

Investorentag 2021

Montag, 14. Juni 2021 in Perlen



Investing in the shares of CPH Chemie + Papier Holding AG involves risks. Prospective investors are strongly requested to consult their investment advisors and tax advisors prior to investing in shares of CPH Chemie + Papier Holding AG . This document contains forward-looking statements which involve risks and uncertainties. These statements are made on the basis of current knowledge and assumptions. Various factors could cause actual future results, performance or events to differ materially from those described in these statements. No obligation is assumed to update any forward-looking statements. Potential risks and uncertainties include such factors as general economic conditions, foreign exchange fluctuations, competitive product and pricing pressures and regulatory developments. The information contained in this document has not been independently verified and no representation or warranty, express or implied, is made to, and no reliance should be placed on, the fairness, accuracy, completeness or correctness of the information or opinions contained herein. The information in this presentation is subject to change without notice, it may be incomplete or condensed, and it may not contain all material information concerning the CPH Group. None of CPH Chemie + Papier Holding AG or their respective affiliates shall have any liability whatsoever for any loss whatsoever arising from any use of this document, or its content, or otherwise arising in connection with this document. This document does not constitute, or form part of, an offer to sell or a solicitation of an offer to purchase any shares and neither it nor any part of it shall form the basis of, or be relied upon in connection with, any contract or commitment whatsoever. This information does neither constitute an offer to buy shares of CPH Chemie + Papier Holding AG nor a prospectus within the meaning of the applicable Swiss law.

Ablauf / Programm

- 10.00 Uhr CPH Gruppe - Strategie, Geschäftsentwicklung
(Dr. Peter Schildknecht, CEO; Richard Unterhuber, CFO)

- 10.30 Uhr: Bereich Verpackung - Strategie, Geschäftsentwicklung, Brasilien
(Wolfgang Grimm, Bereichsleiter Verpackung)

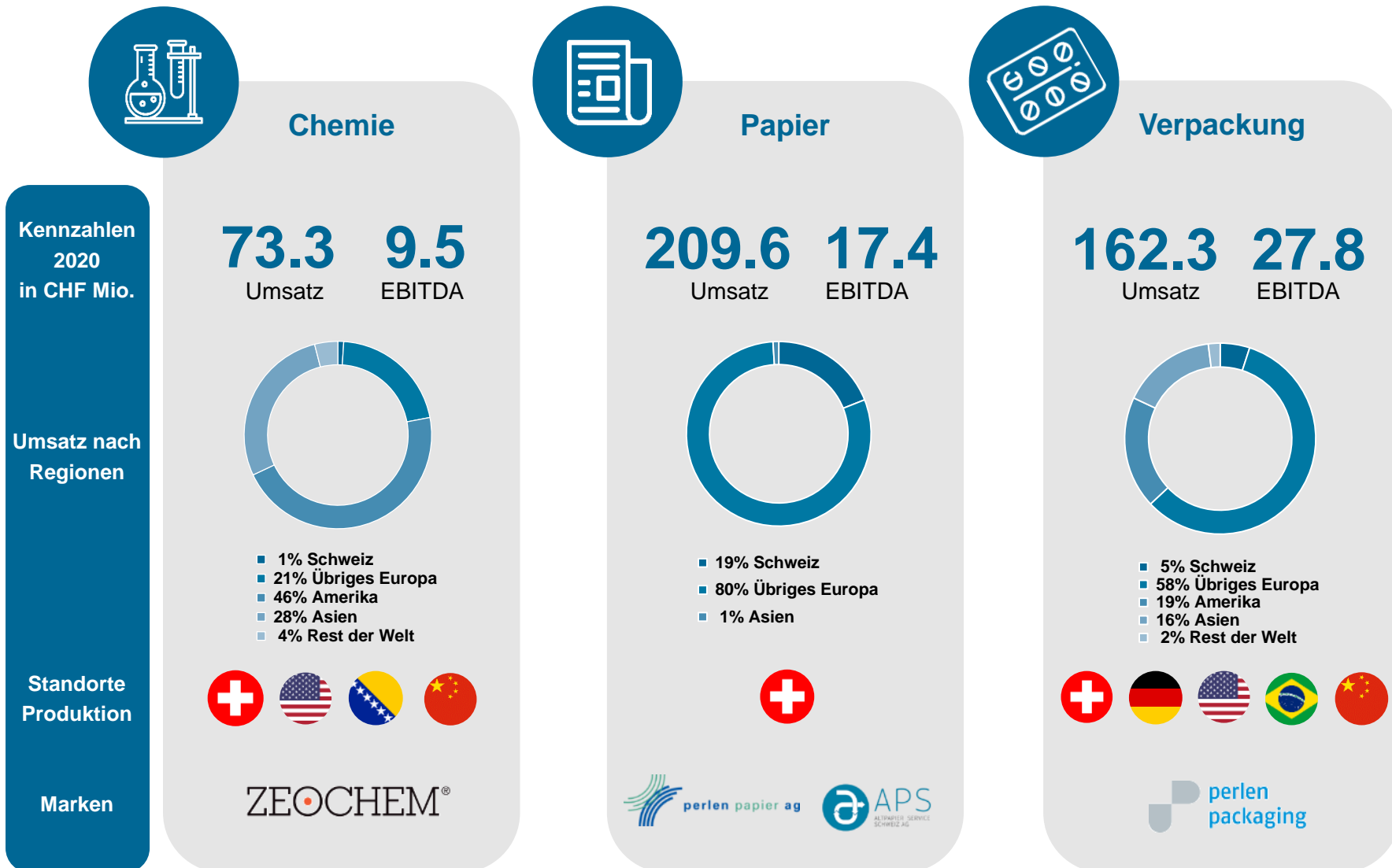
- 11.00 Uhr: Q & A

- 11.30 Uhr: Apéro im Gasthaus "die Perle"

