

So geht
Haushalt
heute.



Inhalt

Einführung

Ökonomie

Umweltbelange

Compliance

Gesellschaft

Appendix

Einführung

Über diesen Bericht	02
Unser Geschäftsmodell	03
Unser Nachhaltigkeitskonzept	04
Risikomanagement nichtfinanzieller Aspekte	06
Unsere Stakeholder	07

Ökonomie

Unsere Marken	11
Innovations- und Produktmanagement	12
Marketing und Vertrieb	14
Einkauf, Logistik und Produktion	17

Umweltbelange

Ressourcenmanagement	20
Energieeffizienzmaßnahmen	22

Gesellschaft

Arbeitnehmerbelange	24
Menschenrechte	30
Sozialbelange	31

Compliance

Compliance-Management-System	33
Bekämpfung von Korruption und Bestechung	35
Erklärung zur Unternehmensführung	35

Appendix

Zukunftsbezogene Aussagen	37
Kontakt	37

Navigation

Dieser Bericht enthält für die Online-Nutzung eine PDF-Navigation. Für eine optimale Nutzung der Verlinkungen laden Sie das PDF herunter und öffnen Sie dieses in Adobe Acrobat. Thematisch verbundene Inhalte sind mit internen Links verknüpft. Externe Links führen zu Webseiten mit weiterführenden Informationen.



Inhalts-
verzeichnis



Suche



Kontakt



> Einführung

Über diesen Bericht

Unser Geschäftsmodell

Unser Nachhaltigkeits-
konzept

Risikomanagement nicht-
finanzieller Aspekte

Unsere Stakeholder

Ökonomie

Umweltbelange

Gesellschaft

Compliance

Appendix

Einführung

Über diesen Bericht	02
Unser Geschäftsmodell	03
Unser Nachhaltigkeitskonzept	04
Risikomanagement nichtfinanzieller Aspekte	06
Unsere Stakeholder	07

Über diesen Bericht



Einführung

Über diesen Bericht

Unser Geschäftsmodell

Unser Nachhaltigkeitskonzept

Risikomanagement nicht-finanzieller Aspekte

Unsere Stakeholder

Ökonomie

Umweltbelange

Gesellschaft

Compliance

Appendix

Als Teil des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts erstellt der Leifheit-Konzern für das Geschäftsjahr 2017 erstmals einen gesonderten nichtfinanziellen Konzernbericht im Sinn der Paragraphen (§§) 315b, 315c in Verbindung mit 289c bis 289e des Handelsgesetzbuchs (HGB), welcher der Öffentlichkeit auf der Internetseite zugänglich gemacht wird. Dieser Nachhaltigkeitsbericht wurde keiner externen Prüfung unterzogen. Der Konzernabschluss 2017 des Leifheit-Konzerns und der dazugehörige zusammengefasste Lagebericht sowie der Jahresabschluss der Leifheit AG wurden von der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft. Leifheit wendet für den gesonderten nichtfinanziellen Konzernbericht kein national oder international verbreitetes Rahmenwerk der Nachhaltigkeitsberichterstattung an. Wir orientieren uns jedoch an den Kriterien des Deutschen Nachhaltigkeitskodex und den Standards der Global Reporting Initiative. Unsere Grundsätze stehen mit der Business Social Compliance Initiative (BSCI), den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO), der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen, den UN-Konventionen über die Rechte des Kindes und zur Beseitigung jeder Form der Diskriminierung von Frauen, den Prinzipien des UN Global Compact sowie den OECD-Richtlinien für multinationale Unternehmen im Einklang.

Wesentlichkeit

Um die Ausrichtung unseres Nachhaltigkeitskonzepts zu definieren, führten wir im ersten Schritt einen internen Workshop durch. Ziel war es, die nach unserer Einschätzung relevanten Nachhaltigkeitsaspekte aus der Strategie „Leifheit 2020“ sowie Stakeholderinteressen und -ansprüche zu erfassen. Die so identifizierten Themen ordnen wir den Kategorien „Management & Prozesse“, „Produkte & Lösungen“, „Supply Chain & Produktion“ sowie „Mit-

arbeiter & Gesellschaft“ zu. Im zweiten Schritt wurden die identifizierten Themen zusätzlich einer Wesentlichkeitsbetrachtung nach § 289c (3) HGB unterzogen. Im Sinne der „doppelten Wesentlichkeit“ sind die folgenden Themen für Leifheit von großer Bedeutung:

- **Ökonomie als Teil der Sozialbelange:** Unsere Marken (S. 11), einfache und bequeme Produktlösungen, Qualität und Innovationsfähigkeit (S. 12–13), Kundenzufriedenheit (S.14–16)
- **Umweltbelange:** Energie- und Ressourceneffizienz in der Wertschöpfungskette (S. 20–22)
- **Arbeitnehmerbelange:** Arbeitgeberattraktivität, Chancengleichheit und Vielfalt (S. 24–25), faire und marktgerechte Vergütung (S. 26), sichere Arbeitsumgebung (S. 28), Arbeitnehmerrechte (S.29)
- **Compliance** (S. 33–35)

Sie bilden die Basis für die nichtfinanzielle Konzernerklärung als Bestandteil dieses Berichts. Im Themenbereich Compliance werden Angaben zu dem gesetzlich definierten Aspekt Bekämpfung von Korruption und Bestechung aufgegriffen. In den Kapiteln Menschenrechte und Sozialbelange beschreiben wir darüber hinaus Maßnahmen und Initiativen des Leifheit-Konzerns, die unser vielfältiges Engagement im Bereich der unternehmerischen Verantwortung belegen.

Verantwortung in der Unternehmensführung

Die oberste Verantwortung für nachhaltiges Handeln liegt beim Vorstand. Er gibt die strategische Ausrichtung des Leifheit-Konzerns vor. Innerhalb des Gremiums ist der Finanzvorstand für Fragen der Corporate Social Responsibility (CSR) zuständig. Die operative Umsetzung von strategischen Maßnahmen verantworten die Verantwortlichen der Funktionsbereiche. Nachhaltigkeitsthemen sind nicht in einer separaten Abteilung verortet, sondern werden in den Geschäftsprozessen mitgedacht und gelebt. Die Nachhaltigkeitsberichterstattung ist in einer Stabsstelle des Vorstands organisiert, die in enger Zusammenarbeit mit Mitarbeitern verschiedener Funktionsbereiche die Reporting-Prozesse koordiniert.



Einführung

Über diesen Bericht

> Unser Geschäftsmodell

Unser Nachhaltigkeitskonzept

Risikomanagement nicht-finanzieller Aspekte

Unsere Stakeholder

Ökonomie

Umweltbelange

Gesellschaft

Compliance

Appendix

Unser Geschäftsmodell

Seit fast sechs Jahrzehnten gehören wir zu den führenden Anbietern von Haushaltsprodukten in Europa. Unsere Vision ist es, die führenden Experten für Lösungen zu sein, die das tägliche Leben zuhause leichter und bequemer machen. Unter den Marken Leifheit und Soehnle – zwei der bekanntesten Marken Deutschlands – bieten wir hochwertige und innovative Produkte mit hohem Gebrauchsnutzen und gutem Design. Neben dem Markengeschäft sind wir mit unseren französischen Tochterunternehmen Birambeau und Herby im serviceorientierten Volumengeschäft tätig.

In beiden Segmenten konzentrieren wir uns auf unsere Kernkompetenzen in den Produktkategorien Reinigen, Wäschepflege, Küche und Wellbeing. Wir entwickeln unsere Produkte vorwiegend für die europäischen Märkte mithilfe eigener Entwicklungsabteilungen. Davon profitiert insbesondere das innovationsgetriebene Markengeschäft. Die Fertigung erfolgt sowohl in unseren eigenen Produktionsstätten in Deutschland, der Tschechischen Republik und Frankreich als auch bei Zulieferern in verschiedenen Ländern Europas und Asiens.

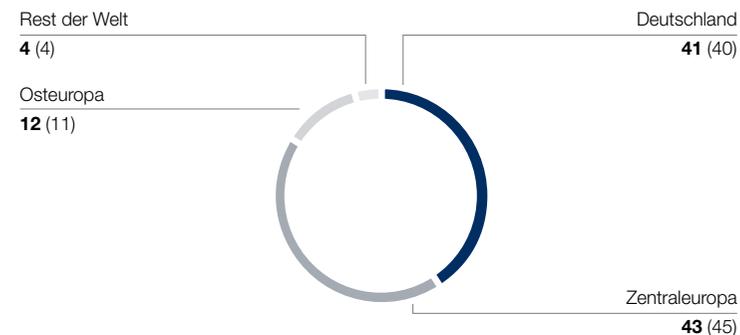
Der Leifheit-Konzern beschäftigt über 1.100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sitz und Verwaltung der Leifheit AG befinden sich bis heute am Ort der Gründung im rheinland-pfälzischen Nassau/Lahn. Wir vertreiben unsere Produkte in mehr als 80 Länder. Dabei konzentrieren wir unsere Vertriebs- und Marketingaktivitäten aktuell auf unsere europäischen Zielmärkte. Die wichtigsten Absatzmärkte sind unser Heimatmarkt Deutschland mit einem Anteil von

rund 41 Prozent der Umsatzerlöse und die Länder Zentraleuropas mit einem Anteil von etwa 43 Prozent. Rund zwölf Prozent der Umsatzerlöse erzielen wir zurzeit in osteuropäischen Märkten. Auch außerhalb Europas nutzen wir Absatzchancen, beispielsweise in den USA, im Mittleren Osten und in Fernost, wo wir unsere Produkte vor allem über Distributoren vertreiben. Die außereuropäischen Märkte stehen aktuell für etwa vier Prozent der Umsatzerlöse.

Zusätzliche Informationen finden Sie im zusammengefassten Lagebericht des Leifheit-Konzerns im Kapitel Grundlagen des Konzerns.

