

Bilanz der Leifheit AG zum 31. Dezember 2011

| T € | Anhang | 31.12.2011 | 31.12.2010 |
|--|--------|----------------|----------------|
| AKTIVA | | | |
| I. Immaterielle Vermögensgegenstände | 1 | 4.073 | 5.674 |
| II. Sachanlagen | 2 | 16.453 | 16.362 |
| III. Finanzanlagen | 3 | 54.460 | 51.144 |
| A. Anlagevermögen | | 74.986 | 73.180 |
| I. Vorräte | 4 | 26.784 | 26.678 |
| II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände | 5 | 44.808 | 55.115 |
| III. Wertpapiere | 6 | 10.000 | 20.000 |
| IV. Flüssige Mittel | | 26.183 | 21.970 |
| B. Umlaufvermögen | | 107.775 | 123.763 |
| C. Rechnungsabgrenzungsposten | | 87 | 35 |
| | | 182.848 | 196.978 |
| PASSIVA | | | |
| I. Gezeichnetes Kapital | | 15.000 | 15.000 |
| Absetzung für Eigene Anteile | | -773 | -750 |
| | | 14.227 | 14.250 |
| II. Kapitalrücklage | | 16.934 | 16.934 |
| III. Gewinnrücklagen | | 57.554 | 57.659 |
| IV. Gewinnvortrag | | 5.053 | 3.211 |
| V. Jahresüberschuss | | 9.597 | 16.069 |
| A. Eigenkapital | 7 | 103.365 | 108.123 |
| 1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen | 8 | 31.820 | 31.147 |
| 2. Steuerrückstellungen | | 1.284 | 118 |
| 3. Sonstige Rückstellungen | 9 | 24.609 | 27.827 |
| B. Rückstellungen | | 57.713 | 59.092 |
| C. Verbindlichkeiten | 10 | 21.770 | 29.763 |
| | | 182.848 | 196.978 |

Gewinn- und Verlustrechnung der Leifheit AG vom 1. Januar bis 31. Dezember 2011

| T € | Anhang | 2011 | 2010 |
|---|--------|---------------|---------------|
| Umsatzerlöse | 11 | 196.153 | 173.436 |
| Kosten der Umsatzerlöse | | -124.890 | -108.620 |
| Bruttoergebnis vom Umsatz | | 71.263 | 64.816 |
| Vertriebskosten | 14 | -54.565 | -54.537 |
| Verwaltungskosten | 15 | -9.645 | -10.180 |
| Sonstige betriebliche Erträge davon Währungsgewinne: 2.414 T € (2010: 6.571 T €) | 16 | 10.382 | 27.807 |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen davon Währungsverluste: 3.163 T € (2010: 5.764 T €) | 17 | -7.349 | -10.489 |
| Betriebsergebnis | | 10.086 | 17.417 |
| Erträge aus Beteiligungen davon verbundene Unternehmen: 2.213 T € (2010: 743 T €) | 18 | 2.213 | 743 |
| Zinserträge davon verbundene Unternehmen: 1.154 T € (2010: 1.092 T €) davon Aufzinsung von Forderungen: 206 T € (2010: 232 T €) | | 1.950 | 1.754 |
| Abschreibungen auf Finanzanlagen | 19 | -354 | -668 |
| Zuschreibungen auf Finanzanlagen | 20 | 250 | 521 |
| Zinsaufwendungen davon verbundene Unternehmen: -13 T € (2010: -26 T €) davon Aufzinsung von Rückstellungen: -2.237 T € (2010: -2.784 T €) | | -2.338 | -2.905 |
| Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit | | 11.807 | 16.862 |
| Außerordentliche Aufwendungen davon Aufwendungen aus der Anwendung von Übergangsvorschriften zum BilMoG: -829 T € (2010: -829 T €) | 21 | -829 | -829 |
| Außerordentliches Ergebnis | | -829 | -829 |
| Steuern vom Einkommen und vom Ertrag | 22 | -1.204 | 42 |
| Sonstige Steuern | | -177 | -6 |
| Jahresüberschuss | | 9.597 | 16.069 |
| Gewinnverwendung | | | |
| Jahresüberschuss | | 9.597 | 16.069 |
| Gewinnvortrag | | 5.053 | 3.211 |
| Bilanzgewinn | | 14.650 | 19.280 |

Anhang: Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Die Bilanzierung und Bewertung folgt den Rechnungslegungsvorschriften des Aktiengesetzes und des Handelsgesetzbuchs. Hierbei wurden die Regelungen und Vorschriften des Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes (BilMoG), das am 26. März 2009 vom Deutschen Bundestag beschlossen wurde, berücksichtigt.

Den Vorjahresausweis innerhalb des Eigenkapitals haben wir dahingehend angepasst, dass anstatt eines Bilanzgewinns die Positionen Gewinnvortrag und Jahresüberschuss dargestellt werden.

Das Sachanlagevermögen sowie die Immateriellen Vermögensgegenstände des Anlagevermögens werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten angesetzt und entsprechend der betriebsgewöhnlichen Nutzungsdauer abgeschrieben.

Nutzungsdauer der Sachanlagen sowie der Immateriellen Vermögensgegenstände des Anlagevermögens:

| | Jahre |
|---|---------|
| Gebäude | 25 – 50 |
| Andere Baulichkeiten | 10 – 20 |
| Geschäfts- oder Firmenwerte | 4 |
| Markenrechte | 15 |
| Spritzgussmaschinen | 4 – 6 |
| Technische Anlagen und sonstige Maschinen | 5 – 10 |
| Spritzguss- und Stanzwerkzeuge | 3 – 4 |
| Fahrzeuge | 6 |
| EDV-Anlagen | 3 – 5 |
| Software | 3 – 5 |
| Betriebs- und Geschäftsausstattung | 3 – 13 |
| Warenträger und Verkaufsstände | 3 |

Die Finanzanlagen sind mit den Anschaffungskosten bzw. dem niedrigeren, am Bilanzstichtag beizulegenden Wert bilanziert.

Die Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie Handelswaren werden mit den Anschaffungskosten, die fertigen und unfertigen Erzeugnisse mit den Herstellungskosten angesetzt. Dabei wird das Niederstwertprinzip beachtet. Für Nichtgängigkeiten und Überreichweiten wurden Wertberichtigungen vorgenommen.

Bei den Forderungen wird allen erkennbaren Risiken durch Bildung von Einzelwertberichtigungen Rechnung getragen. Das allgemeine Kreditrisiko wird durch eine zusätzlich gebildete Pauschalwertberichtigung zu Forderungen erfasst. Darüber hinaus erfolgt eine Risikobegrenzung durch eine Warenkreditversicherung für alle wesentlichen Kunden.

Die Wertpapiere des Umlaufvermögens sind zu Anschaffungskosten oder dem niedrigeren Stichtagswert angesetzt. Eigene Anteile wurden in Höhe des Nennbetrags vom gezeichneten Kapital abgesetzt. Die über den Nennbetrag hinausgehenden Anschaffungskosten wurden mit den Gewinnrücklagen verrechnet.

Auf fremde Währungen lautende Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten mit einer Laufzeit von mehr als einem Jahr werden am Abschlussstichtag zum Devisenkassamittelkurs unter Berücksichtigung des Realisationsprinzips sowie des Anschaffungskostenprinzips bewertet.

Im Jahresabschluss wird von dem Aktivierungswahlrecht latenter Steuern bei aktivischem Überhang kein Gebrauch gemacht.

Pensionsrückstellungen werden für vertragliche direkte und indirekte Versorgungsansprüche nach versicherungsmathematischen Grundsätzen nach der Projected Unit Credit Methode unter Anwendung des durchschnittlichen Marktzinses der vergangenen sieben Geschäftsjahre und der „Richttafeln 2005 G“ von Heubeck-Richttafeln-GmbH, Köln, berechnet.

Die Ermittlung der Rückstellung für Altersteilzeit erfolgte nach versicherungsmathematischen Grundsätzen unter Beachtung der IDW-Stellungnahme (IDW RS HFA 3) zur Rechnungslegung „Bilanzierung von Verpflichtungen aus Altersteilzeitleistungen“ vom 18. November 1998. Auch bei der Ermittlung der Rückstellung für Altersteilzeit wurden die „Richttafeln 2005 G“ von Heubeck-Richttafeln-GmbH, Köln, und ein Abzinsungssatz von 5,14 Prozent angewendet.

Die Sonstigen Rückstellungen tragen allen erkennbaren Risiken sowie ungewissen Verbindlichkeiten angemessen und ausreichend Rechnung und werden zum Erfüllungsbetrag bewertet.

Verbindlichkeiten sind unter Beachtung des Imparitätsprinzips zu ihrem Erfüllungsbetrag passiviert. Ferner werden langfristige Rückstellungen unter Beachtung des Einzelbewertungsgrundsatzes abgezinst.

Forderungen und Verbindlichkeiten in Fremdwährung mit einer Laufzeit kleiner einem Jahr werden mit dem Devisenkassamittelkurs zum Abschlussstichtag bewertet. Die Bewertungsunterschiede werden erfolgswirksam erfasst.

Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Umsatzkostenverfahren aufgestellt worden.

Von der Möglichkeit der Zusammenfassung einzelner Posten der Bilanz gemäß § 265 Abs. 7 Nr. 2 HGB wird Gebrauch gemacht. Die zusammengefassten Posten sind im Anhang erläutert.

Erläuterungen zur Bilanz

1 Immaterielle Vermögensgegenstände

| T € | Markenrechte | Geschäfts- oder Firmenwert (Goodwill) | Sonstige Immaterielle Vermögens- gegenstände | Geleistete Anzahlungen | Summe |
|--|--------------|--|---|---------------------------|---------------|
| Anschaffungs- und Herstellungskosten Stand 1.1.2011 | 4.324 | 1.209 | 13.767 | 66 | 19.366 |
| Zugänge | - | - | 57 | 110 | 167 |
| Abgänge | - | - | 1 | - | 1 |
| Umbuchungen | - | - | 66 | -66 | - |
| Stand 31.12.2011 | 4.324 | 1.209 | 13.889 | 110 | 19.532 |
| Kumulierte Abschreibungen Stand 1.1.2011 | 2.428 | 603 | 10.661 | - | 13.692 |
| Zuführungen | 486 | 321 | 961 | - | 1.768 |
| Abgänge | - | - | 1 | - | 1 |
| Stand 31.12.2011 | 2.914 | 924 | 11.621 | - | 15.459 |
| Nettobuchwerte | | | | | |
| Stand 31.12.2010 | 1.896 | 606 | 3.106 | 66 | 5.674 |
| Stand 31.12.2011 | 1.410 | 285 | 2.268 | 110 | 4.073 |

Die Markenrechte betreffen die Marke Soehnle, die im Rahmen der Akquisition der Soehnle-Gruppe 2001 übernommen wurde. Die Abschreibung erfolgt im Rahmen der Ertragserwartung über 15 Jahre.

Der Geschäfts- oder Firmenwert resultiert aus dem zum 31. Dezember 2008 übernommenen Geschäftsfeld Druckdampfbügeln. Die Abschreibung erfolgt über vier Jahre.

Die Sonstigen Immateriellen Vermögensgegenstände beinhalten im Wesentlichen Software.

2 Sachanlagen

| T € | Grundstücke und Gebäude | Technische Anlagen und Maschinen | Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsaus- stattung | Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau | Summe |
|---|----------------------------|--|--|--|---------------|
| Anschaffungs- und Herstellungskosten | | | | | |
| Stand 1.1.2011 | 31.397 | 23.490 | 37.039 | 74 | 92.000 |
| Zugänge | 303 | 87 | 1.379 | 751 | 2.520 |
| Abgänge | 52 | 3.358 | 1.345 | – | 4.755 |
| Umbuchungen | – | – | 70 | -70 | – |
| Stand 31.12.2011 | 31.648 | 20.219 | 37.143 | 755 | 89.765 |
| Kumulierte Abschreibungen | | | | | |
| Stand 1.1.2011 | 19.059 | 23.216 | 33.363 | – | 75.638 |
| Zuführungen | 538 | 148 | 1.729 | – | 2.415 |
| Abgänge | 52 | 3.357 | 1.332 | – | 4.741 |
| Stand 31.12.2011 | 19.545 | 20.007 | 33.760 | – | 73.312 |
| Nettobuchwerte | | | | | |
| Stand 31.12.2010 | 12.338 | 274 | 3.676 | 74 | 16.362 |
| Stand 31.12.2011 | 12.103 | 212 | 3.383 | 755 | 16.453 |

Die geleisteten Anzahlungen betreffen im Wesentlichen Anzahlungen für Werkzeuge.

Die Zugänge zu den Abschreibungen beinhalten außerplanmäßige Abschreibungen auf Maschinen und Werkzeuge in Höhe von 156 T € (2010: 0 T €).

3 Finanzanlagen

| T € | Anteile an verbundenen Unternehmen | Ausleihungen an verbundene Unternehmen | Beteiligungen | Summe |
|----------------------------------|--|--|---------------|---------------|
| Anschaffungskosten | | | | |
| Stand 1.1.2011 | 29.394 | 22.969 | 5 | 52.368 |
| Zugänge | 82 | 8.952 | – | 9.034 |
| Abgänge | 175 | 5.855 | – | 6.030 |
| Stand 31.12.2011 | 29.301 | 26.066 | 5 | 55.372 |
| Kumulierte Abschreibungen | | | | |
| Stand 1.1.2011 | 674 | 550 | – | 1.224 |
| Zuführungen | 356 | – | – | 356 |
| Abgänge | 118 | 550 | – | 668 |
| Stand 31.12.2011 | 912 | – | – | 912 |
| Nettobuchwerte | | | | |
| Stand 31.12.2010 | 28.720 | 22.419 | 5 | 51.144 |
| Stand 31.12.2011 | 28.389 | 26.066 | 5 | 54.460 |

Die Zugänge bei den Anteilen an verbundenen Unternehmen betreffen die Aufstockung der Anteile an der Leifheit CZ a.s. Die Abgänge betreffen die Veräußerung der Anteile an der Classic Haushaltsgeräte GmbH.

Die Zu- und Abgänge der Ausleihungen an verbundene Unternehmen resultieren hauptsächlich aus der Gewährung und Rückführung von ausgegebenen Darlehen an Tochtergesellschaften.

4 Vorräte

| T € | 31.12.2011 | 31.12.2010 |
|--------------------------------------|---------------|---------------|
| Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe | 1.973 | 2.608 |
| Unfertige Erzeugnisse | 749 | 660 |
| Fertige Erzeugnisse und Handelswaren | 23.626 | 23.408 |
| Geleistete Anzahlungen | 436 | 2 |
| | 26.784 | 26.678 |

5 Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

| T € | 31.12.2011 | 31.12.2010 |
|--|---------------|---------------|
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 28.323 | 30.574 |
| Forderungen gegen verbundene Unternehmen | 6.197 | 12.911 |
| Andere Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände | 10.288 | 11.630 |
| | 44.808 | 55.115 |

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen beinhalten im Wesentlichen Forderungen aus dem Cashpooling.

Der Posten „Andere Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände“ enthält unter anderem Steuererstattungsansprüche aus dem aktivierten Körperschaftsteuerguthaben in Höhe von 4.257 T € (2010: 4.843 T €), debitorische Kreditoren in Höhe von 274 T € (2010: 560 T €) sowie eine Kaufpreisforderung aus dem Verkauf des Badbereichs von 4.000 T €.

Alle Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände haben eine Restlaufzeit von unter einem Jahr – mit Ausnahme der Steuererstattungsansprüche in Höhe von 3.465 T € (2010: 4.051 T €), deren Restlaufzeit mehr als ein Jahr beträgt.

