

Lenzing Gruppe mit bestem Geschäftsjahr der Unternehmensgeschichte

- Umsatz stieg um 5,9 Prozent auf EUR 2,26 Mrd.
- EBITDA legte um 17,3 Prozent auf EUR 502,5 Mio. zu
- Dividendenvorschlag von EUR 3,00 plus EUR 2,00 Sonderdividende pro Aktie
- Starke Botschaft an Verbraucher durch neue Markenstrategie
- Eingeschränkte Visibilität für die kommenden Quartale

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

Telefon +43 7672 701-2713
Fax +43 7672 918-2713
E-Mail w.kaserer@lenzing.com

Ref. kawa
Datum 14. März 2018

Lenzing – Die Lenzing Gruppe erzielte 2017 neue Rekordstände bei Umsatz und Gewinn und verzeichnete damit das beste Geschäftsjahr in der Unternehmensgeschichte. Maßgeblich dafür waren ein besserer Produktmix und höhere Faserverkaufspreise in Kombination mit einem allgemein günstigen Marktumfeld.

Die Konzern-Umsatzerlöse stiegen im Geschäftsjahr 2017 um 5,9 Prozent auf EUR 2,26 Mrd. (2016: EUR 2,13 Mrd.). Das EBITDA verbesserte sich um 17,3 Prozent auf EUR 502,5 Mio. (2016: 428,3 Mio.). Die EBITDA-Marge stieg von 20,1 Prozent im Geschäftsjahr 2017 auf 22,2 Prozent der Umsatzerlöse im Berichtsjahr. Das Betriebsergebnis (EBIT) erhöhte sich um 25,2 Prozent auf EUR 371 Mio., was zu einer höheren EBIT-Marge von 16,4 Prozent (2016: 13,9 Prozent) führte. Der Jahresüberschuss lag mit EUR 281,7 Mio. um 23 Prozent über dem Vorjahreswert von EUR 229,1 Mio. Das Ergebnis je Aktie belief sich auf EUR 10,47 (2016: EUR 8,48).

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung die Zahlung einer stabilen Dividende von EUR 3,00 je Aktie plus einer erhöhten Sonderdividende von EUR 2,00 je Aktie (2016: EUR 1,20 je Aktie) vor. In Summe soll die Dividende EUR 5,00 je Aktie betragen. Das entspricht einer Ausschüttung an die Aktionäre von EUR 132,75 Mio.

„Die Lenzing Gruppe blickt auf ein sehr erfolgreiches Jahr 2017 zurück. Wir haben unsere Unternehmensstrategie sCore TEN weiter mit großer Disziplin und Fokus auf unsere Investitionsmaßnahmen vorangetrieben und unsere wertorientierte Unternehmensentwicklung in einem positiven Marktumfeld weiter verfolgen können. Mit der Eröffnung eines Applikations- und Innovationscenters in Hongkong sowie eines neuen Vertriebs- und Marketingbüros in der Türkei haben wir unser Bekenntnis zu Innovation und Kundennähe untermauert. Im Sinne von sCore TEN haben wir entschieden, das Unternehmens- und Produktprofil der Lenzing Gruppe für Kunden und Konsumenten zu schärfen. Wir wollen unser Anliegen, die Textil- und Vliesstoff-Branche nachhaltiger zu machen, stärker betonen“, sagt Stefan Doboczky, Vorstandsvorsitzender der Lenzing Gruppe. „Wir sind von unserer gewählten Strategie überzeugt, da sie uns in den kommenden Quartalen, in denen wir stärkeren Gegenwind erwarten, helfen wird, widerstandsfähiger zu sein“, so Doboczky.

Sehr solide Bilanzstruktur und verbesserte Kapitalrentabilität

Das Ergebnis auf das eingesetzte Kapital (ROCE) stieg auf 18,6 Prozent (nach 15,1 Prozent in 2016) und das bereinigte Eigenkapital erhöhte sich um 9,9 Prozent auf EUR 1,53 Mrd. nach EUR 1,39 Mrd. im Vorjahr. Die bereinigte Eigenkapitalquote verbesserte sich auf 61,2 Prozent (Ende 2016: 53 Prozent). Die Nettofinanzverschuldung lag mit EUR 66,8 Mio. trotz höherer Investitionsausgaben auf einem weiterhin sehr niedrigen Niveau (Ende 2016: EUR 7,2 Mio.).

CAPEX mehr als verdoppelt

Die ausgabenrelevanten Investitionen in immaterielle Anlagen und Sachanlagen (CAPEX) haben sich angesichts der Kapazitätserweiterungen im Berichtsjahr auf EUR 238,8 Mio. mehr als verdoppelt (2016: EUR 107,2 Mio.). Die Steigerung des Working Capital, das hauptsächlich auf die Stilllegung des Factoring-Programmes zurückzuführen war, hatte einen Rückgang des Cashflows aus der Betriebstätigkeit von EUR 473,4 Mio. im Jahr 2016 auf EUR 271,1 Mio. im Jahr 2017 zur Folge.

