je Aktie<sup>1</sup> (EUR)

3,44    2,97

EUR Mio.

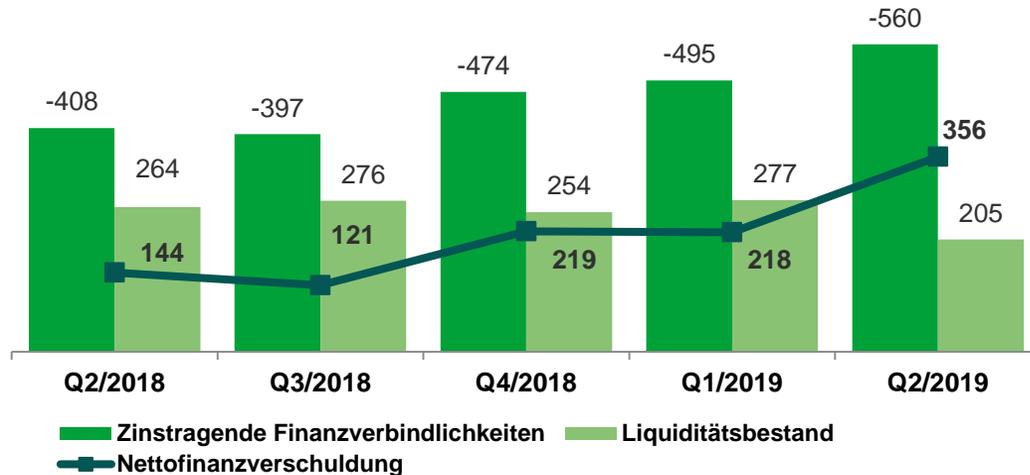
-15,9 %



1) Anteil der Aktionäre der Lenzing AG

# Kennzahlen – Bilanz

EUR Mio.



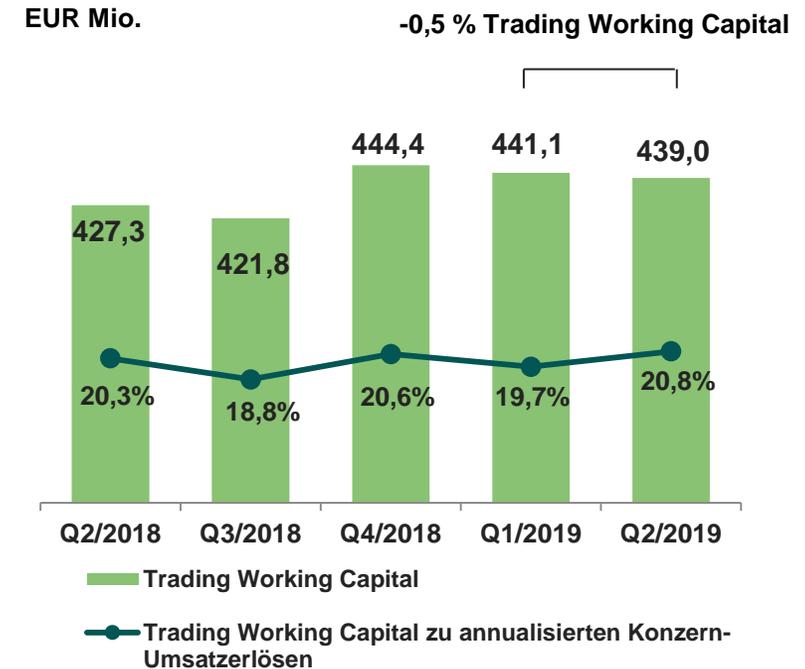
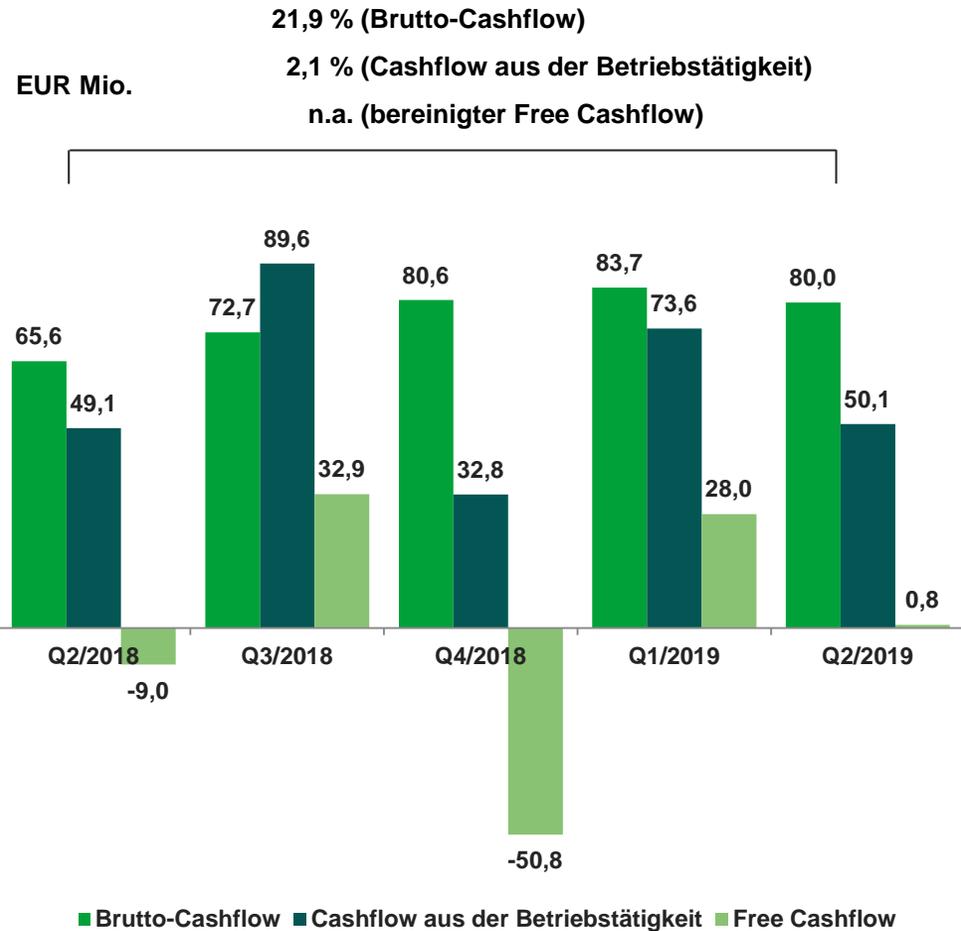
Gemäß IFRS (EUR Mio.)	30.06.2019	31.12.2018	Veränderung in %
<b>Bilanzsumme</b>	2.663,4	2.630,9	1,2
<b>Liquiditätsbestand<sup>1</sup></b>	204,7	254,4	-19,6
davon <b>Liquide Mittel</b>	194,9	243,9	-20,1
<b>Summe Verbindlichkeiten</b>	1.178,0	1.097,0	7,4
davon <b>Finanzverbindlichkeiten</b>	560,4	473,8	18,3
<b>Bereinigtes Eigenkapital<sup>2</sup></b>	1.508,2	1.553,0	-2,9
<b>Bereinigte Eigenkapitalquote (%)</b>	56,6	59,0	-
<b>Net Gearing (%)</b>	23,6	14,1	-
<b>Nettofinanzverschuldung</b>	355,7	219,4	62,1