Absatzmärkte

Umsatzanteile in % (Vorjahreswert)





Unser Nachhaltigkeitskonzept

Einführung

Über diesen Bericht

Unser Geschäftsmodell

› **Unser Nachhaltigkeitskonzept**

Risikomanagement nicht-finanzieller Aspekte

Unsere Stakeholder

Ökonomie

Umweltbelange

Gesellschaft

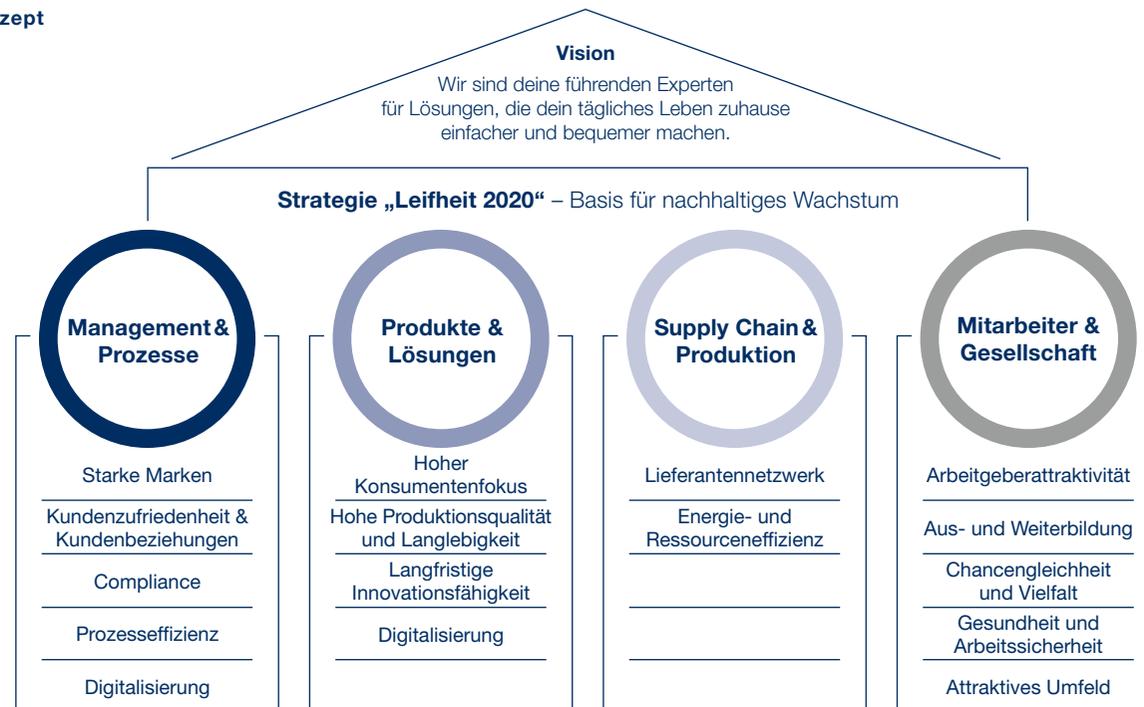
Compliance

Appendix

Unsere Vision ist es, führender Experte für Lösungen zu sein, die das tägliche Leben zuhause leichter und bequemer machen. Nachhaltiges Handeln sehen wir dabei als einen Baustein unseres wirtschaftlichen Erfolgs. Unsere Wachstumsstrategie „Leifheit 2020“ gibt uns die Richtung vor. Die wesentlichen Handlungsfelder im Bereich der Nachhaltigkeit leiten wir daraus ab. Ausgehend von den Beziehungen zu Konsumenten und Handelskunden, Investoren und dem Kapitalmarkt, Lieferanten sowie unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern betrachten wir dabei die folgenden Handlungsfelder:

1. Management und Prozesse,
2. verbraucherrelevante Produkte und Lösungen,
3. eine effiziente, ressourcenschonende Supply Chain und Produktionsprozesse sowie
4. unsere Mitarbeiter und unser gesellschaftliches Engagement.

Nachhaltigkeitskonzept



Stakeholder-Dialog: Konsumenten und Handelskunden, Investoren und Kapitalmarkt, Lieferanten, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter



Einführung

Über diesen Bericht

Unser Geschäftsmodell

> Unser Nachhaltigkeitskonzept

Risikomanagement nicht-finanzieller Aspekte

Unsere Stakeholder

Ökonomie

Umweltbelange

Gesellschaft

Compliance

Appendix

Handlungsfelder unseres Nachhaltigkeitskonzepts

Management und Prozesse

- Im Zentrum der Wachstumsstrategie „Leifheit 2020“ steht der Ausbau unseres Markengeschäfts. Unsere Marken Leifheit und Soehnle entwickeln wir gezielt weiter und schärfen ihr Profil.
- Wir investieren in die Zufriedenheit unserer Kunden mit maßgeschneiderten Konzepten für den Handel und Services für den Verbraucher.
- Mit unserem Compliance-Management-System unterstützen wir unsere Mitarbeiter dabei, die für ihre Arbeit verbindlichen Gesetze und Richtlinien zu beachten.
- Wir investieren in die Effizienz der Supply Chain und forcieren dabei gleichzeitig die Digitalisierung von Prozessen.

Produkte und Lösungen

- Unser konsequenter Fokus liegt auf den Bedürfnissen der Nutzer. Ihnen bieten wir erstklassigen Service und einfache und bequeme Produktlösungen von überzeugender Qualität und Langlebigkeit.
- Wir bauen unsere Fähigkeiten, innovative Produkte für den Verbraucher zu realisieren, weiter aus, um unsere langfristige Innovationsfähigkeit zu sichern.
- Wir prüfen die Möglichkeiten der Digitalisierung von Produkten und Services.

Supply Chain und Produktion

- Wir setzen auf ein leistungsfähiges Lieferantennetzwerk, das unseren hohen Sozial- und Umweltstandards entspricht. Dabei erhöhen wir mittelfristig den Anteil an europäischen Lieferanten.
- Wir achten auf Energie- und Ressourceneffizienz bei der Herstellung und dem Transport unserer Produkte und setzen auf einen effizienten Materialeinsatz.

Mitarbeiter und Gesellschaft

- Wir bauen unsere Attraktivität als Arbeitgeber weiter aus, investieren in unsere Mitarbeiter und bieten Möglichkeiten der Aus- und Weiterentwicklung.
- Wir ermöglichen flexible Arbeitszeiten und bieten eine faire, marktgerechte Vergütung.
- Wir schaffen eine angemessene, sichere Arbeitsumgebung und sensibilisieren unsere Belegschaft durch entsprechende Aktivitäten für gesundheitliche Prävention.
- Wir forcieren ein Arbeitsumfeld, das Vielfalt begrüßt, dabei konzentriert sich unser Diversity-Management auf die drei Dimensionen Geschlecht, Altersstruktur und Internationalität der Belegschaft.
- An unseren Unternehmensstandorten leisten wir einen Beitrag zu einem intakten und attraktiven Umfeld.



Einführung

Über diesen Bericht

Unser Geschäftsmodell

Unser Nachhaltigkeitskonzept

> **Risikomanagement nichtfinanzieller Aspekte**

Unsere Stakeholder

Ökonomie

Umweltbelange

Gesellschaft

Compliance

Appendix

Risikomanagement nichtfinanzieller Aspekte

Das strategische Management von Chancen und Risiken ist Grundlage für eine nachhaltige Entwicklung des Leifheit-Konzerns. Daher wurde ein Chancen- und Risikomanagementsystem eingerichtet, das hilft, Chancen und Risiken frühzeitig zu erkennen, zu analysieren und geeignete Maßnahmen zu ergreifen. Es ist im Jahresfinanzbericht 2017 detailliert beschrieben.

Im Risikomanagementsystem werden neben den finanziellen Risiken auch wesentliche Risiken nichtfinanzieller Art erfasst. Die Erfassung und Evaluierung von Risiken für die in der Gesetzgebung geforderten Aspekte erfolgt im Rahmen der leifheitspezifischen Risikofelder:

- Führung und Organisation, u. a.
 - Mitarbeiter (Verfügbarkeit, Know-how)
 - Verhalten (Compliance, Fraud)
- Umfeldfaktoren, u. a.
 - Verfügbarkeit von Ressourcen, Mitarbeitern, Rohstoffen
- Kunden und Märkte, u. a.
 - Kundenzufriedenheit und Kundenbindung
 - Image und Reputation (inkl. Einhaltung von Menschenrechten)
- Innovationen und Produktentwicklung, u. a.
 - Innovationsmanagement
 - Produkthaftung
- Operative Leistungsprozesse, u. a.
 - Umweltgefahren und Arbeitssicherheit

Im Berichtsjahr sind keine wesentlichen Sachverhalte bekannt geworden, die schwerwiegend negative Auswirkungen auf nachhaltigkeitsrelevante Aspekte haben und deren Eintritt sehr wahrscheinlich ist.



Einführung

Über diesen Bericht

Unser Geschäftsmodell

Unser Nachhaltigkeits-
konzept

Risikomanagement nicht-
finanzieller Aspekte

> **Unsere Stakeholder**

Ökonomie

Umweltbelange

Gesellschaft

Compliance

Appendix

Unsere Stakeholder

Eine verantwortungsvolle Unternehmensführung kann nur im Dialog mit den Stakeholdern des Unternehmens erfolgen. Leifheit sucht deshalb den konstruktiven Dialog mit seinen Anspruchsgruppen. Ein kontinuierlicher Austausch fördert unser Verständnis für die Anforderungen und Bedürfnisse aller Gruppen.

Im Rahmen eines internen Wesentlichkeitsworkshops haben wir unser Stakeholder-Umfeld betrachtet und abgegrenzt. Als Stakeholder gelten für uns Gruppen, die wesentlichen Einfluss auf die Entwicklung unseres Unternehmens haben oder durch Entscheidungen des Unternehmens betroffen sind.

Unsere wichtigsten Stakeholder



**Konsumenten und
Handelskunden**



**Investoren und Kapital-
marktteilnehmer**



**Mitarbeiterinnen
und Mitarbeiter**



Lieferanten

Außerdem kommunizieren wir mit der allgemeinen Öffentlichkeit, darunter verstehen wir Medien, Verbände und Initiativen, Kommunen und die Zivilgesellschaft.



Einführung

Über diesen Bericht

Unser Geschäftsmodell

Unser Nachhaltigkeitskonzept

Risikomanagement nicht-finanzieller Aspekte

> **Unsere Stakeholder**

Ökonomie

Umweltbelange

Gesellschaft

Compliance

Appendix

Konsumenten und Handelskunden



Wir pflegen den Kontakt zu Konsumenten und unseren Handelspartnern, mit denen wir eine auf gemeinsame Erfolge ausgerichtete Partnerschaft anstreben. Vor diesem Hintergrund betreuen wir unsere Handelskunden über ein den Vertriebskanälen zugeordnetes Key Account Management sowie durch unsere Außendienstmannschaft auf der Fläche. Verbraucher binden wir im Rahmen der Konsumentenforschung frühzeitig in unseren Produktentstehungsprozess ein. Die Auswertung von Produktrezensionen in Online-Portalen gibt uns Einblicke, wie unsere Produkte und unser Service bei den Verbrauchern ankommen. Darüber hinaus können sich Konsumenten an unseren telefonischen Verbraucherservice in der Konzernzentrale wenden. Durch enge Verzahnung mit unserem Qualitätsmanagement stellen wir sicher, dass Anregungen und Kritik der Verbraucher ihr Ziel erreichen. Unsere Webseiten > leifheit-group.com, > leifheit.de, > soehnle.de und Social-Media-Angebote, zum Beispiel auf Facebook, bieten zusätzliche Kontaktmöglichkeiten.

Investoren und Kapitalmarktteilnehmer



Eine offene Kommunikation mit institutionellen und privaten Investoren sowie Finanzanalysten ist für uns eine Selbstverständlichkeit. Wir haben das Ziel, umfassend, zeitnah und transparent über alle relevanten Entwicklungen und Ereignisse in unserem Unternehmen zu informieren. Dabei orientieren wir uns an den aktien- und kapitalmarktrechtlichen Vorschriften, den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex und den weitergehenden Transparenzanforderungen der Deutschen Börse für das Prime Standard-Segment, in dem die Aktien der Leifheit AG gehandelt werden.

Durch die Teilnahme an Kapitalmarktkonferenzen und Roadshows in wichtigen Finanzzentren Europas bieten wir Analysten und Investoren die Möglichkeit für einen direkten Kontakt mit dem Vorstand. Unseren Aktionären bietet unsere ordentliche Hauptversammlung ein Forum für den direkten Dialog. Unsere Homepage bietet darüber hinaus die Gelegenheit, den Leifheit-Konzern mit seinen Marken und Produkten kennenzulernen. Auf den Investor-Relations-Seiten veröffentlichen wir alle wesentlichen Informationen rund um unsere Aktie, die Strategie und die Finanzkennzahlen des Leifheit-Konzerns, den Finanzkalender sowie Finanzberichte, Quartalsmitteilungen, Presseinformationen und Präsentationen. Für Fragen und Anregungen stehen dort auch Kontaktmöglichkeiten zur Verfügung.



