

**LEIFHEIT**



# Quartalsmitteilung

zum 31. März 2016

# Auf einen Blick

**KONZERNUMSATZ**  
mit kräftigem Wachstum

**MARKENGESCHÄFT**  
mit starkem Plus

**EBIT**  
erreicht 6,5 Mio €

**JAHRESPROGNOSE 2016**  
bestätigt

## Konzernkennzahlen zum 31. März

		2015	2016	Veränderung
<b>Umsatz</b>				
Konzern	Mio €	58,1	64,7	11,5%
Markengeschäft	Mio €	49,5	55,2	11,6%
Volumengeschäft	Mio €	8,6	9,5	10,5%
Auslandsanteil	%	52,3	56,9	4,6 PP
<b>Rentabilität</b>				
Bruttomarge	%	47,4	47,8	0,4 PP
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	Mio €	0,7	-4,5	> -100%
Free Cashflow	Mio €	-0,4	-5,9	> -100%
Fremdwährungsergebnis	Mio €	3,2	-1,4	> -100%
EBIT	Mio €	7,5	6,5	-13,6%
EBIT-Marge	%	12,9	10,0	-2,9 PP
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	Mio €	7,1	6,1	-14,0%
Periodenergebnis	Mio €	5,0	4,3	-14,1%
<b>Investitionen in Sachanlagen</b>	Mio €	1,1	1,2	9,5%

# Vorwort

## Sehr geehrte Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionäre,

Leifheit ist im ersten Quartal zweistellig gewachsen. Die Umsatzerlöse im Konzern stiegen auf 64,7 Mio € – das ist ein kräftiges Plus von 11,5 Prozent. Erfreulicherweise haben beide Segmente zum Wachstum beigetragen.

Wachstumstreiber in dem für uns strategisch bedeutenden Markengeschäft waren vor allem der Ausbau unserer Auslandsmärkte, die Produkte der Marke Leifheit und die dynamische Entwicklung unseres Vertriebskanals E-Commerce. Der Umsatz im Markengeschäft stieg gegenüber dem ersten Quartal des vergangenen Jahres um 11,6 Prozent auf 55,2 Mio €. Im Volumengeschäft haben wir von einem neuen Handelspartner in Frankreich profitiert, den wir seit dem dritten Quartal 2015 beliefern. In diesem Segment haben wir mit einem Umsatz von 9,5 Mio € ein Plus von 10,5 Prozent erzielt.

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) erreichte 6,5 Mio € – nach 7,5 Mio € im ersten Quartal des vergangenen Jahres. Ursache ist ein negatives Fremdwährungsergebnis in Höhe von 1,4 Mio € aufgrund der Kursentwicklung des US Dollars und HK Dollars zum Quartalsende. Im ersten Quartal des vergangenen Jahres hatten wir ein positives Fremdwährungsergebnis in Höhe von 3,2 Mio € erzielt. Bereinigt um diesen Effekt stieg das Ergebnis im ersten Quartal um 3,6 Mio € auf 7,9 Mio €.

Ausgehend von einer effizienten Basis, soliden Ergebnismargen und unserem geschärften Profil wollen wir in Zukunft deutlich auf Wachstumskurs bleiben. Mit unserer Strategie „Leifheit 2020“ haben wir die Grundlage dafür geschaffen. Dazu gehört auch der Ausbau unserer geografischen Reichweite. Neben Zentraleuropa sind dabei die osteuropäischen Wachstumsmärkte eine wichtige Zielregion für uns. In diesen Märkten konnten wir im ersten Quartal ein sehr erfreuliches Wachstum von 38,0 Prozent realisieren. Sehr stark haben sich Tschechien, die Slowakei und Polen entwickelt.

Ein weiterer Pfeiler unserer Wachstumsstrategie ist der Ausbau unserer Produktpalette und die Stärkung des Designs. Unsere „Innovation Factory“ hat dabei klar den Nutzer im Fokus. Wir integrieren den Verbraucher in unsere Innovations- und Entwicklungsprozesse. Wir streben nach richtungsweisenden und attraktiven Lösungen, die sich an den Bedürfnissen unserer Kunden orientieren und ihr tägliches Leben zuhause einfacher und bequemer machen. Im zurückliegenden Geschäftsjahr haben wir die Designsprache der Marke Soehnle überarbeitet. Die Überarbeitung der Markenoptik von Leifheit werden wir bis Ende dieses Jahres abschließen.

Wachstum ist für uns kein Selbstzweck. Sie als Aktionäre sollen an steigenden Erträgen teilhaben. In den vergangenen Jahren konnten wir die Dividende sechsmal in Folge erhöhen. Ende März haben wir gemeinsam mit dem Aufsichtsrat eine Erweiterung der Dividendenpolitik verabschiedet. Wie bisher sollen etwa 75 Prozent des Ergebnisses bzw. des Free Cashflow eines Jahres als Basisdividende ausgeschüttet werden. Darüber hinaus wird in Zukunft die Ausschüttung einer Sonderdividende geprüft, wenn die vorhandene Liquidität den erwarteten Bedarf für potenzielle M&A-Aktivitäten und saisonale Schwankungen im Working Capital sowie für die Zahlung der Basisdividende übersteigt.