- 12.00 Uhr: Ende

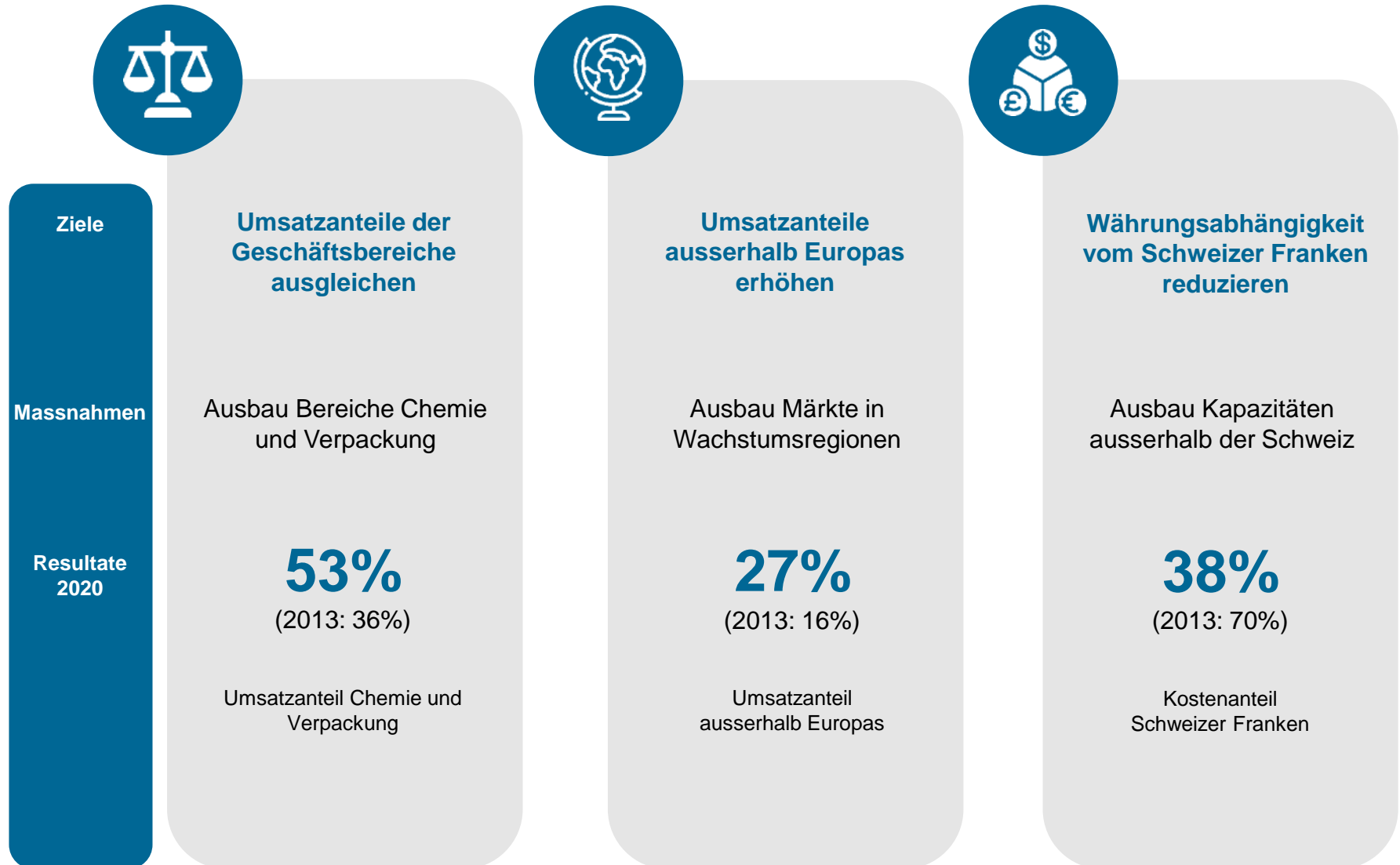
CPH - Strategie / Geschäftsentwicklung

Geschäftsbereiche 2020



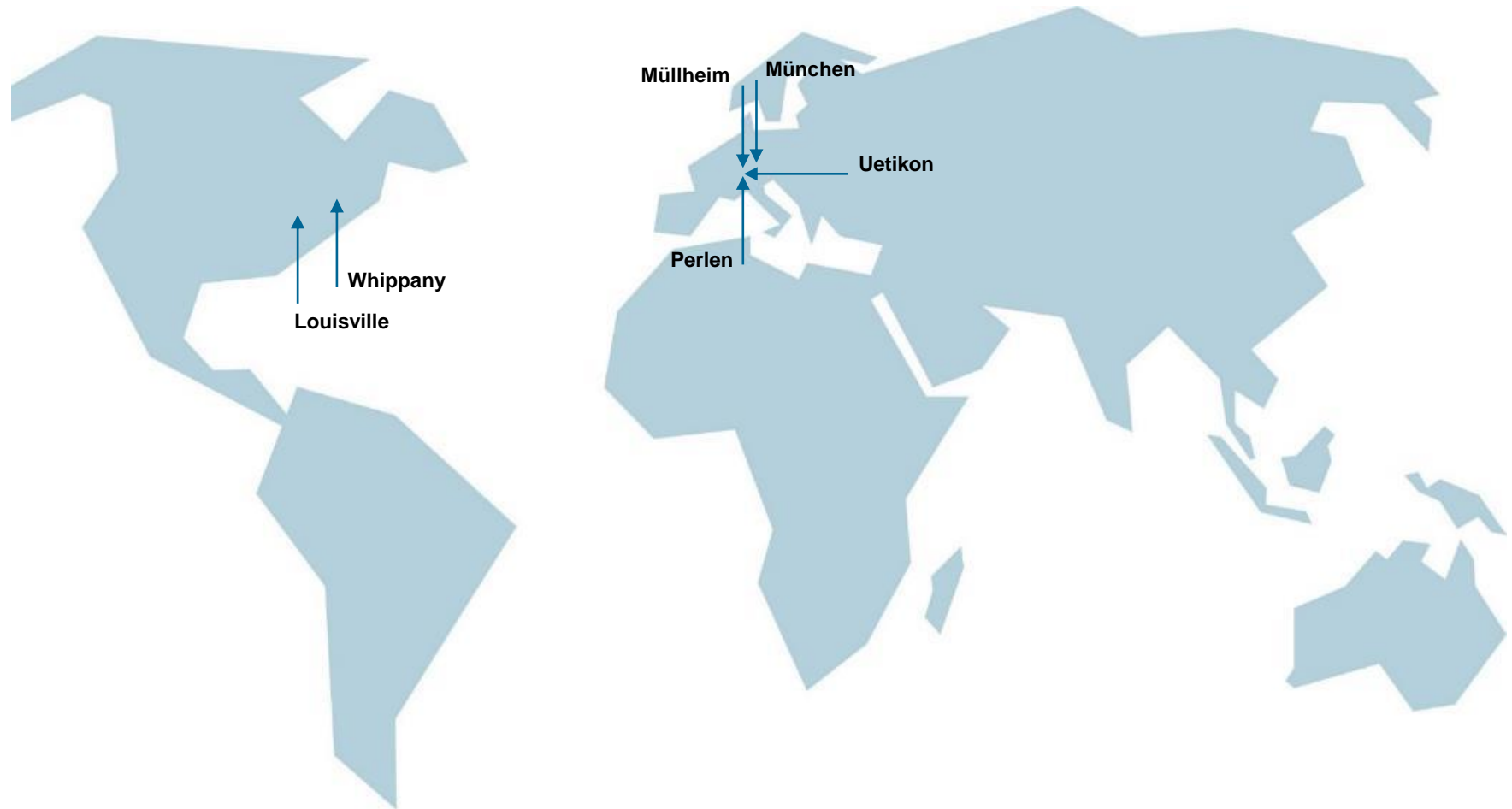
CPH - Strategie / Geschäftsentwicklung

Umsetzung Strategie



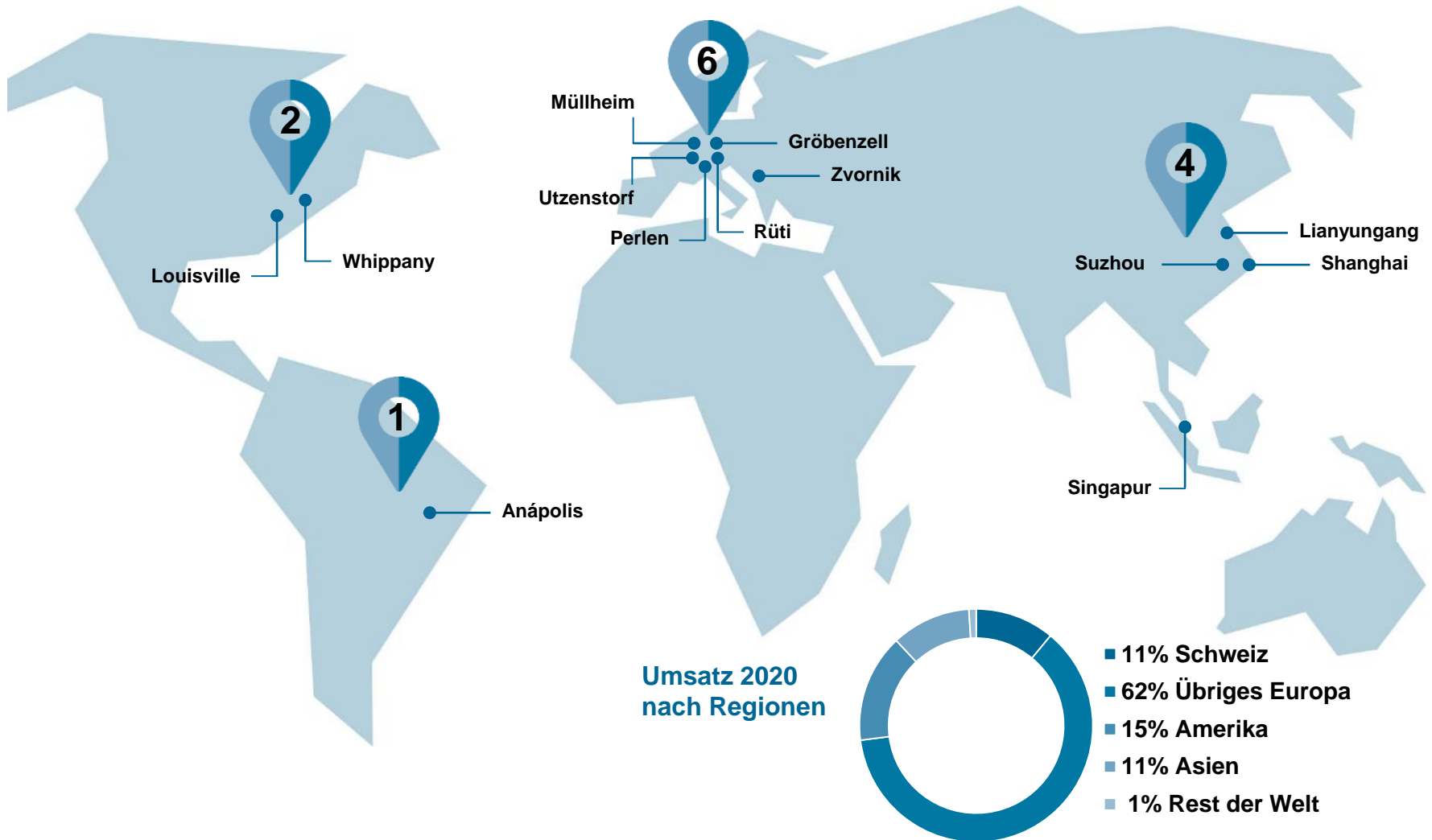
CPH - Strategie / Geschäftsentwicklung

Umsetzung Strategie: Geographische Präsenz 2013

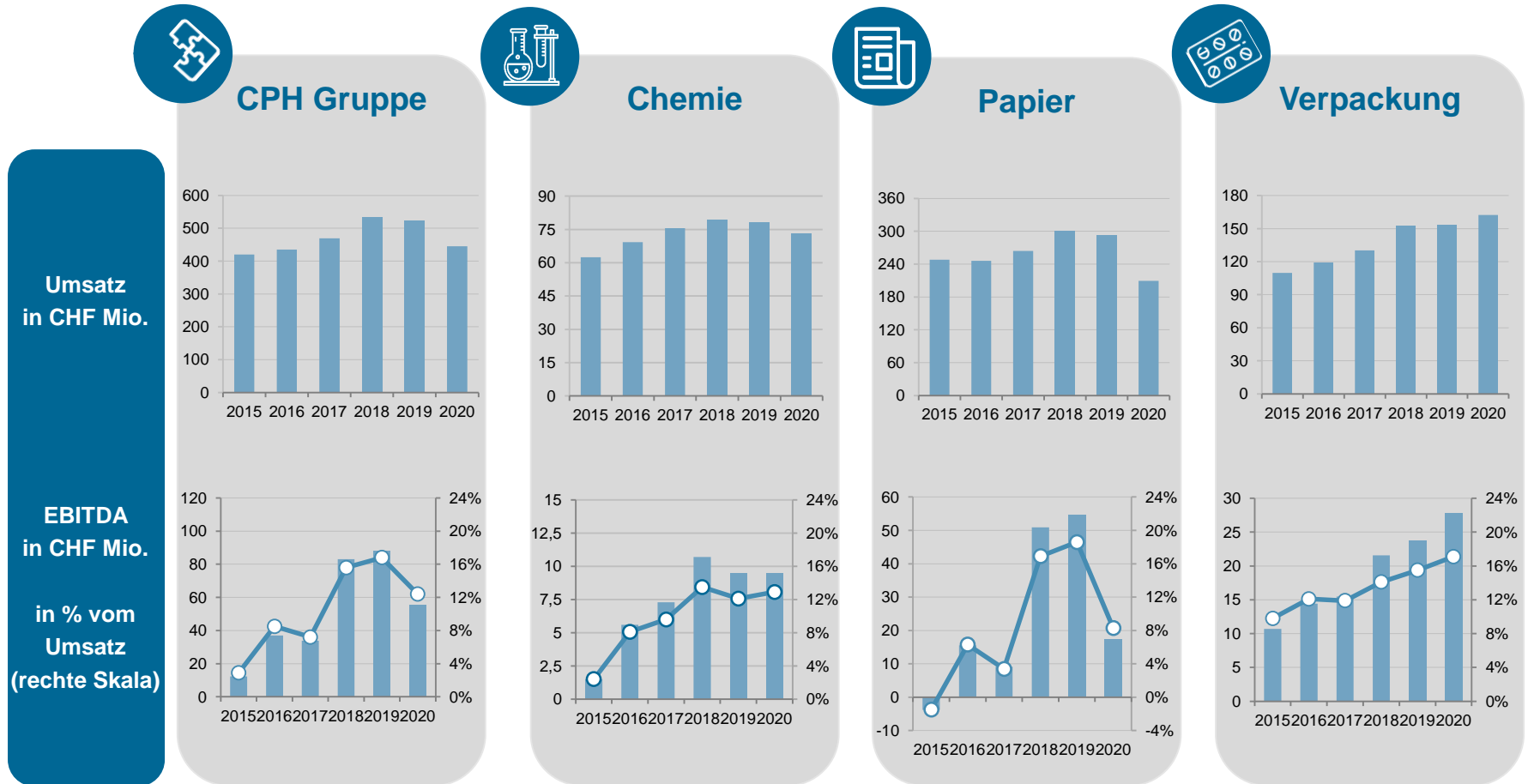


CPH - Strategie / Geschäftsentwicklung

Umsetzung Strategie: 13 eigene Standorte auf vier Kontinenten



Umsetzung Strategie: Geschäftsentwicklung Bereiche

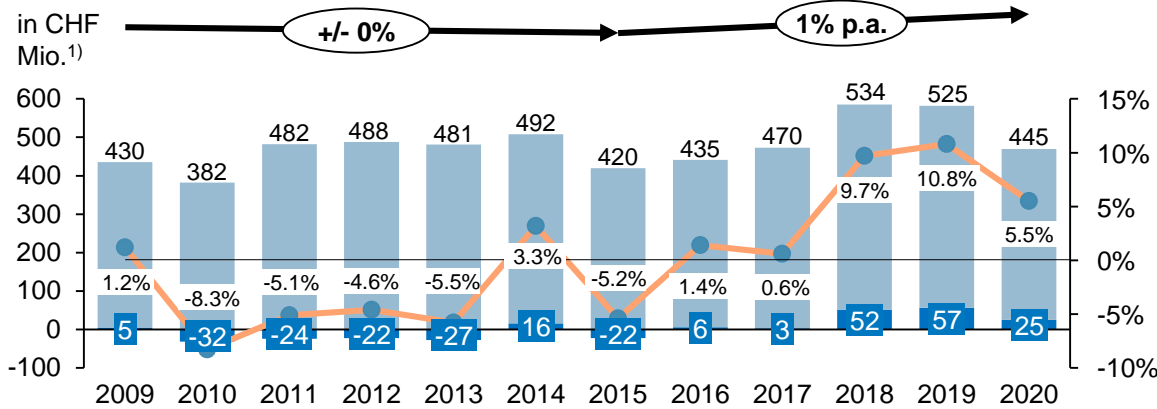


Nachhaltiges profitables Wachstum bei den Bereichen Chemie und Verpackung

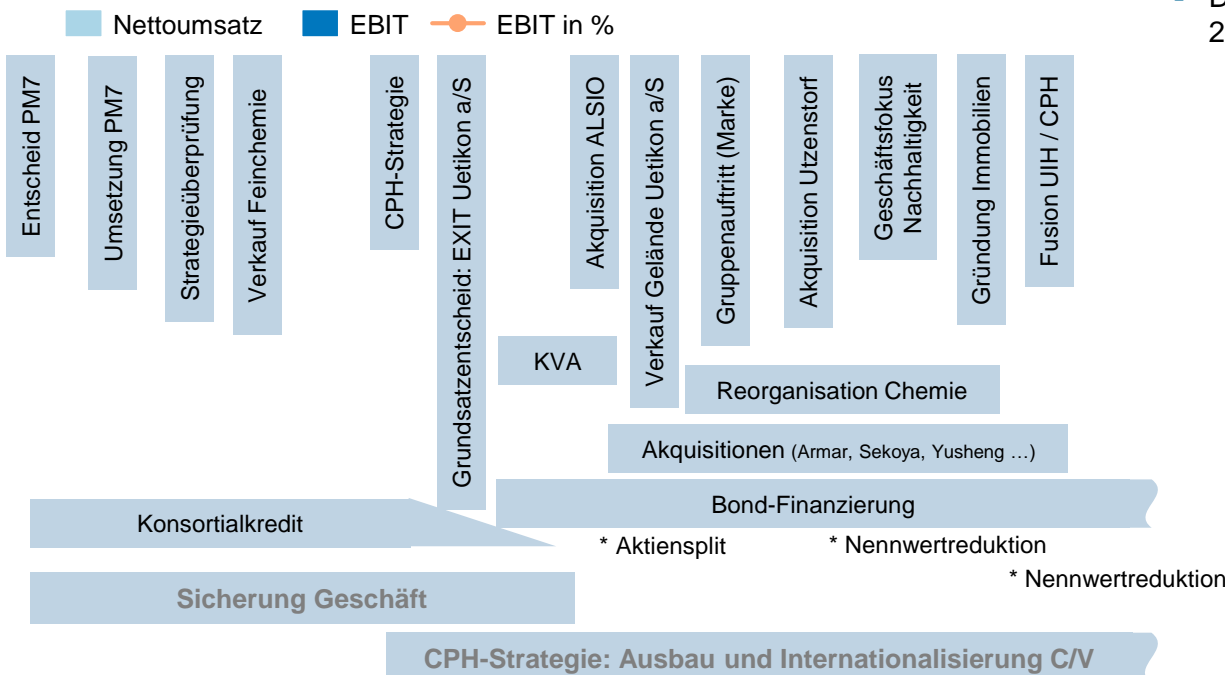
Hohe Ergebnisvolatilität im Bereich Papier aufgrund strukturellem Nachfragerückgang (Angebot/Nachfrage)