Einführung

Über diesen Bericht

Unser Geschäftsmodell

Unser Nachhaltigkeits-
konzept

Risikomanagement nicht-
finanzieller Aspekte

> **Unsere Stakeholder**

Ökonomie

Umweltbelange

Gesellschaft

Compliance

Appendix

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter



Wir legen Wert auf Offenheit und Vertrauen in der internen Kommunikation. Vor diesem Hintergrund erläutert der Vorstand persönlich in vierteljährlichen Mitarbeiterversammlungen an den deutschen Standorten die aktuelle Geschäftslage des Konzerns und wesentliche Entscheidungen oder strategische Maßnahmen. Auch an unserem Produktions- und Logistikstandort im tschechischen Blatná findet ein regelmäßiger Informationsaustausch zwischen Belegschaft und Werksleitung statt. Mit einem erweiterten Kreis von Fach- und Führungskräften führen wir Informationsforen mit Mitgliedern des Vorstands und des Managementteams durch.

Darüber hinaus bieten wir unserer Belegschaft ergänzende Formate der Information und des Dialogs. An zentraler Stelle steht hier das jährliche Mitarbeitergespräch mit dem direkten Vorgesetzten. Regelmäßige informelle Treffen mit einzelnen Vorstandsmitgliedern und Mitarbeitern aus unterschiedlichen Bereichen in persönlicher Gesprächsatmosphäre runden das Dialogangebot ab.

In regelmäßigen Abständen führen wir an unseren deutschen Standorten zudem Mitarbeiterbefragungen zur Arbeitszufriedenheit sowie zur Führungsqualität und -kultur im Unternehmen durch. Ziel dieser Erhebungen ist es, Maßnahmen für weitere Verbesserungen abzuleiten.

Lieferanten



Die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit Lieferanten ermöglicht uns technische Entwicklungen, die in einem innovativen Produktportfolio und langlebigen Produkten resultieren. Dabei werden nachhaltige Themen wie Materialersparnis und Rohstoffminimierung in der Entwicklungsphase berücksichtigt.

Weitere Öffentlichkeit

Den Fragen aktueller Medien, von Wirtschafts-, Finanz- und Fachpresse sowie der lokalen Presse stellen wir uns im Rahmen von mindestens einer jährlichen Pressekonferenz sowie in Interviews und Pressegesprächen. Wir stehen in Kontakt mit verschiedenen Branchen- und Interessenverbänden wie dem Markenverband, dem Verband der Deutschen Parkettindustrie, dem Zentralverband Hartwarenhandel (ZHH) oder dem Deutschen Investor Relations Verband (DIRK). Dialogbereitschaft zeigen wir auch mit den Gemeinden und der Zivilgesellschaft an unseren Standorten und berücksichtigen deren Bedürfnisse und Anliegen.



Einführung

> Ökonomie

Unsere Marken
Innovations- und
Produktmanagement
Marketing und Vertrieb
Einkauf, Logistik und
Produktion

Umweltbelange

Gesellschaft

Compliance

Appendix

Ökonomie

Unsere Marken	11
Innovations- und Produktmanagement	12
Marketing und Vertrieb	14
Einkauf, Logistik und Produktion	17



Unsere Marken

Einführung

Ökonomie

› Unsere Marken

Innovations- und
Produktmanagement
Marketing und Vertrieb
Einkauf, Logistik und
Produktion

Umweltbelange

Gesellschaft

Compliance

Appendix

Im Zentrum unserer Wachstumsstrategie „Leifheit 2020“ steht der weitere Ausbau unseres Markengeschäfts. Die Marken Leifheit und Soehnle wollen wir gezielt weiterentwickeln, ihr Profil schärfen und ihre Positionierung im Wettbewerb stärken.

Leifheit ist seit fast sechs Jahrzehnten eine der führenden Marken für Haushaltsprodukte in Deutschland und in vielen europäischen Märkten. Die Marke bietet Produktlösungen in den Kategorien Reinigen, Wäschepflege und Küche, die einfach zu handhaben sind und dabei ein perfektes Ergebnis liefern. Ausgezeichnete Funktionalität, Langlebigkeit und hohe Qualität – das verbinden schon Generationen mit Leifheit. Auf diese Werte setzen wir auch in der Zukunft und positionieren Leifheit gleichzeitig als zeitgemäße Marke, die moderne Menschen in einer immer schnelllebigeren Zeit dabei unterstützt, die Hausarbeit leichter und das Zuhause schöner zu machen – damit mehr Zeit bleibt für die schönen Dinge des Lebens. Der im Jahr 2017 entwickelte Claim „So geht Haushalt heute“ und ein frischer Markenauftritt in allen Kommunikationskanälen unterstreichen diese Positionierung.

› Markenpositionierung

Bereits seit der Gründung im Jahre 1868 setzt die Marke Soehnle auf hohen Bedienkomfort, innovative Technik, erstklassige Qualität und herausragendes Design. Heute, 150 Jahre später, gehört Soehnle zu den führenden Anbietern von Personen- und Küchen-

waagen. Mit einem Marktanteil von 25,8 Prozent bei Personenwaagen und 37,4 Prozent bei Küchenwaagen ist Soehnle Marktführer in Deutschland. Exaktes Messen, Wiegen und Analysieren ist die Kompetenz der Marke, dafür steht Soehnle. Und darauf bauen wir auf. Mit dem Einstieg in neue Produktkategorien wie Blutdruckmessgeräte, Fitness-Tracker und Luftbehandlung sowie mit der innovativen Soehnle Connect-App setzt Soehnle auf seine Markenkompetenz, um Menschen dabei zu helfen, fit zu bleiben und bewusst gesünder zu leben.

Leifheit und Soehnle – unsere beiden Marken geben Versprechen. Diese Versprechen müssen unsere Produkte einlösen, Tag für Tag. Daher haben wir höchste Anforderungen an Qualität und Sicherheit, Funktionalität und Verarbeitung unserer Produkte.

Unsere Marken






Innovations- und Produktmanagement

Einführung

Ökonomie

Unsere Marken

> Innovations- und Produktmanagement

Marketing und Vertrieb

Einkauf, Logistik und Produktion

Umweltbelange

Gesellschaft

Compliance

Appendix

Auf Grundlage der Konzernstrategie „Leifheit 2020“ haben wir eine Innovationsstrategie entwickelt, die unsere langfristige Innovationsfähigkeit sicherstellen und das organische Wachstum des Konzerns nachhaltig unterstützen soll.

Wesentliche Merkmale der Innovationsstrategie sind

- eine stärkere Integration von Konsumenten in den Produktentstehungsprozess,
- ein ganzheitlicher Innovationsansatz,
- der Aufbau eines strategischen Netzwerkes von Innovationspartnern,
- die effizientere Gestaltung des Produktentstehungsprozesses,
- das Sicherstellen einer gleichbleibend hohen Produktqualität und
- die Stärkung unserer Designkompetenz.

Bereits während des Produktentstehungsprozesses berücksichtigen wir im Rahmen unserer Konformitätsarbeit anzuwendende Regularien, Richtlinien und Gesetze für die Fertigung der Produkte, ihre Benutzung und die spätere Entsorgung. Dazu gehören beispielsweise

- die Europäische Richtlinie zur Vermeidung von Elektro- und Elektronikgeräte-Abfall (WEEE),
- die einschlägigen Europäischen Richtlinien zur Beschränkung der Verwendung bestimmter gefährlicher Stoffe (RoHS, REACH, PAH etc.) oder
- die Europäische Richtlinie zur umweltgerechten Gestaltung energieverbrauchsrelevanter Produkte (Ecodesign Directive).

Darüber hinaus führen wir sinnvolle Prüfungen über das gesetzliche Maß hinaus durch. Viele unserer Produkte werden beispielsweise einer GS-Prüfung unterzogen. Das für Hersteller freiwillige Prüfzeichen „GS“ steht für „Geprüfte Sicherheit“. Produkte mit dem GS-Zeichen entsprechen den Anforderungen des deutschen Produktsicherheitsgesetzes (ProdSG).

Zu Beginn der Produktentwicklung definieren wir die Anforderungen an das Produkt in einer detaillierten Spezifikation. Dabei werden auch Nachhaltigkeitsaspekte berücksichtigt. Während des Prozesses führen wir sogenannte Fehlermöglichkeits- und Einflussanalysen (FMEA) durch. So können wir die Erfüllung aller geforderten Aspekte durch die konkrete Produktkonstruktion bewerten und gegebenenfalls korrigieren. Am Ende des Entwicklungsprozesses wird mithilfe von Verifikationstests sichergestellt, dass das Produkt alle Anforderungen erfüllt.

Gleichzeitig legen wir in der Entwicklungs- und Konstruktionsphase bereits die Grundlagen für eine ressourcenschonende Produktion. Dabei ist es unser Ziel, Kunststoff- und Metallteile so zu konstruieren, dass sie mit effizientem Materialeinsatz und möglichst energiesparenden Produktionsanlagen hergestellt werden können. Hierzu werden Computersimulationsprogramme (sogenannte Finite-Elemente-Programme) eingesetzt. Sie helfen dabei, Teile bei hoher Festigkeit gleichzeitig möglichst leicht zu designen oder den Prozess des Kunststoffspritzens so zu optimieren, dass möglichst kleine, energiesparende Spritzgießmaschinen eingesetzt werden können. Darüber hinaus legen wir schon in der Entwicklungsphase fest, in welchem Umfang recyceltes Material (z. B. Kunststoffgranulat) in der Fertigung eingesetzt werden kann.



Einführung

Ökonomie

Unsere Marken

> Innovations- und Produktmanagement

Marketing und Vertrieb

Einkauf, Logistik und Produktion

Umweltbelange

Gesellschaft

Compliance

Appendix

Unsere Produkte

Viele unserer Produkte funktionieren ohne Strom. So sind beispielsweise unsere Wäschespinnen und Standtrockner deutlich umweltfreundlicher als stromverbrauchende Elektrotrockner. Dort wo Einsatz von elektrischer Energie unvermeidlich ist, wie zum Beispiel bei Staubsaugern, setzen wir – wo immer möglich – auf effiziente, stromsparende Systeme, die mit Akkus gespeist werden können, anstatt auf stromintensive Netzspannungsgeräte. Wenn hohe Leistung und Netzspannung unvermeidlich sind, entwickeln wir smarte Lösungen, um den Energieverbrauch zu minimieren. So besitzt beispielsweise der neue Leifheit CleanTenso Dampfreiniger eine ergonomische Dampftaste, die dafür sorgt, dass nur dann Dampf erzeugt wird, wenn er auch tatsächlich benötigt wird. Viele andere handelsübliche Geräte erzeugen den Dampf dagegen ununterbrochen, auch wenn das Gerät abgestellt wird.

Die mit der Fertigung und dem Einsatz unserer Produkte verbundene Energieeinsparung ist jedoch nur ein Aspekt. Eine weitere Zielsetzung ist es, langlebige Produkte herzustellen. Denn ein langer Produktlebenszyklus verbessert ebenfalls ganz entscheidend die Ökoeffizienz. Das erreichen wir durch hochwertige Qualität, Funktionalität und langlebige Design unserer Produkte.