6 Wertpapiere

Die Wertpapiere enthalten eine Geldanlage in Form von Schuldscheinen in Höhe von 10.000 T € (2010: 20.000 T €).

7 Eigenkapital

Das gezeichnete Kapital der Leifheit AG in Höhe von 15.000 T € (2010: 15.000 T €) lautet auf Euro und ist in 5.000.000 auf den Inhaber lautende Stückaktien eingeteilt.

Die Stückaktien sind in einer Dauer-Globalurkunde bei der Clearstream Banking AG, Frankfurt am Main, hinterlegt.

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 26. Mai 2011 wurde der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 25. Mai 2016 das Grundkapital gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmal oder mehrmals um bis zu insgesamt 7.500 T € durch Ausgabe neuer auf den Inhaber lautender Stückaktien zu erhöhen. Dabei ist den Aktionären ein Bezugsrecht einzuräumen.

Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre in folgenden Fällen auszuschließen:

- zum Ausgleich von Spitzenbeträgen,
- sofern die Kapitalerhöhung zum Zwecke des Erwerbs von Unternehmen, Unternehmensteilen oder von Beteiligungen an Unternehmen im Wege der Sacheinlage erfolgt,
- wenn die Aktien zu einem Ausgabebetrag ausgegeben werden, der den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien der Gesellschaft zum Zeitpunkt der Festlegung des Ausgabebetrags durch den Vorstand nicht wesentlich unterschreitet (§§ 203 Abs. 1 und 2, 186 Abs. 3 Satz 4 AktG), und der Bezugsrechtsausschluss nur neue Aktien erfasst, deren anteiliger Betrag am Grundkapital 10 Prozent des zum Zeitpunkt der Eintragung der Ermächtigung oder – falls dieser Wert geringer ist – 10 Prozent des zum Zeitpunkt der Ausgabe der neuen Aktien vorhandenen Grundkapitals der Gesellschaft (10 Prozent-Grenze) nicht überschreitet. Für die Frage des Ausnutzens der 10 Prozent-Grenze ist der Ausschluss des Bezugsrechts aufgrund anderer Ermächtigungen nach § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG zu berücksichtigen; als maßgeblicher Börsenpreis gilt dabei der Durchschnitt der Schlusskurse im XETRA-Handelssystem (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an den letzten fünf Börsenhandelstagen vor dem Zeitpunkt der Festlegung des Ausgabebetrags durch den Vorstand.

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Durchführung von Kapitalerhöhungen aus dem genehmigten Kapital festzulegen.

Die Entwicklung der einzelnen Positionen des Eigenkapitals ist in der nachfolgenden Tabelle dargestellt:

| T € | 31.12.2010 | Dividenden- zahlung | Jahres- ergebnis | Eigene Anteile | 31.12.2011 |
|------------------------------|----------------|------------------------|---------------------|-------------------|----------------|
| Gezeichnetes Kapital | 15.000 | – | – | | 15.000 |
| Absetzung für eigene Anteile | -750 | – | – | -23 | -773 |
| | 14.250 | – | – | -23 | 14.227 |
| Kapitalrücklage | 16.934 | – | – | – | 16.934 |
| Gewinnrücklagen | | | | | |
| Gesetzliche Rücklage | 1.023 | – | – | – | 1.023 |
| Andere Gewinnrücklagen | 56.636 | – | – | -105 | 56.531 |
| | 57.659 | – | – | -105 | 57.554 |
| Bilanzgewinn | 19.280 | -14.227 | 9.597 | – | 14.650 |
| Summe Eigenkapital | 108.123 | -14.227 | 9.597 | -128 | 103.365 |

Im Berichtsjahr wurden eigene Anteile für 128 T € erworben. Der über den rechnerischen Anteil am Grundkapital hinausgehende Betrag wurde mit den anderen Gewinnrücklagen verrechnet.

Vorschlag zur Verwendung des Bilanzgewinns

Die Dividendenausschüttung der Leifheit AG (ISIN DE0006464506) richtet sich nach dem im handelsrechtlichen Jahresabschluss der Leifheit AG ausgewiesenen Bilanzgewinn. Der Bilanzgewinn der Leifheit AG aus dem abgelaufenen Geschäftsjahr 2011 beträgt 14.650.000,00 €.

Die Leifheit AG hält 257.600 eigene Aktien, die nicht dividendenberechtigt sind. Bis zur Hauptversammlung kann sich die Anzahl der dividendenberechtigten Aktien verändern. In diesem Fall wird der Hauptversammlung bei unveränderter Ausschüttung von 1,30 € Dividende je dividendenberechtigter Stückaktie ein entsprechend angepasster Gewinnverwendungsvorschlag unterbreitet werden.

Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung am 24. Mai 2012 vorschlagen, folgenden Beschluss zu fassen:

Aus dem Bilanzgewinn der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2011 in Höhe von 14.650.000,00 € wird eine Dividende von 1,30 € je dividendenberechtigter Stückaktie – das sind bei 4.742.400 Stückaktien insgesamt 6.165.120,00 € – an die Aktionäre ausgeschüttet. Der verbleibende Betrag in Höhe von 8.484.880,00 € wird auf neue Rechnung vorgetragen.

8 Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

Die Leifheit AG hat für zu zahlende Leistungen in Form von Alters- und Hinterbliebenenrenten Rückstellungen für Pensionsverpflichtungen gebildet.

Als Bewertungsmethode wurde die projizierte Einmalbeitragsmethode (Projected Unit Credit Methode) angewendet. Hierbei wurden folgende biometrische und ökonomische Annahmen getroffen:

| | 31.12.2011 | 31.12.2010 |
|---|------------------|------------------|
| Rechnungszinsfuß | 5,14 % | 5,15 % |
| Künftiger Einkommenstrend | 2,50 % | 2,50 % |
| Künftiger Rententrend | 2,00 % | 2,00 % |
| Fluktuationsrate | 2,00 % | 3,00 % |
| Rechnungsmäßiges Endalter | RVAGAnpG 2007 | RVAGAnpG 2007 |
| Rechnungsgrundlage Richttafeln Prof. K. Heubeck | 2005 G | 2005 G |

Beim Planvermögen handelt es sich um Lebensversicherungen, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet wurden. Daher wurde jeweils der Aktivwert der Rückdeckungsversicherung angesetzt.

Gemäß den Übergangsvorschriften für die Einführung des BilMoG für Pensionsverpflichtungen gemäß Artikel 67 Abs. 1 und 2 EGHGB erfolgt die Anpassung an die geänderte Bewertung der Pensionsrückstellungen durch Zuführung von mindestens einem Fünftel in jedem Geschäftsjahr bis zum 31. Dezember 2024. Zum Zeitpunkt der BilMoG-Umstellung am 1. Januar 2010 betrug der gesamte zuzuführende Betrag 12.437 T €. Im Geschäftsjahr 2011 wurde ein Fünftel zugeführt (829 T €). Der verbleibende Zuführungsbetrag beläuft sich zum 31. Dezember 2011 auf 10.778 T €.

Bezüglich der unmittelbaren Pensionsverpflichtungen aus den Versorgungsordnungen wurde das Deckungsvermögen mit dem Verpflichtungswert verrechnet. Am 31. Dezember 2011 betrug der beizulegende Zeitwert des Deckungsvermögens 160 T € (2010: 155 T €), der Erfüllungsbetrag 289 T € (2010: 277 T €). Die im Geschäftsjahr verrechneten Aufwendungen betragen 12 T € (2010: 95 T €), die verrechneten Erträge 5 T € (2010: 6 T €).

Weiterhin bestehen Pensionsverpflichtungen aus Gehaltsumwandlungen, bei denen ebenfalls das Deckungsvermögen mit dem Verpflichtungswert verrechnet wurde. Am 31. Dezember 2011 betrug der beizulegende Zeitwert des Deckungsvermögens 630 T € (2010: 707 T €). Die im Geschäftsjahr verrechneten Aufwendungen und Erträge betragen 36 T € (2010: 132 T €).

9 Sonstige Rückstellungen

| T € | 31.12.2011 | 31.12.2010 |
|------------------------|---------------|---------------|
| Personalbereich | 5.186 | 5.554 |
| Boni und Skonti | 5.053 | 6.201 |
| Garantieleistungen | 4.274 | 4.058 |
| Werbekosten | 2.670 | 3.964 |
| Ausstehende Rechnungen | 2.374 | 2.228 |
| Jahresabschlusskosten | 471 | 490 |
| Schadenersatzansprüche | 450 | 1.300 |
| Provisionen | 430 | 413 |
| Konventionalstrafen | 205 | 450 |
| Andere Rückstellungen | 3.496 | 3.169 |
| | 24.609 | 27.827 |

10 Verbindlichkeiten

| T € | 31.12.2011 | Restlaufzeit bis 1 Jahr | Restlaufzeit 1 bis 5 Jahre | Restlaufzeit mehr als 5 Jahre |
|--|---------------|----------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 12.755 | 12.755 | – | – |
| Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen | 2.917 | 2.917 | – | – |
| Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen mit Beteiligungsverhältnis | – | – | – | – |
| Verbindlichkeiten gegenüber betrieblichen Unterstützungseinrichtungen | 981 | 109 | 437 | 435 |
| Sonstige Verbindlichkeiten | 5.117 | 4.279 | 838 | – |
| (davon aus Steuern) | 1.394 | 1.394 | – | – |
| (davon im Rahmen der sozialen Sicherheit) | 986 | 986 | – | – |
| | 21.770 | 20.060 | 1.275 | 435 |

Die Pensionsverpflichtungen der Unterstützungseinrichtung Günter Leifheit e.V. betragen am 31. Dezember 2011, bewertet nach der projizierten Einmalbeitragsmethode (Projected Unit Credit Methode mit den gleichen biometrischen und ökonomischen Annahmen wie die Pensionsverpflichtungen) 981 T € (2010: 1.017 T €). Das tatsächliche Kassenvermögen betrug 901 T € (2010: 958 T €). Der Unterschiedsbetrag wurde passiviert. Die gesamten Verbindlichkeiten der Leifheit AG sind weder durch Pfandrechte noch durch ähnliche Rechte besichert.

Restlaufzeit der Verbindlichkeiten im Vorjahr:

| T € | 31.12.2010 | Restlaufzeit bis 1 Jahr | Restlaufzeit 1 bis 5 Jahre | Restlaufzeit mehr als 5 Jahre |
|--|---------------|----------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 15.665 | 15.665 | – | – |
| Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen | 7.440 | 7.440 | – | – |
| Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen mit Beteiligungsverhältnis | 21 | 21 | – | – |
| Verbindlichkeiten gegenüber betrieblichen Unterstützungseinrichtungen | 1.017 | 99 | 396 | 522 |
| Sonstige Verbindlichkeiten | 5.620 | 4.738 | 882 | – |
| (davon aus Steuern) | 1.461 | 1.461 | – | – |
| (davon im Rahmen der sozialen Sicherheit) | 1.048 | 1.048 | – | – |
| | 29.763 | 27.963 | 1.278 | 522 |

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

11 Umsatzerlöse

| Umsatz nach Regionen T € | 2011 | 2010 |
|--------------------------|----------------|----------------|
| Inland | 93.764 | 84.577 |
| Ausland | 102.389 | 88.859 |
| | 196.153 | 173.436 |

Die Umsatzerlöse werden ausschließlich mit Haushaltsprodukten getätigt.

12 Materialaufwand

| T € | 2011 | 2010 |
|---|----------------|---------------|
| Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren | 109.548 | 92.920 |
| Aufwendungen für bezogene Leistungen | 5.075 | 5.498 |
| | 114.623 | 98.418 |

13 Personalaufwand/Mitarbeiter

| T € | 2011 | 2010 |
|---|---------------|---------------|
| Löhne und Gehälter | 22.156 | 24.248 |
| Sozialabgaben davon Aufwendungen für Altersversorgung: 206 T € (2010: 846 T €) | 3.907 | 4.656 |
| | 26.063 | 28.904 |

| Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt | 2011 | 2010 |
|-----------------------------------|------------|------------|
| Deutschland | 408 | 434 |
| Österreich | 21 | 21 |
| Italien | 8 | 7 |
| Belgien | 8 | 8 |
| | 445 | 470 |

14 Vertriebskosten

| T € | 2011 | 2010 |
|---|---------------|---------------|
| Personalkosten | 12.878 | 12.885 |
| Werbeaufwendungen | 12.346 | 10.938 |
| Ausgangsfrachten | 7.253 | 7.901 |
| Provisionen | 5.584 | 5.330 |
| IT-Kosten und sonstige Umlagen | 4.588 | 3.887 |
| Gebühren und gekaufte Dienste | 3.202 | 2.645 |
| Kfz-, Reise- und Bewirtungskosten | 1.438 | 1.288 |
| Büro- und sonstige Gemeinkosten | 965 | 841 |
| Mieten | 888 | 718 |
| Abschreibungen | 768 | 1.130 |
| Instandhaltung | 330 | 687 |
| Wertberichtigungen auf das Umlaufvermögen | 299 | 1.906 |
| Versicherungen | 217 | 316 |
| Post- und Telefonkosten | 122 | 124 |
| Sonstige Vertriebskosten | 3.687 | 3.941 |
| | 54.565 | 54.537 |

15 Verwaltungskosten

| T € | 2011 | 2010 |
|-----------------------------------|--------------|---------------|
| Personalkosten | 4.677 | 5.180 |
| Gebühren und gekaufte Dienste | 1.806 | 2.816 |
| Abschreibungen | 847 | 460 |
| IT-Kosten und sonstige Umlagen | 743 | 147 |
| Aufsichtsratsvergütung | 498 | 255 |
| Kfz-, Reise- und Bewirtungskosten | 295 | 154 |
| Mieten | 188 | 205 |
| Post- und Telefonkosten | 172 | 157 |
| Instandhaltung | 107 | 130 |
| Sonstige Verwaltungskosten | 312 | 676 |
| | 9.645 | 10.180 |

16 Sonstige betriebliche Erträge

| T € | 2011 | 2010 |
|--|---------------|---------------|
| Erträge aus der Auflösung von Wertberichtigungen | 3.002 | 713 |
| Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen | 2.784 | 3.091 |
| Kursgewinne | 2.414 | 6.571 |
| Erträge aus der Konzernumlage | 751 | 718 |
| Provisionserträge | 655 | 614 |
| Fracht- und Zollkostenrückerstattung | 611 | – |
| Lizenerträge | 152 | 156 |
| Erträge aus dem Verkauf von Beteiligungen | – | 15.581 |
| Andere betriebliche Erträge | 13 | 363 |
| | 10.382 | 27.807 |

Die periodenfremden Erträge belaufen sich auf 6.397 T € (2010: 3.954 T €).

17 Sonstige betriebliche Aufwendungen

| T € | 2011 | 2010 |
|------------------------------------|--------------|---------------|
| Forschungs- und Entwicklungskosten | 3.922 | 3.588 |
| Kursverluste | 3.163 | 5.764 |
| Schadenersatzansprüche | – | 1.100 |
| Andere betriebliche Aufwendungen | 264 | 37 |
| | 7.349 | 10.489 |

18 Erträge aus Beteiligungen und Erträge aus Ergebnisübernahmen

Die Erträge aus Beteiligungen betreffen die Gewinnausschüttungen von Tochtergesellschaften in Höhe von 2.213 T € (2010: 743 T €).

19 Abschreibungen auf Finanzanlagen

Die Abschreibungen auf Finanzanlagen beinhalten Wertberichtigungen auf Beteiligungen und Ausleihungen an verbundene Unternehmen in Höhe von 354 T € (2010: 668 T €).

20 Zuschreibungen auf Finanzanlagen

Die Zuschreibungen auf Finanzanlagen in Höhe von 250 T € (2010: 521 T €) betreffen die Wertaufholung eines Darlehens an ein verbundenes Unternehmen.