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, die unserer Prognose für das Geschäftsjahr 2016 zugrunde liegen, haben sich im ersten Quartal nicht wesentlich verändert. Für einige unserer Zielmärkte wurden zwar die Wachstumserwartungen leicht reduziert. Auf der anderen Seite wird mit höheren Wachstumsraten zum Beispiel in Osteuropa gerechnet. Der Konsum bleibt wesentlicher Treiber des Wachstums in Europa und das Geschäftsklima im Einzelhandel ist intakt. Wir rechnen daher weiter mit einem Umsatzwachstum im Konzern von drei bis vier Prozent – bei einem Plus von vier bis fünf Prozent im Markengeschäft – und einem Ergebnis vor Zinsen und Steuern in Höhe von 22 bis 23 Mio €. Wir gehen dabei von einem positiven Fremdwährungsergebnis in Höhe von rund 1 Mio € aus.

Leifheit Aktiengesellschaft  
Der Vorstand



Thomas Radke



Dr. Claus-O. Zacharias

# Quartalsmitteilung zum 31. März 2016

## Geschäftsverlauf

### Konzernumsatz mit kräftigem Wachstum

Im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2016 erzielte der Leifheit-Konzern Umsatzerlöse in Höhe von 64,7 Mio €. Das ist ein Plus von 6,6 Mio € oder 11,5 Prozent im Vergleich zum ersten Quartal des Jahres 2015. Beide Segmente – Markengeschäft und Volumengeschäft – trugen zum Wachstum bei. Im strategisch bedeutenden Markengeschäft wurde das Wachstum vor allem durch den Ausbau des Geschäfts in der Region Zentraleuropa, die Marke Leifheit und die dynamische Entwicklung des Vertriebskanals E-Commerce getragen.

Die Konzernumsätze außerhalb Deutschlands konnten wir im ersten Quartal 2016 um 21,4 Prozent auf 36,8 Mio € (Vorjahr: 30,4 Mio €) steigern. Zum Wachstum der Auslandserlöse gegenüber dem Vergleichszeitraum trug auch die Tatsache bei, dass ein für uns bedeutender Versandhändler die Belieferung umgestellt hat, sodass Umsatzvolumen von Deutschland nach Luxemburg verlagert wurde. Vor diesem Hintergrund blieben die Umsatzerlöse in Deutschland, unserem größten Einzelmarkt, trotz vergleichsweise höherer Aktionsvolumina mit 27,9 Mio € nahezu unverändert (Vorjahr: 27,7 Mio €). Der Auslandsanteil stieg damit auf 56,9 Prozent (Vorjahr: 52,3 Prozent).

Die Entwicklung der Auslandsumsätze wurde entscheidend von der Region Zentraleuropa (ohne Deutschland) geprägt. Hier konnten wir die Umsatzerlöse um 20,1 Prozent auf 28,3 Mio € steigern (Vorjahr: 23,6 Mio €). Starkes Wachstum zeigten zum Beispiel die Märkte in Italien, Frankreich, der Schweiz und Österreich. Die Wachstumsraten in Skandinavien und den Niederlanden fielen etwas moderater aus. In Spanien mussten wir einen Rückgang im Vergleich zum ersten Quartal 2015 hinnehmen.

In der Region Osteuropa konnten wir unser Geschäft deutlich ausbauen. Die Umsatzerlöse stiegen hier im ersten Quartal um 38,0 Prozent auf 6,0 Mio € (Vorjahr: 4,3 Mio €). Sehr stark entwickelten sich Tschechien und die Slowakei, wo wir mit TV-Kampagnen zusätzliche Umsatzeffekte erzielten, aber auch Polen. Selbst in Russland und der Ukraine konnten wir gegenüber dem Vergleichszeitraum wieder ein leichtes Wachstum erzielen. Lediglich in Ungarn mussten wir einen deutlichen Rückgang hinnehmen.

Die Umsätze in außereuropäischen Märkten blieben mit 2,5 Mio € wie im Vorjahresquartal stabil. Die Umsatzerlöse in Australien, dem Nahen Osten und in Fernost entwickelten sich rückläufig. Dagegen konnten wir in den USA nach längerer Zeit wieder deutlich wachsen, vor allem im Projektgeschäft.

Insgesamt ergibt sich für das erste Quartal 2016 folgende Umsatzverteilung nach Regionen: In Deutschland wurden 43,1 Prozent (Vorjahr: 47,7 Prozent), in Zentraleuropa ohne Deutschland 43,8 Prozent (Vorjahr: 40,6 Prozent), in Osteuropa 9,3 Prozent (Vorjahr: 7,5 Prozent) und in außereuropäischen Märkten 3,8 Prozent (Vorjahr: 4,2 Prozent) der Konzernumsatzerlöse realisiert.

### Markengeschäft mit starkem Plus in der Kategorie Reinigen

Das Markengeschäft ist das größere der beiden Segmente im Leifheit-Konzern. Es steht im Zentrum der Wachstumsstrategie „Leifheit 2020“. Im ersten Quartal des laufenden Jahres konnten wir die Umsatzerlöse im Markengeschäft auf 55,2 Mio € steigern (Vorjahr: 49,5 Mio €). Damit erreichten wir ein Umsatzplus von 11,6 Prozent gegenüber dem Vergleichszeitraum. Der Anteil des Markengeschäfts an den Konzernumsatzerlösen blieb mit 85,3 Prozent nahezu unverändert (Vorjahr: 85,2 Prozent).

Wichtige Grundlagen des anhaltenden Wachstums waren das zweistellige Wachstum von Produkten der Marke Leifheit in der Produktkategorie Reinigen. Hier sind insbesondere unsere Produktsortimente zur Bodenreinigung und der Leifheit Fenstersauger zu nennen, der vor allem in verschiedenen Auslandsmärkten erfolgreich war. Deutliches Wachstum konnten wir auch in den Produktkategorien Küche und Wäschepflege erzielen. Die Marke Soehnle entwickelte sich mit stabilen Umsatzerlösen auf Höhe des Vorjahresquartals bei einem wachsenden Anteil der Küchenwaagen. Ein wichtiger Treiber des Wachstums im ersten Quartal war darüber hinaus die Entwicklung im Vertriebskanal E-Commerce, der ein Umsatzplus von rund 47 Prozent erreichte.