Dampfreiniger CleanTenso – hygienisch rein – ganz ohne Chemie.

Mit heißem Wasserdampf beseitigt der Leifheit CleanTenso bis zu 99,99 % der Bakterien und Keime.





Marketing und Vertrieb

Einführung

Ökonomie

Unsere Marken
Innovations- und
Produktmanagement

› Marketing und Vertrieb

Einkauf, Logistik und
Produktion

Umweltbelange

Gesellschaft

Compliance

Appendix

Der Leifheit-Konzern vertreibt Produkte über alle relevanten Kanäle, vom klassischen stationären Handel bis zum reinen E-Commerce. Unseren Handelskunden bieten wir ein breites Spektrum an Dienstleistungen und Unterstützung am Point of Sale (POS). Die Verbraucher erreichen wir durch die Kombination von klassischen und modernen Maßnahmen in den Bereichen Kommunikation, Marketing und Vertrieb.

Neue Vertriebskanäle gewinnen weiter an Bedeutung

Wir vertreiben unsere Produkte dort, wo der Konsument sie kaufen möchte, und sind in allen relevanten Absatzkanälen vertreten. Dabei hat sich das Einkaufsverhalten der Verbraucher in den letzten Jahren deutlich verändert. Neue Vertriebskanäle gewinnen immer mehr an Bedeutung. E-Commerce und stationärer Handel verschmelzen gleichzeitig zu interaktiven Cross-Channel-Angeboten. Online- und Offline-Welt miteinander zu verbinden, fordert Handel und Hersteller gleichermaßen. Leifheit stellt sich auf diese Veränderungen ein. Wir investierten in den vergangenen Jahren in Know-how, Produktinformationssysteme sowie moderne und flexible Logistikprozesse, um an der Entwicklung teilhaben zu können.

Kommunikation am Point of Sale

Um die Positionierung der Marken Leifheit und Soehnle in unseren Zielmärkten voranzutreiben, nutzen wir alle relevanten Kommunikationskanäle. Dabei passen wir den Media-Mix der geänderten Mediennutzung unserer Zielgruppen an. Neben den klassischen Medien investieren wir verstärkt in die digitale Kommunikation. Hauptfokus der Kommunikation, klassisch wie online, liegt am POS – dort wo der Konsument die Kaufentscheidung trifft. Unsere entsprechende Initiative trägt den Titel „POS Excellence“. Im Kern besteht unser Angebot aus Sortimentsbausteinen und darauf abgestimmten Präsentationslösungen für die unterschiedlichen Vertriebskanäle – sowohl für den stationären als auch für den Online-Handel. Für den stationären Handel bieten wir Shop-in-Shop-Präsentationen, sogenannte Markenshops, deren Anzahl wir im Berichtsjahr erneut weiter ausgebaut haben. Zur „POS Excellence“-Initiative gehören außerdem Videopromotionen, Displays für die Zweitplatzierung von Produkten und Produktvorführungen durch Vorführkräfte.



Einführung

Ökonomie

Unsere Marken
Innovations- und
Produktmanagement

> Marketing und Vertrieb

Einkauf, Logistik und
Produktion

Umweltbelange

Gesellschaft

Compliance

Appendix

Neuordnung des Vertriebs im Markengeschäft

Um unser strategisch bedeutendes Markengeschäft für die Zukunft weiter zu stärken, stellten wir unseren Außendienst in Deutschland im Geschäftsjahr 2017 von selbstständigen Handelsvertretern auf fest angestellte Reisende um. Durch diese Investition sind wir im Zusammenspiel mit unseren „POS Excellence“-Konzepten in der Lage, bestehende Potenziale am Point of Sale noch besser zu heben und gleichzeitig unsere Handelspartner vor Ort intensiver zu betreuen.

Schwerpunkte in den Produktkategorien

Unsere Marketing- und Vertriebsaktivitäten konzentrierten sich auch im Berichtsjahr auf die Einführung neuer Produkte – insbesondere in den Leifheit-Produktkategorien Wäschepflege, Reinigen und für die Marke Soehnle.

Für die Produktkategorie Wäschepflege lag der Fokus auf der LinoProtect, der ersten Leifheit Wäschespinn mit Dach. Sie schützt die Wäsche vor Regen, UV-Strahlung und Schmutz. Daneben wurde mit dem Leifheit Combi Storage System ein neues Segment für die Wäscheaufbewahrung eingeführt, das zwölf verschiedene Produkte umfasst. Das Leifheit Air-Bügeltischsortiment wurde um ein Produkt speziell für Hemdenbügler erweitert.

Schwerpunkt in der Kategorie Reinigen war im Berichtsjahr das neue Leifheit Care & Protect System für die Pflege und den Schutz von Parkett- und Laminatböden. Der erfolgreiche Leifheit Fenster-sauger wurde im Berichtsjahr durch eine Classic-Variante ergänzt.

In der Produktkategorie Küche setzten wir mit dem Konzept „Alle lieben MEingemachtes“ im Jahr 2017 erneut auf den anhaltenden Verbrauchertrend Einkochen.

In der Kategorie Wellbeing mit der Marke Soehnle haben wir das gesamte Programm an Personenwaagen überarbeitet. Es zeichnet sich nun durch ein neues unverwechselbares Design, große, besonders gut lesbare Displays sowie einen klaren, für Verbraucher leicht verständlichen Sortimentsaufbau aus. Eine Neuentwicklung, die in den Markt eingeführt wurde, ist das Soehnle Connect System, mit dem wichtige Gesundheits- und Fitnesswerte einfach überprüft werden können. Das System besteht aus drei Teilen: Analysewaagen, passenden Fitness- und Activity-Trackern sowie der Soehnle Connect App, die alle Daten informativ und einfach verständlich zusammenfasst. Zusätzlich wurde das Soehnle-Sortiment durch Blutdruckmessgeräte und Produkte für die Luftreinigung und -befeuchtung erweitert.



LinoProtect Wäschespinn mit Dach – schützt vor Regen, Ausbleichen und Schmutz.

Das schützende Dach der LinoProtect 400 macht das Wäschetrocknen komplett wetterunabhängig und verlängert die Outdoor-Trockensaison.



Einführung

Ökonomie

Unsere Marken
Innovations- und
Produktmanagement

› Marketing und Vertrieb

Einkauf, Logistik und
Produktion

Umweltbelange

Gesellschaft

Compliance

Appendix

Auszeichnungen für Marken und Produkte

Viele unserer Produkte wurden im Jahr 2017 für ihren Innovationsgrad, ihre Benutzerfreundlichkeit oder die Produktqualität ausgezeichnet. Beispiele sind das TÜV-Siegel Kundenurteil „gut“ für den Leifheit Air Board M Shoulder Compact Bügeltisch sowie für die Bügeltischbezüge Thermo Reflect, die die Bügelzeit durch Reflektion von Hitze und Dampf deutlich verkürzen.

Die Marke Soehnle wurde mit dem Gütesiegel „Lieblingsmarke in Gold 2015 – 2017“ prämiert, die höchste Auszeichnung, die innerhalb des Konsumentenpreises „Kücheninnovation des Jahres“ verliehen wird. Der Preis wird von der Initiative „LifeCare“ vergeben und würdigt eine überdurchschnittlich hohe Verbraucherorientierung und konsequente Markenführung.

Darüber hinaus erhielten gleich sechs Soehnle-Produkte den begehrten „Plus X Award“: vier Waagen aus dem neuen Soehnle-Personenwaagen-Sortiment, der Aroma-Diffuser Modena sowie der Fitness-Tracker FitConnect 300. Mit dem „Plus X Award“ werden Marken für den Qualitäts- und Innovationsvorsprung ihrer Produkte ausgezeichnet.

Auszeichnungen





Einkauf, Logistik und Produktion

Einführung

Ökonomie

Unsere Marken
Innovations- und
Produktmanagement
Marketing und Vertrieb

› **Einkauf, Logistik und
Produktion**

Umweltbelange

Gesellschaft

Compliance

Appendix

Die Leifheit-Gruppe verfügt über drei eigene Produktionsstandorte im Konzern. Sie befinden sich in Nassau, dem deutschen Heimatstandort der Leifheit AG, im tschechischen Blatná sowie im französischen La Loupe. Blatná ist der wichtigste Produktionsstandort des Konzerns. Dort ist der größte Teil der Eigenfertigung konzentriert.

Im Geschäftsjahr 2017 wurden etwa 53,9 Prozent (2016: 50,4 Prozent) der von uns ausgelieferten Waren mithilfe eigener Produktionskapazitäten im Leifheit-Konzern hergestellt. Wir achten dabei auf eine hohe Effizienz sowohl in den Produktionsprozessen als auch beim Material- und Energieeinsatz. Ergänzend setzen wir auf ein Netzwerk von Partnern und Zulieferern, vor allem in Osteuropa und in Asien.

Beschaffung

Auf der Beschaffungsseite kaufen wir hauptsächlich Material, Baugruppen und Handelsware sowie Energie und Dienstleistungen ein. Wir setzen dabei auf ein Netzwerk von möglichen Lieferanten, um die lückenlose Versorgung zu sichern.

Um die Abhängigkeit von Beschaffungsregionen mit relevanten Währungsrisiken sowie lange Lieferzeiten und Transportwege zu reduzieren, wurde im Jahr 2015 damit begonnen, den Anteil von europäischen Lieferanten zu erhöhen. Diese Anstrengungen wurden im Berichtsjahr 2017 weiter fortgesetzt. Sowohl für Investitionsgüter als auch für den Zukauf von Komponenten und

Handelsware wurden neue Lieferpartner vor allem in Osteuropa identifiziert.

Effiziente Logistik als Grundlage für nachhaltiges Wachstum

Die schnelle, flexible und weltweite Distribution unserer Produkte ist eine entscheidende Grundlage für das Wachstum unseres Unternehmens. Unsere Organisationsstrukturen und SAP-gestützte, skalierbare Prozesse ermöglichen es uns, an unseren Logistikstandorten flexibel und effizient auf Markt- und Kundenanforderungen zu reagieren. Damit sind wir gerüstet für weiteres Wachstum und begegnen komplexen logistischen Anforderungen, die durch zunehmende Digitalisierung und E-Commerce entstehen.

Zentrale Logistikkreuzung im Leifheit-Konzern ist das Distributionszentrum im nordbadischen Zuzenhausen. Seit Mitte 2016 wird es durch das Leifheit Distribution Center Eastern Europe an unserem tschechischen Standort Blatná ergänzt.

Durch den Logistikstandort in Blatná mit 4.500 m² Logistikfläche wurden die osteuropäischen Wachstumsmärkte mit hoher Effizienz direkt an die Produktion angebunden. Durch die Einbindung des Fertigungsstandorts in unsere europäische Distributionslogistik erwarten wir, unseren jährlichen CO₂-Ausstoß deutlich reduzieren zu können. Mit Blick auf den steigenden Absatz im E-Commerce wurden in Blatná im Berichtsjahr entsprechende Logistikkonzepte implementiert.