CPH - Strategie / Geschäftsentwicklung

CPH Gruppe



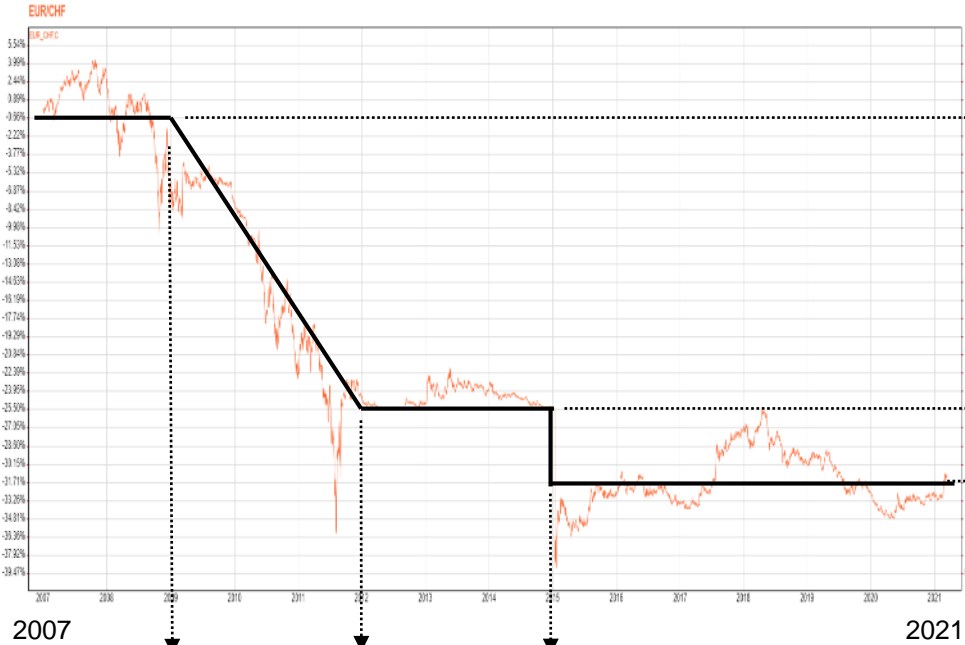
- 2008 Finanz/Banken- und 2009 Wirtschaftskrise
- Aufwertung des Schweizer Franks gegenüber dem Euro von 2009 bis 2015 um ca. 40% (1.50 EUR/CHF auf 1.05 EUR/CHF), Druck auf Umsatz und Ergebnis
- Umsatzwachstum seit 2015 bei 1% p.a.
- Deutliche Steigerung des EBIT und seit 2016 kein operativer Verlust



¹⁾ ohne Feinchemie (Devestition im 2011)

CPH - Strategie / Geschäftsentwicklung

CPH: Einfluss Währungsentwicklung EUR/CHF auf EBIT



1.60 EUR/CHF

-25%

1.20 EUR/CHF

-31%

1.10 EUR/CHF

-8%

Währungseinfluss (Transaktion) pro 1 €-cent auf EBITDA in CHF
 2009: -1.6 Mio.
 2012: -2.1 Mio. } -1.85 Mio.

2014: -1.8 Mio.

2015: -1.6 Mio.

2020: -1.4 Mio.

Reduktion Transaktionsrisiko in EUR seit Inbetriebsetzung PM7 (2010)

-40 €-cent
 ↓
 CHF -74 Mio.

-10 €-cent
 ↓
 CHF -16 Mio.

Einfluss auf EBITDA-Niveau
 CHF -90 Mio.

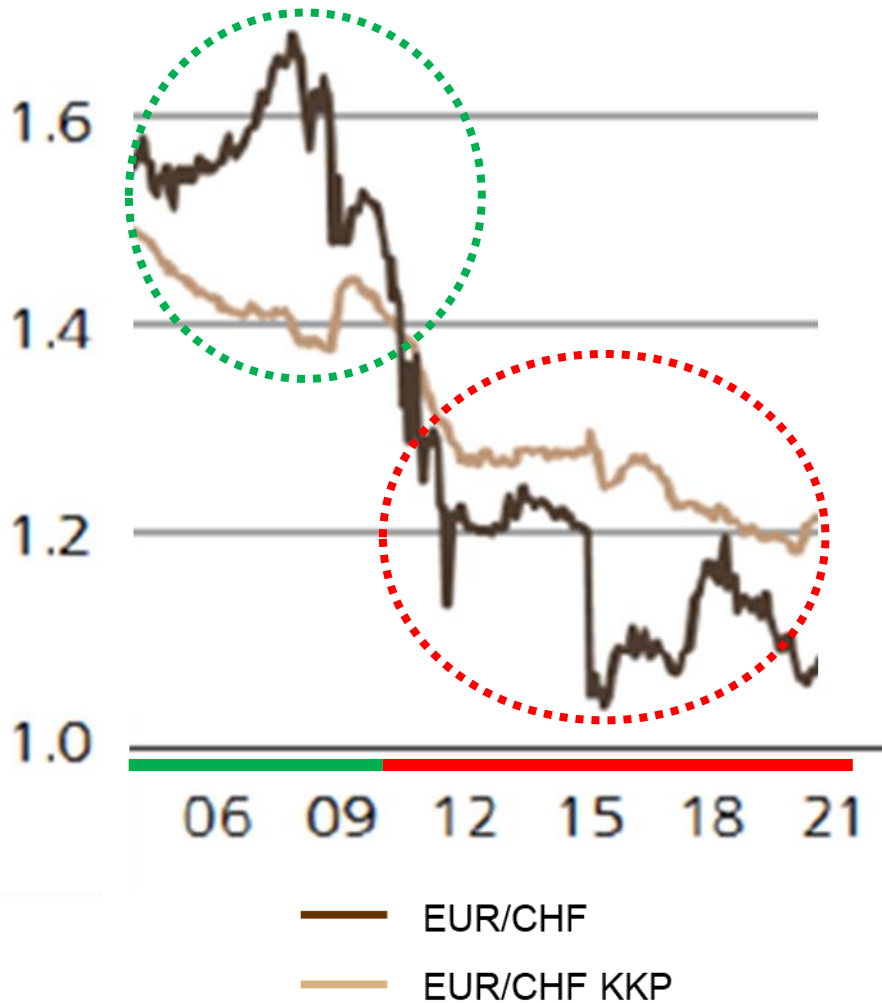
2009 - 2015
Aufwertung Schweizer Franken belastete EBITDA / EBIT mit ca. CHF 90 Mio. / Jahr

Ohne konsequente Reduktion der Kostenbasis in Schweizer Franken (2013: 70%; 2020: 38%) wäre der Einfluss der Währung auf EBITDA/ EBIT noch grösser gewesen

Zitat Geschäftsbericht 2011:
 "Währung während 2010 - 2011 belastet EBIT mit CHF 50 Mio."

CPH - Strategie / Geschäftsentwicklung

CPH: Währungsentwicklung EUR/CHF und Kaufkraftparität (KKP)



Währungseinfluss (Transaktion) pro 1 €-cent auf EBITDA in CHF:

2007: -1.6 Mio.
 2009: -1.6 Mio.
 2012: -2.1 Mio.
 2014: -1.8 Mio.
 2015: -1.6 Mio.
 2020: -1.4 Mio.

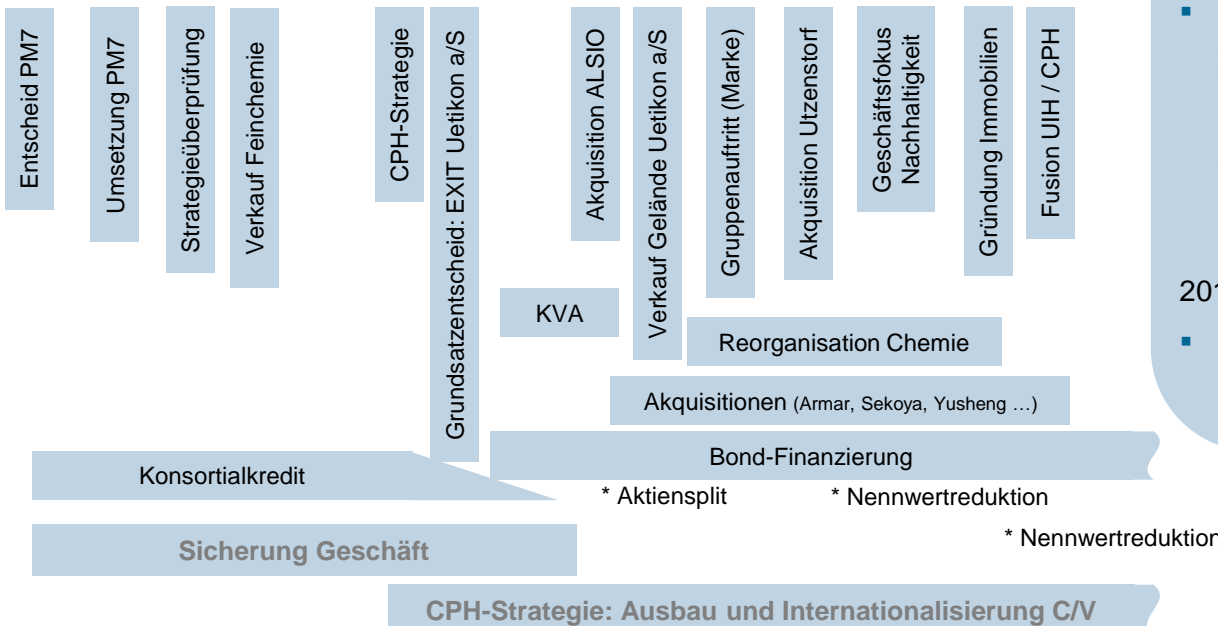
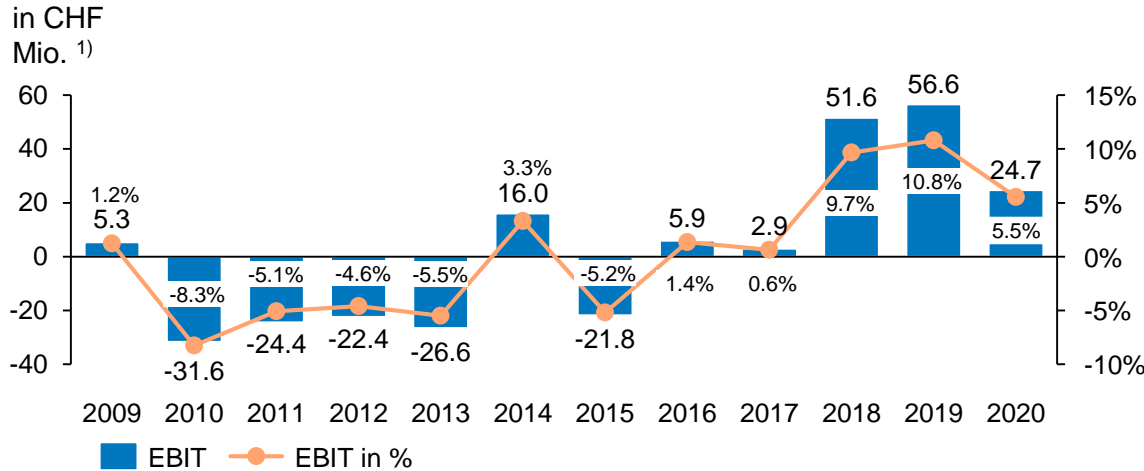
Differenz Währung zu Kaufkraftparität (KKP) und Einfluss auf jährlichen EBITDA in CHF

2005/2008: +15.0 €-cent => + 24 Mio.
 2012/2015: - 7.5 €-cent => - 15 Mio. } ca. 40 Mio.
 2015/2017: -10.0 €-cent => - 16 Mio.
 2019/2020: -10.0 €-cent => - 14 Mio.