Infolge der Verlagerung des Umsatzes mit einem großen Versandhandelskunden nach Luxemburg lag das Wachstum in Deutschland bei 3,7 Prozent. Über dem Durchschnitt des Segments lagen die Wachstumsraten unter anderem in Italien, Frankreich, Österreich, der Schweiz und Skandinavien. In Spanien mussten wir dagegen einen Rückgang gegenüber dem ersten Quartal 2015 verzeichnen. Sehr deutlich konnten wir in unseren osteuropäischen Wachstumsmärkten zulegen, vor allem in Tschechien, Polen und der Slowakei, während die Umsatzerlöse in Ungarn zurückgingen. Umsatzrückgänge mussten wir auch in Australien, dem Nahen Osten und in Fernost hinnehmen.

## Volumengeschäft mit starkem Wachstum in Frankreich

Unser Volumengeschäft soll das Geschäft mit unseren Marken unterstützen, dabei führen wir dieses Segment unter Profitabilitätsgesichtspunkten. Unser primäres Ziel ist eine Stabilisierung der Umsatzentwicklung dieses deutlich kleineren Segments. Im ersten Quartal 2016 erzielten wir im Volumengeschäft Umsatzerlöse in Höhe von 9,5 Mio € (Vorjahr: 8,6 Mio €). Im Vergleich zum Vorjahresquartal entspricht dies einer Steigerung um 10,5 Prozent.

Das Segment profitierte von einem neuen Kunden für die Küchenprodukte von Birambeau in Frankreich, der seit dem dritten Quartal 2015 beliefert wird. Der Umsatz unserer französischen Tochtergesellschaft Herby blieb dagegen leicht unter dem Vergleichsquartal. Darüber hinaus konnten wir das Projektgeschäft in den USA ausbauen. Infolge des starken Wachstums blieb der Anteil des Volumengeschäfts an den Konzernumsatzerlösen mit 14,7 Prozent (Vorjahr: 14,8 Prozent) weitgehend unverändert.

## Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

### Entwicklung der Ertragslage

#### Ergebnis durch Fremdwährungsergebnis wesentlich beeinflusst

In den ersten drei Monaten 2016 erreichten wir ein Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT) von 6,5 Mio € (Vorjahr: 7,5 Mio €). Dieses Ergebnis wurde wie im Vorjahr wesentlich durch das Fremdwährungsergebnis in Höhe von –1,4 Mio € beeinflusst, das im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 4,6 Mio € gesunken ist. Während im ersten Quartal des Vorjahres der Euro gegenüber dem US Dollar um 11,7 Prozent abwertete, wertete der Euro in den ersten drei Monaten des laufenden Jahres um 4,6 Prozent auf. Dies führte im Vorjahreszeitraum zu deutlichen Aufwertungen der Zeitwerte der abgeschlossenen Devisentermingeschäfte, während im Berichtszeitraum entsprechende Abwertungen anfielen.

Bereinigt um das Fremdwährungsergebnis betrug das EBIT im ersten Quartal 7,9 Mio € (Vorjahr: 4,3 Mio €), ein Anstieg von 3,6 Mio €. Der wesentliche Grund für den Anstieg waren die Deckungsbeiträge aus den gestiegenen Umsatzerlösen sowie die leicht gestiegene Marge.

In den ersten drei Monaten 2016 erreichten wir ein Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT) von 6,1 Mio € (Vorjahr: 7,1 Mio €). Nach Abzug der Steuern ergab sich für das erste Quartal ein Periodenergebnis von 4,3 Mio € (Vorjahr: 5,0 Mio €).

#### Bruttoergebnis

Das Bruttoergebnis stieg im ersten Quartal 2016 um 3,5 Mio € auf 31,0 Mio € (Vorjahr: 27,5 Mio €). Das Bruttoergebnis errechnet sich aus den Umsatzerlösen abzüglich der Kosten der Umsatzerlöse. Im Berichtszeitraum trugen die Deckungsbeiträge aus den gestiegenen Umsatzerlösen und die Steigerung der relativen Bruttomarge bei.

Die Bruttomarge erhöhte sich von 47,4 Prozent auf 47,8 Prozent. Sie definiert sich als Bruttoergebnis im Verhältnis zu den Umsatzerlösen. Rationalisierungsmaßnahmen und die weitere Fokussierung auf margenstarke Geschäfte trugen insbesondere hierzu bei.

#### Forschungs- und Entwicklungskosten

Unsere Forschungs- und Entwicklungskosten umfassen vorwiegend Personalkosten, Kosten für Dienstleistungen und Patentgebühren. Sie lagen mit 1,1 Mio € um 0,1 Mio € über dem Vorjahreswert. Die personelle Verstärkung im Bereich Forschung und Entwicklung, die im Zusammenhang mit der strategisch angestrebten Stärkung der Innovationskraft des Konzerns steht, und zusätzliche externe Dienstleistungen führten zu diesem Anstieg.

#### Vertriebskosten

Die Vertriebskosten, die neben Werbe- und Marketingkosten auch Ausgangsfrachten und Versandkosten beinhalten, gingen im Berichtszeitraum um 0,4 Mio € auf 17,6 Mio € zurück (Vorjahr: 18,0 Mio €). Ein Sondereffekt bei den Provisionen trug hierzu bei.