Einführung

Ökonomie

Unsere Marken
Innovations- und
Produktmanagement
Marketing und Vertrieb

> Einkauf, Logistik und Produktion

Umweltbelange

Gesellschaft

Compliance

Appendix

In unserem Logistikzentrum in Zuzenhausen investierten wir im Jahr 2017 in einen neuen Hallenanbau. Auf circa 360 m² entstand ein neuer Verladebereich, der uns auch optimierte Prozesse für den wachsenden E-Commerce ermöglicht. Die neuen Flächen schaffen zudem die Voraussetzung für neue Automatisierungsansätze in den Bereichen Kleinteilekommissionierung, Verpackung sowie bei der Sendungskonsolidierung, die bisher bei Dienstleistern ausgelagert war. So entstehen Vorteile durch die Verlängerung der sogenannten Cut-off-Zeiten sowie die Erhöhung der Zustellqualität und Pünktlichkeit aller Sendungen an unsere Kunden. Wir erwarten, dass wir unseren Lieferprozess um einen Tag verkürzen und damit unsere Kunden in Zukunft noch schneller beliefern können.

Die Lagerkonsolidierung unserer Tochtergesellschaft Herby im französischen La Loupe führte zu einer Flächen- und Bestandsreduzierung an diesem Standort um rund 30 Prozent und brachte zugleich Vorteile durch die Sendungskonsolidierung gleicher Kundengruppen von Herby und Leifheit. Die Distribution in Italien wurde im vergangenen Jahr auf Direktbelieferung ab Zuzenhausen umgestellt. Daraus resultierte eine deutliche Steigerung der Lieferperformance. Weitere Effizienz- und Qualitätssteigerungen erwarten wir durch den Einsatz von Pick-by-Vision im Rahmen von Augmented-Reality-unterstützten Kommissionier- und Lagerprozessen.

Fertigung und Produktion

In Blatná, dem größten Werk im Leifheit-Konzern, werden auf einer Fläche von etwa 25.000 m² insbesondere Wäschetrockner, Bügeltische und Reinigungsgeräte produziert. Zum Ende des Jahres 2017 beschäftigte unsere Tochtergesellschaft Leifheit s.r.o. dort 481 Mitarbeiter (2016: 421). Im Berichtsjahr wurde eine moderne Pulverbeschichtungsanlage in Betrieb genommen. Durch den Einsatz modernster Technik konnten wir die Produktionskapazität deutlich steigern und gleichzeitig den Energiebedarf im Verhältnis zu den produzierten Stückzahlen in der Pulverbeschichtung reduzieren. Ähnliches gilt für die im Jahr 2017 konzipierte moderne Laser-Schweißtechnik für unsere Metallbügeltische.

In Nassau betreibt die Leifheit AG mit 62 Mitarbeitern (2016: 63 Mitarbeiter) neben Spritzgussanlagen eine hochautomatisierte Fertigung von Wäschespinnen. Im Berichtsjahr wurden am Standort fast 270.000 Wäschespinnen in Nassau produziert. Nach rund 260.000 Stück im Jahr 2016 war dies ein neuer Rekord. Fortgesetzte technische Verbesserungen der Anlagen und Arbeitszeitflexibilität der Mitarbeiter ermöglichten die ausfallfreie Produktion dieser Stückzahlen.

Unsere französische Tochtergesellschaft Herby fertigt in La Loupe vor allem Turm-, Stand- und Wandtrockner für das Volumengeschäft. Zum Ende des Geschäftsjahres 2017 waren dort 83 Mitarbeiter (2016: 87 Mitarbeiter) beschäftigt. Die integrierte Produktion umfasst die Prozesse Metallumformung, Oberflächenveredelung und Spritzguss.



Einführung

Ökonomie

> Umweltbelange

Ressourcenmanagement
Energieeffizienzmaßnahmen

Gesellschaft

Compliance

Appendix

Umweltbelange

Ressourcenmanagement	20
Energieeffizienzmaßnahmen	22



Ressourcenmanagement

Einführung

Ökonomie

Umweltbelange

> Ressourcenmanagement Energieeffizienzmaßnahmen

Gesellschaft

Compliance

Appendix

Ressourceneffizienz ohne Qualitätseinbußen

Effizienz in der Wertschöpfungskette ist eine in der Strategie „Leifheit 2020“ definierte Leitlinie. Die weitere Verbesserung der Ressourceneffizienz ist dabei ein wichtiges strategisches Ziel für Leifheit. Sie hilft nicht nur, die Umwelt zu schützen, sondern spart auch Kosten und trägt dazu bei, die langfristige Verfügbarkeit von Rohstoffen zu sichern.

Um den Risiken der fortschreitenden Ressourcenverknappung und steigender Rohstoffpreise zu begegnen, setzen wir daher bei der Herstellung unserer Produkte auf einen effizienten Materialeinsatz, der bereits bei der Produktentwicklung berücksichtigt wird. Dabei ist es für uns von größter Bedeutung, dass unser Anspruch an die Leistungsfähigkeit, die Qualität und die Langlebigkeit unserer Produkte gewährleistet bleibt.

Inanspruchnahme von Ressourcen

Im Geschäftsjahr 2017 setzten wir insgesamt 13,4 kt an Rohmaterialien und Halbleiten (2016: 12,7 kt) für die Herstellung unserer Produkte ein. Ein Großteil davon sind Metalle in Form von Stahl und Aluminium sowie Kunststoffgranulate und Papier bzw. Verpackungsmaterial. Daneben kommen Hilfs- und Betriebsstoffe sowie elektronische Bauteile zum Einsatz. Wasser wird für die Kühlung beim Spritzgießprozess eingesetzt sowie zum Reinigen von Metallteilen in der Pulverbeschichtung.

Die im Produktionsablauf entstehenden Abfälle werden zu einem hohen Teil recycelt und wiederverwertet. Gefährliche Abfälle entstehen nur in geringen Mengen und werden entsprechend den gesetzlichen Vorschriften über dafür vorgesehene Deponien entsorgt. Bei der Fertigung unserer Produkte entstehen keine gefährlichen Emissionen.

Der Großteil unseres Stromverbrauchs entsteht im Produktionsprozess bei der Verarbeitung von Kunststoffen und ist damit in Relation zur Auslastung in der Fertigung zu sehen. Daneben werden Gas und Heizöl für die Heizung verbraucht.



Einführung

Ökonomie

Umweltbelange

> Ressourcenmanagement

Energieeffizienzmaßnahmen

Gesellschaft

Compliance

Appendix

Entwicklung der Verbrauchsdaten

Wir ermitteln zurzeit die Verbrauchsdaten bei den folgenden Gesellschaften mit wesentlichen Produktions- und Logistikstandorten: Leifheit AG in Deutschland, Leifheit s.r.o. in der Tschechischen Republik sowie die Herby Industrie S.A.S. in Frankreich.

Eingesetzte Materialien

Einsatz von Materialien zur Herstellung und Verpackung der Produkte			2016	2017
Rohstoffe	kg	810		858
Hilfs- und Betriebsstoffe	kg	47.800		50.920
Halbzeuge oder -teile	kg	11.222.000		11.881.400
Verpackungsmaterial	kg	1.411.300		1.427.400

Energieverbrauch innerhalb der Organisation

Energieverbrauch			2016	2017
Kraftstoff	MWh	1.515		1.421
Elektrischer Strom	MWh	15.834		16.382
Heizenergie	MWh	12.752		14.285
Gesamter Energieverbrauch	MWh	30.101		32.088

Der leicht erhöhte Energieverbrauch im Jahresvergleich ist auf eine höhere Auslastung der Produktion an den Fertigungsstandorten Nassau und Blatná im Jahr 2017 zurückzuführen. Der Strombedarf in Relation zu den eingesetzten und verarbeiteten Halbzeugen oder -teilen konnte dagegen auf 1,38 kWh/kg reduziert werden (2016: 1,41 kWh/kg).

Der Anteil an Strom aus erneuerbaren Energien hängt vom Strommix unserer Energielieferanten ab. Für Deutschland lag der Anteil im Jahr 2017 bei etwa 62 Prozent. Den Berechnungen liegen in der Regel Messungen zugrunde oder wir greifen auf die Verbrauchsabrechnungen der Versorgungsunternehmen zurück.

Gesamtwasserentnahme nach Quellen

Wasserentnahme		2016	2017
aus kommunaler Wasserversorgung	m³	14.826	13.458

Die Wasserentnahme erfolgt ausschließlich aus der kommunalen Wasserversorgung. Den Berechnungen liegen Messungen zugrunde.

Gesamtgewicht der Abfälle nach Art und Entsorgungsmethode

Art der Abfälle	Entsorgungsmethode		2016	2017
Gefährliche Abfälle	Deponie	t	136	72
	Wiederverwertung	t	446	618
Ungefährliche Abfälle	Recycling	t	903	860
	Kompostierung	t	32	95
	Müllverbrennung (Massenverbrennung)	t	267	314
	Deponie	t	51	75

Die Entsorgungsmethoden werden direkt von der Organisation verfügt bzw. anderweitig direkt bestätigt.



Energieeffizienzmaßnahmen

Einführung

Ökonomie

Umweltbelange

Ressourcenmanagement

> Energieeffizienzmaßnahmen

Gesellschaft

Compliance

Appendix

Im Jahr 2015 führten wir an unseren deutschen Standorten ein umfassendes Energie-Audit nach DIN EN 16247-1 gemäß den gesetzlichen Bestimmungen (§§ 8 ff. des Gesetzes über Energiedienstleistungen und andere Energieeffizienzmaßnahmen) durch. Daraus resultierte eine Vielzahl von Maßnahmen zur Reduktion des Energieverbrauchs, die in den Jahren 2016 und 2017 an unseren Standorten in Nassau, Zuzenhausen und Blatná durchgeführt wurden. Dazu zählen

- die sukzessive Umstellung der Beleuchtung auf energiesparende LED-Technik in Verbindung mit tageslichtgeführter, sensorgesteuerter Beleuchtung,
- die Verringerung von Wärmeverlusten durch Doppel- und Schnellauftore sowie durch angepasste Hallentemperaturen,
- die regelmäßige Überprüfung und Erneuerung von Druckluft- und Heizungsanlagen,
- die Nutzung von Abwärme beim Spritzgießen und bei der Herstellung von Druckluft,
- die Identifikation und Reduzierung von Verbrauchsspitzen durch Installation zusätzlicher Strom- und Gaszähler,
- die Sensibilisierung und Schulung unserer Mitarbeiter mit Blick auf Energieeffizienz, Beleuchtung und Wärmeverluste.

Die Anlagentechnologie in unseren Fertigungsbereichen wird jährlich mit Blick auf Effizienz- und Nachhaltigkeitskriterien überprüft. Dabei identifizierte Verbesserungsmaßnahmen werden konsequent umgesetzt. So wurde Anfang 2017 eine moderne Pulverbeschichtungsanlage an unserem Produktionsstandort Blatná in Betrieb genommen. Durch den Einsatz modernster Technik konnten wir die Fertigungskapazität deutlich steigern und gleichzeitig den Energiebedarf im Verhältnis zu den produzierten Stückzahlen in der Pulverbeschichtung senken. Ähnliches gilt für die seit 2017 konzipierte moderne Laser-Schweißtechnik für unsere Metallbügeltische. Darüber hinaus sorgen geschlossene Kühlsysteme in der Kunststofffertigung für die Schonung von Wasserressourcen und eine hohe Energieeffizienz.