21 Außerordentliche Aufwendungen

Bei den Außerordentlichen Aufwendungen handelt es sich um Aufwendungen aus der Anwendung der Artikel 66 und 67 Abs. 1 bis 5 EGHGB hinsichtlich der erforderlichen Zuführung aufgrund der durch das BilMoG geänderten Bewertung der Pensionsrückstellungen von einem Fünftel des Gesamtzuführungsbetrages in Höhe von 829 T € (2010: 829 T €).

Der zum 31. Dezember 2011 verbleibende Zuführungsbetrag beläuft sich auf 10.778 T € (2010: 11.608 T €) und wird spätestens bis zum 31. Dezember 2024 in gleichen oder unterschiedlich hohen Jahresraten bei einer jährlichen Mindestzuführung von einem Fünftel des gesamten Zuführungsbetrags zugeführt.

22 Steueraufwendungen

| T € | 2011 | 2010 |
|---|--------------|------------|
| Ertragsteuern der ausländischen Niederlassungen | 151 | 98 |
| Körperschaftsteuer | 659 | -119 |
| Gewerbesteuer | 394 | -21 |
| Latente Ertragsteuern | - | - |
| Steuern vom Einkommen und vom Ertrag | 1.204 | -42 |

Gemäß § 274 Abs. 1 Satz 2 HGB wird von dem Aktivierungswahlrecht für aktive latente Steuern kein Gebrauch gemacht.

23 Bezüge des Vorstands und des Aufsichtsrats gem. § 285 Nr. 9a HGB

Die Bezüge des Vorstands betragen 1.896 T € (2010: 1.785 T €), davon entfallen auf variable Bezüge 1.326 T € (2010: 1.210 T €). Die Bezüge des Vorstands für die Wahrnehmung von Aufgaben in Tochterunternehmen beliefen sich auf 0 T € (2010: 100 T €). Im Berichtsjahr gab es keine Zuführungen zu Pensionsverpflichtungen der aktiven Vorstände (2010: 0 T €).

Die Gesellschaft hat einem ihrer Vorstände eine ab dem Geschäftsjahr 2011 geltende aktienbasierte Vergütungskomponente für die kurzfristige und langfristige variable Vergütung gewährt. Hierbei handelt es sich jeweils um eine Gestaltung, die keine Vergütung in Aktien, sondern eine Abgeltung in bar vorsieht.

Der Auszahlungsbetrag der kurzfristigen variablen Vergütung ergibt sich aus einem EBT-Multiplikator und einem Börsenwertmultiplikator. Der EBT-Multiplikator ist abhängig vom Ergebnis des Leifheit-Konzerns vor Ertragsteuer. Der Börsenwertmultiplikator bemisst sich nach dem Zielerreichungsgrad hinsichtlich des in dem Kalenderjahr gegenüber dem jeweiligen Kalendervorjahr erreichten Zuwachses des Börsenwerts der Leifheit AG. Der Auszahlungsbetrag ist nach oben begrenzt. Die Auszahlung erfolgt jeweils binnen 4 Wochen nach den Gewinnverwendungsbeschlüssen der Hauptversammlung für die Geschäftsjahre 2011 bis 2014.

Der Auszahlungsbetrag der langfristigen variablen Vergütung ergibt sich aus einem EBIT-Multiplikator und einem Börsenwertmultiplikator. Der Börsenwertmultiplikator beläuft sich auf 2,5 Prozent des Zuwachses des Börsenwertes der Leifheit AG auf Grundlage der Durchschnittskurse an den letzten 90 Börsentagen des Kalenderjahres 2014 und an den letzten 90 Börsentagen des Kalenderjahres 2010. Der EBIT-Multiplikator ist von dem durchschnittlichen Zielerreichungsgrad hinsichtlich des in den Kalenderjahren 2011 bis 2014 im Konzernabschluss jeweils ausgewiesenen Konzern-EBIT abhängig. Sowohl der EBIT-Multiplikator als auch der Auszahlungsbetrag sind nach oben begrenzt. Der Wert des Bonusprogramms wird jährlich anhand von Bewertungsanalysen eines externen Gutachters unter Einbeziehung der Monte-Carlo-Simulation ermittelt und wird pro rata temporis über den jeweiligen Erdienungszeitraum zurückgestellt. Zum 31. Dezember 2011 beträgt der Zeitwert 1,3 Mio €; die bilanzierte Rückstellung beläuft sich auf 0,3 Mio €. Die Auszahlung erfolgt binnen 4 Wochen nach dem Gewinnverwendungsbeschluss der Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2014.

Die Hauptversammlung am 26. Mai 2011 hat beschlossen, dass die verlangten Angaben gemäß § 285 Nr. 9 Buchstabe a) Satz 5 bis 8 HGB hinsichtlich der individualisierten Veröffentlichung der Bezüge des Vorstands unterbleiben.

Die Bezüge des Aufsichtsrats beliefen sich auf 498 T € (2010: 243 T €).

24 Gesamtbezüge und Pensionsrückstellungen früherer Mitglieder von Vorstand und/oder Aufsichtsrat gem. § 285 Nr. 9b HGB

Die Gesamtbezüge der früheren Mitglieder des Vorstands betragen im Berichtsjahr 398 T € (2010: 388 T €). Die für diese Personengruppe gebildeten Rückstellungen für laufende Pensionen beliefen sich im Geschäftsjahr 2011 auf 6.343 T € (2010: 6.309 T €).

25 Vorschüsse und Darlehen an den Vorstand und/oder Aufsichtsrat gem. § 285 Nr. 9c HGB

Weder im Berichtsjahr noch im Vorjahr bestanden Vorschüsse oder Darlehen zugunsten des oben genannten Personenkreises.

26 Haftungsverhältnisse

Am Bilanzstichtag liegen keine Haftungsverhältnisse im Sinne des § 251 HGB vor.

27 Aufstellung des Anteilsbesitzes gem. § 285 Nr. 11 HGB

| | Anteile in % | Währung | Eigenkapital zum 31.12.2011 in 1.000 Währungseinheiten | davon Jahresergebnis 2011 in 1.000 Währungseinheiten |
|---|--------------|---------|--|---|
| Unmittelbare Beteiligungen | | | | |
| Leifheit CZ a.s., Dobroviz – CZ | 71,0 | CZK | -30.508 | -1.882 |
| Leifheit Espana S.A., Madrid – E | 100,0 | EUR | 387 | -89 |
| Leifheit International (UK) Ltd, London – GB | 100,0 | GBP | – | – |
| Leifheit International U.S.A. Inc., Melville (NY) – USA | 100,0 | USD | 1.848 | 239 |
| Leifheit France S.A.S., Paris – F | 100,0 | EUR | 27.180 | 4.064 |
| Leifheit Distribution S.R.L., Bukarest – RO | 51,0 | RON | 625 | -19 |
| Leifheit s.r.o., Blatná – CZ | 100,0 | CZK | 157.977 | 8.579 |
| Meusch-Wohnen-Bad und Freizeit GmbH, Nassau | 100,0 | EUR | -6.829 | -55 |
| Mittelbare Beteiligungen | | | | |
| Birambeau S.A.S., Paris – F | 100,0 | EUR | 2.272 | 1.308 ¹ |
| Leifheit-Birambeau S.A.S., Paris – F | 100,0 | EUR | 595 | -19 ¹ |
| Herby Industrie S.A.S., La Loupe – F | 100,0 | EUR | 5.137 | 1.757 ¹ |

¹ über Leifheit France S.A.S.

Die Angaben zum Eigenkapital und zum Jahresergebnis wurden nach den lokalen Rechnungslegungsvorschriften ermittelt.

28 Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Die Gesellschaft hat mehrere Mietverträge für Gebäude, Leasingverträge für Betriebs- und Geschäftsausstattung sowie Lizenzverträge abgeschlossen. Vorteile des Abschlusses solcher Verträge gegenüber dem Kauf der betreffenden Vermögensgegenstände sind die Bilanzneutralität und vor allem die gewonnene Flexibilität. Nachteile bestehen in der Laufzeitbindung. Die Miet-, Leasing- und Lizenzverhältnisse enden zwischen Januar 2012 und Dezember 2018. Die Verpflichtungen hieraus belaufen sich auf insgesamt 3,6 Mio € (davon 2,1 Mio € kleiner einem Jahr, 1,2 Mio € zwischen einem und fünf Jahren und 0,3 Mio € größer als fünf Jahre Laufzeit).

Es bestanden weiterhin Verpflichtungen aus Verträgen über den Erwerb von Gegenständen des Sachanlagevermögens für laufende Investitionen im Wert von 3,5 Mio €.

Darüber hinaus bestehen folgende Verpflichtungen aufgrund von Devisentermingeschäften zur Wechselkursabsicherung:

| | Wert der Verpflichtung | | Fremdwährung | | Beizulegender Zeitwert | |
|---------------|------------------------|------------|--------------|--------------|------------------------|------------|
| | 31.12.2011 | 31.12.2010 | 31.12.2011 | 31.12.2010 | 31.12.2011 | 31.12.2010 |
| Kauf USD/€ | 15,5 Mio € | 41,9 Mio € | 20,0 Mio USD | 55,0 Mio USD | 15,4 Mio € | 41,3 Mio € |
| Verkauf USD/€ | 14,9 Mio € | 24,7 Mio € | 20,0 Mio USD | 33,2 Mio USD | 15,4 Mio € | 25,1 Mio € |
| Verkauf CZK/€ | 0,7 Mio € | – | 16,5 Mio CZK | – | 0,6 Mio € | – |

Devisentermingeschäfte dienen der Reduzierung des Währungsrisikos in der Zukunft. Es besteht ein Opportunitätsrisiko bei negativer Entwicklung der abgesicherten Fremdwährungskurse.

29 Eigene Anteile

Unter Einschluss der in den Vorjahren erworbenen und ausgegebenen eigenen Aktien hat Leifheit damit am 31. Dezember 2011 einen Bestand von 257.600 eigenen Aktien. Dies entspricht 5,15 Prozent des Grundkapitals. Der darauf entfallende Betrag des Grundkapitals beläuft sich auf 773 T €. Hierfür wurden 7.813 T € aufgewendet.

Angaben über eigene Aktien gem. § 160 Abs. 1 Nr. 2 AktG

Auf der Hauptversammlung am 9. Juni 2010 wurde der Vorstand unter Aufhebung der bisherigen Genehmigung erneut ermächtigt, bis zum 8. Juni 2015 eigene Aktien in Höhe von bis zu 10 Prozent des derzeitigen Grundkapitals von 15.000 T € zu erwerben. Die erworbenen eigenen Aktien dürfen zu allen gesetzlich zulässigen Zwecken verwendet werden. Die Gesellschaft wird dadurch in die Lage versetzt, eigene Aktien unmittelbar oder mittelbar als Gegenleistung im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen oder im Zusammenhang mit dem Erwerb von Unternehmen, Unternehmensteilen oder Beteiligungen an Unternehmen anbieten zu können. Der internationale Wettbewerb und die Globalisierung der Wirtschaft verlangen nicht selten in derartigen Transaktionen die Gegenleistung in Form von Aktien. Die Ermächtigung gibt der Gesellschaft den notwendigen Spielraum, sich bietende Gelegenheiten zum Erwerb von Unternehmen, Unternehmensteilen oder Beteiligungen an Unternehmen schnell und flexibel sowohl national als auch international ausnutzen zu können.

Im Berichtsjahr wurden 7.476 Aktien für 128 T € erworben. Dies entsprach 0,15 Prozent des Grundkapitals. Der darauf entfallende Betrag des Grundkapitals beträgt 22 T €. Im Vorjahr wurden keine eigenen Aktien erworben.

Im Berichtsjahr 2011 und im Vorjahr wurden keine eigenen Aktien verwendet.

Es bestehen keine Bezugsrechte für Organmitglieder und Arbeitnehmer entsprechend § 160 Abs. 1 Nr. 5 AktG.

30 Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Personen

Alle wesentlichen Geschäfte zu nahestehenden Personen oder nahestehenden Unternehmen – mit mittel- und unmittelbar nicht in 100-prozentigem Anteilsbesitz stehenden Unternehmen – sind zu marktüblichen Bedingungen zustande gekommen.

Das Mutterunternehmen, in deren Konzernabschluss die Leifheit AG einbezogen wird, ist die Home Beteiligungen GmbH, München.

31 Bestehen einer Beteiligung gem. § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG

Aktionäre, die nach dem Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) ihre Stimmrechtsanteile mitgeteilt haben, waren die Home Beteiligungen GmbH, München, die MKV Verwaltungs GmbH, München, Herr Joachim Loh, Haiger, die Fackelmann GmbH & Co. KG, Hersbruck, sowie die Leifheit AG, Nassau.

Es wurden die folgenden Mitteilungen veröffentlicht:

Februar 2009

„Herr Manuel Knapp-Voith, Deutschland, hat uns am 4.2.2009 nach § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil an unserer Gesellschaft am 23.7.2008 die Schwelle von 10 Prozent überschritten hat und zu diesem Tag 10,03 Prozent (dies entspricht 501.432 Stimmrechte) beträgt.

Diese 10,03 Prozent (501.432 Stimmrechte) sind ihm nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG von der MKV Verwaltungs GmbH, Grünwald, zuzurechnen.

Die MKV Vermögensverwaltungs GmbH, Grünwald, Deutschland, hat uns am 4.2.2009 nach § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an unserer Gesellschaft am 23.7.2008 die Schwelle von 10 Prozent überschritten hat und zu diesem Tag 10,03 Prozent (dies entspricht 501.432 Stimmrechte) beträgt.“

Dezember 2008

„Die Leifheit AG, 56377 Nassau, Deutschland, ISIN DE0006464506 hat am 15. Dezember 2008 die Schwelle von 5 Prozent an ihren eigenen Aktien überschritten und hielt zu diesem Tage einen Anteil von 5,0009 Prozent (das entspricht 250.045 Aktien).“

April 2008

„Am 28. März 2008 wurde uns folgende Stimmrechtsmitteilung von der Vermögensverwaltung Schuler-Voith GbR, 80333 München, Deutschland, zugeleitet:

Stimmrechtsmitteilung gemäß §§ 21, 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG

Hiermit teilen wir Ihnen gem. § 21 Abs. 1 WpHG mit, dass unser Stimmrechtsanteil an der Leifheit AG, Leifheitstraße 1, D-56377 Nassau, am 14.2.2006 die Schwellen 3 Prozent, 5 Prozent, 10 Prozent, 15 Prozent, 20 Prozent, 25 Prozent und 30 Prozent überschritten hat und zu diesem Tag 46,85 Prozent (2.342.750 Stimmrechte) betrug.

Sämtliche der vorgenannten Stimmrechte, die unmittelbar von der Home Beteiligungen GmbH, D-80333 München, gehalten werden, werden uns nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zugerechnet.“

Oktober 2007

„Herr Joachim Loh, Haiger, hat uns am 2. Oktober 2007 nach § 41 Abs. 2 WpHG mitgeteilt, dass ihm am 1. April 2002 mehr als 5 Prozent der Stimmrechte an unserer Gesellschaft zustanden, nämlich 331.051 Aktien entsprechend einem Stimmrechtsanteil von 6,964 Prozent, die Herr Joachim Loh unmittelbar hielt.“

September 2005

„Die Fackelmann GmbH & Co. KG, Werner-von-Siemens-Straße 6, 91217 Hersbruck, teilt mit, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Leifheit AG, Leifheitstraße, 56377 Nassau, am 3. August 2005 die Schwelle von 5 Prozent unterschritten hat und 4,79 Prozent betrug. Der Bestand an Leifheit-Aktien zum 9. August betrug 3,25 Prozent.“

32 Erklärung nach § 161 AktG (Deutscher Corporate Governance Kodex)

Vorstand und Aufsichtsrat haben im Dezember 2011 die gemäß § 161 AktG geforderte Erklärung abgegeben, dass den vom Bundesministerium der Justiz bekannt gemachten Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ entsprochen wurde und wird sowie welche Empfehlungen derzeit nicht angewendet wurden oder werden. Die Entsprechenserklärung ist auf der Internetseite der Gesellschaft unter „www.leifheit.de/de/investor-relations/corporate-governance“ dauerhaft zugänglich gemacht.