#### Verwaltungskosten

Unsere Verwaltungskosten stiegen in den ersten drei Monaten um 0,2 Mio € auf 4,6 Mio € (Vorjahr: 4,4 Mio €). Die Personalkosten stiegen im Wesentlichen aufgrund höherer Tantiemen. Neben den Personalaufwendungen und Dienstleistungen enthalten die Verwaltungskosten auch die Aufwendungen zur Unterstützung unserer Finanz- und Verwaltungsfunktionen.

#### Fremdwährungsergebnis

Unser Fremdwährungsergebnis fiel in den ersten drei Monaten 2016 um 4,6 Mio € auf –1,4 Mio € (Vorjahr: 3,2 Mio €). Es enthielt Aufwendungen aus Änderungen der Zeitwerte von Devisentermingeschäften von 1,7 Mio € (Vorjahr: Ertrag von 3,2 Mio €), Aufwendungen aus Fremdwährungsbewertungen von 0,1 Mio € (Vorjahr: 0,1 Mio €) und realisierte Kursenerträge von 0,4 Mio € (Vorjahr: 0,1 Mio €).

## Zins- und Finanzergebnis

Das Zins- und Finanzergebnis betrug wie im Vorjahr –0,4 Mio € und enthielt im Wesentlichen Zinsaufwendungen aus der Aufzinsung von Pensionsverpflichtungen von 0,4 Mio € (Vorjahr: 0,4 Mio €).

## Steuern

In den ersten drei Monaten 2016 betrug die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag 1,8 Mio € (Vorjahr: 2,1 Mio €). Die Steuern fielen aufgrund des niedrigeren EBT. Die Steuerquote betrug 29,9 Prozent (Vorjahr: 29,8 Prozent). Sie setzt die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sowie das Ergebnis vor Ertragsteuern ins Verhältnis.

## Segmentergebnisse

Im Markengeschäft erreichten wir in den ersten drei Monaten 2016 ein EBIT von 6,0 Mio € (Vorjahr: 5,8 Mio €). Bereinigt um das Fremdwährungsergebnis stieg das EBIT um 2,5 Mio € auf 6,9 Mio €. Die Bruttomarge fiel währungsbedingt von 50,7 Prozent im Vorjahr um 0,6 Prozentpunkte auf 50,1 Prozent. Das Bruttoergebnis erreichte 27,7 Mio €, ein Plus von 2,6 Mio € im Vergleich zum Vorjahr. Verantwortlich hierfür waren die Margen der gestiegenen Umsatzerlöse. Der Deckungsbeitrag betrug 24,0 Mio € (Vorjahr: 20,9 Mio €). Er definiert sich als Bruttoergebnis abzüglich Provisionen und Ausgangsfrachten. Der Anstieg des EBIT im Markengeschäft um 0,2 Mio € resultierte im Wesentlichen aus dem gestiegenen Deckungsbeitrag um 3,1 Mio € bei gesunkenem Fremdwährungsergebnis um 2,4 Mio €.

Im Volumengeschäft betrug das EBIT 0,5 Mio € (Vorjahr: 1,7 Mio €). Der Anstieg des Deckungsbeitrags um 0,8 Mio € wurde überkompensiert durch den Rückgang des Fremdwährungsergebnisses um 2,2 Mio €. Die Bruttomarge stieg von 28,7 Prozent im Vorjahr um 6,0 Prozentpunkte auf 34,7 Prozent. Das Bruttoergebnis stieg um 0,8 Mio € auf 3,3 Mio €. Der Deckungsbeitrag lag bei 2,9 Mio € (Vorjahr: 2,1 Mio €).

## Entwicklung der Finanzlage

### Kapitalstruktur

Die Eigenkapitalquote, also der Anteil des Eigenkapitals an der Bilanzsumme, betrug 44,3 Prozent (31. Dezember 2015: 44,9 Prozent).

Zum 31. März 2016 betrug unser Verschuldungsgrad 55,7 Prozent und lag damit im Vergleich zum 31. Dezember 2015 um 0,6 Prozentpunkte höher. Die Kennzahl errechnet sich aus dem Verhältnis der Schulden zur Summe aus Eigenkapital und Schulden. Der Anstieg der Pensionsverpflichtungen um 3,6 Mio € trug hierzu wesentlich bei.

Unsere Schulden bestanden zum 31. März 2016 im Wesentlichen aus Pensionsverpflichtungen in Höhe von 70,1 Mio €, aus Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Verbindlichkeiten von 48,2 Mio € sowie aus Rückstellungen von 8,2 Mio €. Wie im Vorjahr hatten wir keine Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten.

### Analyse der Konzernliquidität

Die Konzernliquidität fiel in den ersten drei Monaten 2016 um 6,0 Mio € und belief sich zum 31. März 2016 auf 62,2 Mio €. Der Rückgang ergab sich hauptsächlich aus der Finanzierung umsatzbedingt gesteigener Forderungen von 12,7 Mio €.

Die Konzernliquidität umfasst Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Form von Guthaben bei Kreditinstituten sowie finanzielle Vermögenswerte in Form von kurzfristigen Wertpapieren.

Wir verfügten zum 31. März 2016 über Guthaben bei Kreditinstituten von 58,2 Mio €. Sie umfassten Sichteinlagen und innerhalb von drei Monaten kündbare Festgelder. Die finanziellen Vermögenswerte beinhalteten eine Geldanlage in Form einer Namensschuldverschreibung in Höhe von 4,0 Mio €.