Während vor 2008 die Währung aufgrund des zu schwach bewerteten Schweizer Frankens das EBIT jährlich um ca. CHF 24 Mio. positiv beeinflusste, belastete der im Anschluss stark aufgewertete Schweizer Franken das EBIT in den darauffolgenden Jahren um jährlich CHF 15 Mio.

CPH - Strategie / Geschäftsentwicklung

CPH Gruppe



2009 bis 2015:

- Ergebnisverbesserungen durch Strukturanpassungen und Produktivitätsfortschritte wurden durch Aufwertung Schweizer Franken (Währung) überkompensiert.
Einfluss Währung auf EBIT:
Nominal: CHF 90 Mio. / Jahr
Real (KKP): CHF 40 Mio. / Jahr

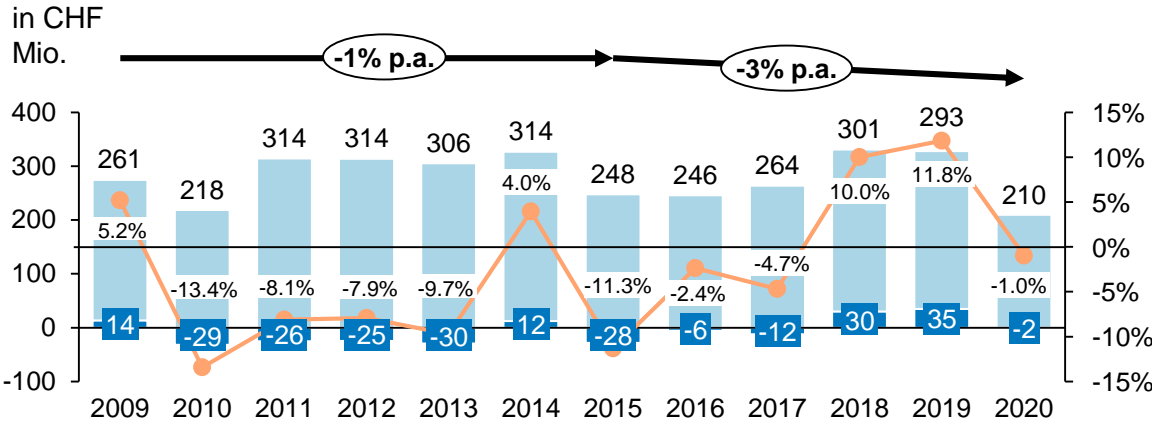
Zusätzlich während ganzer Periode:

- Überlagerung der Geschäftsentwicklung durch strukturellen Verdrängungswettbewerb im Papiermarkt.
2009 - 2020: Halbierung der Papierpreise (in CHF)

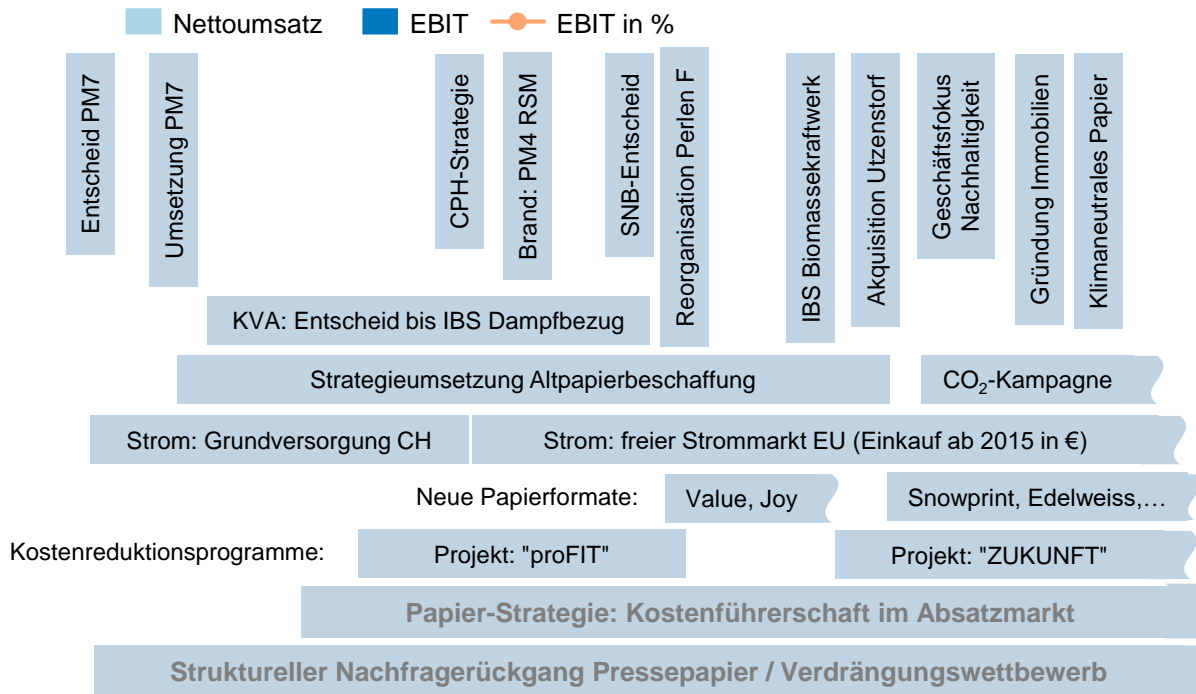
2015 bis 2020:

- Konsequente Umsetzung der CPH-Strategie

CPH - Strategie / Geschäftsentwicklung Papier



- Aufwertung des Schweizer Francs gegenüber dem Euro von 2009 bis 2015 um ca. 40% (1.50 EUR/CHF auf 1.05 EUR/CHF), Druck auf Umsatz und Ergebnis
- Struktureller Nachfragerückgang bei graphischen Papieren: Verdrängung Printmedien durch digitale Medien
- 2009 bis 2020: Trotz Erhöhung Produktions- und Verkaufsvolumen um gut 80% von 300'000 t auf 550'000 t, gleichzeitig Umsatzreduktion von 20%!
- Verdrängungswettbewerb seit 2009 und Halbierung der Papierpreise
- Verkauf des maximal möglichen Produktionsvolumens.
Ausnahme 2020: Volumenreduktion aufgrund COVID-19 von 15% (temporäre Abstellmassnahmen)



Papier: Zeitungsdruck - Entwicklung Angebot-Nachfrage W-Europa

Entwicklung Nachfrage Zeitungsdruck ZD

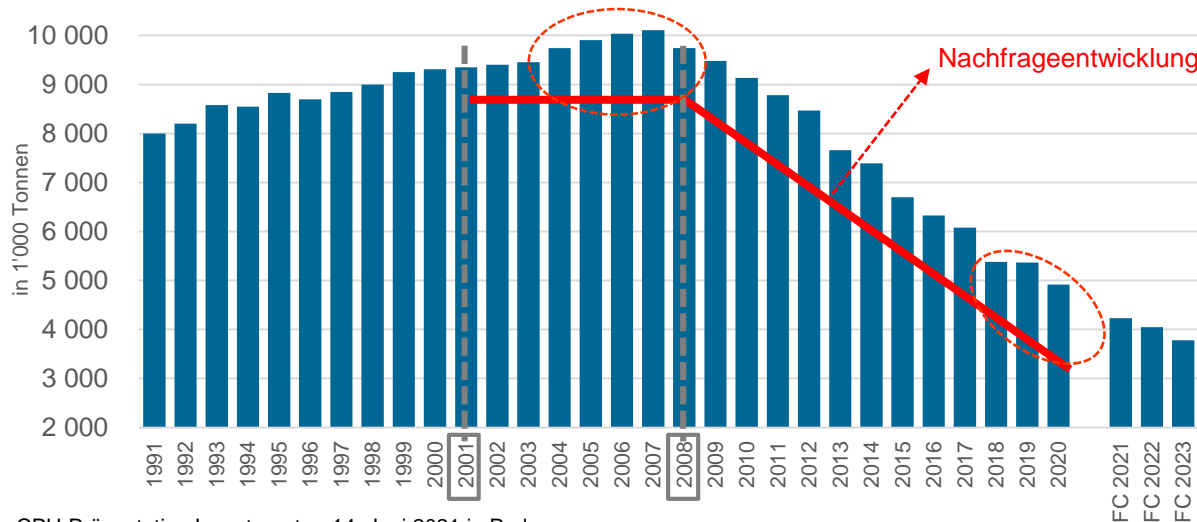


bis 2001:
⇒ Nachfrage-Wachstum

2001 bis 2008:
⇒ Nachfrage-Stagnation

2009 Rezession und 2009 bis dato
⇒ Struktureller Nachfrage-Rückgang durch Verdrängung von Print durch digitale Medien
(2007: Markteinführung iPhone und Aufbau Breitband-Internet)

Entwicklung Kapazitäten Zeitungsdruck ZD

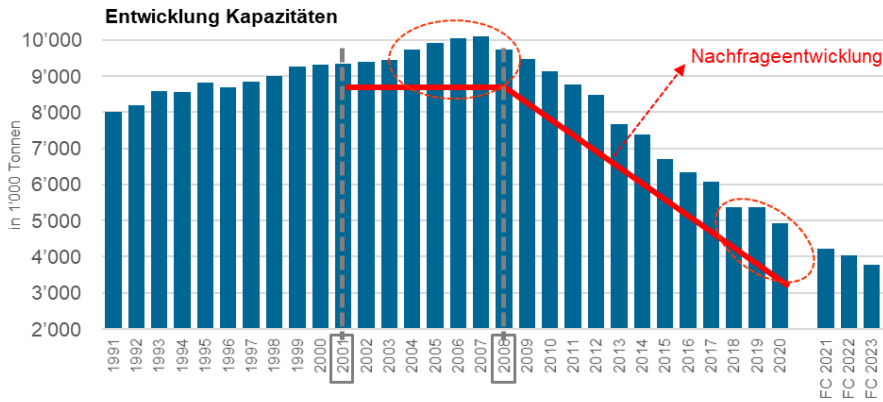


2001 bis 2008:
Trotz Nachfragestagnation werden Produktionskapazitäten weiter aufgebaut.
=> **Aufbau Überkapazitäten**

2009 bis dato:
Anhaltende Überkapazitäten durch strukturellen Nachfrage-Rückgang
=> **Verdrängungswettbewerb**