33 Übernahmerechtliche Angaben gem. § 289 Abs. 4 HGB

Bezüglich der übernahmerechtlichen Angaben gem. § 289 Abs. 4 HGB wird auf den Lagebericht verwiesen.

34 Angaben des Honorars für den Abschlussprüfer gem. § 285 Nr. 17 HGB

Das 2011 als Aufwand erfasste Honorar des Abschlussprüfers Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Eschborn/Frankfurt am Main, belief sich für Abschlussprüfung auf 269 T € (2010: 255 T €), für Steuerberatungsleistungen auf 154 T € (2010: 191 T €), für sonstige Leistungen auf 51 T € (2010: 79 T €) sowie für andere Bestätigungsleistungen auf 8 T € (2010: 5 T €).

35 Schätzungen und Ermessensausübungen im Rahmen der Rechnungslegung

Die Erstellung des Abschlusses erfordert die Vornahme von Schätzungen sowie das Treffen von Annahmen durch das Management, wodurch die Höhe der berichteten Beträge und die diesbezüglichen Anhangangaben beeinflusst werden. Alle Schätzungen und Annahmen werden nach bestem Wissen und Gewissen getroffen, um ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Leifheit AG zu vermitteln.

Organe der Leifheit AG

Mitglieder des Vorstands

| | |
|-------------------------------|--|
| Georg Thaller | Vorsitzender des Vorstands der Leifheit AG |
| Dr. Claus-O. Zacharias | Finanzvorstand der Leifheit AG |

Mitglieder des Aufsichtsrats

| | | |
|--------------------------------|--|--|
| Vorsitzender | Helmut Zahn | Geschäftsführer der Home Beteiligungen GmbH |
| Stellvertretender Vorsitzender | Dr. jur. Robert Schuler-Voith | Vorsitzender des Aufsichtsrats der Schuler AG |
| | Dieter Metz* | Betriebsratsvorsitzender |
| | Karsten Schmidt | Vorsitzender des Vorstands der Ravensburger AG |
| | Thomas Standke* | Werkzeugmacher |
| | Dr. rer. pol. Friedrich M. Thomée | Geschäftsführender Gesellschafter der Thomée Vermögensverwaltung GmbH & Co. KG |

* Vertreter der Arbeitnehmer

Ausschüsse des Aufsichtsrats

| | | |
|-------------------------------------|--|--------------|
| Prüfungsausschuss (Audit Committee) | Dr. jur. Robert Schuler-Voith | Vorsitzender |
| | Dr. rer. pol. Friedrich M. Thomée | |
| | Helmut Zahn | |
| Personalausschuss | Helmut Zahn | Vorsitzender |
| | Karsten Schmidt | |
| | Dr. jur. Robert Schuler-Voith | |

Nachstehende Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats bekleiden neben einzelnen Kontrollfunktionen in Beteiligungsgesellschaften die genannten Mandate in Aufsichtsräten und vergleichbaren Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen:

| | | |
|--------------------------------------|--|---|
| Karsten Schmidt | Ravensburger Spieleland AG, Ravensburg | Aufsichtsratsmitglied (bis 8. Juni 2011) |
| Dr. jur. Robert Schuler-Voith | Schuler AG, Göppingen | Aufsichtsratsvorsitzender |
| Helmut Zahn | Schuler AG, Göppingen | Aufsichtsratsmitglied |
| | Flossbach von Storch AG, Köln | Stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender |
| | Schuler Pressen GmbH, Weingarten (bis 21. April 2011 Müller Weingarten AG) | Stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender |
| | Maschinenbau Oppenweiler Binder GmbH & Co. KG, Oppenweiler | Beiratsmitglied |

Nassau/Lahn, 19. März 2012
 Leifheit Aktiengesellschaft
 Der Vorstand


 Georg Thaller


 Dr. Claus-O. Zacharias

Lagebericht: Geschäftstätigkeit und Organisationsstruktur

Geschäftstätigkeit

Die Leifheit AG ist einer der führenden europäischen Markenanbieter von Haushaltsartikeln.

Unsere Produkte unter den drei bekannten Marken Leifheit, Dr. Oetker Backgeräte und Soehnle zeichnen sich durch hochwertige Verarbeitungsqualität in Verbindung mit hohem Verbrauchernutzen aus und werden im mittleren bis gehobenen Preissegment angeboten.

Wir vertreiben Produkte in den Kategorien Reinigen, Wäschepflege, Küche und Wellbeing, vorwiegend in Deutschland und Europa – darüber hinaus in den USA, im mittleren Osten und in Fernost. Der Vertrieb erfolgt vor allem über große Handelsketten und den Großhandel, aber auch über moderne Distributionskanäle.

Unsere Produkte werden in eigenen Entwicklungsabteilungen entwickelt und in einer eigenen Produktionsstätte in Deutschland, in einer Produktionsstätte unserer Tochtergesellschaft in der Tschechischen Republik als auch bei externen Zulieferern in verschiedenen Ländern Europas und Asiens hergestellt.

Märkte und Marktpositionen

Die Leifheit AG ist international aufgestellt. Die Produkte werden in über 80 Ländern der Welt vertrieben. Im Jahr 2011 konnte Leifheit in den internationalen Märkten insgesamt eine positive Entwicklung verzeichnen. In einem schwierigen gesamtwirtschaftlichen Umfeld waren wir in der Lage, unsere Marktposition zu behaupten, in einzelnen Ländern konnten wir diese sogar deutlich ausbauen.

Der Schwerpunkt unseres Geschäfts liegt in Deutschland. Hier erzielten wir im zurückliegenden Geschäftsjahr 47,8 Prozent unserer Erlöse.

Zentraleuropa (ohne Deutschland) ist zweitwichtigster Absatzmarkt. In dieser Region sind für uns vor allem die Länder Frankreich, Niederlande und Österreich von besonderer Wichtigkeit. In Osteuropa sind wir vor allem in der Tschechischen Republik, den Metropolen Russlands und Polen aktiv. Außerhalb Europas fokussieren wir uns aktuell auf die Regionen Fernost und den Mittleren Osten.

Die Region Zentraleuropa hat sich 2011 insgesamt positiv entwickelt. Wachstum kam vor allem aus Frankreich und Österreich. Fortschritte wurden hier sowohl im Bereich des klassischen Leistungsgeschäftes als auch im Promotion- und B2B-Bereich erzielt. Positiv hervorzuheben ist es, dass sich unsere Entwicklung in den oben genannten Märkten damit auch von der allgemeinen Kaufzurückhaltung in diesen Ländern abkoppeln konnte.

Das Wachstum in Osteuropa war von der starken Entwicklung insbesondere in der Tschechischen Republik, in der Ukraine und in Russland getragen, während wir in anderen wesentlichen osteuropäischen Märkten infolge von gesamtwirtschaftlichen Schwierigkeiten sowie währungsbedingten Preisanhebungen weniger Umsatz als im Vorjahreszeitraum erzielen konnten.

In den USA konnten wir durch gezielte Projektgeschäfte unserer Tochtergesellschaft Erfolge verzeichnen, die uns im zurückliegenden Geschäftsjahr zweistellige Wachstumsraten bescherten.

Im Jahr 2011 konnten unsere Produktkategorien Reinigen und Wäschepflege weiter wachsen. Die Kategorie Reinigen machte insbesondere im Kernmarkt Deutschland gegenüber den Wettbewerbern erneut Boden gut. Entsprechend einer Erhebung des Marktforschungsinstituts Nielsen war Leifheit in der Lage, in diesem Bereich eine deutlich bessere Entwicklung zu zeigen als der Markt.

In der Kategorie Wellbeing generierte unsere Marke Soehnle weiteres kräftiges Wachstum und festigte damit ihre Marktposition. Soehnle ist Marktführer für Personen- und Küchenwaagen in den Ländern Deutschland, Österreich, Schweiz und den Niederlanden. In Europa rangiert Soehnle unter den Top 3 der Anbieter. Laut Angaben des Konsumforschungsinstituts GfK halten wir mit Soehnle im deutschen Markt für Küchenwaagen einen wertmäßigen Anteil von circa 42 Prozent und im Markt für Personenwaagen etwa 40 Prozent.

Veränderung der Beteiligungsstruktur

Im vierten Quartal 2011 hat die Leifheit AG weitere 20 Prozent der Gesellschaftsanteile an der tschechischen Leifheit CZ a.s. mit Sitz in Dobroviz bei Prag erworben. Dadurch stieg die Beteiligung von 51 Prozent auf 71 Prozent. Die Leifheit CZ a.s. steuert den Vertrieb von Leifheit-Produkten in der Tschechischen Republik und der Slowakei.

Im dritten Quartal 2011 wurde die tunesische Tochtergesellschaft von Herby, die Herby Tunisie s.a.r.l., Sousse, liquidiert.

Weiterhin hat sich Leifheit im Jahr 2011 von der Beteiligung an der Classic Haushaltsgeräte GmbH getrennt.

Wie bereits im Jahresfinanzbericht 2010 berichtet, hat sich Leifheit im Jahr 2010 vom Badbereich mit den Marken Spirella, Kleine Wolke und Meusch getrennt.

Organisation, Unternehmensstruktur und Führungsverantwortung

Die Leifheit AG ist seit 1984 eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht. Sitz und Verwaltung befinden sich bis heute am Ort der Gründung in Nassau/Lahn. Die wesentlichen Standorte der Leifheit AG befinden sich in Nassau (Verwaltung und Produktion) sowie in Zuzenhausen (Logistik). Daneben bestehen im Ausland rechtlich nicht selbstständige Niederlassungen, insbesondere Vertriebsniederlassungen, in Brescia, Italien (Gründung 1982), in Aartselaar, Belgien (Gründung 1987) und in Wiener Neudorf, Österreich (Gründung 1995). Die Leifheit AG besitzt 11 direkte oder indirekte Tochterunternehmen. Die wesentlichen Beteiligungen (teilweise indirekte) der Leifheit AG sind die Leifheit s.r.o. in der Tschechischen Republik (Produktion), die Birambeau S.A.S. in Frankreich (Logistik und Vertrieb) sowie die Herby Industrie S.A.S. in Frankreich (Produktion, Logistik und Vertrieb).

Der Vorstand der Leifheit AG legt die Strategie für die Geschäftsentwicklung fest, verantwortet konzernweite Zentralfunktionen und steuert die Unternehmensbereiche. Die Geschäftsordnung für den Vorstand regelt die Zuständigkeit der einzelnen Vorstandsmitglieder. Ihr persönliches Wissen um Produkte und Märkte, kunden- und länderspezifische Besonderheiten sowie das Fachwissen bezüglich zentraler Funktionen gewährleisten eine effiziente und professionelle Steuerung der Leifheit-Gruppe.

Strategie und Unternehmenssteuerung

Unsere aktuelle Unternehmensstrategie zielt auf ein nachhaltiges und profitables Umsatzwachstum ab. Mit der Strategie „Leifheit GO! – Growing (by) Opportunities“ konzentrieren wir uns im Wesentlichen auf drei Handlungsfelder:

- Internationale Vertriebsstrategie
- Zielgerichtete Marken- und Kommunikationsstrategie
- Steigerung der Effizienz

Unsere international ausgerichtete Vertriebsstrategie zielt darauf ab, sowohl bestehende Vertriebswege auszubauen als auch neue zu erschließen. Zu diesem Zweck haben wir klar umrissene Fokusbereiche definiert, priorisiert nach Potenzial und Zugänglichkeit. Durch eine verstärkt systematische Herangehensweise im Vertrieb wollen wir das Wachstum in unseren internationalen Kernmärkten weiter vorantreiben. Das Hauptwachstum soll dabei in denjenigen Kernmärkten stattfinden, in denen sich die für uns größte Dynamik erzielen lässt.

Den zweiten Pfeiler unseres Programms „Leifheit GO!“ bildet unsere Marken- und Kommunikationsstrategie. Ziel ist es, durch eine intensivere und zielgruppenorientierte Kommunikation und verbraucherrelevante Produkte unser Markenprofil weiter zu schärfen und den Umsatz dadurch signifikant auszubauen. Vor diesem Hintergrund haben wir im Geschäftsjahr 2011 für die Marke Leifheit eine neue Dachmarkenstrategie mit optimiertem Marketingmix entwickelt. In deren Zentrum steht die konsequente Ausrichtung der Marke Leifheit auf zuverlässige, clevere und innovative Produkte. In diesem Zusammenhang positionieren wir auch unseren Bereich Küche neu. Leifheit hat sich das Ziel gesetzt, sein Markenimage in dieser Produktkategorie weiter zu verbessern sowie eine klare Abgrenzung gegenüber dem Wettbewerb vorzunehmen. Alle Maßnahmen und Aktivitäten werden sich dabei in Zukunft noch konsequenter auf profitable Umsatzträger konzentrieren.

Im Rahmen unserer Dachmarkenstrategie starten wir 2012 eine neue Kampagne unter dem Motto: „Ich vertraue auf Leifheit“. Unter diesem Motto stellen sich Verbraucher hinter die Marke und deren hochwertige Produkte. Zentrale Instrumente der Kampagne sind TV-Spots, PR- und Onlinemaßnahmen. Vorausgegangen war dem neuen Auftritt eine groß angelegte Konsumentenstudie, die erneut bestätigte, dass Leifheit zu den stärksten Marken im Haushalt gehört.

Über die zwei skizzierten Handlungsfelder hinaus konzentrieren wir uns – wie bereits in den Vorjahren – auf die weitere Verbesserung unserer Strukturen sowie der Produktions- und Logistikprozesse. Diese Maßnahmen zielen zum einen auf eine Optimierung der Supply Chain, um den Effizienzgrad unserer weltweiten Distribution zu steigern, und zum anderen auf eine Stärkung der Flexibilität, um den individuellen Anforderungen unserer Kunden noch effizienter nachkommen zu können.

Die Leifheit-Gruppe wird strategisch zentral und zugleich operativ dezentral gesteuert. Mit wenigen Einheiten und Ebenen wird auf diese Weise eine schnelle und effiziente Zusammenarbeit innerhalb der Gruppe gewährleistet.

Unsere Organisation ist auf ein strategiegetriebenes Kunden- und Markenmanagement ausgerichtet. Sowohl die Aufbauorganisation als auch die Ablauforganisation sind damit so strukturiert, dass die Ziele der strategischen Geschäftsausrichtung optimal erreicht werden können.

Grundsätze des Steuerungssystems

Die Leifheit-Gruppe wird mit einem wertorientierten Managementsystem geführt und gesteuert. Kern des internen Steuerungssystems sind die wesentlichen Messgrößen: Umsatzerlöse, Bruttomarge, Deckungsbeitrag und das Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT). Darüber hinaus erfolgt eine Steuerung der Produktgruppen und Marken. Durch ein kontinuierliches Monitoring überwachen wir unser Working Capital, um eine optimale Kapitalbindung zu gewährleisten.

Wir beobachten verschiedene Frühindikatoren wie zum Beispiel den Konsumklimaindex, die Rohstoffpreisentwicklung und die Devisenkurse, um zeitnah auf Umfeldveränderungen reagieren zu können. Des Weiteren analysiert Leifheit in regelmäßigen Abständen die Regionen und Kundengruppen, in denen das Unternehmen tätig ist.