### Analyse der Konzernkapitalflussrechnung

Der Mittelabfluss aus betrieblicher Tätigkeit betrug im Berichtszeitraum 4,5 Mio € (Vorjahr: Mittelzufluss 0,7 Mio €). Der Rückgang resultierte im Wesentlichen aus den im ersten Quartal 2016 stärker gestiegenen Forderungen und dem Rückgang der Verbindlichkeiten.

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit betrug 1,4 Mio € (Vorjahr: 1,1 Mio €) und beinhaltete im Wesentlichen Investitionen des ersten Quartals von 1,5 Mio € (Vorjahr: 1,1 Mio €).

### Free Cashflow

In den ersten drei Monaten 2016 belief sich der Free Cashflow auf –5,9 Mio € (Vorjahr: –0,4 Mio €). Die Kennzahl gibt an, wie viel Liquidität für die Rückführung von Fremdfinanzierungen oder für die Ausschüttung von Dividenden an die Aktionäre verbleibt. Der Free Cashflow ist die Summe aus dem Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit und dem Cashflow aus Investitionstätigkeit, bereinigt um Ein- und Auszahlungen in finanzielle Vermögenswerte und aus Veräußerungen von Unternehmensbereichen. Die Gründe für den Rückgang waren hauptsächlich der Anstieg der Forderungen und der Rückgang der Verbindlichkeiten.

## Entwicklung der Vermögenslage

### Bilanzstruktur zum 31. März 2016

Unsere Bilanzsumme blieb nahezu konstant bei 237,8 Mio € (31. Dezember 2015: 237,9 Mio €).

Die kurzfristigen Vermögenswerte betragen zum Stichtag am Quartalsende 169,0 Mio € (31. Dezember 2015: 167,6 Mio €). Der Anstieg um 1,4 Mio € resultierte hauptsächlich aus der umsatzbedingten Zunahme der Forderungen um 12,7 Mio €. Dagegen gingen die Zahlungsmittel um 6,0 Mio €, die Umsatzsteuerforderungen um 2,1 Mio € und die kurzfristigen derivativen Finanzinstrumente um 1,9 Mio € zurück.

Unsere langfristigen Vermögenswerte lagen Ende März mit 68,7 Mio € um 1,6 Mio € unter dem Wert zum 31. Dezember 2015. Dies resultierte vor allem aus dem Rückgang der langfristigen derivativen Finanzinstrumente um 2,6 Mio €, während die aktiven latenten Steuern um 1,0 Mio € stiegen.

Aufgrund des schwächeren US Dollars und HK Dollars fielen die Zeitwerte aller aktiven und passiven derivativen Finanzinstrumente in den ersten drei Monaten des Jahres 2016 um 5,9 Mio €. Davon wurden 4,2 Mio € im Eigenkapital und 1,7 Mio € im Fremdwährungsergebnis erfasst.

Die kurzfristigen Schulden fielen zum 31. März 2016 gegenüber dem 31. Dezember 2015 um 2,2 Mio € auf 56,1 Mio €. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten gingen um 2,7 Mio € auf 48,2 Mio € zurück.

Die langfristigen Schulden stiegen zum Stichtag um 3,3 Mio € auf 76,2 Mio € im Vergleich zum 31. Dezember 2015. Die Pensionsverpflichtungen erhöhten sich um 3,6 Mio € auf 70,1 Mio € insbesondere aufgrund des Rückgangs des Rechnungszinssatzes um 0,35 Prozentpunkte auf 1,95 Prozent. Die passiven latenten Steuern fielen um 1,3 Mio € auf 3,0 Mio € und betreffen hauptsächlich die latenten Steuern auf die derivativen Finanzinstrumente.

Im Vergleich zum 31. Dezember 2015 fiel das Eigenkapital zum 31. März 2016 um 1,3 Mio € auf 105,4 Mio €. Dabei wurde das positive Periodenergebnis von 4,3 Mio € durch das negative sonstige Ergebnis von 5,5 Mio € überkompensiert. Die Eigenkapitalquote fiel aufgrund des Rückgangs des Gesamtergebnisses auf 44,3 Prozent (31. Dezember 2015: 44,9 Prozent).

### Investitionen

In den ersten drei Monaten 2016 investierten wir 1,5 Mio € (Vorjahr: 1,1 Mio €) – im Wesentlichen in Werkzeuge für Neuprodukte, Maschinen, Rationalisierungsmaßnahmen für Produktionsanlagen sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung.

Die Investitionsquote – die Zugänge zum Anlagevermögen bezogen auf die historischen Anschaffungs- und Herstellungskosten – belief sich auf 0,8 Prozent. Im Markengeschäft investierten wir 1,2 Mio €, im Volumengeschäft 0,3 Mio €. Den Investitionen standen Abschreibungen in Höhe von 1,5 Mio € (Vorjahr: 1,5 Mio €) gegenüber.

Am 31. März 2016 bestanden Verpflichtungen aus Verträgen über den Erwerb von Gegenständen des Anlagevermögens in Höhe von 1,4 Mio €, die aus dem Finanzmittelbestand finanziert werden.

## Prognose der voraussichtlichen Entwicklung

Der ausführliche Prognosebericht für das laufende Geschäftsjahr findet sich im zuletzt veröffentlichten Jahresfinanzbericht des Leifheit-Konzerns für das Geschäftsjahr 2015. Für Erläuterungen zur strategischen Ausrichtung des Unternehmens sowie zu Chancen und Risiken verweisen wir ebenfalls auf diesen Bericht. Er steht auf unserer Homepage unter [finanzberichte.leifheit-group.com](http://finanzberichte.leifheit-group.com) zur Verfügung.