Einführung

Ökonomie

Umweltbelange

> Gesellschaft

Arbeitnehmerbelange
Menschenrechte
Sozialbelange

Compliance

Appendix

Gesellschaft

Arbeitnehmerbelange	24
Menschenrechte	30
Sozialbelange	31



Einführung

Ökonomie

Umweltbelange

Gesellschaft

› Arbeitnehmerbelange

- Menschenrechte
- Sozialbelange

Compliance

Appendix

Arbeitnehmerbelange

Personalstrategie folgt Unternehmensstrategie

Um unsere anspruchsvollen operativen und strategischen Ziele erreichen zu können, sind gut ausgebildete und motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von wesentlicher Bedeutung. Die demografische Entwicklung und der damit verbundene Fachkräftemangel, den wir insbesondere in den technischen Berufen spüren, führen zu einem erhöhten Wettbewerb um qualifizierte Mitarbeiter. Diesem Risiko begegnen wir mit unserer Personalarbeit, die auf der Strategie „Leifheit 2020“ fußt. Dabei ist es unser Ziel, unsere Attraktivität als Arbeitgeber weiter auszubauen.

Arbeitgeberattraktivität im Fokus

Wir unternehmen besondere Anstrengungen, um gutes Personal zu gewinnen und zu halten. So bieten wir trotz unserer vergleichsweise kleinen Unternehmensgröße und flacher Hierarchien unterschiedliche Möglichkeiten der Weiterentwicklung. Um an unseren Standorten in ländlichen Gebieten neue Mitarbeiter gewinnen zu können, ermöglichen wir flexible Arbeitszeiten und für geeignete Positionen auch Homeoffice-Arbeitsplätze.

Damit jeder Einzelne seine beste Leistung erbringen kann, bemühen wir uns, eine angemessene und sichere Arbeitsumgebung zu schaffen und sensibilisieren unsere Belegschaft durch entsprechende Aktivitäten für gesundheitliche Prävention. Wir bieten eine faire und marktgerechte Vergütung und setzen auf Vielfalt in der Belegschaft.

Mitarbeiterstruktur des Leifheit-Konzerns	31. Dez. 2016	31. Dez. 2017
Konzern	1.093	1.168
Markengeschäft	913	1.003
Volumengeschäft	180	165
Deutschland	423	443
Tschechien	439	500
Frankreich	169	163
Andere Länder	62	62

Diversity und Chancengleichheit

Leifheit setzt auf Vielfalt in der Belegschaft

Der Leifheit-Konzern ist international tätig. Offenheit für Menschen aus verschiedensten Regionen und Kulturkreisen ist daher eine Grundvoraussetzung für unseren Erfolg. Wir pflegen ein Arbeitsumfeld, das Vielfalt begrüßt, um von den unterschiedlichen persönlichen Fähigkeiten, Talenten und Erfahrungen unserer Mitarbeiter zu profitieren – unabhängig von Alter, sexueller Orientierung, Herkunft, Kultur oder Religion.



Einführung

Ökonomie

Umweltbelange

Gesellschaft

> Arbeitnehmerbelange

Menschenrechte

Sozialbelange

Compliance

Appendix

Diversity-Management

Unser Diversity-Management konzentriert sich auf die drei Dimensionen Geschlecht (Gender Diversity), Altersstruktur und Internationalität der Belegschaft:

**01
Gender
Diversity**

Ein angemessenes Verhältnis von Frauen und Männern im Unternehmen hat für uns einen hohen Stellenwert. Ihre Anteile in der Belegschaft sind bereits heute ausgeglichen: Im Jahr 2017 waren 50,0 Prozent unserer Belegschaft im Konzern weiblich (2016: 48,9 Prozent weiblich).

Unser Ziel ist es, die bereits vorhandene Vielfalt in der Belegschaft auch auf Ebene der Führungskräfte abzubilden. Bei der Einstellung neuer Mitarbeiter stehen jedoch stets die individuelle Qualifikation sowie die persönlichen, sozialen, unternehmerischen und methodischen Kompetenzen im Mittelpunkt. Denn wir haben den Anspruch, jede Stelle mit dem am besten für die Aufgabe geeigneten Kandidaten zu besetzen.

Als börsennotiertes Unternehmen mit Drittelmitbestimmung ist die Leifheit AG verpflichtet, Zielgrößen für die Frauenquote im Vorstand sowie für die beiden ersten Managementebenen festzulegen. Aufgrund flacher Hierarchie beschränken wir uns hierbei auf eine Ebene unterhalb des Vorstands. Die Zielgröße für den Frauenanteil auf dieser Managementebene wurde mit 14,29 Prozent definiert und erreicht.

**02
Alters-
struktur**

Leifheit beschäftigt Mitarbeiter aller Altersgruppen. Ziel ist ein angemessenes Verhältnis von Auszubildenden, jungen Fach- und Führungskräften und erfahrenen, bereits seit vielen Jahren im Konzern aktiven Kollegen. Diese gesunde Mischung hat viele Vorteile: Sie ist Grundlage für Agilität und Veränderungsbereitschaft in der Organisation und für eine Kultur, in der Ideen und innovative Lösungen wachsen können. Gleichzeitig ist sie Schlüssel für den erfolgreichen Wissenstransfer und für den Erhalt von Kompetenzen und Erfahrungen. Die hohe Zahl langjähriger Mitarbeiter zeigt, dass Leifheit ein attraktiver Arbeitgeber ist und Mitarbeiter für viele Jahre an das Unternehmen binden kann.

**03
Inter-
nationali-
tät**

Der Leifheit-Konzern liefert Produkte in etwa 80 Ländern der Welt. Gleichzeitig beschäftigen wir selbst Mitarbeiter in neun verschiedenen Ländern. In unserer Konzern-Belegschaft finden sich 26 verschiedene Nationalitäten. Die Förderung von Internationalität und Zusammenarbeit über Grenzen und Kulturen hinweg sind wesentliche Ziele des Unternehmens. Sie sind Grundlage für den Ausbau unseres internationalen Geschäfts entsprechend der Strategie „Leifheit 2020“.

Mitarbeitercharakteristika des Leifheit-Konzerns		2016	2017
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit	in Jahren	11,4	11,0
Altersstruktur Mitarbeiter			
bis 30 Jahre	in %	15,6	17,1
30 bis 40 Jahre	in %	23,5	21,7
40 bis 50 Jahre	in %	25,4	26,1
50 bis 60 Jahre	in %	29,4	29,9
über 60 Jahre	in %	6,0	5,2
Durchschnittsalter	in Jahren	43	43
Anteil Frauen an der Belegschaft	in %	49	50
Anteil Frauen erste Managementebene	in %	14	14
Anzahl Auszubildende		28	27
Teilzeitbeschäftigte		86	72



Einführung

Ökonomie

Umweltbelange

Gesellschaft

› **Arbeitnehmerbelange**

Menschenrechte

Sozialbelange

Compliance

Appendix

Im Jahr 2017 verabschiedete der Aufsichtsrat ein Diversitätskonzept für Vorstand und Aufsichtsrat, das auch die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex berücksichtigt. Unterschiedliche, sich gegenseitig ergänzende Profile, Berufs- und Lebenserfahrungen auch im internationalen Bereich sowie nach Möglichkeit die angemessene Vertretung beider Geschlechter sind dabei entscheidende Gesichtspunkte. Das Diversitätskonzept wird im Detail in der [› Erklärung zur Unternehmensführung](#) auf unserer Homepage veröffentlicht.

Von den sechs Mitgliedern des Aufsichtsrats der Leifheit AG waren im Berichtsjahr fünf über 50 Jahre alt, ein Mitglied war zwischen 30 und 50 Jahre alt. Im Aufsichtsrat ist eine Frau vertreten, das entspricht einem Anteil von 17 Prozent (2016: 17 Prozent).

Der Vorstand der Leifheit AG setzt sich derzeit aus drei Mitgliedern zusammen. Zwei der Vorstandsmitglieder haben neben der deutschen auch eine ausländische Staatsangehörigkeit. Zwei Mitglieder des Vorstands waren im Berichtsjahr über 50 Jahre alt, ein Mitglied war zwischen 30 und 50 Jahre alt. Im Vorstand ist derzeit keine Frau vertreten.

Faire und marktgerechte Vergütung

Leifheit hat den Anspruch, allen Mitarbeitern eine faire und marktgerechte Vergütung zu bieten. Frauen und Männer auf vergleichbaren Positionen im Leifheit-Konzern erhalten dieselbe Bezahlung. Die Gehaltsfindung erfolgt ausschließlich nach Funktion und Qualifikation.

Die Vergütung unserer leitenden Führungskräfte beinhaltet feste und variable Bestandteile. Die aktuelle Vergütungsstruktur im Unternehmen wurde im Jahr 2014 auf der Grundlage eines sogenannten Global Gratings entwickelt. Das Global Grading wird regelmäßig weiterentwickelt. Es dient der Systematisierung und Bewertung von einzelnen Positionen im Kontext der Unternehmensstruktur.

Die Vergütung des Aufsichtsrats wird durch die Satzung der Leifheit AG geregelt. Er erhält eine feste Vergütung sowie Sitzungsgelder. Die Mitglieder des Vorstands erhalten Bezüge, die sich aus einer festen jährlichen Grundvergütung, einer jährlichen variablen Vergütung und einer längerfristigen variablen Vergütung zusammensetzen. Im Vergütungsbericht, der Bestandteil des zusammengefassten Lageberichts im [› Jahresfinanzbericht](#) ist, werden das Vergütungssystem des Vorstands sowie die Vergütung des Aufsichtsrats im Detail beschrieben.



Einführung

Ökonomie

Umweltbelange

Gesellschaft

› Arbeitnehmerbelange

Menschenrechte

Sozialbelange

Compliance

Appendix

Qualifizierung

Entwicklung von Kompetenzen fördern

Unsere Personalarbeit basiert auf der Konzernstrategie „Leifheit 2020“ und wird parallel dazu weiterentwickelt. In Verbindung mit der Einführung unserer Konzernstrategie wurde ein Kompetenzmodell entwickelt, das unsere fachübergreifenden unternehmensspezifischen Erwartungen an Mitarbeiter und Führungskräfte abbildet. Die definierten Kompetenzen bieten Orientierung im Arbeitsalltag und sind Grundlage für die Zusammenarbeit im Unternehmen. Sie sind für die Erreichung unserer strategischen Ziele und damit für den Erfolg von Leifheit wesentlich.

Im Jahr 2016 wurde das Kompetenzmodell in den praktischen Einsatz übernommen und ist seitdem ein fester Bestandteil des regelmäßigen Mitarbeitergesprächs – des wesentlichen Werkzeugs unserer Personalentwicklung vor allem an unseren deutschen Standorten. Führungskräfte und Mitarbeiter wurden in umfangreichen Schulungen für den Einsatz des Kompetenzmodells im Mitarbeitergespräch trainiert. Darüber hinaus fördern wir die Potenziale und das Fachwissen der Beschäftigten an allen Standorten des Konzerns.

Im Geschäftsjahr 2017 haben wir 311 T € (2016: 581 T €) in Aus- und Weiterbildung investiert. Wir setzen dabei auf eine Vielzahl von Personalentwicklungsmaßnahmen, die sich aus den individuellen Mitarbeitergesprächen ergeben. Im Jahr 2016 fanden zudem abgeschlossene Seminarprogramme zum Rollout unseres Kompetenzmodells sowie spezifische Trainings für einzelne Bereiche statt.