Unsere Analysen berücksichtigen verschiedene Zeiträume: Monats- und Quartalsabschlüsse, Forecast sowie Budget- und Mittelfristplanung. Wir prüfen mithilfe von Soll-Ist-Vergleichen retrospektiv, ob die Unternehmensentwicklung mit den gegebenen Prognosen und den strategischen Zielen übereinstimmt.

Entscheidungen hinsichtlich unserer Produkte treffen wir anhand von Deckungsbeitragsrechnungen. Investitionsentscheidungen werden im Rahmen von Discounted-Cashflow-Verfahren bei vorgegebenen Amortisationszeiträumen beurteilt.

Übernahmerechtliche Angaben

Im Folgenden sind die nach § 289 Abs. 4 HGB geforderten übernahmerechtlichen Angaben zum 31. Dezember 2011 dargestellt:

Das gezeichnete Kapital (Grundkapital) der Leifheit AG beträgt zum 31. Dezember 2011 unverändert 15.000 T € und ist in 5.000.000 auf den Inhaber lautende Stückaktien eingeteilt. Jede Aktie gewährt gleiche Rechte und in der Hauptversammlung eine Stimme.

Beschränkungen, die Stimmrechte oder die Übertragung von Aktien betreffen, sind dem Vorstand nicht bekannt.

Es bestehen direkte und indirekte Beteiligungen am Kapital der Leifheit AG, die 10 Prozent der Stimmrechte überschreiten: Die Home Beteiligungen GmbH in München hat die Leifheit AG informiert, dass sie 48,34 Prozent der Stimmrechtsanteile der Leifheit AG zum 31. Dezember 2011 hält. Weiterhin hat die MKV Verwaltungs GmbH in München im Februar 2009 gemeldet, dass sie 10,03 Prozent der Stimmrechtsanteile an der Leifheit AG hält.

Es liegen keine Aktien mit Sonderrechten der Leifheit AG vor. Ebenso liegen keine Arbeitnehmerbeteiligungen mit Kontrollrechten vor.

Die Ernennung und die Abberufung der Mitglieder des Vorstands der Leifheit AG ergeben sich aus den §§ 84, 85 AktG und § 31 MitbestG in Verbindung mit § 6 der Satzung. Die Änderung der Satzung wird von der Hauptversammlung mit einer Mehrheit von mindestens drei Vierteln des bei der Beschlussfassung vertretenen Grundkapitals beschlossen; die §§ 179 ff. AktG sind anwendbar. Nach § 18 Abs. 3 der Satzung ist der Aufsichtsrat ermächtigt, Satzungsänderungen zu beschließen, die nur die Fassung betreffen.

Nach den Beschlüssen der ordentlichen Hauptversammlung 2011 ist der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats ermächtigt, bis zum 25. Mai 2016 das Grundkapital gegen Bar- und/oder Sacheinlage einmal oder mehrmals um bis zu insgesamt 7.500 T € durch Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautende Stückaktien zu erhöhen. Der Vorstand ist weiterhin nach den Beschlüssen der ordentlichen Hauptversammlung 2010 ermächtigt, eigene Aktien von insgesamt bis zu 10 Prozent des Grundkapitals bis zum 8. Juni 2015 zu erwerben. Die Bestimmungen beider Beschlüsse sind der jeweiligen Tagesordnung der Hauptversammlung auf unserer Internetseite zu entnehmen.

Vereinbarungen sowie Entschädigungsvereinbarungen mit dem Vorstand und Arbeitnehmern, die unter die Bedingungen eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots fallen und das Kriterium der Wesentlichkeit erfüllen, existieren nicht.

Erklärung zur Unternehmensführung

Die Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289a HGB ist im Jahresfinanzbericht ab Seite 54 abgedruckt sowie auf unserer Internetseite unter „www.leifheit.de/de/unternehmen/unternehmensfuehrung“ zugänglich.

Vergütungsbericht

Der Vergütungsbericht, der die nach § 289 Abs. 2 Nr. 5 HGB geforderten Angaben enthält, ist im Corporate Governance Bericht des Jahresfinanzberichts (ab Seite 48) enthalten und ist Bestandteil des Lageberichts.

Bericht des Vorstands über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen

Der Vorstand hat gemäß § 312 AktG einen Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen erstellt, der folgende Schlusserklärung enthält:

„Unsere Gesellschaft hat bei den im Bericht über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen aufgeführten Rechtsgeschäften nach den Umständen, die uns zum Zeitpunkt bekannt waren, in dem die Rechtsgeschäfte vorgenommen wurden, bei jedem Rechtsgeschäft eine angemessene Gegenleistung erhalten. Berichtspflichtige Maßnahmen, durch die die Gesellschaft benachteiligt wurde, haben im Berichtszeitraum nicht stattgefunden.“

Wirtschaftliches Umfeld

Weltwirtschaft leidet 2011 unter Euro-Schuldenkrise

Noch zu Beginn des Jahres 2011 zeigte das Weltwirtschaftswachstum durchaus positive Tendenzen. Mit dem Anstieg des Ölpreises und den Entwicklungen infolge des Erdbebens in Japan verlangsamte sich allerdings im Jahresverlauf die weltwirtschaftliche Dynamik. Die Verschärfung der Staatsschuldenkrise in der Eurozone, Rezessionsängste in den USA, steigende Inflationsraten und die politischen Unruhen in Nahost und Nordafrika beeinflussten die Wirtschaft zusätzlich negativ. Länder wie Griechenland und Portugal gerieten immer tiefer in die Rezession, in anderen Regionen herrschte nur noch minimales Wachstum. Die daraus resultierenden Unsicherheiten betrafen sowohl die Realwirtschaft als auch die Finanzmärkte. Lediglich das konstante starke Wachstum in China erwies sich als stabilisierend für die Weltkonjunktur, wobei auch hier die negative Entwicklung am chinesischen Aktienmarkt die Stimmung trübte. Laut IWF betrug das Wirtschaftswachstum 2011 weltweit 3,8 Prozent, in den USA 1,8 Prozent und in der Eurozone 1,6 Prozent. Entgegen der gesamteuropäischen Entwicklung verzeichnete die deutsche Wirtschaft mit einem BIP-Zuwachs von 3,0 Prozent ein kräftiges Wachstum.

Volatile Rohstoffpreise und Inflation

Die durchschnittlichen Rohstoffpreise stiegen laut Hamburgischem Weltwirtschaftsinstitut (HWWI) 2011 kräftig an. Neben anderen Faktoren trieben künstliche Verknappung von Produktionskapazitäten und Spekulationen die Kosten für Materialien wie Kunststoff, Stahl oder Textilien in die Höhe. Im Laufe des Jahres schwächten sich diese Tendenzen ab und gegen Ende des dritten Quartals gaben die Materialpreise wieder nach. Zum Jahresende lag das Niveau allerdings noch immer über dem des Vorjahres. Gemessen am HWWI-Index blieben die Rohstoffpreise gegenüber 2010 auf einem deutlich erhöhten Niveau. In Euro gerechnet stiegen diese um rund 22 Prozent.

Stabile Konsumentenstimmung

Die Wachstumsimpulse für die deutsche Wirtschaft kamen 2011 vor allem aus dem Inland. Trotz der allgemein abgeschwächten weltweiten Konjunkturentwicklung legten die privaten Konsumausgaben laut GfK (Gesellschaft für Konsumforschung) mit einem Plus von 1,5 Prozent so stark zu wie zuletzt vor fünf Jahren und stützten damit maßgeblich die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland.

Der stationäre deutsche Einzelhandel erzielte 2011 einen Umsatz von 410,1 Mrd € und legte im Vergleich zum Vorjahr um etwa ein Prozent zu. Gemäß GfK wurden in der für Leifheit relevanten Non-Food-Sparte 2011 insgesamt 148,4 Mrd € umgesetzt und damit ein Prozent mehr als im Vorjahr.

Dynamisch entwickelte sich der deutsche Außenhandel: 2011 wurden preisbereinigt 8,2 Prozent mehr exportiert als noch im Vorjahr. Bei den Importen zeigte sich mit 7,2 Prozent ein weniger starker Anstieg. Insgesamt steuerte der Außenbeitrag (Differenz zwischen Exporten und Importen) damit einen Anteil von 0,8 Prozent zum Wachstum des Bruttoinlandsproduktes bei.

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Erfolgreiches Geschäftsjahr 2011

Im Geschäftsjahr 2011 hat sich die Leifheit AG zufriedenstellend entwickelt. Der Umsatz stieg um 13,1 Prozent auf 196,2 Mio € (2010: 173,4 Mio €). Dies ist sowohl auf Preis- als auch auf Mengeneffekte zurückzuführen.

Unsere Hauptabsatzregion Europa entwickelte sich im Jahr 2011 regional unterschiedlich. Innerhalb unserer zentraleuropäischen Fokustländer, wie zum Beispiel Deutschland, Frankreich oder Österreich, konnten wir zum Teil deutliche Wachstumsraten erzielen. Deutschland als unser Heimatmarkt entwickelte sich mit einer Umsatzsteigerung von 10,9 Prozent auf 93,8 Mio € (2010: 84,6 Mio €) im Vergleich zum Vorjahr äußerst erfreulich. Dies war insbesondere auf die anhaltend gute Konsumstimmung zurückzuführen. In Osteuropa trugen vor allem die Tschechische Republik, Russland und die Ukraine zum Anstieg bei und waren damit in der Lage, Rückgänge in Polen und Rumänien zu kompensieren. Leider konnten auch wir uns der allgemeinen Entwicklung im Zuge der anhaltenden Staatsschuldenkrise nicht vollständig entziehen. Die südeuropäischen Regionen rund um Griechenland, Portugal oder Italien blieben deutlich hinter den Erwartungen zurück. Dies galt gleichermaßen für unser Geschäft in der Schweiz, welches erheblich von Währungseffekten beeinflusst wurde.

Ertragslage

Positive Sondereffekte in 2011 und 2010

Das Ergebnis der Leifheit AG im Berichtsjahr 2011 beinhaltet einen positiven einmaligen Sondereffekt aus der Erlangung des beherrschenden Einflusses an der Leifheit CZ a.s. in der Tschechischen Republik in Höhe von 2,5 Mio €. Das Vorjahresergebnis beinhaltete den Ertrag aus dem Verkauf des Badbereichs in Höhe von 15,6 Mio €.

Betriebsergebnis steigt bereinigt um Sondereffekte

Das ausgewiesene Betriebsergebnis fiel im Vergleich zum Vorjahr um 7,3 Mio € auf 10,1 Mio €. Bereinigt um die vorgenannten Sondereffekte stieg das Betriebsergebnis jedoch um 5,8 Mio € auf 7,6 Mio €.

Dies ist im Wesentlichen auf das umsatzbedingt gestiegene Bruttoergebnis zurückzuführen, das um 6,4 Mio € auf 71,3 Mio € stieg. Preissteigerungen bei Rohstoffpreisen und Handelswaren sowie höhere Erlösschmälerungen wurden jedoch nur zum Teil durch Verkaufspreiserhöhungen, günstigere Einkäufe in US-Dollar und Ausschöpfung von Optimierungspotenzialen kompensiert. Die Bruttomarge fiel um 1,1 Prozentpunkte auf 36,3 Prozent.

Die Vertriebskosten blieben mit 54,6 Mio € konstant. Steigenden Werbeaufwendungen und höheren Umlagen standen niedrigere Abschreibungen und Wertberichtigungen gegenüber.

Die Verwaltungskosten wurden um 0,5 Mio € auf 9,7 Mio € reduziert. Niedrigere Personalkosten sowie der Rückgang der Gebühren und gekaufte Dienste trugen hierzu bei.

Die Sonstigen betrieblichen Erträge beinhalteten die oben beschriebenen positiven Sondereffekte und waren darüber hinaus wesentlich beeinflusst vom Rückgang der Kursgewinne um 4,2 Mio €.

Die Sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind gekennzeichnet vom Rückgang der Kursverluste um 2,6 Mio €. Im Vorjahr waren zudem Schadenersatzansprüche in Höhe von 1,1 Mio € enthalten.

Die Erträge aus Beteiligungen betrafen die Gewinnausschüttungen von Tochtergesellschaften in Höhe von 2,2 Mio € (2010: 0,7 Mio €).

Die Abschreibungen auf Finanzanlagen beinhalteten Wertberichtigungen auf Beteiligungen und Ausleihungen an verbundene Unternehmen in Höhe von 0,4 Mio € (2010: 0,7 Mio €). Die Zuschreibungen auf Finanzanlagen

enthielten die Wertaufholung eines Darlehens an ein verbundenes Unternehmen in Höhe von 0,3 Mio € (2010: 0,5 Mio €).

Bei den außerordentlichen Aufwendungen handelte es sich wie im Vorjahr um die erforderliche Zuführung aufgrund der durch das BilMoG geänderten Bewertung der Pensionsrückstellungen von einem Fünftel des Gesamtzuführungsbetrags von 0,8 Mio €.

Die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag betragen 1,2 Mio €. Die niedrige Steuerquote ist auf die Nutzung von Verlustvorträgen zurückzuführen.

Der Jahresüberschuss im Geschäftsjahr 2011 betrug 9,6 Mio €.

Finanz- und Vermögenslage

Eigenkapitalquote stieg auf 56,5 Prozent

Die Bilanzsumme fiel im Geschäftsjahr 2011 um 14,1 Mio € auf 182,8 Mio €.

Mit einem Eigenkapital von 103,4 Mio € betrug die Eigenkapitalquote 56,5 Prozent. Das Eigenkapital fiel jedoch um 4,8 Mio € insbesondere aufgrund der im Geschäftsjahr 2011 an die Aktionäre ausgezahlten Dividende in Höhe von 1,00 € zzgl. einer Sonderdividende von 2,00 € je dividendenberechtigter Stückaktie, insgesamt 14,2 Mio €. Gegenläufig wirkte der Jahresüberschuss von 9,6 Mio €.

Die Finanzanlagen stiegen um 3,3 Mio € auf 54,5 Mio €. Dies betraf hauptsächlich Veränderungen bei den Ausleihungen an verbundene Unternehmen.

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände gingen um 10,3 Mio € auf 44,8 Mio € zurück. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen trugen mit 2,3 Mio € und die Forderungen an verbundene Unternehmen mit 6,7 Mio € zu dem Rückgang bei.

Bei den Wertpapieren werden Geldanlagen in Form von Schuldscheinen ausgewiesen. Zum Bilanzstichtag wurden Schuldscheine für 10,0 Mio € gehalten (2010: 20,0 Mio €).

Die Flüssigen Mittel stiegen um 4,2 Mio €.

Die Rückstellungen fielen um 3,2 Mio € auf 24,6 Mio € insbesondere aufgrund stichtagsbezogen niedrigeren Rückstellungen für Erlösschmälerungen und Schadenersatzansprüchen.

Die Verbindlichkeiten gingen um 8,0 Mio € auf 21,8 Mio € zurück. Von der Reduzierung entfielen 2,9 Mio € auf Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und 4,5 Mio € auf Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen.

Investitionen

Die Zugänge zum Sachanlagevermögen betragen 2,5 Mio € (2010: 1,7 Mio €) und betrafen Werkzeuge für Neuprodukte, Rationalisierungsinvestitionen, Warenträger sowie Betriebs- und Geschäftsausstattungen. Die Zugänge zu den Immateriellen Vermögensgegenständen betragen 0,2 Mio € (2010: 1,9 Mio €). Im Vorjahr hatte die Einführung des SAP-Systems einen wesentlichen Anteil.