### Moderates Wachstum mit zunehmenden Risiken für die wirtschaftliche Entwicklung

Der globale Aufschwung setzt sich fort, jedoch mit nachlassenden Wachstumsraten und höheren Risiken. So schreibt der Internationale Währungsfonds (IWF) in seiner im April veröffentlichten Prognose. Der IWF korrigierte seine Erwartungen für das Wachstum der Weltwirtschaft in diesem und im kommenden Jahr nach unten. Für das Jahr 2016 erwartet er nun ein Wachstum von 3,2 Prozent; im Januar lag die Prognose noch bei einem Plus von 3,4 Prozent. Die Prognose für das Wachstum der globalen Wirtschaft im Jahr 2017 liegt nun bei 3,5 Prozent; im Januar lag die Schätzung noch bei 3,6 Prozent.

Bei fast allen fortgeschrittenen Volkswirtschaften nahm der IWF seine Prognose für das laufende Jahr um 0,2 Prozentpunkte zurück. Auf der anderen Seite wurden die Erwartungen für Osteuropa um 0,4 Prozentpunkte auf 3,5 Prozent erhöht. Auch die chinesische Wirtschaft soll nun um 6,5 Prozent wachsen (zuvor 6,3 Prozent). Die Rezession in Russland wird sich aus Sicht des IWF dagegen weiter verschärfen. Hier wird mit einem Rückgang der Wirtschaftsleistung um 1,8 Prozent im Jahr 2016 gerechnet (zuvor –1,0 Prozent).

Trotz des schwachen internationalen Umfelds erwarten die Wirtschaftsforschungsinstitute ifo (München), Insee (Paris) und Istat (Rom) in ihrer Prognose vom April für die Eurozone ein Wachstum von 1,4 Prozent im laufenden Jahr. Als Treiber sehen die Institute vor allem die Inlandsnachfrage infolge eines erhöhten Konsums der privaten Haushalte. In Deutschland erwarten sie einen zusätzlichen positiven Impuls durch die erhöhten Staatsausgaben im Zusammenhang mit dem Zustrom von Flüchtlingen. Die Europäische Kommission prognostizierte zuletzt für 2016 ein Wachstum von 1,7 Prozent in der Eurozone.

Die deutschen Wirtschaftsforschungsinstitute sehen in ihrer Gemeinschaftsdiagnose vom April die Wirtschaft des Landes in einem moderaten Aufschwung. Sie erwarten, dass das Bruttoinlandsprodukt im laufenden Jahr um 1,6 Prozent wächst. Für das Jahr 2017 prognostizieren sie eine Zunahme um 1,5 Prozent. Die Bundesregierung erwartet in ihrer im Januar veröffentlichten Jahresprognose ein Wirtschaftswachstum von 1,7 Prozent.

#### **Stimmung in der Wirtschaft verbessert**

Der monatlich vom ifo Institut in München ermittelte Geschäftsklimaindex für die gewerbliche Wirtschaft in Deutschland stieg nach drei Rückgängen in Folge im März wieder an. Mit einem Wert von 106,7 Punkten erreichte er jedoch nicht ganz das Niveau von Anfang des Jahres (107,3 Punkte). Im Einzelhandel verbesserte sich das Geschäftsklima deutlich. Nach einem Rückgang im Februar erholte sich auch der Business Climate Indicator der Europäischen Kommission für die Eurozone im März leicht.

#### **Verbrauchervertrauen gedämpft**

Der regelmäßig von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) erhobene Konsumklimaindikator für Deutschland verlor im März leicht an Wert. Die Prognose von 9,4 Punkten für den April (ein Minus von 0,1 Punkten gegenüber der Prognose für den Vormonat) liegt auf dem Niveau von Februar 2016. Alle drei zugrunde liegenden Kriterien (Konjunkturerwartungen, Einkommenserwartungen und Anschaffungsneigung) mussten leichte Einbußen hinnehmen. Der von der Europäischen Kommission ermittelte Consumer Confidence Indicator ließ im März ebenfalls leicht nach. Die gedämpften Verbrauchererwartungen zeigten sich sowohl in den Ländern der Eurozone (–0,9 Punkte), als auch in der gesamten Europäischen Union (–0,7 Punkte).

#### **Kurs des US Dollars weitgehend stabil**

Ein Euro wurde im Januar für durchschnittlich 1,09 US Dollar gehandelt. Bis Mitte Februar stieg der Wechselkurs auf 1,12 US Dollar. Obwohl die Europäische Zentralbank Anfang März ihre expansive Geldpolitik erneut ausweitete, lag der Kurs des Euro Ende des ersten Quartals bei 1,14 US Dollar. Mitte April notierte er wieder bei 1,12 US Dollar. Der Mittelwert der Kursprognosen für den Jahreswechsel 2016/2017 von über 50 durch Reuters Forex Poll im März befragten Banken liegt bei 1,07 US Dollar.

#### **Umsatz- und Ergebnisprognose für das laufende Geschäftsjahr**

In unserer Prognose für das laufende Geschäftsjahr rechnen wir mit moderatem wirtschaftlichem Wachstum in unseren wichtigsten Zielmärkten und sehen eine Reihe von Unsicherheitsfaktoren wie die Konflikte in Osteuropa und dem Nahen Osten. Im Vergleich dazu haben sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen im ersten Quartal nur unwesentlich verändert.