CPH - Strategie / Geschäftsentwicklung

Papier: Zeitungsdruck - Verdrängungswettbewerb W-Europa

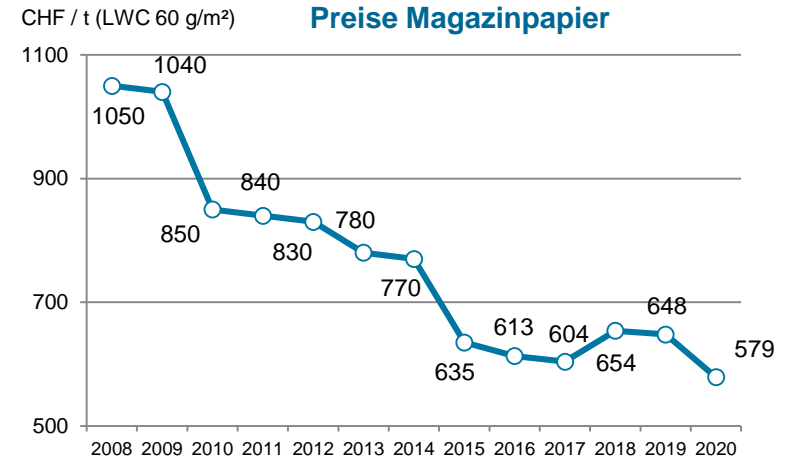
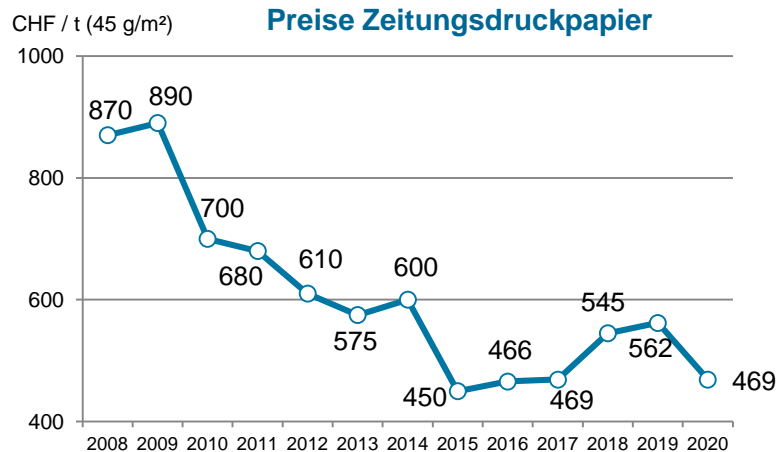


Merkmale Papiermarkt:

- Wenig Differenzierungsmöglichkeiten (Commodity)
 - Regionaler "Kirchturmmarkt" (Logistik)
 - Hohe Fixkosten (Abschreibungen)
 - Volumenmarkt (Economy of Scale)
- und
- Strukturelle Überkapazitäten (Nachfragerückgang)

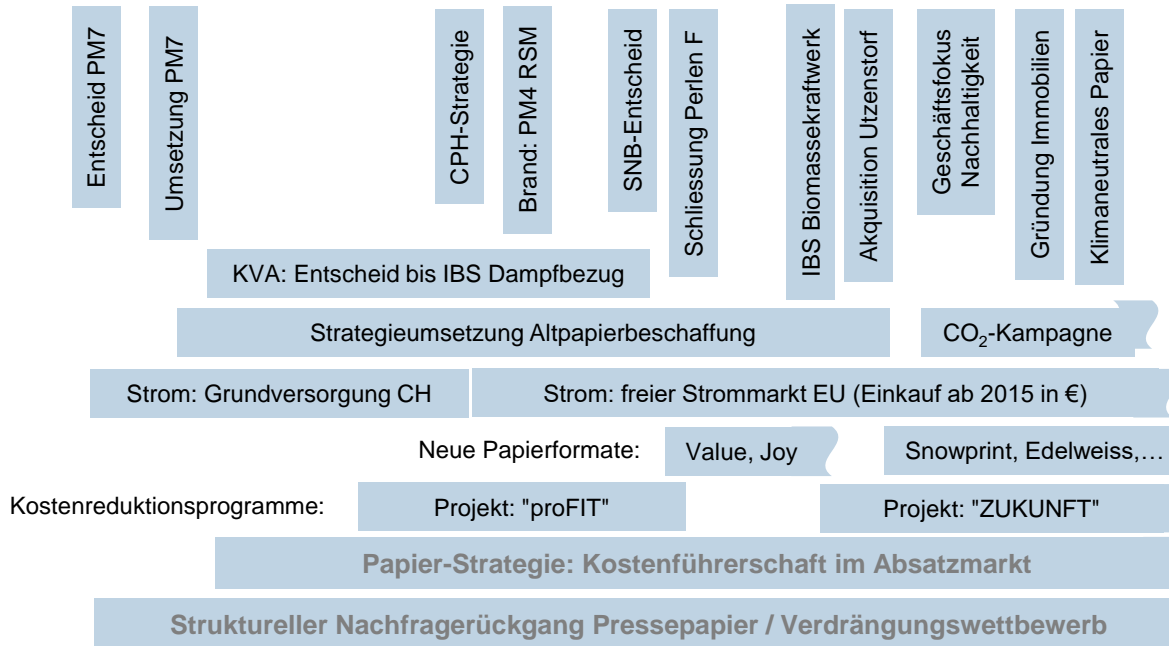
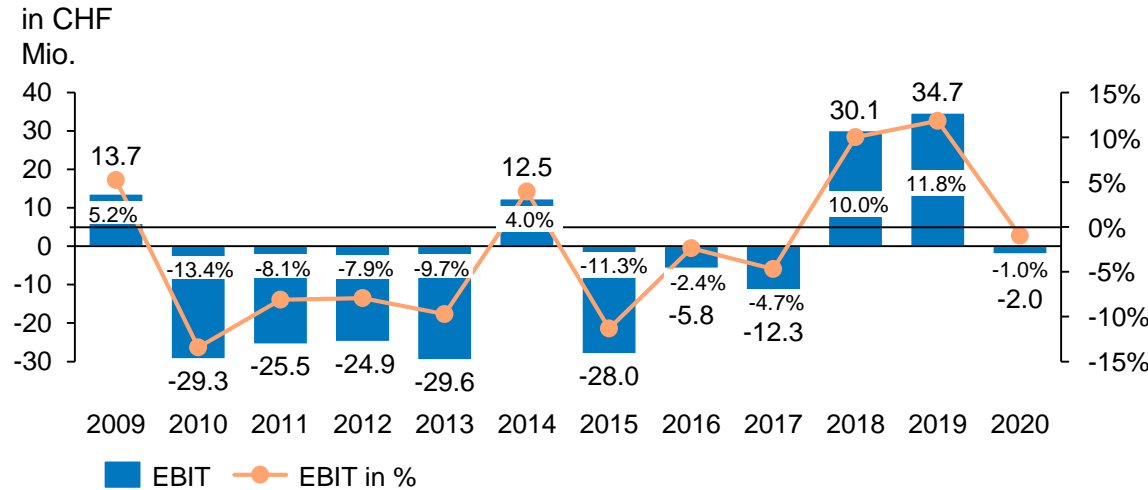
Verdrängungswettbewerb wird über Papierpreise geführt (Kostenführerschaftsstrategie)

⇒ Papierpreise in Schweizer Franken nahezu halbiert



CPH - Strategie / Geschäftsentwicklung

Papier



Merkmale Papiermarkt:

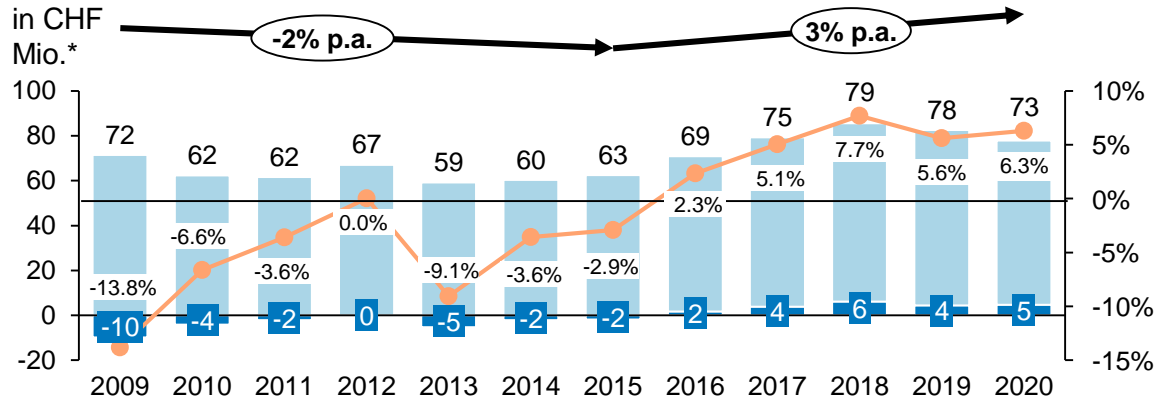
- Regionaler "Kirchturmmarkt"
- Wenig Differenzierungsmöglichkeiten
- Hohe Fixkosten (Abschreibungen)
- Volumenmarkt (Economy of Scale) und
- Strukturelle Überkapazitäten

Hohe Abhängigkeit von externen Faktoren: Papier- & Altpapierpreis, Energie, Währung (€/CHF)

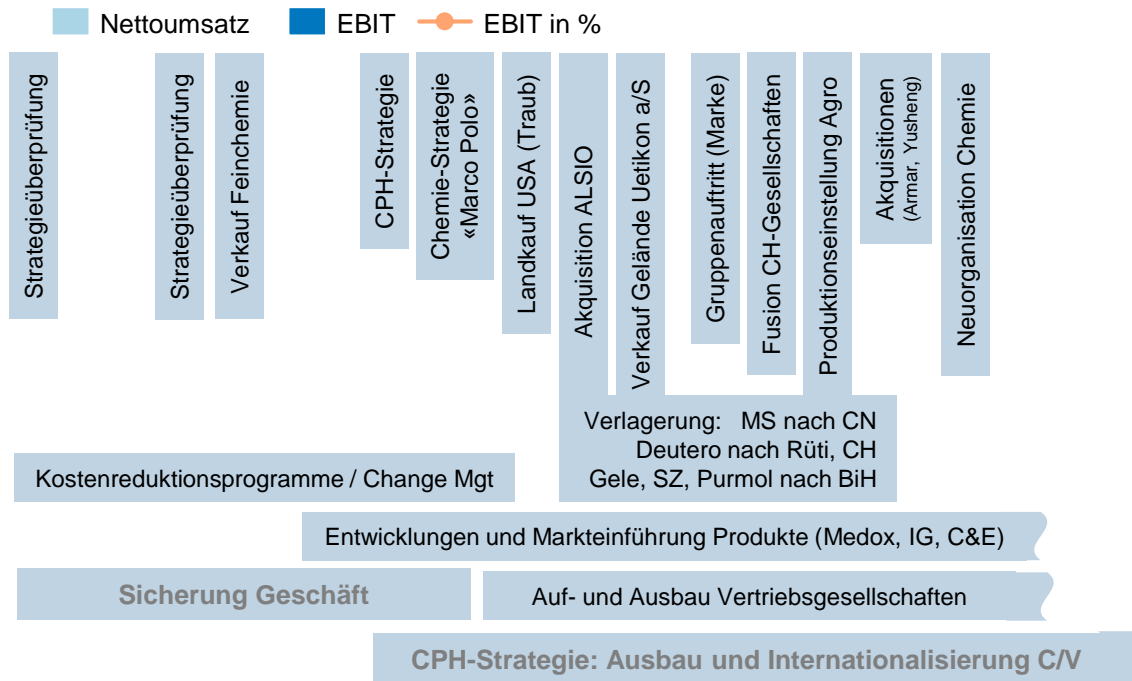
Verdrängungswettbewerb wird über Papierpreise geführt. Halbierung der Papierpreise in CHF seit 2009

- Konsequente Umsetzung von Kostenreduktionsprogrammen
 - Operativ: Erhöhung Produktivität, Prozessoptimierungen, Reduktion Inputkosten (Energie, Altpapier), Reduktion Fixkostenstruktur
 - Strategisch: KVA RENERGIA, Akquisition Utzenstorf (APS), IBS Biomassekraftwerk
- Neue Produkteinführungen zur Absicherung des Verkaufs- bzw. Produktionsvolumens
- Etablierung Nachhaltigkeit (CO₂Neutralität) als neues Differenzierungskriterium bei Pressepapier