Moderne Berufsausbildung

Als Arbeitgeber tragen wir soziale Verantwortung gegenüber den Regionen mit unseren großen Standorten und bieten Jugendlichen dort die Möglichkeit einer Berufsausbildung. Über die verschiedenen Ausbildungsgänge finden wir gleichzeitig qualifizierten Nachwuchs für Leifheit. Die Auszubildenden werden schon früh in konkrete Projekte eingebunden, in denen sie selbstständig arbeiten und Verantwortung übernehmen können.

Ende des Jahres 2017 befanden sich an den deutschen Standorten der Leifheit AG insgesamt 27 junge Menschen in der Ausbildung zum Industriekaufmann, Informatikkaufmann, Medientgestalter und Fachkraft für Lagerlogistik – darunter auch drei junge Menschen, die eine duale Ausbildung in Kombination mit einem Studium absolvieren. Einigen unserer Auszubildenden konnten wir die Möglichkeit einer internationalen kaufmännischen Ausbildung anbieten.

Unter den Auszubildenden ist auch ein junger Mann, der nach einem Praktikum und einer Einstiegsqualifizierung im Rahmen des Projekts „Perspektiven für junge Flüchtlinge“ im Jahr 2016 eine kaufmännische Ausbildung begonnen hat.

Im Berichtsjahr wurden sieben junge Menschen, die ihre Ausbildung erfolgreich abschließen konnten, von uns in eine Anstellung übernommen. Zwei dieser Absolventen konnten in ein von uns finanziertes duales Studium übergehen.



Einführung

Ökonomie

Umweltbelange

Gesellschaft

> Arbeitnehmerbelange

Menschenrechte

Sozialbelange

Compliance

Appendix

Gesundheit der Mitarbeiter im Blick

Gerade vor dem Hintergrund der absehbaren demografischen Entwicklung und der Verlängerung der Lebensarbeitszeit nehmen wir die Gesundheit unserer Mitarbeiter sehr ernst.

Wir bemühen uns, eine angemessene Arbeitsumgebung zu gestalten, um gesundheitliche Beeinträchtigungen zu vermeiden. Der Arbeits-, Brand- und Gesundheitsschutz im Leifheit-Konzern richtet sich nach den jeweiligen hohen gesetzlichen Anforderungen an unseren Standorten sowie den Empfehlungen der Berufsgenossenschaften. Darüber hinaus sensibilisieren wir unsere Belegschaft für gesundheitliche Prävention durch entsprechende Aktivitäten wie ein wechselndes Sportprogramm, Gesundheitstage oder Raucherentwöhnungskurse. Wir unterstützen geeignete Mitarbeiterinitiativen wie zum Beispiel die Teilnahme an Firmenläufen.

Arbeitsunfälle

	2016	2017
Unfallhäufigkeitsrate (LTIR) je 100.000 Arbeitsstunden		
alle Regionen	2,4	2,3
Deutschland	1,7	1,8
Tschechische Republik	2,2	2,2
Frankreich	4,8	4,8
Anzahl Todesfälle	0	0
Anzahl arbeitsbedingte Krankheiten	1	0

Wir betrachten bei der Erfassung der Arbeitsunfälle die folgenden Gesellschaften bzw. Standorte mit mehr als 50 Beschäftigten: Leifheit AG in Nassau und Zuzenhausen, Leifheit s.r.o. in der Tschechischen Republik, Herby Industrie S.A.S. sowie Birambeau SAS und Leifheit-Birambeau S.A. in Frankreich. Damit werden circa 95 Prozent der Konzernbelegschaft erfasst. Dabei berücksichtigen wir sowohl Beschäftigte als auch externes weisungsgebundenes Personal.

Bei der Berechnung der Unfallhäufigkeitsrate (Lost Time Injury Rate, LTIR) beziehen wir Arbeitsunfälle ein, die mit mindestens einem Tag Arbeitsausfall einhergehen, und setzen sie in Relation zu 100.000 Arbeitsstunden. Als Arbeitsunfall gilt eine Verletzung, die sich aus der Art und im Verlauf der Arbeitstätigkeit ergibt, hierzu zählen Unfälle auf dem Werksgelände und auf Geschäftsreisen. Wegeunfälle werden hingegen nicht erfasst. Erste-Hilfe-Fälle sind in der Regel nicht enthalten, da dabei meist keine Ausfallzeit von mehr als einem Tag entsteht.

Bei der Erfassung und Meldung von Arbeitsunfällen orientieren wir uns an den jeweiligen gesetzlichen Vorgaben. Die Gesetzgebung in der Europäischen Union entspricht dabei dem Code der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) oder geht darüber hinaus.



Einführung

Ökonomie

Umweltbelange

Gesellschaft

> Arbeitnehmerbelange

Menschenrechte

Sozialbelange

Compliance

Appendix

Leifheit erneut als Top-Arbeitgeber ausgezeichnet

Die Leifheit AG wurde im Geschäftsjahr 2017 durch das [Top Employers Institute](#) erneut als „Top-Arbeitgeber Mittelstand Deutschland“ zertifiziert. Damit wurde uns zum wiederholten Male von externer Seite bescheinigt, dass wir unseren Mitarbeitern ein optimales Umfeld bieten, in dem sie ihre individuellen Stärken entwickeln und einsetzen können. Angesichts unserer kontinuierlichen Bemühungen um eine nachhaltige und professionelle Personalarbeit freuen wir uns sehr über die erneute Auszeichnung.



Initiative „Wir zusammen“

Leifheit engagiert sich in der Initiative [„Wir zusammen“](#), die die Integrationsinitiativen der deutschen Wirtschaft zu einem Netzwerk bündelt. Die Mitglieder widmen sich dem Thema Integration und treiben dieses voran. Bei unserer Initiative geht es darum, konkrete Integrationsmöglichkeiten für den Einzelnen zu schaffen, Gemeinsamkeiten mit Menschen aus anderen Kulturkreisen zu finden und Unterschiede, die unsere Gesellschaft bereichern und nach vorne bringen können, zu entdecken.



Arbeitnehmerrechte

Die Einhaltung gesetzlich und tarifvertraglich geregelter Arbeitnehmerrechte sowie die Berücksichtigung der Mitbestimmungsrechte sind für uns selbstverständlich. Auch unsere Arbeitnehmervertretung achtet im Sinne der Mitarbeiter darauf, dass geltende Gesetze und Vorschriften, aber auch Tarifverträge und Betriebsvereinbarungen eingehalten werden. Das Betriebsverfassungsgesetz räumt dem Betriebsrat Mitbestimmung beziehungsweise Mitwirkung in sozialen, personellen und wirtschaftlichen Angelegenheiten ein. Auch an unseren Standorten außerhalb Deutschlands achten wir selbstverständlich die jeweiligen gültigen Arbeitnehmerrechte, die in Frankreich und in der Tschechischen Republik ähnlich streng sind wie in Deutschland oder sogar teilweise über die Anforderungen der deutschen Arbeitsgesetze hinausgehen. Die Gesetzgebung in der Europäischen Union entspricht dabei dem Code der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) oder geht darüber hinaus.



Menschenrechte

Einführung

Ökonomie

Umweltbelange

Gesellschaft

Arbeitnehmerbelange

› Menschenrechte

Sozialbelange

Compliance

Appendix

Sozial- und Umweltstandards sicherstellen

Rohstoffe, Halb- und Fertigwaren werden auf zunehmend globalisierten Märkten gehandelt. Auch für Leifheit steigt damit das Risiko, dass Zulieferer Grundsätze nachhaltiger Unternehmensführung missachten. Es ist unser Ziel, hohe Sozial- und Umweltstandards in der Wertschöpfungskette sicherzustellen. Dafür haben wir Anforderungen an unsere Lieferanten in einem Verhaltenskodex (Social Code of Conduct) festgeschrieben, dessen Grundsätze u. a. mit der Business Social Compliance Initiative (BSCI), den Konventionen der International Labour Organisation (ILO), der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen, den UN-Konventionen über die Rechte des Kindes und zur Beseitigung jeder Form der Diskriminierung von Frauen, den Prinzipien des UN Global Compact sowie den OECD-Richtlinien für multinationale Unternehmen im Einklang stehen.

Der Social Code of Conduct wurde bisher in erster Linie bei Lieferanten in Regionen eingesetzt, die ein potenziell höheres Risiko für die Nichteinhaltung der oben genannten Standards aufweisen. Wir haben das Ziel, dass bis Ende 2020 alle aktiven Lieferanten für direktes Material, das unmittelbar in unsere Produkte geht (Roh- und Hilfsstoffe, Komponenten), und für Handelswaren die Vereinbarung zur Einhaltung des Social Code of Conduct unterzeichnet haben.

In der potenziell riskanteren Region Asien haben aktuell etwa 90 Prozent unserer Lieferpartner den Social Code of Conduct unterzeichnet. Diese Hersteller bedienen circa 90 Prozent unseres gesamten Einkaufsvolumens aus dieser Region. Die europäischen Beschaffungsmärkte bewerten wir hinsichtlich einer potenziellen Nichteinhaltung von BSCI-Standards als weniger riskant. Hier haben wir bisher mit rund 40 Prozent unserer Lieferpartner den Social Code of Conduct vereinbart.

Im Rahmen von wiederkehrenden Factory Audits bei unseren Zulieferern werden in der Rubrik Social Accountability auch speziell diese Aspekte überprüft. Es wurden bei unseren Lieferpartnern bisher keine negativen Feststellungen und Beanstandungen dokumentiert. Wir erachten das tatsächliche Risiko einer Nichteinhaltung des Social Code of Conduct bei unseren Lieferanten als sehr gering.

Neue Lieferanten in Asien werden vor Aufnahme einer Geschäftsbeziehung von uns auditiert. Im Rahmen der Auditierung wird neben der Leistungsfähigkeit auch bewertet, ob die Kriterien und Vorgaben unseres Social Code of Conduct eingehalten werden. Bei unseren europäischen Lieferanten findet eine Auditierung selektiv statt, da wir das Risiko für die Verletzung von Menschenrechten hier als sehr gering erachten. Im Berichtsjahr wurden etwa 75 Prozent aller neuen Lieferanten von uns auditiert.



Sozialbelange

Einführung

Ökonomie

Umweltbelange

Gesellschaft

Arbeitnehmerbelange

Menschenrechte

› Sozialbelange

Compliance

Appendix

Wir engagieren uns in unserem Umfeld

Leifheit ist sich seiner Verantwortung als Unternehmen und Arbeitgeber bewusst. Mit dem Umfeld unserer meist ländlichen Standorte fühlen wir uns eng verbunden. Meist sind wir für die Gemeinden ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Unser gesellschaftliches Engagement konzentriert sich daher auf unsere Unternehmensstandorte, mit dem Ziel, einen Beitrag zu einem intakten und attraktiven Umfeld zu leisten. Die Vergabe von Spendengeldern wird generell mit dem Vorstand abgestimmt.

Wir unterstützen soziale, sportliche oder kulturelle Projekte und Vereine vor Ort. Dabei fördert Leifheit regelmäßig unterschiedliche größere und kleinere Aktivitäten. Dabei ist die Gemeinnützigkeit des Spendenempfängers eine Voraussetzung. Ein Beispiel für unsere regelmäßigen Aktivitäten ist der Basar, den unsere Auszubildenden Jahr für Jahr zugunsten sozialer Projekte organisieren. Im Jahr 2016 unterstützten wir mit dem Erlös eine Gemeinde in der Region bei der Sanierung ihres Kinderspielfeldes. Im Berichtsjahr 2017 wurde der Erlös an eine regionale Tierschutzorganisation gespendet.