Gemäß IFRS (EUR Mio.)	30.06.2019	31.12.2018	Veränderung in %
<b>Summe Liquiditätsreserve</b>	489,7	596,0	-17,8
davon <b>Liquiditätsbestand<sup>1</sup></b>	204,7	254,4	-19,6
davon <b>Ungenutzte Kreditlinien</b>	285,1	341,6	-16,6

1) Inkl. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, liquide Wertpapiere sowie liquide Wechsel

2) Inkl. Zuschüsse aus öffentlichen Mitteln abzüglich anteiliger latenter Steuern auf Zuschüsse aus öffentlichen Mitteln

# Entwicklung Cashflow und Trading Working Capital



# Strategieumsetzung 2019: Lenzing bleibt auf Kurs

- **Wesentliche Entscheidungen**

- Neubauprojekt Faserzellstoffwerk in Brasilien Ende 2019
- Entscheidung über Bau eines hochmodernen Lyocellwerks in Thailand ✓

- **Spezialisierung**

- Fertigstellung der zweiten TENCEL™ Luxe Pilotanlage
- Ausbau der LENZING™ ECOVERO™ Produktion in China ✓

- **Ziel von rund 50 % Spezialfaseranteil am Umsatz bis 2020 bestätigt ✓**



# Ausblick 2019 – Fasermarkt und Lenzing Gruppe

Der Internationale Währungsfonds rechnet für 2019 mit einer Abschwächung des weltweiten Wirtschaftswachstums auf 3,2 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 nach wie vor positiv. Die Lagermengen für Baumwolle werden nach vorläufigen Berechnungen für die Saison 2019/2020 dennoch steigen. Der Polyestermarkt erholte sich gegen Ende des 2. Quartals 2019 vom schwächeren Wachstum in den Monaten davor. Für Baumwolle wie für Polyester wird von einem leicht rückläufigen Preisniveau ausgegangen. Die Kapazitätserweiterungen bei der Standardviscose erhöhten trotz anhaltend guter Nachfrage den Druck auf die Preise, die im 1. Halbjahr 2019 auf ein historisch niedriges Niveau sanken. Für ihr Spezialfasergeschäft geht die Lenzing Gruppe von einer Fortsetzung der positiven Entwicklung aus.

Die Preise für Faserzellstoff entwickeln sich angesichts der angespannten Situation am Markt für Standardviscose rückläufig. Die Preise für Natronlauge in Asien haben in den vergangenen Monaten bereits deutlich nachgegeben. In Europa ist diese Entwicklung erstmals spürbar.

In einem sehr angespannten Marktumfeld bei der Standardviscose mit Preisen auf historischen Tiefstständen geht die Lenzing Gruppe auf Basis aktueller Währungsverhältnisse weiterhin davon aus, dass das Ergebnis für 2019 in etwa auf 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.

Danke

**für Ihre  
Aufmerksamkeit!**