CPH - Strategie / Geschäftsentwicklung Chemie



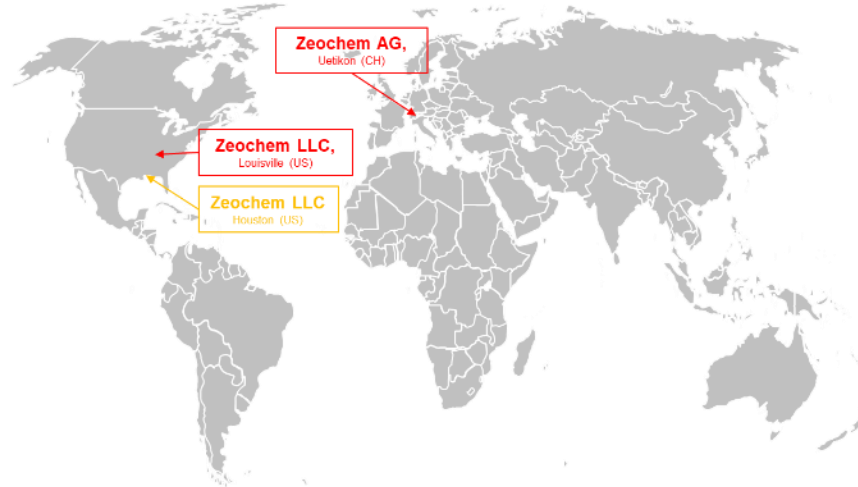
- Aufwertung des Schweizer Franks gegenüber dem Euro von 2009-2015 um ca. 40% (1.50 EUR/CHF auf 1.05 EUR/CHF), Druck auf Umsatz und Ergebnis
- 2007/2008: Einbruch des geschäftsfokussierten Bio-Ethanolgeschäfts. 2009 -: "Rückgewinnung" Kunden aus zurückgezogenen Marktbereichen
- 2009 - 2015: Umsatzrückgang von 13% bzw. bei -2% p.a.
- 2015 - 2020: Umsatzwachstum von 17% bzw. bei 3% p.a.
- Deutliche Steigerung von EBIT und EBIT-Marge auf aktuell 6.3% (2020)
- Nachhaltiger Turnaround



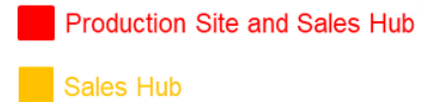
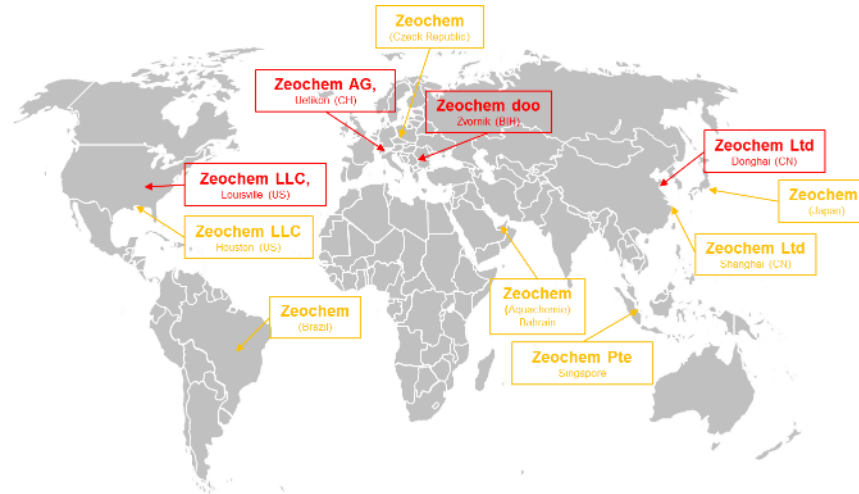
CPH - Strategie / Geschäftsentwicklung

Chemie: Internationalisierung (Verkauf / Produktion)

2009

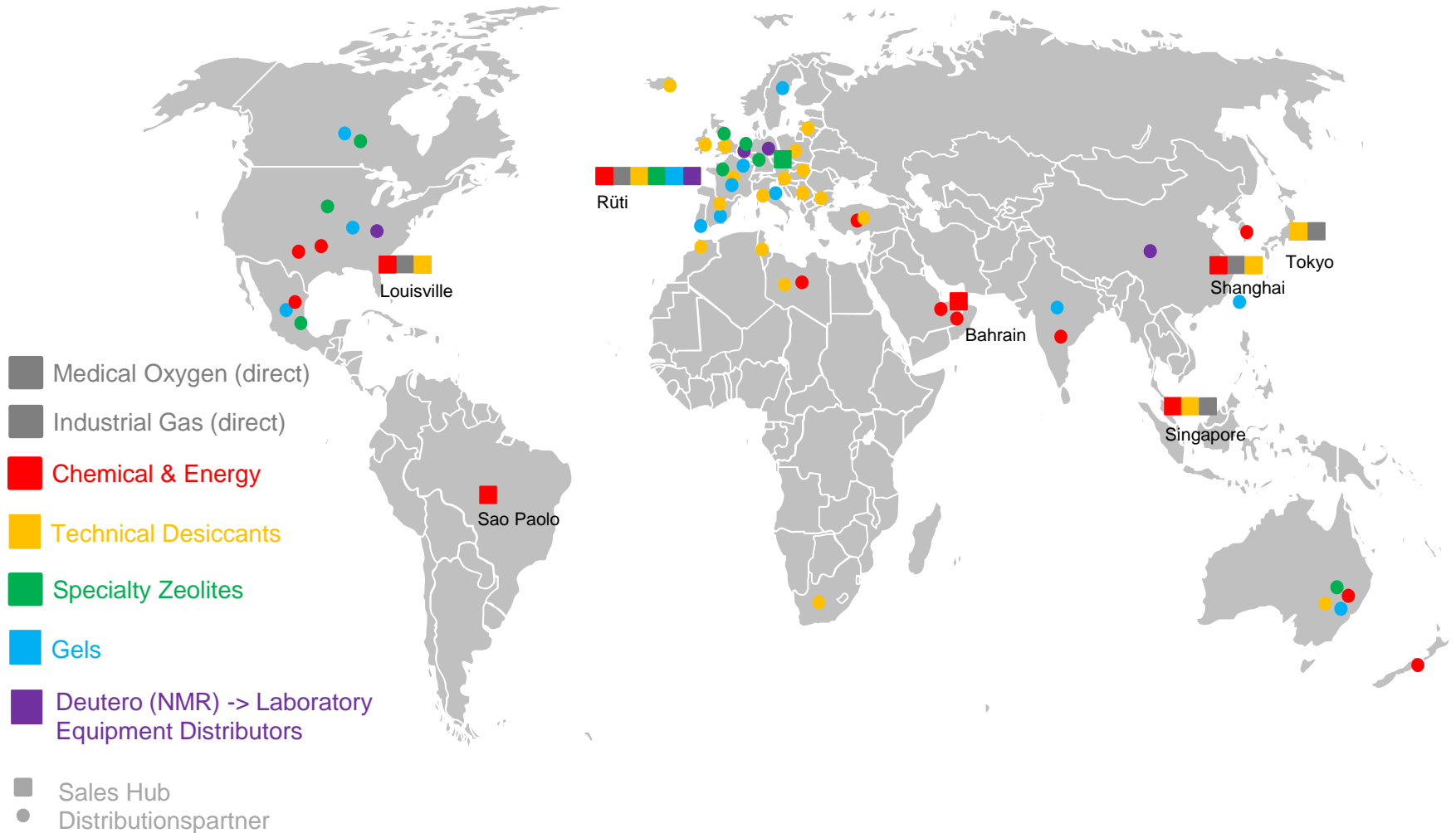


2020



CPH - Strategie / Geschäftsentwicklung

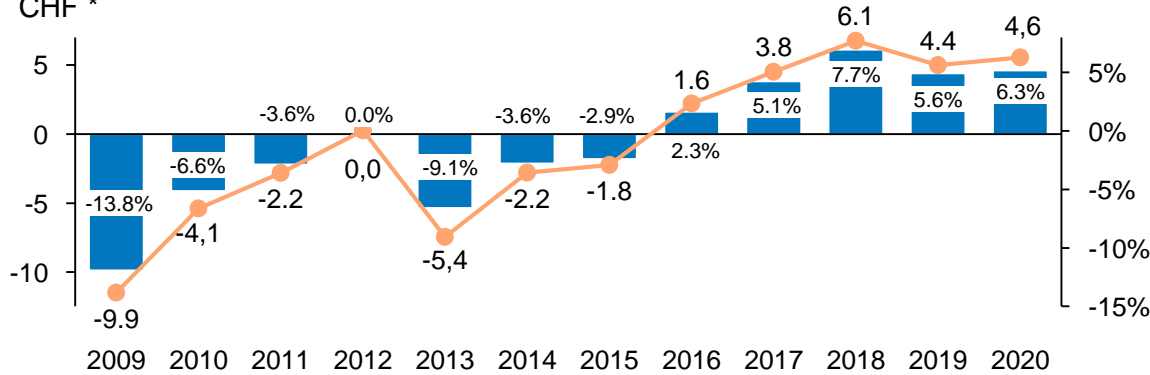
Chemie: Verkauf und Distributionspartner 2020



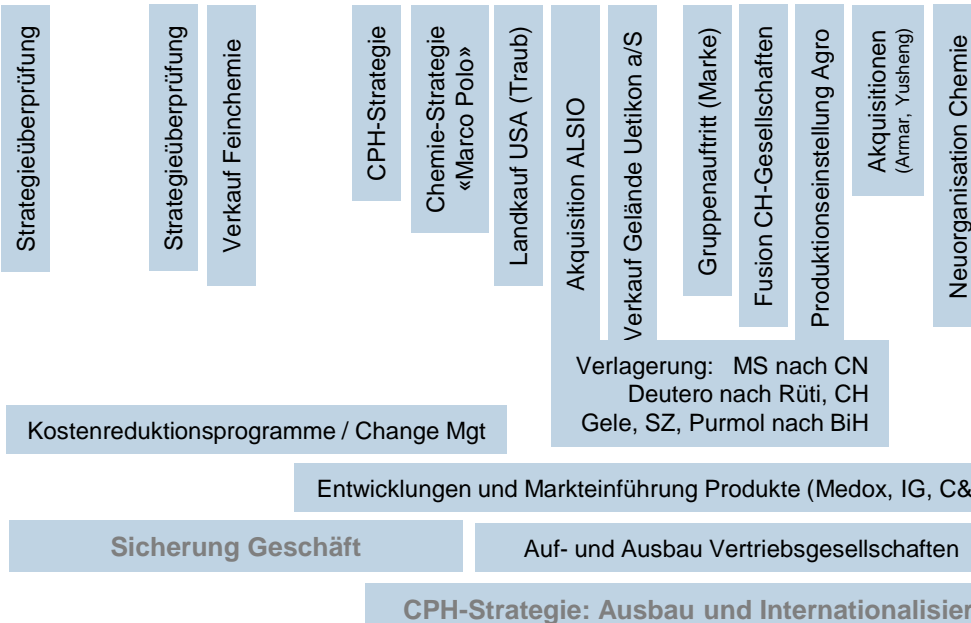
CPH - Strategie / Geschäftsentwicklung

Chemie

in Mio.
CHF *



■ EBIT — EBIT in %



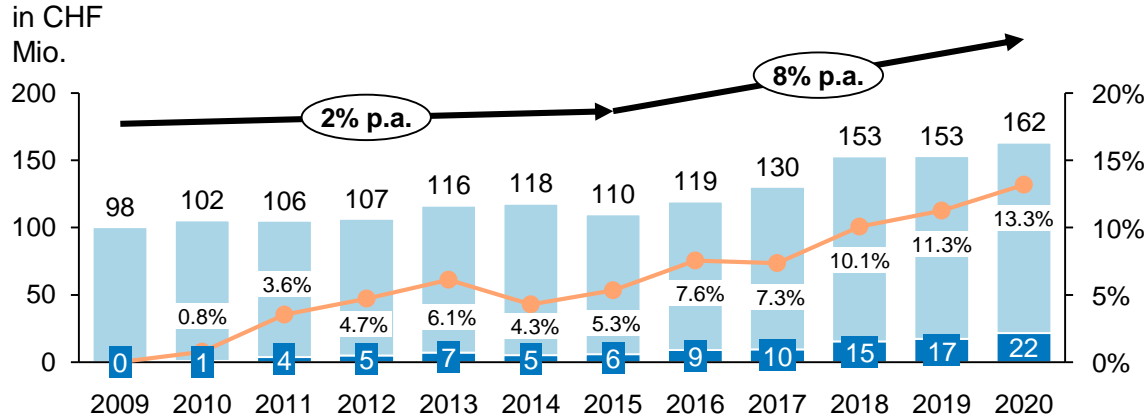
Benchmark

- Zeochem
EBITDA-Marge: 12.9% (2020)
- Chemieunternehmen CHF 80-100 Mio.
EBITDA-Marge: 11.5% (2019)