Im ersten Quartal konnten wir den Umsatz im Konzern gegenüber dem Vergleichsquartal um 11,5 Prozent auf 64,7 Mio € steigern. Im Markengeschäft erreichten wir ein Umsatzplus von 11,6 Prozent. Die Erlöse im Volumengeschäft stiegen ebenfalls um 10,5 Prozent. Trotz der bestehenden Unsicherheitsfaktoren für die weitere gesamtwirtschaftliche Entwicklung sehen wir uns auf gutem Weg, das von uns im laufenden Geschäftsjahr erwartete Wachstum zu erreichen.

Wir erwarten für das Geschäftsjahr 2016 weiterhin ein Wachstum der Konzernumsatzerlöse um drei bis vier Prozent. Im Markengeschäft, das im Mittelpunkt unserer Wachstumsstrategie steht, rechnen wir mit einem Umsatzplus von vier bis fünf Prozent. Im Volumengeschäft erwarten wir einen Umsatz auf dem Niveau des Jahres 2015. Unsere Ergebnisprognose bleibt ebenfalls unverändert. Auf der Grundlage steigender Deckungsbeiträge aus erhöhten Umsatzerlösen sowie positiver Ergebniseffekte unseres neuen Distributionszentrums in Tschechien rechnen wir im Geschäftsjahr 2016 mit einem Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in Höhe von 22 bis 23 Mio €. Bei unserer Prognose gehen wir gleichzeitig von einem positiven Fremdwährungsergebnis in Höhe von rund 1 Mio € als Teil des erwarteten EBIT aus.



## Gewinn- und Verlustrechnung sowie Gesamtergebnisrechnung

T €	1. Januar bis 31. März 2015	1. Januar bis 31. März 2016
Umsatzerlöse	58.051	64.705
Kosten der Umsatzerlöse	-30.509	-33.752
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>27.542</b>	<b>30.953</b>
Forschungs- und Entwicklungskosten	-1.012	-1.147
Vertriebskosten	-17.959	-17.589
Verwaltungskosten	-4.424	-4.636
Sonstige betriebliche Erträge	320	327
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-129	-48
Fremdwährungsergebnis	3.167	-1.378
<b>Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT)</b>	<b>7.505</b>	<b>6.482</b>
Zinserträge	31	20
Zinsaufwendungen	-429	-392
Sonstiges Finanzergebnis	-1	-
<b>Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)</b>	<b>7.106</b>	<b>6.110</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-2.118	-1.827
<b>Periodenergebnis</b>	<b>4.988</b>	<b>4.283</b>
Beiträge, die nicht in künftigen Perioden in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden		
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen	-7.808	-3.636
Ertragsteuereffekt	2.241	1.058
Beiträge, die gegebenenfalls in künftigen Perioden in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden		
Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	224	-75
Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	75	-13
Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	8.374	-4.082
Ertragsteuereffekt	-2.425	1.208
<b>Sonstiges Ergebnis</b>	<b>681</b>	<b>-5.540</b>
<b>Gesamtergebnis nach Steuern</b>	<b>5.669</b>	<b>-1.257</b>
<b>Ergebnis je Aktie auf Grundlage Periodenergebnis (unverwässert und verwässert)</b>	<b>1,05 €</b>	<b>0,90 €</b>
<b>Ergebnis je Aktie auf Grundlage Gesamtergebnis nach Steuern (unverwässert und verwässert)</b>	<b>1,19 €</b>	<b>0,26 €</b>

## Bilanz

T €	31. Dez. 2015	31. März 2016
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	64.200	58.220
Finanzielle Vermögenswerte	4.000	4.000
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	46.063	58.757
Vorräte	42.985	42.440
Forderungen aus Ertragsteuern	224	235
Derivative Finanzinstrumente	5.639	3.732
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	4.441	1.647
<b>Summe kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>167.552</b>	<b>169.031</b>
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Sachanlagevermögen	36.086	35.827
Immaterielle Vermögenswerte	18.738	18.907
Latente Steueransprüche	9.837	10.875
Forderungen aus Ertragsteuern	762	777
Derivative Finanzinstrumente	4.773	2.205
Sonstige langfristige Vermögenswerte	156	150
<b>Summe langfristige Vermögenswerte</b>	<b>70.352</b>	<b>68.741</b>
<b>Summe Vermögenswerte</b>	<b>237.904</b>	<b>237.772</b>
<b>Kurzfristige Schulden</b>		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	50.816	48.163
Derivative Finanzinstrumente	11	406
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	947	1.398
Rückstellungen	6.540	6.155
<b>Summe kurzfristige Schulden</b>	<b>58.314</b>	<b>56.122</b>
<b>Langfristige Schulden</b>		
Rückstellungen	2.075	2.084
Verpflichtungen aus Leistungen an Arbeitnehmer	66.448	70.059
Latente Steuerschulden	4.262	2.980
Derivative Finanzinstrumente	3	995
Sonstige langfristige Schulden	100	100
<b>Summe langfristige Schulden</b>	<b>72.888</b>	<b>76.218</b>
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	15.000	15.000
Kapitalrücklage	16.984	16.984
Eigene Anteile	-7.493	-7.493
Gewinnrücklagen	90.536	94.806
Sonstige Rücklagen	-8.325	-13.865
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>106.702</b>	<b>105.432</b>
<b>Summe Eigenkapital und Schulden</b>	<b>237.904</b>	<b>237.772</b>