Den Investitionen standen Abschreibungen von insgesamt 4,2 Mio € gegenüber.

Am 31. Dezember 2011 bestanden Verpflichtungen aus Verträgen über den Erwerb von Gegenständen des Sachanlagevermögens in Höhe von 3,5 Mio €, die aus dem Finanzmittelbestand gezahlt werden.

Gesamtaussage des Managements zur wirtschaftlichen Lage

Die wirtschaftliche Lage von Leifheit hat sich im Berichtszeitraum weiter verbessert.

In der Summe ist es uns gelungen, unsere gesetzten Umsatz- und Ergebnisziele zu erreichen. Damit haben wir gezeigt, dass die strategischen Weichenstellungen der Vergangenheit richtig waren. Eine solide Eigenkapitalquote von 56,5 Prozent ermöglicht uns außerdem die notwendige Flexibilität für zukünftige Entscheidungen.

Die Leifheit AG ist im aktuellen wirtschaftlichen Umfeld gut positioniert, um die Wachstums- und Ergebnisziele im Geschäftsjahr 2012 erneut zu erreichen. Internationale Orientierung, starke und etablierte Marken mit führenden Marktpositionen und eine solide Kapitalausstattung sind die Grundlage, um unsere ambitionierten Wachstumsziele auch in der Zukunft realisieren zu können.

Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Beschaffung und Logistik

Die Produkte der Marke Leifheit werden sowohl in Deutschland als auch in ausgewählten Ländern Europas und Asiens hergestellt. Wir greifen hierfür auf verschiedene Lieferanten zurück, die an der Produktion sowie der Rohstoffbeschaffung beteiligt sind. 2011 stellten insbesondere die Verhältnisse in China eine Herausforderung für uns dar. Steigende lokale Lohnkosten gepaart mit anziehender Inflation führten zu einer sinkenden Wettbewerbsfähigkeit des Produktionsstandortes in Fernost. Als weitere Unsicherheit erwiesen sich wieder einmal die Rohstoffpreise. Über das Jahr hinweg zeigten diese eine stark volatile Entwicklung, zum Teil getrieben durch Spekulationsgeschäfte an den internationalen Börsen. Um diesen Effekten entgegenzuwirken, wurden auch im abgelaufenen Geschäftsjahr eine Reihe von Maßnahmen angestoßen, um Beschaffungsrisiken zu reduzieren.

Strategischer Einkauf als integrative Kraft

Im Jahr 2011 wurde ein breit angelegtes Entwicklungsprojekt für den Bereich des strategischen Einkaufs initiiert. Mit dessen Hilfe konnten Prozessoptimierungen realisiert werden, die bereits im Berichtsjahr positive Impulse zeigten. Für 2012 erwarten wir deutliche Auswirkungen auf die Unternehmensentwicklung. Zentraler Bestandteil des Optimierungsprojektes ist die Verbesserung der Zusammenarbeit kaufmännischer und technischer Bereiche.

Flexibilität durch Lieferantenmanagement

Im Rahmen des ganzheitlichen Lieferantenmanagements haben wir Fortschritte beim frühzeitigen Identifizieren von Risiken sowie Einleiten von gezielten Präventivmaßnahmen erzielt. Mittels verbesserter Früherkennung innerhalb der Lieferantenkette konnten wesentlich kürzere Reaktionszeiten erreicht werden. Damit ist es uns möglich, Engpässen in der Lieferantenkette oder auf dem Beschaffungsmarkt entgegenzuwirken. Besonders mit Blick auf den chinesischen und osteuropäischen Markt erwarten wir uns durch diese Verbesserung positive Auswirkungen auf unseren Handlungsspielraum.

Für unsere Sortimente „Relax“ und Druckdampfbügeln wurde die Beschaffungsmarktforschung weiter vorangetrieben. Die Identifikation und die Qualifikation geeigneter Lieferanten werden den erfolgreichen Ausbau dieser vielversprechenden Geschäftsbereiche auch in Zukunft fördern.

Optimierung unseres Logistikstandorts Zuzenhausen

Im Rahmen unserer Wachstumsstrategie „Leifheit GO!“ haben wir 2011 unseren Fokus auf die Internationalisierung unserer Lieferketten gelegt. Wir haben im Leifheit-Distributionszentrum in Zuzenhausen die Supply Chain-Prozesse sowie die internationale Distribution mit Blick auf Effizienzsteigerungen weiter konsolidiert. So haben wir mithilfe einer neuen IT-Plattform die Prozesse zwischen den einzelnen Schnittstellen in der Supply Chain weiter optimiert.

Zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit wurden im Jahr 2011 die Logistik- und Distributionsstrukturen neu gestaltet. In europäischen Ländern wie Spanien und Italien wurden Lagerstandorte abgebaut, um alle wesentlichen Prozesse im Distributionszentrum in Zuzenhausen zu bündeln. In Verbindung mit der Konzentration auf kompetente Dienstleister haben wir mithilfe dieser Optimierungen eine stark verbesserte Logistik erreicht.

Auch in Zukunft verfolgen wir das Ziel, weiter zu wachsen und uns auf die Internationalisierung sowie den Ausbau neuer Distributionskanäle zu konzentrieren. Ein konsequenter Schritt war der im Jahr 2011 begonnene Ausbau unserer Lagerkapazitäten mit modernster Lagertechnik und automatisierten Lösungen. Nach dem Abschluss dieser Veränderungen verfügt der Logistikstandort Zuzenhausen über die für eine internationale Distribution notwendige hohe Flexibilität und ist für zukünftige Herausforderungen bestens gerüstet.

Hoch automatisierter Produktionsstandort Nassau

An unserem Hauptsitz in Nassau werden neben der hoch automatisierten Fertigung von Wäscheschirmen auch Halbdteile im Spritzgießverfahren gefertigt, die anschließend in Fertigware montiert werden.

Durch den Einsatz neuer Fertigungstechnologien in der Spritzgussabteilung, einhergehend mit stetiger Weiterentwicklung und Qualifizierungsmaßnahmen für unsere Mitarbeiter, haben wir auch an diesem Standort unsere Leistungsfähigkeit sichergestellt.

Entwicklung und Innovation

Mehrwert durch Innovationen

Leifheit bietet innovative Produkte mit hoher Qualität, die den Verbraucherwünschen entsprechen. Die zahlreichen Auszeichnungen, welche die Marken Leifheit und Soehnle im Geschäftsjahr 2011 wieder erhalten haben, bestätigen die hohe Qualität der Produkte: Dazu gehören beispielsweise der „Plus X Award“, der „IF Produktdesign Award“, der „Reddot Design Award“, die „Kücheninnovation des Jahres“ der Initiative LifeCare sowie die Auszeichnung „Produkt des Jahres“ von pro-K. Um auch zukünftig mit unserem Produktportfolio nah an den Bedürfnissen der Konsumenten zu bleiben, setzen wir neben Innovationskraft auf eine ständige Weiterentwicklung unseres Unternehmens und der Unternehmensprozesse. Deshalb reflektieren wir jedes Jahr unsere internen Strukturen, Schwerpunkte, Produktkategorien und -sortimente.

Auch im Jahr 2011 hat unsere Entwicklungsabteilung eine Vielzahl an Innovationen in den vier Produktkategorien Reinigen, Wäschepflege, Küche und Wellbeing hervorgebracht, die wir im Rahmen der Internationalen Frankfurter Messe Ambiente im Februar 2012 erstmals der Öffentlichkeit präsentiert haben. Im Folgenden finden Sie einen Auszug der wichtigsten Neuerungen:

Reinigen

2012 wird in der Kategorie Reinigen unser bereits sehr erfolgreiches „Twist System“ mit verbesserten Funktionen auf den Markt kommen, um die Anwendungen im Haushalt zusätzlich zu erleichtern. Außerdem haben wir das Leifheit-Produktsortiment um einen automatischen Staubreiniger erweitert, der die tägliche Staubreinigung auf Fliesen, Laminat oder Parkett erleichtert.

Wäschepflege

In der Kategorie Wäschepflege wurde das Bügeltischsortiment um ein Premiumprodukt erweitert: Das Druckdampfbügelsystem „AirActive L Express“ ist mit einem Gewicht von nur 13 Kilogramm das leichteste jederzeit nachfüllbare Komplettsystem am Markt. Der „AirActive L Express“ wurde mit dem „Plus X Award“ für seine qualitative Hochwertigkeit, den hohen Bedienkomfort und seine Ergonomie ausgezeichnet. Damit wurde dem zweiten Leifheit-Bügelsystem neben dem „AirActive L Steamer“ diese begehrte Auszeichnung verliehen. Weiterhin wurde das Sortiment durch modische Bügeltischbezüge ergänzt. Auch im Bereich der Wäschetrockner befinden sich Produktideen in der Entwicklung, die in Kürze umgesetzt werden.

Küche

Entsprechend unserer strategischen Neuausrichtung der Kategorie Küche haben wir eine Reihe von Innovationen entwickelt, die unsere Kernkompetenzen beim Öffnen, Zubereiten, Zerkleinern und Aufbewahren demonstrieren. Clevere und zuverlässige Problemlöser sind z. B. der neue Doppelscheibenschneider „Easy Slicer“ und der zusammenfaltbare Edelstahlspritzschutz. Der neue Zangenwender „2in1“, der sowohl als Pfannenwender als auch als Zange zu verwenden ist, ergänzt ebenfalls das Sortiment. Unser Dosenöffner „ProLine Safety“ hinterlässt keine scharfen Kanten mehr und der Deckel fällt nicht in den Doseninhalt. Viele unserer Küchenprodukte wurden gemeinsam mit dem Sternekoch und Leifheit-Markenbotschafter Christian Henze entwickelt und in der Praxis getestet.

Wellbeing

In der Kategorie Wellbeing wurde die Produktreihe Soehnle „Relax“ im Jahr 2011 konsequent und nachhaltig ausgebaut. In der Produktreihe Wärme besitzen wir bereits eine klare Sortimentskompetenz. Für das Jahr 2012 arbeiten wir daran, hier neue Maßstäbe in Sachen Qualität, Mobilität und Flexibilität zu setzen. Die wachsende Produktreihe Massage werden wir im Jahr 2012 mit einer Vielzahl von Neuheiten ausstatten und damit das bestehende Sortiment gezielt abrunden. Zur Ambiente 2012 konnten wir bereits das neue Soehnle-Sortiment „Relax Air“ vorstellen. Mit den Design-Duftspendern runden wir die Kategorie Wellbeing mit Produkten zur Verbesserung der Raumluft ab.

Die Soehnle Waagen-Familie wurde in Hinblick auf Design und Funktionalität erneut weiterentwickelt. So wartet Soehnle unter anderem mit einer Personenwaage mit individualisierbarem Styling auf. Designvorlagen können unter „www.my-design.soehnle.com“ ausgewählt oder eigene Motive hochgeladen werden. Die passgenaue Designfolie kommt per Post nach Hause und kann einfach auf die Waagenoberfläche geklebt und beliebig oft ausgetauscht werden. Des Weiteren haben wir zur Ambiente eine Personenwaage und zwei Küchenwaagen vorgestellt, die mit Solarzellen der neuesten Generation ausgestattet sind und selbst bei wenig Licht oder künstlicher Beleuchtung eine optimale Leistung garantieren. Die Küchenwaage „Page“ – die flachste Küchenwaage der Welt – haben wir in einer hochwertigen Edelstahlversion auf den Markt gebracht. Sie ist mit dem „Reddot Design Award 2011“ sowie Anfang des Jahres 2012 mit dem „IF Productdesign Award“ und dem „Kücheninnovationspreis“ ausgezeichnet worden.

Patente und Schutzrechtsanmeldungen

Unser klares Bekenntnis zu innovativen Produkten wird auch an der Zahl der Patent- und Gebrauchsmusteranmeldungen 2011 deutlich: Die Leifheit AG hat mit 44 Patenten bzw. Gebrauchsmustern rund 30 Prozent mehr Patente und Gebrauchsmuster angemeldet als noch im Jahr zuvor.

Im Berichtsjahr 2011 waren bei Leifheit 26 Mitarbeiter in den Bereichen Entwicklung und Patente beschäftigt. Dabei handelt es sich überwiegend um Ingenieure, Techniker und Konstrukteure. Insgesamt wurden für den Bereich Entwicklung 4,0 Mio € aufgewendet.

Nachhaltigkeit

Mitarbeiter

Um im Bereich der Haushaltsprodukte führend und stets innovativ zu sein, sind wir auf das Potenzial, das Engagement und die Fähigkeiten unserer Mitarbeiter sowie die Expertise unserer Führungskräfte angewiesen. Daher leben wir bei Leifheit eine Unternehmenskultur, die auf ein wertschätzendes Miteinander, aktive Kommunikation und kontinuierlichen Dialog aufgebaut ist. Um die Werte unserer Kultur zu fördern, die fachlichen Fähigkeiten zu erhalten und unsere Attraktivität als Arbeitgeber weiter auszubauen, haben wir auch 2011 gezielt in die Weiterbildung und Qualifikation unserer Mitarbeiter investiert.

Leistung durch Mitsprache

Wir sind davon überzeugt, dass eine hohe Zufriedenheit unserer Mitarbeiter ihren Einsatz im Arbeitsleben sowie ihr Engagement für das Unternehmen steigert. Um das Maß an Zufriedenheit zu erheben, haben wir 2011 eine breit angelegte Mitarbeiterbefragung durchgeführt. Diese umfasste neben Fragen zu den direkten Bedingungen am Arbeitsplatz auch Bereiche wie Arbeitszufriedenheit, Unternehmensführung, Zusammenarbeit und Möglichkeiten zur persönlichen Weiterentwicklung innerhalb unseres Unternehmens. Wir freuen uns über die hohe Teilnahmequote von 64 Prozent der Mitarbeiter. Das Ergebnis bestätigt ein hohes Maß an Vertrauen der Belegschaft in den Vorstand der Leifheit AG, ein klares Verständnis der strategischen Ausrichtung unseres Unternehmens sowie ein vertrauensvolles Arbeitsklima. Die Ergebnisse der Umfrage ermöglichen es uns, Handlungsfelder zu identifizieren, Maßnahmen zu entwickeln und Stärken auszubauen. Auf diese Weise steigern wir gemeinsam unsere Leistungen und sichern den Unternehmenserfolg nachhaltig.

Erfolgreiche Kommunikation im Arbeitsalltag

Wir sind überzeugt, dass eine offene interne Unternehmenskommunikation zur Steigerung des Mitarbeiterengagements beiträgt. Aus diesem Grund bieten wir unseren Mitarbeitern verschiedene Möglichkeiten des Austausches. Für den intensiven Dialog mit der Führungskraft hat sich das jährlich stattfindende Mitarbeitergespräch als festes Personalführungsinstrument etabliert. Dabei tauschen sich Mitarbeiter und Vorgesetzte über unternehmensrelevante und arbeitsplatzspezifische Ziele aus und besprechen Aspekte der beruflichen Weiterentwicklung. Auf der Basis der Ergebnisse werden individuelle Weiterbildungsmaßnahmen für den Mitarbeiter identifiziert. Auf diese Weise erweitert unser Personal kontinuierlich seine Qualifikationen und trägt zum wachsenden Erfolg des Unternehmens bei.

Gesundheit der Mitarbeiter im Fokus

Die Gesundheit unserer Mitarbeiter ist für uns ein wichtiges Gut. Im Rahmen steigender Arbeitsanforderungen ist es für Leifheit selbstverständlich, eine angemessene Arbeitsumgebung zu fördern. Wir sehen es als unsere Pflicht an, die Mitarbeiter für das Thema Gesundheitsprävention und -förderung zu sensibilisieren.