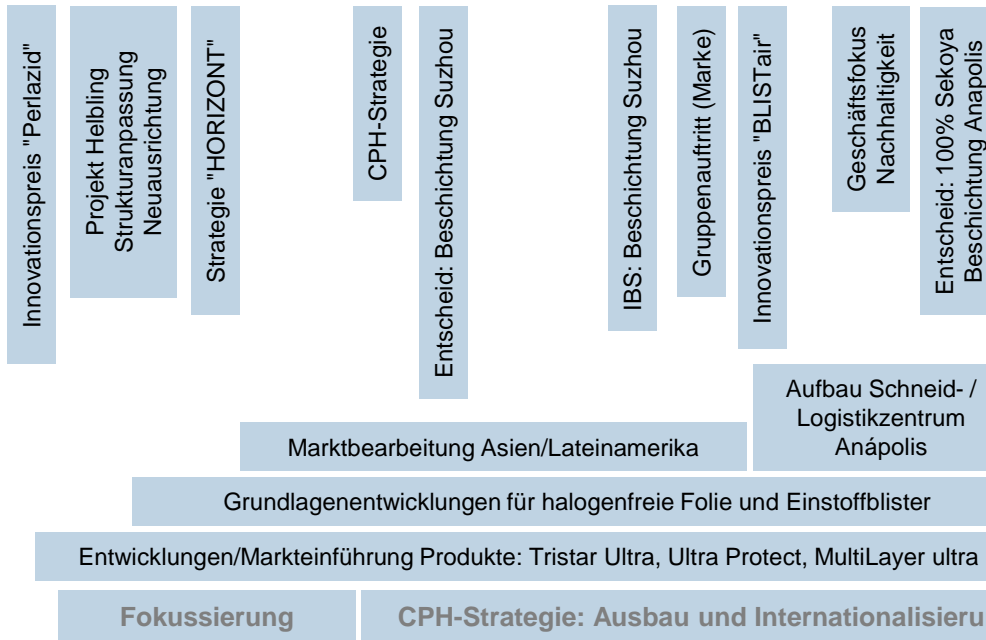
- Internationalisierung:
 - Aufbau/Stärkung internationaler Vertriebsorganisation (LATAM, Naher Osten, Asien, ...)
 - Aufbau Produktionen in Wachstumsmärkte und mit tieferen Kostenstrukturen (CN, BiH)
- Konsequenter Fokus auf Produkte/ Märkte mit Wachstumspotenzial (Gesundheit, Pharma, Elektronik, ...)
- Innovationen / Produktentwicklungen mit Erweiterung der Angebotspalette in höherwertige Produkte (Medox, IG, C&E ...)
- Prozessoptimierungen, Verbesserung Produktivität, Effizienzsteigerung durchgängig an allen Standorten (Einführung ERP 2016)
- 2016 - 2018: Strukturelle Kostenreduktion durch Schliessung Uetikon und Geschäftsverlagerung nach China, Bosnien-Herzegowina und den USA

CPH - Strategie / Geschäftsentwicklung

Verpackung



Nettoumsatz EBIT EBIT in %



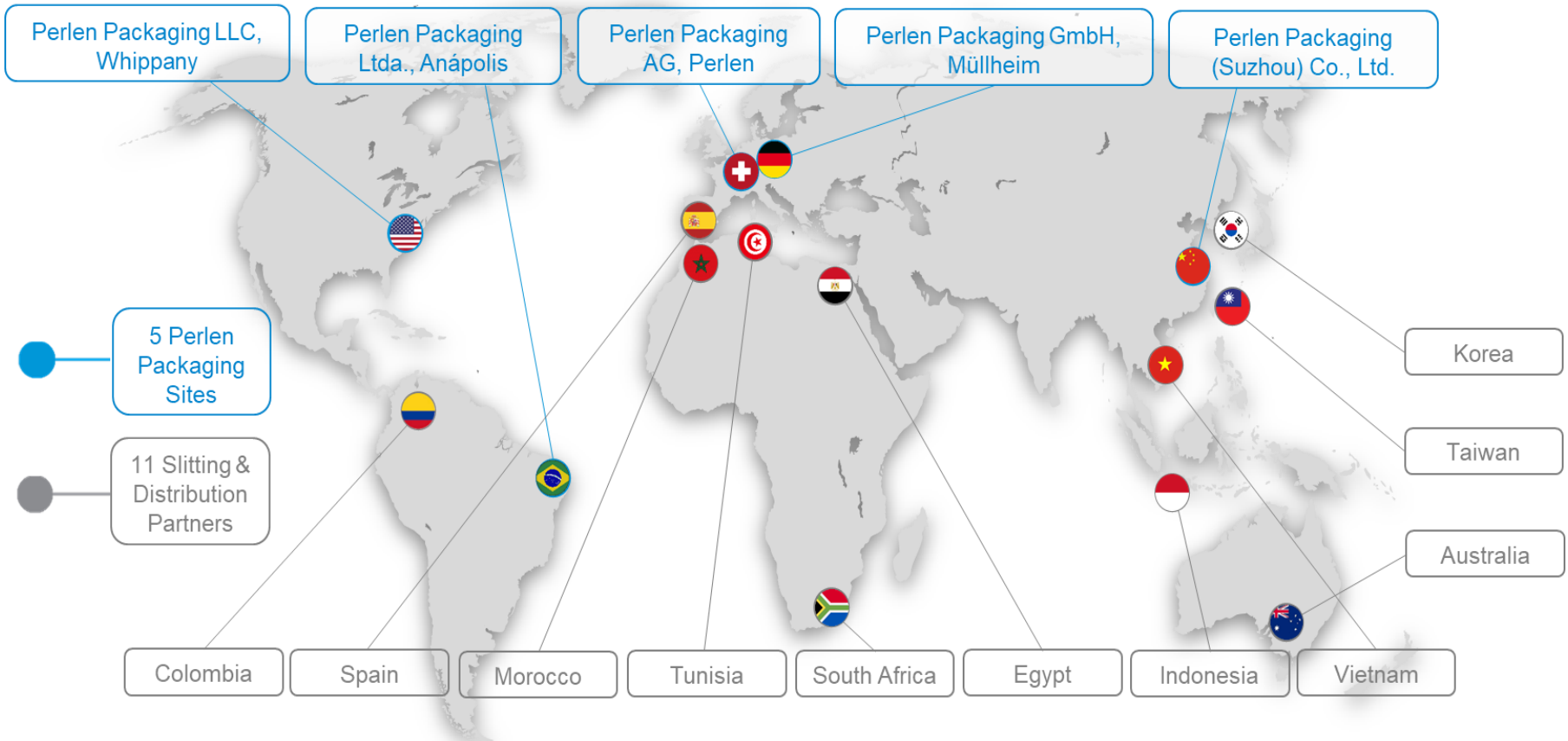
- Aufwertung des Schweizer Franken gegenüber dem Euro von 2009 - 2015 um ca. 40% (1.50 CHF/EUR auf 1.05 CHF/EUR), Druck auf Umsatz und Ergebnis
- 2009 – 2015: Umsatzwachstum bei 12% (2% p.a.) Organisches Wachstum bei 32% [(31%*0.66)=20% +12%]
- 2015 – 2020: Umsatzwachstum bei 48% (8% p.a.)
- 2009 – 2020: Verdoppelung Marktanteil in Europa von ca. 15% auf ca. 30%
- Deutliche Steigerung von EBIT und EBIT-Marge von Break-Even (2009/2010) auf aktuell 13.3% (2020)
- Nachhaltige und solide Geschäftsentwicklung

CPH - Strategie / Geschäftsentwicklung

Verpackung: Produktion und Distributionspartner 2020

Weltweit

- 5 Produktionsstandorte (blau, oben) und
- 11 Schneid- und Distributionspartner (grau, unten/rechts)



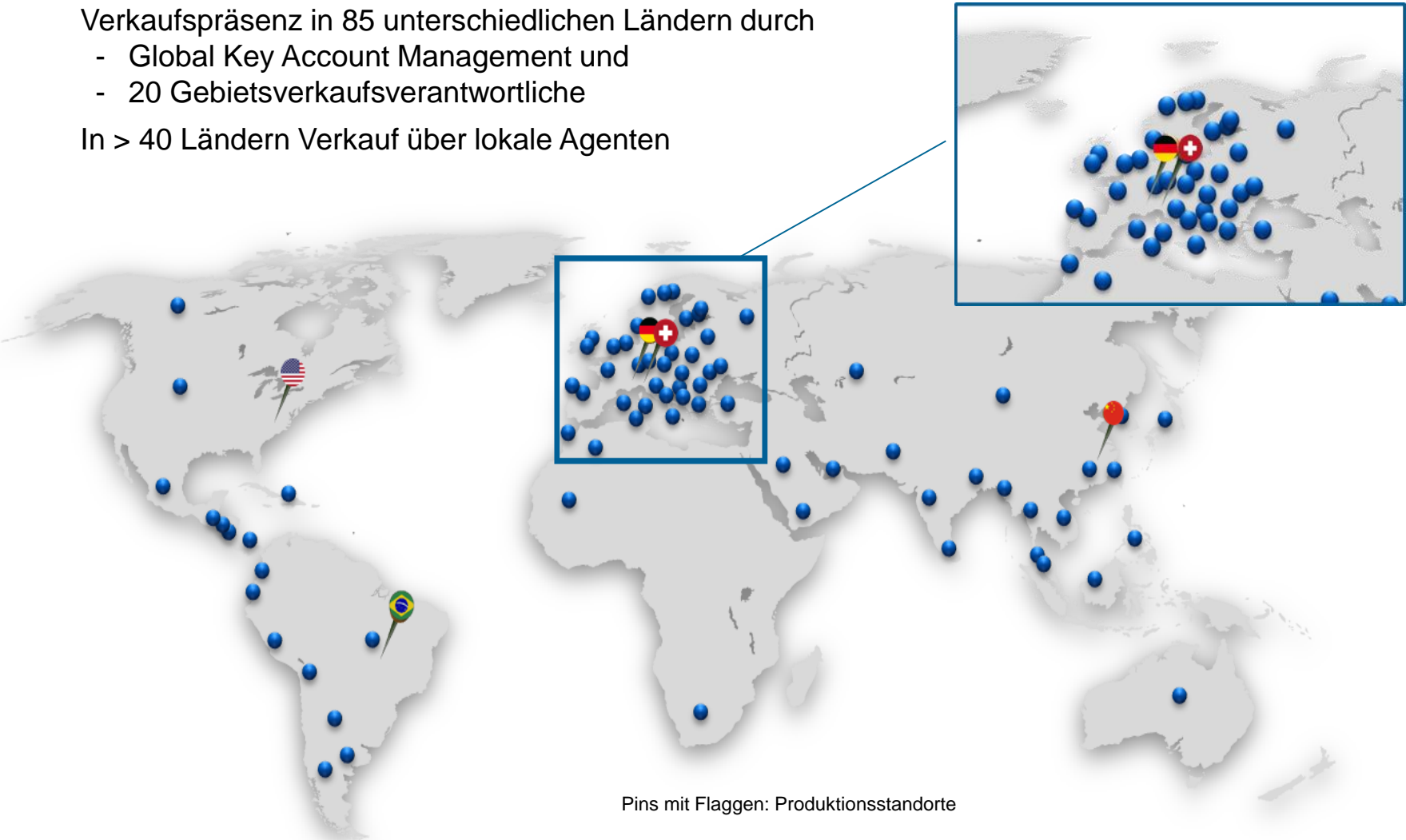
CPH - Strategie / Geschäftsentwicklung

Verpackung: Internationalisierung (Verkauf / Vertretungen 2020)