Die Ausgaben für Forschung und Entwicklung (F&E), berechnet nach der Frascati-Methode, beliefen sich im Geschäftsjahr 2017 auf EUR 55,4 Mio. (2016: EUR 46,4 Mio.). Sowohl in absoluten Zahlen als auch in Relation zum Umsatz stellt die Höhe der F&E-Ausgaben im Branchenvergleich einen Spitzenwert dar.

Nachhaltigkeit durch Innovation

Die Lenzing Gruppe präsentierte 2017 eine Reihe bahnbrechender nachhaltiger Innovationen, die den eingeschlagenen Weg der Lenzing Gruppe zu einem echten Spezialitätenanbieter mit Fokus auf sehr hochwertige botanische Materialien aus dem nachhaltigen Rohstoff Holz untermauern. Nach Einführung der Lyocellfasern der Marke TENCEL™ mit REFIBRA™ Technologie bei der Fachmesse Première Vision im Februar in Paris und nach dem Launch der Viscosefasern der Marke LENZING™ ECOVERO™ im Mai wurden im Herbst die Lyocell-Filamente der Marke TENCEL™ Luxe präsentiert. TENCEL™ Luxe Filamente eröffnen neue Märkte für die Lenzing Gruppe sowie für ihre Kunden und Partner und ermöglichen dem Unternehmen, weiter Teil des Premium-Segments am Textilmarkt zu sein. Mit ihnen wird Lenzing die Luxus-Marken in der Modebranche unterstützen, ihren ökologischen Fußabdruck zu verbessern.

Investitionsprogramm in Umsetzung

Die Lenzing Gruppe hat sich zum Ziel gesetzt, den Anteil der Spezialfasern am Gesamtumsatz bis 2020 auf 50 Prozent des Umsatzes zu steigern. Neben dem Kapazitätsausbau in Heiligenkreuz (Österreich), der im 2. Quartal 2018 abgeschlossen wird, und der Neuanlage in Mobile, Alabama (USA), mit Inbetriebnahme im Jahr 2019, gab Lenzing die Absicht bekannt, die nächste hochmoderne Anlage zur Produktion von LENZING™ Lyocellfasern in Thailand zu errichten.

Fokus auf Kundennähe

Im September 2017 eröffnete die Lenzing Gruppe ein neues Applikations- und Innovationscenter (AIC) in Hongkong und setzte damit einen weiteren Meilenstein zur Intensivierung der Zusammenarbeit mit ihren Partnern entlang der Wertschöpfungskette. Im AIC werden neue Anwendungen für LENZING™ Fasern entwickelt und getestet. Im ersten Halbjahr wurden außerdem neue Vertriebs- und Marketingbüros in der Türkei und in Südkorea eröffnet. Durch die direkte Ansprache und die gut ausgestatteten Schauräume mit Produkten aus LENZING™ Fasern können die Kunden noch besser betreut werden.

Neue Markenarchitektur

Die Lenzing Gruppe wird ihr Unternehmens- und Produktprofil für Kunden und Partner sowie Konsumenten als nachhaltiger Innovationsführer schärfen. Aus diesem Grund hat sich Lenzing 2017 für eine neue Markenstrategie entschieden. Die wichtigste Säule der neuen Markenstrategie ist eine Markenarchitektur mit Fokus auf weniger Marken und einer starken Botschaft an die Verbraucher.

Ausblick

Der Internationale Währungsfonds rechnet für 2018 mit einem weiteren Anstieg des weltweiten Wirtschaftswachstums auf 3,7 Prozent. Unsicherheit resultiert aus der Zunahme an protektionistischen Tendenzen im politischen Umfeld. Das Wechselkursumfeld stellt für exportorientierte Unternehmen im Euro-Raum eine zusätzliche Herausforderung dar.

An den Fasermärkten ist mit einer weiterhin positiven, allerdings nach wie vor volatilen Entwicklung zu rechnen. Aufgrund der steigenden Nachfrage nach Baumwolle wird erwartet, dass trotz höherer Produktion die Preise auf dem jetzigen Niveau verharren und die Lagerbestände konstant bleiben. Die Polyesterfaserpreise sind nach Jahren historischer Tiefpreise in den vergangenen Quartalen gestiegen.

Die starke Nachfrage im für Lenzing relevanten Marktsegment der holzbasierten Cellulosefasern hält an. Nach Jahren geringerer Kapazitätsausbauten in der Viscoseindustrie ist davon auszugehen, dass im Jahr 2018 signifikante zusätzliche Volumina auf den Markt kommen. Die Lenzing Gruppe sieht sich angesichts dieser Marktentwicklung in der gewählten Konzernstrategie sCore TEN bestätigt und wird deren Umsetzung mit dem fokussierten Wachstum im Bereich der Spezialfasern weiterhin konsequent vorantreiben.

