



## PERSBERICHT

### **Benoeming van Philip Ludwig als hoofd Investor Relations en Financiële Communicatie**

Aalst-Erembodegem (België), 11 September 2014 - Ontex Group NV (Euronext: Ontex) kondigt de benoeming van Philip Ludwig aan als hoofd Investor Relations en Financiële Communicatie met ingang van 8 september 2014.

In deze nieuw gecreëerde functie zal Philip zich vestigen in het hoofdkantoor van Ontex in Aalst. Hij zal verantwoordelijk zijn voor de ontwikkeling van onze betrekkingen met de financiële markten en alle aspecten van onze financiële communicatie en programma's voor beleggersrelaties beheren.

Philip heeft bijna 10 jaar ervaring in het leiden van programma's voor beleggersrelaties in de consumptiegoederen- en chemische sector. Meest recent was hij hoofd Investor Relations bij Tessenderlo Group, een internationaal bedrijf in chemische specialiteiten met hoofdzetel in Brussel, waar hij het allereerste IR-programma ooit opbouwde en leidde. Voorafgaand aan deze functie was hij Vice President van IR bij AB InBev, verantwoordelijk voor alle activiteiten in verband met beleggersrelaties.

Voordat hij werkzaam was op het gebied van beleggersrelaties bekleedde Philip functies in Senior Finance en strategie bij AB InBev en Philips, evenals bij chemische bedrijven uit het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten.

### **INFORMATIEVRAGEN VAN BELEGGERS**

#### **Ontex Investor Relations**

Philip Ludwig  
+32 53 333 730  
[investorrelations@ontexglobal.com](mailto:investorrelations@ontexglobal.com)

#### **Fairvue Partners**

+44 20 7614 2900  
[ontex@fairvuepartners.com](mailto:ontex@fairvuepartners.com)

#### **Over Ontex**

Ontex is een toonaangevende fabrikant van hygiënische wegwerpproducten van Ontex-merken en retailer merken in Europa, het Midden Oosten en Afrika. De Vennootschap verkoopt haar producten voornamelijk aan retailers, waarbij de Vennootschap hen helpt om hun eigen merken op te bouwen of te versterken. Terwijl historisch gezien West-Europa de grootste geografische markt van de Vennootschap is in termen van verkoop (68% van de verkoop in 2013), heeft de Vennootschap ook een groeiende aanwezigheid in opkomende markten waar het zowel retailer merken als eigen merken aanbiedt, waarbij de mix varieert per productcategorie en geografisch gebied. De Vennootschap is ervan overtuigd dat ze een sterk en gediversifieerd bedrijf voert over meerdere geografische gebieden en een "blue chip" klantenbasis bedient met producten van hoge kwaliteit in belangrijke, veerkrachtige en noodzakelijke productcategorieën.