Verkaufspräsenz in 85 unterschiedlichen Ländern durch

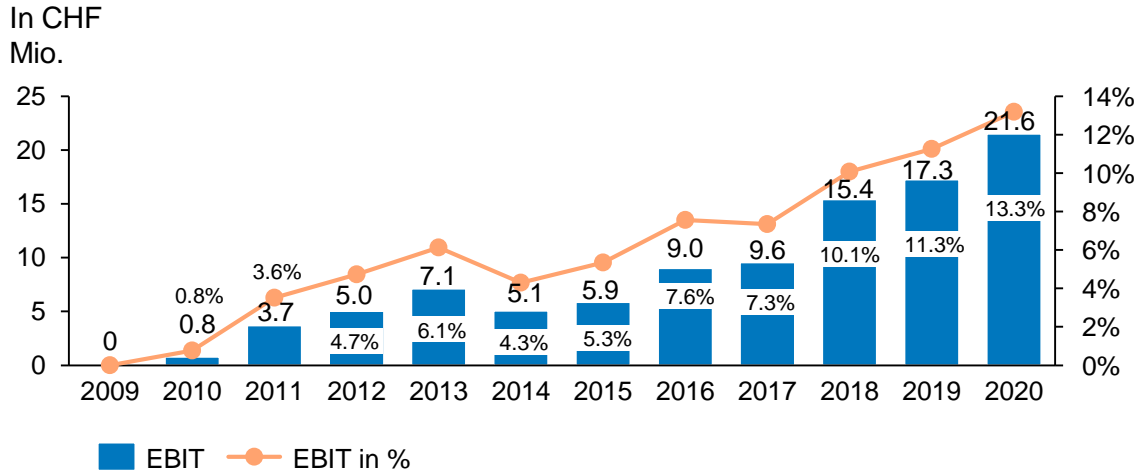
- Global Key Account Management und
- 20 Gebietsverkaufsverantwortliche

In > 40 Ländern Verkauf über lokale Agenten



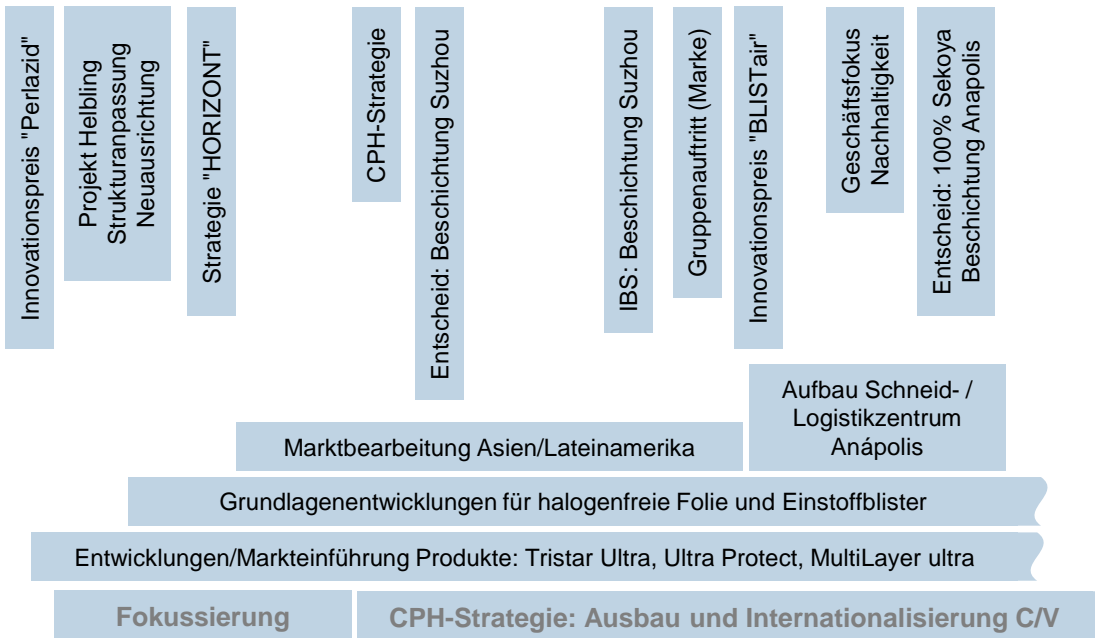
CPH - Strategie / Geschäftsentwicklung

Verpackung



Profitabilitätsentwicklung

- Deutliche Steigerung von EBIT und EBIT-Marge von Break-Even (2009/2010) auf aktuell 13.3% (2020)
- Konsequenter Fokus auf Pharma-Markt und auf Folien mit höchsten Barriere-Eigenschaften
- Ausschliesslicher Fokus auf Kernkompetenz bei Kapazitätserweiterungsprojekten (USP: Folienbeschichtung)
- Innovationen / Produktentwicklung mit Ausbau/Erweiterung der Angebotspalette in die höherwertigen Hochbarriefolien (Tristar Ultra, Ultra Protect, MultiLayer ultra)
- Innovationen neue Märkte ("Perlazid"; "BLISTair")
- Prozessoptimierungen, Verbesserung Produktivität, Effizienzsteigerung durchgängig an allen Standorten
- Internationalisierung:
 - Aufbau einer internationalen Vertriebsorganisation;
 - Aufbau eines Beschichtungswerkes in Asien / China und Lateinamerika / Brasilien

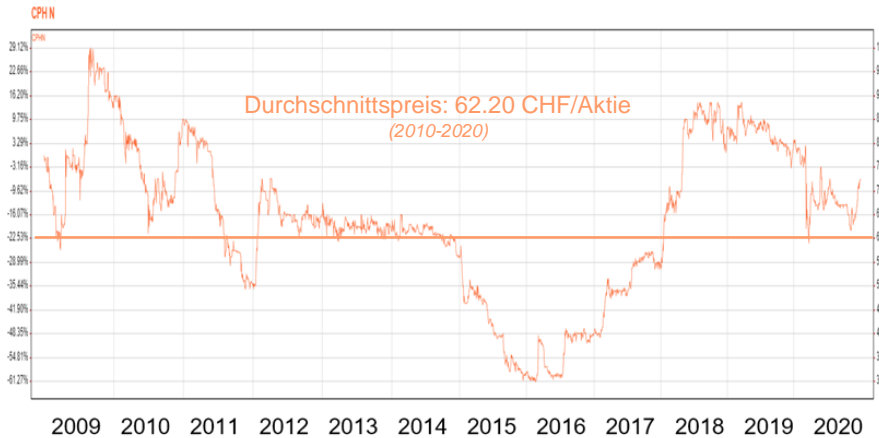


CPH - Strategie / Geschäftsentwicklung

CPH Gruppe: Unternehmenswert

Börsenkursentwicklung

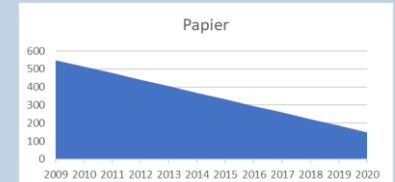
CPH Chemie + Papier Holding AG



Unternehmenswertveränderung 2009 - 2020

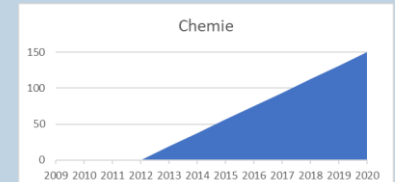
Papier

- Struktureller Nachfragerückgang
- Verdrängungswettbewerb



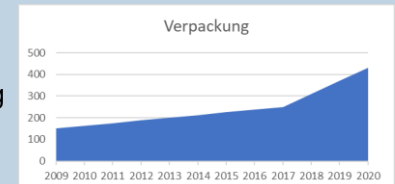
Chemie

- Erfolgreicher Turnaround
- Internationalisierung



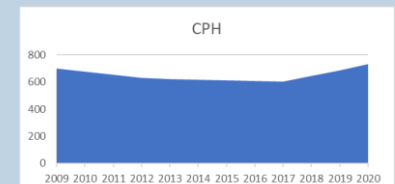
Verpackung

- Konsequente Strategieumsetzung
- Innovationen



CPH Gruppe

- Diversifikation
- "Sum of the parts"



CPH - Strategie / Geschäftsentwicklung

Zusammenfassung

In allen drei Bereichen werden Profitabilitäts-Margenwerte erzielt, die zu den besten in ihren Märkten zählen.

Chemie/Verpackung (Differenzierungsstrategie)

- Internationalisierung:
 - Aufbau/Stärkung einer internationalen Vertriebsorganisation
 - Aufbau Produktionen in den lokalen Wachstumsmärkten
- Konsequenter Fokus auf Produkte/Märkte mit Wachstumspotenzial
- Innovationen / Produktentwicklung mit Erweiterung der Angebotspalette in höherwertige Produkte
- Prozessoptimierungen, Verbesserung Produktivität, Effizienzsteigerung durchgängig an allen Standorten

Massnahmen (weitgehend) umgesetzt und heutige Positionierung erlaubt Multiplikation der Wertsteigerung für Aktionäre durch anorganisches Wachstum / Akquisitionen in kernnahe Märkte

Papier (Kostenführerschaftsstrategie)

- Konsequente Umsetzung von Kostenreduktionsprogrammen
 - Operativ: Erhöhung Produktivität, Prozessoptimierungen, Reduktion Inputkosten (Energie, Altpapier), Reduktion Fixkostenstruktur
 - Strategisch: KVA RENERGIA, Akquisition Utzenstorf (APS), IBS Biomassekraftwerk
- Neue Produkteinführungen zur Absicherung des Verkaufs- bzw. Produktionsvolumens
- Etablierung Nachhaltigkeit (CO₂-Neutralität) als neues Differenzierungskriterium bei Pressepapier

Massnahmen (weitgehend) umgesetzt und heutige Positionierung erlaubt Arrondierungen im Recycling-Markt und/oder Ansiedelung von energieintensiven Geschäftsaktivitäten (Strom/Dampf) am Standort in Perlen mit Synergiepotenzial zur Papierproduktion

CPH - Strategie / Geschäftsentwicklung

CPH: Dividendenpolitik

Ausschüttung

	2016	2017	2018	2019	2020
Ausschüttung je Aktie (in CHF)	0.65	0.65	1.80 ¹	1.80 ²	1.80 ³
Ausschüttungsrendite (in % per 31.12).	1.6	1.2	2.2	2.3	2.5

¹ inkl. Sonderdividende von CHF 0.50

² Nennwertreduktion

³ davon CHF 0.70 aus Kapitaleinlagereserven

- Dividendenpolitik: Ausschüttungsquote 25% bis 50% vom Nettoergebnis; unter Berücksichtigung Liquidität und Free Cash Flow
- Kontinuierliche Ausschüttungspolitik
- Ausschüttungen bis 2018 aus steuerbefreiten Kapitaleinlagereserven
- 2019: Statt Dividende Auszahlung Nennwertreduktion von CHF 1.80 pro Aktie
- 2020: Nach Ausschüttung von CHF 4.2 Mio. (CHF 0.70 pro Aktie) sind steuerbefreite Kapitaleinlagereserven aufgebraucht

CPH - Strategie / Geschäftsentwicklung

CPH: Zielwert Finanzkennzahlen

- Organisches Umsatzwachstum von >3% pro Jahr
- EBITDA-Marge von >12%
- Eigenkapitalquote von >50%
- Liquidität von mindestens CHF 30-50 Mio.
- Jährliche operative Investitionen von CHF 20-25 Mio.

CPH - Strategie / Geschäftsentwicklung

CPH Aktie: Attraktiver Investment Case

- Führende Wettbewerbsposition in drei industriellen Bereichen mit eigenständigen Marken
 - Kostenführerschaft im Verdrängungsmarkt der Pressepapiere und grösster Altpapierrecycler der Schweiz
 - Ausbau der Bereiche Chemie und Verpackung verringert Abhängigkeit vom Papier
 - Ausbau der Kapazitäten ausserhalb der Schweiz (Chemie und Verpackung) senkt Wechselkursrisiko
 - Investitionen in Wachstumsmärkte
 - Solide Eigenkapitalbasis
 - Stabile Ankeraktionäre mit langfristigem Commitment
- Solide Dividendenhöhe (rund 2-3%) sowie weiteres Potential für Kurssteigerung