## Kapitalflussrechnung

T €	1. Januar bis 31. März 2015	1. Januar bis 31. März 2016
Periodenergebnis	4.988	4.283
Berichtigungen für Abschreibungen	1.541	1.518
Veränderung der Rückstellungen	-329	-400
Ergebnis aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	-	-1
Veränderung der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-7.694	-9.399
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	4.390	-2.213
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen/Erträge	-2.234	1.724
<b>Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit</b>	<b>662</b>	<b>-4.488</b>
Erwerb von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	-1.123	-1.489
Erlöse aus der Veräußerung von Sachanlagen und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	18	46
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-1.105</b>	<b>-1.443</b>
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Effekte aus Wechselkursdifferenzen</b>	<b>37</b>	<b>-49</b>
Nettoveränderung von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	-406	-5.980
Finanzmittelbestand am Anfang der Berichtsperiode	58.808	64.200
<b>Finanzmittelbestand am Ende der Berichtsperiode</b>	<b>58.402</b>	<b>58.220</b>

## Segmentberichterstattung

Kennzahlen nach Unternehmensbereichen zum 31. März 2016		Marken- geschäft	Volumen- geschäft	Summe
Umsatzerlöse	Mio €	55,2	9,5	64,7
Bruttomarge	%	50,1	34,7	47,8
Deckungsbeitrag	Mio €	24,0	2,9	26,9
Segmentergebnis (EBIT)	Mio €	6,0	0,5	6,5
Abschreibungen	Mio €	1,3	0,2	1,5

Kennzahlen nach Unternehmensbereichen zum 31. März 2015		Marken- geschäft	Volumen- geschäft	Summe
Umsatzerlöse	Mio €	49,5	8,6	58,1
Bruttomarge	%	50,7	28,7	47,4
Deckungsbeitrag	Mio €	20,9	2,1	23,0
Segmentergebnis (EBIT)	Mio €	5,8	1,7	7,5
Abschreibungen	Mio €	1,3	0,2	1,5

Informationen über die Segmente und deren Steuerung sind dem Jahresfinanzbericht 2015 zu entnehmen.

# Ergänzende Informationen

Diese Quartalsmitteilung wurde von einem Abschlussprüfer weder geprüft noch einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Ergebnisse des aktuellen Berichtsquartals lassen nicht notwendigerweise Rückschlüsse auf die Entwicklung zukünftiger Ergebnisse zu.

Die von Leifheit angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden entsprechen, mit Ausnahme eventuell erstmals anzuwendender Rechnungslegungsvorschriften, denen des letzten veröffentlichten Konzernabschlusses zum Ende des vergangenen Geschäftsjahres. Eine detaillierte Beschreibung findet sich im Anhang des Jahresfinanz-

berichts 2015 des Leifheit-Konzerns. Er steht auf unserer Homepage unter [finanzberichte.leifheit-group.com](http://finanzberichte.leifheit-group.com) zur Verfügung.

Zum 1. Januar 2016 erwarb die Leifheit Aktiengesellschaft vom Minderheitsgesellschafter die ausstehenden 29 Prozent der Anteile an der bereits beherrschten und vollkonsolidierten Leifheit CZ a.s., Hostivice, Tschechien. Weitere Veränderungen im Konsolidierungskreis oder wesentliche Änderungen der Organisationsstruktur bzw. des Geschäftsmodells fanden im Berichtszeitraum nicht statt.

## Disclaimer

### Zukunftsbezogene Aussagen

Diese Quartalsmitteilung enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf aktuellen Einschätzungen des Managements über künftige Entwicklungen beruhen. Solche Aussagen unterliegen Risiken und Unsicherheiten, die außerhalb der Möglichkeiten von Leifheit bezüglich einer Kontrolle oder präzisen Einschätzung liegen, wie beispielsweise das zukünftige Marktumfeld und die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, das Verhalten der übrigen Marktteilnehmer sowie Maßnahmen staatlicher Stellen. Sollte einer dieser oder sollten andere Unsicherheitsfaktoren und Unwägbarkeiten eintreten oder sich die Annahmen, auf

denen diese Aussagen basieren, als unrichtig erweisen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den in diesen Aussagen explizit genannten oder implizit enthaltenen Ergebnissen abweichen. Es ist von Leifheit weder beabsichtigt noch übernimmt Leifheit eine gesonderte Verpflichtung, zukunftsbezogene Aussagen zu aktualisieren, um sie an Ereignisse oder Entwicklungen nach dem Datum dieses Berichts anzupassen.

Diese Quartalsmitteilung liegt ebenfalls in englischer Übersetzung vor; bei Abweichungen geht die deutsche Fassung der englischen Übersetzung vor.

# Finanzkalender

**25. MAI 2016**

**HAUPTVERSAMMLUNG**

10:30 Uhr (MESZ), Deutsche Nationalbibliothek,  
Frankfurt/Main



**11. AUGUST 2016**

**HALBJAHRESFINANZBERICHT**

zum 30. Juni 2016



**10. NOVEMBER 2016**

**QUARTALSMITTEILUNG**

zum 30. September 2016



**21. – 23. NOVEMBER 2016**

**INVESTOREN- UND  
ANALYSTENPRÄSENTATION**

Frankfurt/Main

## Kontakte

Leifheit AG  
Postfach 11 65  
56371 Nassau/Lahn

**Investor Relations:**

Telefon: +49 2604 977-218  
Telefax: +49 2604 977-340

**Leifheit im Internet:**

[www.leifheit-group.com](http://www.leifheit-group.com)  
E-Mail: [ir@leifheit.com](mailto:ir@leifheit.com)



Aktiengesellschaft

Postfach 11 65  
56371 Nassau/Lahn  
Telefon: +49 2604 977-0  
Telefax: +49 2604 977-300  
[www.leifheit-group.com](http://www.leifheit-group.com)  
[ir@leifheit.com](mailto:ir@leifheit.com)