Für 2018 sieht die Lenzing Gruppe mehrere teils gegenläufige Faktoren, die die Visibilität auf die Faserpreise einschränken. Auf der Rohstoffseite sind die Preise einiger Schlüsselrohstoffe wie der Natronlauge weiter auf sehr hohem Niveau und deren Preisentwicklung bleibt schwer abschätzbar. Auf Basis dieser Rahmenbedingungen geht die Lenzing Gruppe für die kommenden Quartale von einem herausfordernden

Marktumfeld für Standardviscose aus. Gepaart mit den veränderten Wechselkursen erwartet die Lenzing Gruppe für das Jahr 2018 ein Ergebnis, das unter den hervorragenden letzten beiden Jahre liegen wird.

Wichtige Kennzahlen nach IFRS, auf Konzernbasis (in EUR Mio.)	01-12/2017	01-12/2016
Umsatzerlöse	2.259,4	2.134,1
EBITDA (Betriebsergebnis vor Abschreibungen)	502,5	428,3
EBITDA-Marge in %	22,2	20,1
EBIT (Betriebsergebnis)	371,0	296,3
EBIT-Marge in %	16,4	13,9
Jahresüberschuss	281,7	229,1
CAPEX ¹	238,8	107,2
	31.12.2017	31.12.2016
Bereinigte Eigenkapitalquote ² in %	61,2	53,0
Mitarbeiter/innen zum Jahresende	6.488	6.218

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=dp23ilSRSINq>

PIN: dp23ilSRSINq

Rückfragehinweis:

Mag. Waltraud Kaserer

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

Phone +43 7672 701-2713

Mobile +43 664 81 31 834

Fax +43 7672 918-2713

E-mail: w.kaserer@lenzing.com

Web: www.lenzing.com

Dipl.-Ökonom Stephanie Kniep

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

Phone +43 7672 701-4032

Fax +43 676 757 4032

Mobil +43 676 757-6329

E-Mail s.kniep@lenzing.com

Web www.lenzing.com

Die Lenzing Gruppe

Die Lenzing Gruppe ist ein weltweit agierendes Unternehmen, das aus dem nachwachsenden Rohstoff Holz mittels umweltschonender und innovativer Technologien hochwertige Fasern herstellt. Diese Fasern sind Ausgangsmaterial für eine Vielzahl von Textil- und Vliesstoff-Anwendungen, kommen aber auch in technischen Anwendungen sowie in Schutz- und Arbeitskleidung zum Einsatz.

Lenzing setzt mit Qualität und Innovationskraft Standards auf dem Gebiet der holzbasierten Cellulosefasern. Mit 80 Jahren Erfahrung ist die Lenzing Gruppe das einzige Unternehmen weltweit, das nennenswerte Mengen aller drei Generationen von holzbasierten Cellulosefasern produziert. Die Produkte werden unter den Produktmarken TENCEL™ für Textilanwendungen, VEOCEL™ für Vliesstoffe und LENZING™ für spezielle Anwendungen in anderen Bereichen vermarktet. Mit Innovationen wie der Recycling-Technologie REFIBRA™, den identifizierbaren Fasern der Marke LENZING™ ECOVERO™ und dem Lyocell-Filamentgarn der Marke TENCEL™ Luxe zählt Lenzing weltweit zu den Innovationsführern.

Der Erfolg der Lenzing Gruppe basiert auf einer konsequenten Kundenorientierung, gepaart mit Innovations-, Technologie- und Qualitätsführerschaft. Lenzing bekennt sich zu den Grundsätzen nachhaltigen Wirtschaftens auf Basis von sehr hohen Umweltstandards und kann für seine Geschäftsprozesse auf zahlreiche Zertifizierungen als nachhaltigstes Unternehmen der Branche weltweit verweisen. Neben ihrem Kerngeschäft Fasern ist die Lenzing Gruppe auch im Geschäftsfeld Engineering und Anlagenbau tätig – zum Großteil für eigene Standorte, aber auch für externe Kunden.

Daten und Fakten 2017

Umsatz: EUR 2,26 Mrd.
Faserverkauf: 942.000 Tonnen
Mitarbeiter/innen: 6.488

TENCEL™, VEOCEL™, LENZING™, REFIBRA™, ECOVERO™ sind Marken der Lenzing AG.

Disclaimer: Die oben dargestellten Finanzkennzahlen sind weitgehend aus dem Konzernabschluss der Lenzing Gruppe nach IFRS abgeleitet. Weitere Details entnehmen Sie bitte dem Abschnitt „Erläuterungen zu den Finanzkennzahlen der Lenzing Gruppe“, dem Glossar zum Geschäftsbericht und dem Konzernabschluss der Lenzing Gruppe.