Deshalb fand 2011 im Rahmen unseres Gesundheitsmanagements erstmalig ein Leifheit-Gesundheitstag statt. Dort hatten unsere Mitarbeiter die Möglichkeit, sich über die unterschiedlichsten Gesundheitsthemen rund um den Arbeitsplatz zu informieren. Die rege Beteiligung der Mitarbeiter ist für uns ein Zeichen, dieses Thema auch in Zukunft zu forcieren.

Moderne Berufsausbildung und Nachwuchsförderung

Das Leifheit-Ausbildungskonzept hat auch 2011 wieder Anerkennung gefunden: Zum achten Mal in Folge wurde Leifheit von der Industrie- und Handelskammer Koblenz für hervorragende Ausbildung und das damit verbundene besondere Engagement ausgezeichnet. Die IHK Koblenz ehrt auf diese Weise Unternehmen, deren Auszubildenden die Abschlussprüfung mit besonders guten Ergebnissen bestanden haben. Den ausgezeichneten Unternehmen wird damit bescheinigt, dass sie ihre Ausbildung mit außerordentlichem Interesse an der Entwicklung der jungen Menschen durchgeführt haben.

Wir freuen uns, dass wir auch 2011 alle acht Absolventen in teils unbefristete Arbeitsverhältnisse übernehmen konnten und gleichzeitig elf neue Auszubildenden sich für eine Ausbildung in unserem Unternehmen entschieden haben. Diese Erfolge bestärken uns in unserem Ausbildungskonzept: talentierten Nachwuchs für Leifheit zu gewinnen, zu fördern und langfristig an das Unternehmen zu binden.

Leifheit ist „Fair Company“

Auch im Rahmen unserer Nachwuchsförderung konnten wir im abgelaufenen Geschäftsjahr weitere junge Talente über studentische Praktika in den Bereichen Vertrieb, Marketing, Personal, Entwicklung, Qualitätsmanagement sowie Materialwirtschaft und Logistik für Leifheit gewinnen. Teilweise konnten wir ihnen darüber hinaus Perspektiven zur Weiterentwicklung bieten. In Bezug auf unsere studentische Nachwuchsförderung haben wir uns seit mittlerweile fünf Jahren als Mitglied der Initiative „Fair Company“ verpflichtet, keine Vollzeitstellen dauerhaft durch Praktikanten zu ersetzen und das durch die Nachwuchskräfte geleistete Engagement sowie Projektarbeiten angemessen zu vergüten.

Leifheit erneut „Top Arbeitgeber“

Wie bereits im Vorjahr wurde Leifheit auch 2011, basierend auf einer unabhängigen Studie des CRF Institute, mit dem Titel „Top Arbeitgeber Deutschland 2011“ ausgezeichnet. Seit 2003 zertifiziert das anerkannte und unabhängige CRF Institute in Deutschland Unternehmen im Bereich Personalmanagement. Die Seriosität der Auswertungs- und Scoring-Prozesse der einzelnen Studien wird im Auftrag des CRF Institute durch ein internationales Wirtschaftsprüfungsunternehmen validiert.

Wir haben somit auch im Jahr 2011 unsere Arbeitgeberqualitäten auf hohem Niveau unter Beweis gestellt. Wir freuen uns über die Auszeichnung, denn sie ist die Bestätigung für unsere nachhaltige und professionelle Personalarbeit. Mit unserer zukunftsweisenden Personalstrategie und zeitgemäßen Entwicklungsmaßnahmen für unsere Mitarbeiter sichert sich Leifheit einen Vorsprung auf dem Arbeitsmarkt, steigert die Mitarbeiterzufriedenheit und erhält seinen Personalbestand.

Mitarbeiter nach Regionen

| Standorte | 31.12.2011 | 31.12.2010 |
|--------------------|------------|------------|
| Deutschland | 397 | 419 |
| Österreich | 21 | 21 |
| Belgien | 8 | 8 |
| Italien | 8 | 7 |
| Leifheit AG | 434 | 455 |

Am 31. Dezember 2011 waren 434 Mitarbeiter (2010: 455) beschäftigt. Im Vergleich zum Vorjahr entsprach dies einer Verringerung des Personalbestands um 4,6 Prozent. Die durchschnittliche Beschäftigungszahl der Leifheit AG sank von 470 auf 445 Mitarbeiter. Die Personalaufwendungen im Geschäftsjahr 2011 betragen 25,3 Mio € (2010: 28,9 Mio €).

Konstant hohe Anzahl an Jubilaren

2011 ehrte Leifheit 32 Mitarbeiter anlässlich verschiedener Firmenjubiläen. Eine konstant hohe Anzahl von Jubilaren ist für uns ein Beleg für die starke Bindung unserer Mitarbeiter an das Unternehmen. Für uns ist das ausgewogene Verhältnis von Auszubildenden, neu eingestellten Mitarbeitern und langjährig aktiven Kollegen der Schlüssel zu einem erfolgreichen Wissenstransfer. Unser nachhaltiger Unternehmenserfolg ist der Beleg für diese erfolgreiche Mitarbeiterpolitik.

Umweltschutz

Wir tragen Verantwortung für einen rücksichtsvollen Umgang mit unserer Umwelt gegenüber unserer Gesellschaft. Als Unternehmen mit einer langjährigen Historie haben wir uns das Ziel gesetzt, bei allen Geschäftsprozessen besonders auf die Belange der Umwelt sowie den Erhalt der Ressourcen zu achten.

Durch eine stetige Weiterentwicklung unserer Produktionsprozesse tragen wir konsequent zur Vermeidung negativer Auswirkungen auf die Umwelt bei: Wir verwenden ausschließlich umweltverträgliche Produktionsmaterialien – das fängt bei der Entwicklungsabteilung an und reicht bis zum Produktionsprozess. Darüber hinaus achten wir auf ein konsequentes Recycling des anfallenden Ausschusses. Beispielsweise greifen wir auf spezielle Mühlen zum Einmahlen der Produktionsabfälle im Spritzgießverfahren zurück. Der dadurch gewonnene Rohstoff wird dem Verarbeitungsprozess wieder zugeführt.

Zu unserer Nachhaltigkeitsstrategie gehört auch der verantwortungsvolle Umgang mit Rohstoffen und Energie. 2011 haben wir in diesem Bereich verschiedene Maßnahmen umgesetzt:

Wir konnten beim Einsatz von Standardkartons durch Modifizierungen der Setzordnung einiger Produkte die Größe sowie die Kartonstärke verändern. Dies führt langfristig zur Volumensenkung im Frachtraum sowie zur Ressourceneinsparung mit Blick auf die eingesetzten Rohstoffe.

Durch die Installation einer intelligenten Elektrosteuerung in den Bürobereichen und den Einsatz von Bewegungsmeldern in Hallen- sowie Flur- und Sanitärbereichen war es uns möglich, den Energiebedarf deutlich zu reduzieren. Beim Austausch ausgedienter Flurfördergeräte wird nach Möglichkeit auf Elektrobetrieb und die neueste Technik mit Blick auf geringe CO₂-Emissionen umgestellt.

Insbesondere der Logistikbereich kann zu einer saubereren Umwelt entscheidend beitragen. Deshalb haben wir unsere Transportmöglichkeiten genauer beleuchtet und stellen unseren eigenen Fuhrpark nun kontinuierlich auf die neueste Technologie der Dieselfahrzeuge mit Euro 4-Norm oder Version Blue Motion um. Darüber hinaus wurde die Tourenplanung durch die Bündelung und Straffung einzelner Strecken deutlich optimiert und dadurch eine nachhaltige Verbesserung der CO₂-Bilanz erzielt. Zudem hat Leifheit einen Großteil seiner Containerlieferungen von der Straße auf die Schiene verlagert. Nur durch ein nachhaltiges Wirken und sparsamen Umgang mit den Ressourcen kann langfristig das größte Gut des Menschen erhalten bleiben: eine intakte Umwelt. Unser Engagement für die Umwelt spiegelt sich auch in unseren Produkten wider. Viele Verbraucher registrieren und honorieren diese Anstrengungen und nehmen die Marke Leifheit generell als nachhaltig wahr. Unsere Produkte stehen für hohe Qualität, Umweltverträglichkeit und Langlebigkeit. Nicht zuletzt durch die Sicherung und ständige Verbesserung dieser hohen Qualität leisten wir einen Beitrag zum Schutz der Umwelt.

Chancen und Risiken

Wesentliche Merkmale des internen Kontrollsystems und des Risikomanagementsystems im Rechnungslegungsprozess

Das interne Kontrollsystem ist die Gesamtheit aller aufeinander abgestimmten Grundsätze, Verfahren und Maßnahmen, um die Geschäfts- und Kontrollziele im Unternehmen zu erreichen und um die Sicherheit und Effizienz der Geschäftsabwicklung, die Zuverlässigkeit der Finanzberichterstattung sowie die Übereinstimmung mit Gesetzen und Richtlinien zu gewährleisten.

Für den Rechnungslegungsprozess bei Leifheit bedeutet dies, dass implementierte Kontrollen trotz möglicher Risiken einen regelungskonformen Jahresabschluss hinreichend sicherstellen. Dazu tragen verschiedene prozessintegrierte und prozessunabhängige Überwachungsmaßnahmen bei.

Unser Jahresabschluss wird auf der Basis einer einheitlichen Bilanzierungsrichtlinie erstellt. Ein Tool zur Erstellung des Jahresabschlusses stellt eine einheitliche Vorgehensweise sicher und minimiert mögliche Risiken von Falschaussagen in der Rechnungslegung und der externen Berichterstattung.

Die Finanzberichterstattung ist in eindeutig definierten Teilprozessen organisiert. Klare Verantwortlichkeiten bei Berücksichtigung des Prinzips der Funktionstrennung und des Vier-Augen-Prinzips reduzieren das Risiko von dolosen Handlungen.

Der Bereich Finanzen mit der fachlichen Verantwortung für die Erstellung des Jahresabschlusses formuliert verbindliche inhaltliche und terminliche Vorgaben an die dezentralen Einheiten und stellt so einheitliche Rechnungslegungspraktiken sicher, die möglichst geringe Ermessensspielräume bei Ansatz, Bewertung und Ausweis von Bilanzpositionen bieten.

Wir steuern und überwachen unsere relevanten IT-Systeme im Jahresabschlussprozess. Systemtechnische Kontrollen und manuelle Stichprobenprüfungen erfahrener Mitarbeiter gehören ebenso zum Sicherheitskonzept wie maßgeschneiderte Berechtigungen und Zugangsbeschränkungen; sie tragen dazu bei, die verwendeten Finanzsysteme vor Missbrauch zu schützen.

Das Gesamtbündel an Prozessen, Systemen und Kontrollen stellt hinreichend sicher, dass der Rechnungslegungsprozess im Einklang mit dem HGB sowie anderen rechnungslegungsrelevanten Regelungen und Gesetzen erfolgt und zuverlässig ist.

Im Folgenden beschreiben wir die uns derzeit bekannten Chancen und Risiken, welche die Entwicklung von Leifheit beeinflussen könnten.

Chancen

Wir analysieren laufend die für Leifheit relevanten Absatz- und Beschaffungsmärkte. Dies bildet für uns die Grundlage, um relevante Chancen und Marktpotenziale zeitnah zu erkennen. Durch die Entwicklung geeigneter Strategien versuchen wir, mögliche Chancen optimal für uns nutzbar zu machen. Das frühzeitige Erkennen von Markttrends hat daher einen hohen Stellenwert für Leifheit. Folgende Entwicklungen sind aktuell zu beobachten:

- Für Deutschland wird bis 2014 eine wachsende Anzahl der Haushalte prognostiziert. Dies liegt vor allem an der steigenden Zahl der Ein- bis Zwei-Personen-Haushalte. Mit Blick auf die historische Entwicklung wächst zudem die durchschnittliche Wohnfläche pro Wohnung. Wir gehen davon aus, dass sich diese Dynamik in der Zukunft positiv auf Leifheit mit seinem auf Haushaltsartikel ausgerichteten Geschäftsmodell auswirken wird.
- Für die jüngere Generation der Konsumenten ist ein grundlegender Wandel hin zu mehr Qualitätsbewusstsein beobachtbar. Damit rückt diese Zielgruppe noch stärker als bisher in den Fokus der Markenanbieter. Diese Entwicklung kann für Leifheit positive Wachstumsimpulse bedeuten.
- Die verstärkte Nachfrage nach Produkten aus nachhaltiger Herstellung beziehungsweise von Unternehmen, die auf einen verantwortungsvollen Umgang mit ihren Ressourcen, der Gesellschaft und den Mitarbeitern achten, ist ungebrochen. Die Verbraucher reagieren heute in ihrem Konsumverhalten viel sensibler als früher. Leifheit ist ein Unternehmen mit einem hohen Engagement in diesem Bereich und kann hiervon überproportional profitieren. Wir sind in der Wahrnehmung der Verbraucher bereits als nachhaltiges Unternehmen mit langlebigen Produkten positioniert.
- Der Wunsch nach „Entschleunigung“, welcher aus einem anhaltend hohen Stresslevel, starken Belastungen am Arbeitsplatz oder generell aus Gefühlen der Überforderung resultieren kann, wird auch weiterhin das Konsumentenverhalten beeinflussen. In diesem Zusammenhang sehen wir für die Produktkategorie Wellbeing positive Effekte. Mit unseren auf eine Steigerung des Wohlbefindens fokussierten Produkten, die unter der Marke Soehnle geführt werden, adressieren wir in besonderem Maße die beschriebene Zielgruppe.

Neben allgemeinen Markttrends analysieren wir auch regelmäßig die heutigen und künftigen Bedürfnisprofile, Erwartungen und Wunschvorstellungen unserer Endkonsumenten innerhalb der Produktkategorien.

Wir begegnen Marktchancen durch unsere Strategie „Leifheit GO!“. Diese fokussiert sich auf die drei Bereiche internationale Vertriebsstrategie, Marken- und Kommunikationsstrategie sowie Steigerung der Effizienz.

Mithilfe unserer Marken- und Kommunikationsstrategie schaffen wir die Möglichkeiten, unsere Position im Wettbewerb weiter auszubauen. Hierfür werden wir 2012 eine auf unseren Endkonsumenten zugeschnittene Kampagne starten. Mehr als jeder zweite Haushalt verwendet ein Produkt von Leifheit – damit sind unsere Artikel in über 25 Millionen deutscher Haushalte zu Hause. Unter dem Motto „Ich vertrau auf Leifheit“ stellen sich deutsche Verbraucher hinter die Marke und ihre hochwertigen Produkte aus den Bereichen „Frische Wäsche“, „Sauberes Zuhause“ und „Clevere Küche“. Die neue Dachmarkenkampagne macht rationale Produktvorteile emotional erlebbar. Sie zeigt, wo, wann und warum die Konsumenten unsere Produkte nutzen und wie Leifheit ihnen die Arbeit im Haushalt leichter macht. Im Zentrum der Werbeaktivitäten stehen TV-Spots, PR- und Onlinemaßnahmen mit typischen Leifheit-Verwendern. Dazu gehören prominente Protagonisten wie Starkoch Christian Henze genauso wie „ganz normale“ Menschen, die sich dazu bekennen, dass sie auf die Produkte und Qualität von Leifheit vertrauen.

Durch die Entwicklung innovativer Produkte schaffen wir die Möglichkeit, Marktanteile zu steigern. Der Beleg für unsere kontinuierlichen Anstrengungen ist die Steigerung der Patentanmeldungen um ca. 30 Prozent in 2011 im Vergleich zum Vorjahr.

Im Rahmen von Effizienzsteigerungen nutzen wir die Möglichkeiten, unsere Produktions- und Logistikprozesse zu verbessern. Mittels Optimierung der Supply Chain steigern wir unsere Flexibilität, können Kundenanfragen wirkungsvoller begegnen und steigenden Einkaufspreisen in Fernost durch gezielte Produktionsverlagerungen entgegenwirken.