Leifheit-Campus Nassau

Wir engagieren uns für die Förderung von Bildung und Ausbildung an unserem Stammsitz in Nassau. Leifheit ist Wirtschaftspartner des im Jahr 2015 gegründeten Gymnasiums Leifheit-Campus. Die Schule entstand durch private Initiative als Reaktion auf die Schließung öffentlicher Schulen vor Ort. Das Gymnasium bietet eine weiterführende Schulbildung und steht allen begabten Jugendlichen offen – unabhängig vom Einkommen der Eltern. Die aus dem Erbe des Unternehmensgründers Günter Leifheit gespeiste G. und I. Leifheit Stiftung ist der größte Unterstützer der Schule. Die Partnerschaft zwischen dem Leifheit-Campus und der Leifheit AG umfasst vor allem die finanzielle Unterstützung durch ein Stipendienprogramm. Zusätzlich statten wir die Schule mit unseren Produkten aus, richten jährliche Wettbewerbe aus und bieten Schülerpraktika, Berufsorientierungsmaßnahmen und Vorträge unserer Fachleute in jeweils passenden Schulfächern an.



Einführung

Ökonomie

Umweltbelange

Gesellschaft

> Compliance

Compliance-
Management-System

Bekämpfung von
Korruption und Bestechung

Erklärung zur
Unternehmensführung

Appendix

Compliance

Compliance-Management-System	33
Bekämpfung von Korruption und Bestechung	35
Erklärung zur Unternehmensführung	35



Einführung

Ökonomie

Umweltbelange

Gesellschaft

Compliance

› **Compliance-
Management-System**

Bekämpfung von
Korruption und Bestechung
Erklärung zur
Unternehmensführung

Appendix

Compliance-Management-System

Das Vertrauen unserer Kunden, Investoren und Mitarbeiter ist elementare Voraussetzung für unser nachhaltiges Wachstum und die Steigerung des Unternehmenswertes. Dieses Vertrauen stärken wir durch eine verantwortungsvolle Unternehmensführung. Corporate Governance und Compliance haben daher bei Leifheit einen hohen Stellenwert.

Mit unserem überarbeiteten Compliance-Management-System (CMS) unterstützen wir unsere Mitarbeiter dabei, die für ihre Arbeit verbindlichen Gesetze und Regeln sowie anerkannte Standards und Empfehlungen und unsere eigenen Leitlinien zu beachten. Die Wirksamkeit ist für Leifheit wesentliches Grundprinzip und gleichzeitig das Ziel für wirtschaftlich verantwortliches Handeln.

Vorstand und Management von Leifheit bekennen sich zu Compliance als Führungsaufgabe. Die operative Umsetzung ist im Bereich Personal/Recht/IP verortet. Die Grundsätze des Compliance-Management-Systems und Verhaltensstandards sind seit Jahren etabliert und im Unternehmensalltag umgesetzt. Sie stehen den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Leifheit-Konzerns in deutscher und englischer Sprache zur Verfügung.

Führungskräfte von Leifheit sind im Rahmen ihrer Vorbildfunktion dazu angehalten, ihren Mitarbeitern den Inhalt der Richtlinien zu vermitteln und vorzuleben. Sie sind dafür verantwortlich, dass unser Kodex befolgt wird. Im Jahr 2017 wurde ein Konzept erarbeitet, um unsere Beschäftigten regelmäßig durch internetbasiertes E-Learning zu unseren Compliance-Grundsätzen zu schulen.

Ebenfalls haben wir im Jahr 2017 ein Hinweisgeber-System eingeführt. Unsere Beschäftigten wie auch Dritte haben bei Verdacht oder Hinweis auf mögliche Rechtsverstöße im Unternehmen die Möglichkeit, geschützt Hinweise an einen Ombudsmann zu geben.

Verstöße werden nicht geduldet und sämtlichen Hinweisen auf Fehlverhalten wird nachgegangen. Erkenntnisse halten Einzug in unser Risikomanagementsystem bzw. unser Internes Kontroll- und Risikomanagementsystem im Rechnungslegungsprozess (IKS). Zudem überwachen externe Audits die Wirksamkeit sowie die Angemessenheit unseres CMS.



Einführung

Ökonomie

Umweltbelange

Gesellschaft

Compliance

> **Compliance-
Management-System**

Bekämpfung von
Korruption und Bestechung
Erklärung zur
Unternehmensführung

Appendix

Wir orientieren uns insbesondere an den folgenden Leitlinien:

Deutscher Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat der Leifheit AG richten ihre Arbeit am Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) aus. Diesem Beurteilungskatalog für gute Unternehmensführung entspricht Leifheit im Berichtsjahr vollständig. Unsere Entsprechenserklärungen sind veröffentlicht und dauerhaft zugänglich. Der Corporate-Governance-Bericht ist Teil des Jahresfinanzberichts 2017.

Leifheit-Kompetenzmodell

Unser Kompetenzmodell bildet unsere unternehmensspezifischen fachübergreifenden Erwartungen an Führungskräfte und Mitarbeiter ab. Es beinhaltet persönliche, soziale, unternehmerische und methodische Kompetenzen, die für die Zusammenarbeit und für nachhaltigen Erfolg unseres Unternehmens wesentlich sind.

Leifheit Code of Conduct

Wir verpflichten unsere Belegschaft auf den Leifheit Code of Conduct. Der Kodex formuliert Basisregeln zu sozialem, ethisch verantwortungsvollem und rechtmäßigem Handeln im Leifheit-Konzern und thematisiert dabei die folgenden Aspekte:

- Gesetze und Richtlinien
- Menschenrechte und Diskriminierung
- Arbeits- und Gesundheitsschutz
- Umwelt- und Klimaschutz sowie Ressourceneffizienz
- Beachtung der Business Social Compliance Initiative, der Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation, der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen, der UN-Konventionen über die Rechte des Kindes und zur Beseitigung jeder Form der Diskriminierung von Frauen, die Prinzipien des UN Global Compact sowie der OECD-Richtlinien für multinationale Unternehmen

- Umgang mit vertraulichen Informationen
- Sicherung von Entwicklungsergebnissen und Produktsicherheit
- Korrekte Berichterstattung
- Kapitalmarktrecht, Insiderhandel und Marktmanipulation
- Fairer Wettbewerb, Kartellrecht und Korruption
- Hinweisgeber-System
- Umgang mit Einladungen, Bewirtungen und Geschenken
- Umgang mit Interessenskonflikten
- Datenschutz

Kartellrecht-Compliance-Richtlinie

Die ablehnende Haltung gegenüber Korruption und Kartellrechtsverstößen fand darüber hinaus ihren Ausdruck in einer Kartellrecht-Compliance-Richtlinie.

Insiderrichtlinie

Sowohl der Handel mit Aktien als auch der Umgang mit Insiderinformationen unterliegen strengen gesetzlichen Regelungen, deren Einhaltung durch die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) überwacht wird. Unsere Insiderrichtlinie gibt einen Überblick über den Umgang mit Insiderinformationen, die gesetzlichen Bestimmungen zum Verbot von Insidergeschäften und zur unrechtmäßigen Offenlegung von Insiderinformationen sowie den Folgen und die Insiderliste.

Anforderungen an unsere Lieferanten

In einem Verhaltenskodex regeln wir unsere Anforderungen an unsere Lieferanten. Die Kodexgrundsätze stehen u. a. mit der Business Social Compliance Initiative (BSCI), den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation, der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen, den UN-Konventionen über die Rechte des Kindes und zur Beseitigung jeder Form der Diskriminierung von Frauen, den Prinzipien des UN Global Compact sowie den OECD-Richtlinien für multinationale Unternehmen im Einklang.



Einführung

Ökonomie

Umweltbelange

Gesellschaft

Compliance

Compliance-
Management-System

> **Bekämpfung von
Korruption und Bestechung**

> **Erklärung zur
Unternehmensführung**

Appendix

Bekämpfung von Korruption und Bestechung

Integraler Bestandteil des CMS

Bekämpfung von Korruption und Bestechung ist ein integraler Bestandteil unseres **> Compliance Management Systems**. Leifheit tritt Korruptionsversuchen in sämtlichen Geschäftsbereichen entschieden entgegen.

Mit dem Code of Conduct verpflichten wir unsere Mitarbeiter, weder direkt noch indirekt persönliche oder finanzielle oder andere Vorteile anzunehmen, anzubieten oder zu versprechen, um eine Geschäftsbeziehung oder andere Vorteile mit einem Dritten zu etablieren oder aufrecht zu erhalten. Ferner dürfen solche Vorteile nicht als Gegenleistung für eine bevorzugte Behandlung von Dritten akzeptiert werden.

Im Rahmen der Internen Revision lassen wir in regelmäßigen Abständen Geschäftsprozesse an unseren Standorten extern überprüfen. Hierbei werden auch korruptionsanfällige Prozesse beleuchtet. Im Verdachtsfall wird unverzüglich eine sogenannte Internal Investigation eingeleitet.

Im Jahr 2017 wurden im Rahmen der Internen Revision drei Prozesse an unserem Standort in Nassau (2016: zwei Prozesse) sowie zwei europäische Leifheit-Standorte (2016: zwei Standorte) überprüft. Im Rahmen der Internen Revision wurden keine Korrup-

tionsrisiken ermittelt. An einem ausländischen Standort fand im Berichtsjahr aufgrund eines externen Hinweises zu einem Vorfall aus der Vergangenheit eine Sonderprüfung im Bereich Internal Investigation statt. Es wurde ein Korruptionsvorfall innerhalb des Leifheit-Konzerns bekannt, der bereits einige Jahre zurückliegt. Entsprechende arbeitsrechtliche Maßnahmen wurden ergriffen.

Erklärung zur Unternehmens- führung

Die gesetzlich vorgeschriebene Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289f/§ 315d HGB beinhaltet unsere Entsprechenserklärung zum Corporate Governance Kodex, die Erläuterung unserer Unternehmensführungspraktiken, die Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat sowie der Zusammensetzung und Arbeitsweise von deren Ausschüssen, die Angaben zu den festgelegten Zielgrößen gemäß dem Gesetz für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen sowie die Beschreibung des Diversitätskonzepts.



Einführung

Ökonomie

Umwelt

Gesellschaft

Compliance

> **Appendix**

Zukunftsbezogene
Aussagen
Kontakt

Appendix

Zukunftsbezogene Aussagen	37
Kontakt	37



Einführung

Ökonomie

Umwelt

Gesellschaft

Compliance

Appendix

- › **Zukunftsbezogene Aussagen**
- › **Kontakt**

Zukunftsbezogene Aussagen

Dieser Bericht enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf aktuellen Einschätzungen künftiger Entwicklungen des Managements 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. Sollten einer dieser oder andere Unsicherheitsfaktoren und Unwägbarkeiten eintreten oder sollten 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 der Veröffentlichung dieses Berichts anzupassen.

Dieser Bericht liegt ebenfalls in englischer Übersetzung vor. Bei Abweichungen geht die deutsche Fassung des Berichts der englischen Übersetzung vor.

Kontakt

Leifheit AG

Postfach 11 65
56371 Nassau/Lahn

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

www.leifheit-group.com
E-Mail: ir@leifheit.com

Gestaltung:
MPM Corporate Communication Solutions, Mainz