Risiken

Risikomanagementsystem

Die Risikostrategie von Leifheit basiert auf dem globalen Ziel des Fortgangs der Geschäftstätigkeit. Zentrales Element des Risikomanagementsystems ist der systematische Risikomanagementprozess, der regelmäßig durchlaufen wird. Am Anfang dieses Prozesses steht die Risikoidentifikation, bei der halbjährlich alle Gefahrenquellen, Schadensursachen und Störpotenziale in einheitlichen Risikotabellen systematisch analysiert und dokumentiert werden. Die Risikoidentifikation erstreckt sich auf alle Geschäftsbereiche der Leifheit-Gruppe sowie die wesentlichen Beteiligungen. Treten neue Risiken auf, informiert der Risikoverantwortliche im Rahmen der Ad-hoc-Berichterstattung unverzüglich.

Die identifizierten Risiken werden nach ihrem Schadensausmaß sowie ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit bewertet und eingestuft. Darüber hinaus werden Einzelrisiken untereinander systematisch auf Abhängigkeiten analysiert und ggf. zu neuen Risiken zusammengefasst. Die dabei entstehende aggregierte Form aller einzelnen Risikotabellen stellt das sogenannte „Risikoinventar“ dar. Dieses wird grafisch in einer Risk Map abgebildet und an Vorstand sowie Aufsichtsrat kommuniziert. Zur Risikosteuerung werden von den jeweiligen Risikoverantwortlichen zu jedem Risiko Maßnahmen zur Vermeidung, Verminderung oder Überwälzung des Risikos in der Risikotabelle definiert, dokumentiert und aktiv umgesetzt. Der jeweilige Status der Gegenmaßnahme wird ebenfalls vom Risikoverantwortlichen in der Risikotabelle dokumentiert.

Zur Risikoüberwachung wurden allgemeine Warnindikatoren sowie fallspezifische Indikatoren für konkrete Einzelrisiken definiert. Alle Indikatoren werden regelmäßig beobachtet, um Risiken und die Wirksamkeit von eingeleiteten Gegenmaßnahmen besser steuern zu können. Im Handbuch zum Risikomanagementsystem werden die Berichterstattung und die Aufbauorganisation klar definiert.

Gesamtwirtschaftliche und Branchenrisiken

Wir gehen für 2012 von einem weiteren Wachstum der Weltwirtschaft aus. Allerdings sind unsere Erwartungen mit hohen Unsicherheiten verbunden. Für die Industrieländer besteht das Risiko einer weiteren wirtschaftlichen Abschwächung, insbesondere aufgrund der Verschuldungskrise einiger Länder und der damit verbundenen Turbulenzen auf den Finanzmärkten. Sollten die Schwellenländer nicht die erwartete Wachstumsdynamik aufweisen, verstärkt sich das Risiko einer Abschwächung der weltwirtschaftlichen Entwicklung. Dies würde die Nachfrage auf den für uns wichtigen Märkten belasten.

Die Entwicklung der Arbeitslosigkeit spielt für Leifheit eine dominierende Rolle, weil sie ganz entscheidenden Einfluss auf das Konsumverhalten der Menschen hat. Zu den gesamtwirtschaftlichen Risiken zählen auch die Zyklizität der Einzelmärkte im Inland wie im Ausland sowie die letztlich kaum prognostizierbare Entwicklung der Währungsrelationen, was für ein weltweit tätiges Unternehmen wie Leifheit keine unwesentliche Bedeutung hat. Daneben dürfen auch die Branchenrisiken nicht übersehen werden, die vor allem in der weiteren Entwicklung des Handels sichtbar werden.

Unternehmensstrategische Risiken

Die unternehmensstrategischen Risiken lassen sich in zwei Kategorien einteilen: Die gesamtwirtschaftliche Entwicklung in den Zielmärkten von Leifheit ist letztlich nicht prognostizierbar und wird von Faktoren geprägt, die sich außerhalb des Einflussbereichs eines einzelnen Unternehmens bewegen. In die zweite Kategorie fallen die unmittelbaren Auswirkungen von neuen unternehmensstrategischen Entscheidungen. Dazu zählen die Risiken aus Käufen, Verkäufen und Restrukturierungen genauso wie die Entscheidungen zur Ausweitung des internationalen Geschäfts. Während ein Unternehmen bei gesamtwirtschaftlichen Veränderungen nur die Möglichkeit hat, vorausschauend, schnell und effizient zu reagieren, besteht bei anstehenden unternehmensstrategischen Entscheidungen bereits im Vorfeld die Möglichkeit, potenzielle Gefahren auszuschließen. Zur Minimierung der unternehmensstrategischen Risiken trifft der Vorstand der Leifheit AG in enger Zusammenarbeit mit dem Aufsichtsrat alle entsprechenden Entscheidungen nach profunder und umfangreicher Analyse der damit potenziell verbundenen Risiken.

Finanzwirtschaftliche Risiken

■ Liquiditätsrisiko

Das Liquiditätsrisiko, d. h. das Risiko, aufgrund einer mangelhaften Verfügbarkeit von Zahlungsmitteln bestehende oder zukünftige Zahlungsverpflichtungen nicht erfüllen zu können, wird zentral gemanagt. Zur Sicherstellung der jeweiligen Zahlungsfähigkeit werden liquide Mittel und Kreditlinien bereitgehalten, um sämtliche Zahlungsverpflichtungen zur jeweiligen Fälligkeit erfüllen zu können. Die Liquidität wird hauptsächlich in Form von Tages- und Termingeldanlagen vorgehalten. Im Rahmen eines Cashpoolings werden Mittel bedarfsgerecht intern an Tochtergesellschaften und Niederlassungen weitergeleitet. Die Leifheit AG hält am 31. Dezember 2011 liquide Mittel in Höhe von 26,2 Mio €. Bankkredite werden nicht in Anspruch genommen. Darüber hinaus stehen nicht in Anspruch genommene kurzfristige Kreditlinien in Höhe von 11,5 Mio € zur Verfügung.

■ Währungsrisiko

Da wir einen großen Anteil unseres Geschäfts außerhalb der Euroländer tätigen, können Währungsschwankungen das Ergebnis wesentlich beeinflussen. Das Währungsrisiko ist insbesondere für den US-Dollar und die Tschechische Krone bedeutsam. Die Währungsrisiken werden zentral erfasst. Zur Absicherung werden im Wesentlichen Devisentermingeschäfte eingesetzt. Der Umfang der Absicherung wird regelmäßig evaluiert. Translationsrisiken – also Bewertungsrisiken für Bilanzbestände aus der Umrechnung von Fremdwährungspositionen – werden grundsätzlich nicht abgesichert.

■ Zinsrisiko

Ein Zinsrisiko liegt nur für die Anlage der liquiden Mittel vor und ist beim derzeitigen Zinsniveau nicht relevant. Verzinliche Finanzverbindlichkeiten bestehen zurzeit nicht.

■ Kreditrisiko (Ausfallrisiko)

Wir schließen Finanzinstrumente im Finanzierungsbereich grundsätzlich nur mit solchen Kontrahenten ab, die über eine gute Bonität verfügen bzw. einem Einlagensicherungsfonds angeschlossen sind. Dabei werden Geschäfte nur im Rahmen vorgegebener Kontrahentenlimite getätigt. Im Liefergeschäft werden Außenstände und Ausfallrisiken fortlaufend überwacht; teilweise sind sie zusätzlich über Warenkreditversicherungen abgesichert.

■ Sonstige Preisrisiken (insbesondere Rohstoffpreisrisiken)

Die Einkaufspreise für Rohstoffe, Resaleprodukte (Handelswaren) und Energie können je nach Marktsituation erheblich schwanken. Wie schon in der Vergangenheit kann es Zeiten geben, in denen wir gestiegene Einkaufspreise nicht oder nur verzögert an unsere Kunden weitergeben können. Wir reduzieren das Preisrisiko teilweise durch längerfristige Lieferverträge. Finanzderivate setzen wir nicht ein.

Weitere Risiken

■ Produktions- und Beschaffungsmarktrisiken

Die Produktions- und Logistikkapazitäten an einigen unserer Produktionsstandorte könnten z. B. durch technisches Versagen, Naturkatastrophen, Brand oder Lieferunterbrechungen bei Zulieferern beeinträchtigt werden. Das Gleiche trifft für unsere Lieferanten von Resaleprodukten zu. Gelingt es uns in diesen Fällen nicht, mit der Produktion auf andere Standorte auszuweichen oder alternative Lieferanten zu finden, kann es zu Umsatzrückgängen kommen. Wir reduzieren die Ausfallwahrscheinlichkeit unserer Standorte durch kontinuierliche wie auch präventive Instandhaltung, Brandschutz- und andere Vorsorgemaßnahmen. Für Großschäden und Betriebsunterbrechungen sind entsprechend Versicherungen abgeschlossen. Das Risiko des Ausfalls von Lieferanten reduzieren wir durch die Auswahl zertifizierter leistungsstarker Zulieferer, die für Zuverlässigkeit, Qualität und Innovation stehen.

■ Produktqualitätsrisiken

Wir sind dem Risiko möglicher Produktmängel ausgesetzt, die auch zu Verletzungen bei Konsumenten führen bzw. dem Ansehen unserer Produkte und unserer Marken schaden können. Zur Verringerung solcher Risiken führen wir intensive Qualitätskontrollen an eigenen Produktionsstandorten und auch bei Zulieferern durch. Eine Produkthaftpflichtversicherung minimiert das finanzielle Risiko.

■ Risiken der Informationstechnologien

Die Geschäftsprozesse sowie die interne und externe Kommunikation unseres Unternehmens basieren zunehmend auf Informationstechnologien. Eine wesentliche Störung oder gar ein Ausfall der dezentralen Systeme kann zu Datenverlust und Beeinträchtigung der Geschäftsprozesse führen. In Zusammenarbeit mit unseren IT-Dienstleistern und Implementierungspartnern werden die Risiken durch organisatorische und technische Vorkehrungen sowie professionelles Projektmanagement begrenzt.

■ Rechtliche Risiken

Wir sind dem Risiko ausgesetzt, dass Dritte Forderungen wegen Verletzung ihrer Schutzrechte, Patentrechte oder anderer Rechte geltend machen. Um dieses Risiko zu minimieren, werden neue Produkte, Designs und Namen überprüft, um etwaige Konflikte mit Dritten zu identifizieren und zu vermeiden.

Gesamtbeurteilung der Chancen und Risiken

Wir bewegen uns unserer Einschätzung nach in einem Chancen- und Risikoprofil, das für unser Unternehmen typisch und untrennbar mit dem unternehmerischen Handeln verbunden ist.

Hinsichtlich der erläuterten Risiken – und unter Berücksichtigung der Eintrittswahrscheinlichkeit – erwarten wir keine einzelnen oder aggregierten Risiken, welche die Unternehmensfortführung wesentlich gefährden.

Die Gesamtrisikosituation ist begrenzt und weiterhin überschaubar.

Nachtragsbericht

Keine wesentlichen Veränderungen seit dem Ende des Berichtszeitraumes

Vorgänge, die für die Beurteilung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Leifheit AG von besonderer Bedeutung wären, sind nach dem Ablauf des Geschäftsjahres nicht eingetreten.

Prognosebericht

Herausforderndes Jahr 2012

Der Weltwirtschaft steht laut Konjunkturprognosen eine Abkühlung bevor. Die Wachstumserwartungen wurden aufgrund der anhaltenden Unsicherheit über die weitere Entwicklung der Schuldenkrise im Euroraum und einer damit verbundenen Rezession zum Teil deutlich gesenkt. Der Internationale Währungsfonds (IWF) rechnet für 2012 mit einem globalen Wirtschaftswachstum von 3,3 Prozent. Für die Eurozone wird ein Rückgang der Wirtschaftsleistung um 0,5 Prozent vorhergesagt. Lediglich die USA sollen nach Angaben der Prognosen eine vergleichsweise stabile Entwicklung mit einem Plus von 1,8 Prozent aufweisen. Für Deutschland sind die Erwartungen an die Wirtschaftsleistung ebenfalls gedämpft: Es wird nur noch mit einem Wachstum in Höhe von 0,3 Prozent gerechnet.

Während sich die klassischen Wirtschaftsnationen 2012 auf eine Rezession einstellen, boomt die Wirtschaft in den Schwellenländern. Vor allem in China wird ein anhaltendes Wachstum von 8,2 Prozent erwartet. Insgesamt schätzt der IWF das Wirtschaftswachstum der Schwellenländer auf 5,4 Prozent.

Aufgrund volatiler Märkte sind verlässliche Prognosen für die Rohstoffpreisentwicklung für 2012 kaum möglich. Hier setzt Leifheit weiterhin auf vorausschauende Lieferverträge für unsere Haupteinsatzmaterialien, um die Abhängigkeit von Preisschwankungen zu reduzieren und unsere Unternehmensziele langfristig abzusichern.

Konsum als Stütze der Konjunktur

Trotz trüber Konjunkturaussichten soll sich das Konsumverhalten in Deutschland laut einer GfK-Konsumstudie weiterhin positiv entwickeln. Die Konjunkturerwartungen sowie die Anschaffungsneigung haben mit dem Beginn des Jahres 2012 noch einmal angezogen. Gründe für die anhaltende Kauflust der Deutschen sind unter anderem die rückläufige Inflation und die positiven Impulse aus dem Arbeitsmarkt. Aufgrund von fehlendem Vertrauen in die Finanzmärkte und historisch niedriger Zinsen investieren die Verbraucher vermehrt in Anschaffungen, anstatt ihre Ersparnisse anzulegen.

Leifheit strebt weiteres Wachstum an

Wir sehen uns mit dem Fokus auf Haushaltsprodukte im aktuellen Umfeld weiterhin gut positioniert. Von dem anhaltend positiven Konsumklima in Deutschland erwarten wir auch 2012 profitieren zu können. Mit der Restrukturierung unserer Unternehmensbereiche sowie den Optimierungen in Bezug auf Fertigung und Logistik haben wir unsere Organisation konsequent auf weiteres profitables Wachstum ausgerichtet.

Im Jahr 2012 liegt unsere Priorität weiterhin auf der Umsetzung unserer im Kapitel Geschäftstätigkeit und Organisationsstruktur im Detail vorgestellten Unternehmensstrategie „Leifheit GO!“, die bis zum Jahr 2014 angelegt ist. Daneben werden wir auch im laufenden Jahr wieder viele clevere Produktinnovationen unter unseren Marken Leifheit, Dr. Oetker Backgeräte und Soehnle in den Handel bringen.

Die Geschäftsentwicklung 2012 wird ganz wesentlich von den möglichen Auswirkungen der Staatsschuldenkrise auf unsere Fokustländer geprägt sein. Wenn die Auswirkungen einer möglichen Finanzkrise in unseren Hauptmärkten nur moderat ausfallen und sich der US-Dollar nur leicht unter dem Vorjahresniveau bewegt, erwarten wir für die Jahre 2012 und 2013 jeweils ein nachhaltiges Umsatzwachstum von durchschnittlich drei bis fünf Prozent sowie eine überproportionale Ergebnissteigerung (bezogen auf das bereinigte Betriebsergebnis) im unteren zweistelligen prozentualen Bereich. Es sind Investitionen in Höhe von 6,2 Mio € geplant, die aus eigenen Mitteln finanziert werden.

Unsere internationale Orientierung, unsere starken und etablierten Marken mit führenden Marktpositionen und eine solide Kapitalausstattung machen uns zuversichtlich, diese Ziele erreichen zu können.