

Quartalsmitteilung zum 30. September 2021

Auf einen Blick

- Konzernumsatz wächst in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2021 um 11,9 Prozent
- Heimatmarkt Deutschland mit Umsatzplus von 20,0 Prozent
- Konzernumsatz in Q3 2021 mit 69,7 Mio. € leicht unter dem hohen Niveau des Vorjahresquartals
- Konzern-EBIT steigt in 9M 2021 um 8,1 Prozent auf 16,6 Mio. €
- Free Cashflow auf 7,1 Mio. € verbessert
- Verwerfungen in den globalen Lieferketten belasten EBIT in Q3 2021
- Konzernumsatzprognose für 2021 unverändert, Ergebnisprognose (EBIT) auf 15 bis 20 Mio. € angepasst

Konzernkennzahlen zum 30. September

		2020	2021	Veränderung
Umsatz				
Konzern	Mio. €	201,9	226,0	11,9 %
Household	Mio. €	161,3	182,6	13,2 %
Wellbeing	Mio. €	18,5	19,8	6,7 %
Private Label	Mio. €	22,1	23,6	6,9 %
Auslandsanteil	%	57,9	54,9	-3,0 PP
Rentabilität				
Bruttomarge	%	44,7	42,7	-2,0 PP
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	Mio. €	4,6	11,2	>100 %
Free Cashflow	Mio. €	-0,3	7,1	>100 %
Fremdwährungsergebnis	Mio. €	-0,6	0,6	>100 %
EBIT	Mio. €	15,4	16,6	8,1 %
EBIT-Marge	%	7,6	7,3	-0,3 PP
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	Mio. €	14,6	16,0	9,6 %
Periodenergebnis	Mio. €	10,6	11,5	8,8 %
Ergebnis je Aktie (EPS)	€	1,11	1,21	9,0 %
Investitionen	Mio. €	5,0	4,3	-14,0 %

Vorwort

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

der Leifheit-Konzern hat in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2021 seine Scaling up Success Wachstumsstrategie konsequent fortgeführt.

Zum 30. September 2021 haben wir ein Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT) von 16,6 Mio. € erzielt. Dies entspricht einer Steigerung von 8,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahreswert von 15,4 Mio. €. Maßgeblich getragen wurde dieser Ergebnisanstieg durch ein zweistelliges Umsatzwachstum. In den ersten neun Monaten 2021 erreichte der Konzernumsatz 226,0 Mio. €. Das entspricht einem deutlichen Zuwachs von 11,9 Prozent gegenüber dem entsprechenden Wert des Vorjahres, der bei 201,9 Mio. € lag.

In dem Umsatzzuwachs und der deutlichen Ergebnisverbesserung machen sich die positiven Effekte der Scaling up Success Wachstumsstrategie bemerkbar. Im Zuge unserer strategischen Initiativen haben wir im laufenden Geschäftsjahr weiterhin verstärkt in Verbraucherwerbung für Produkte unserer Marken Leifheit und Soehnle investiert. Diese Investitionen werden wir bis zum Jahresende und darüber hinaus im Jahr 2022 fortsetzen, unter anderem mit einer groß angelegten Printkampagne, die die Soehnle Küchenwaage Page Profi 300 in den Fokus der Verbraucher rückt. Diese Waage mit intelligenter 4-Sensoren-Technologie für präzise Wiegeergebnisse wurde vom Magazin „Haus & Garten Test“ mit dem Testurteil „sehr gut“ ausgezeichnet. Dazu kommen TV-Kampagnen in ausgewählten europäischen Märkten für Bestseller-Produkte wie den innovativen Akku-Saugwischer Regulus Aqua PowerVac, den CLEAN TWIST Disc Mop und den Standwäschetrockner Pegasus. Auch im dritten Quartal konnten wir durch unsere strategischen Marketingmaßnahmen insbesondere die Kernmarke Leifheit als Wachstumstreiber weiter stärken.

Regional betrachtet entwickelte sich unser umsatzstärkster Heimatmarkt Deutschland mit einem Umsatzwachstum von 20,0 Prozent in den ersten neun Monaten überdurchschnittlich gut. Auch die erfreuliche Performance der bedeutenden Märkte Frankreich und Italien hat sich durch die erfolgreich durchgeführten TV-Kampagnen und die Ausweitung des Distributionsnetzwerks fortgesetzt. In unserem bedeutendsten Markt in Osteuropa, Tschechien, konnten wir aufgrund intensiver Marketingaktivitäten ebenfalls ein zweistelliges Umsatzwachstum erzielen.

Die per saldo sehr gute Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten 2021 ist durch Effekte der COVID-19-Pandemie sowie die globalen Auswirkungen auf die Beschaffungsmärkte zunehmend beeinflusst worden. So haben im dritten Quartal weiter gestiegene Rohstoffpreise, die geringe Verfügbarkeit von Frachtraum und damit verbundene Kostensteigerungen und Lieferengpässe die Geschäftsentwicklung stark beeinträchtigt, was sich insbesondere in der Ertragsentwicklung des dritten Quartals entsprechend niedergeschlagen hat. So erreichte das Konzern-EBIT 3,0 Mio. €, während es im entsprechenden Quartal des Vorjahres bei 6,6 Mio. € gelegen hatte.

Der Konzernumsatz lag im dritten Quartal 2021 mit 69,7 Mio. € nur leicht unter dem außerordentlich starken, auch von den Effekten der Pandemie geprägten dritten Quartal des Vorjahres, in dem ein Wachstum von 28 Prozent auf 71,6 Mio. € erzielt worden war.

Angesichts der aktuellen Markttendenzen erwarten wir, dass die Verwerfungen in den globalen Lieferketten auch in den kommenden Monaten eine Herausforderung für den Leifheit-Konzern darstellen werden. Gleichzeitig können notwendige Verkaufspreiserhöhungen

nur zeitversetzt an den Markt weitergegeben werden. Im Ergebnis werden diese Maßnahmen im laufenden Geschäftsjahr daher nur teilweise ihre Wirkung entfalten.

Vor dem Hintergrund der beschriebenen Geschäftsentwicklung im dritten Quartal haben wir eine Neueinschätzung unserer Ergebniserwartungen für das Gesamtjahr 2021 vorgenommen. Wir gehen bei unveränderter Umsatzprognose – einem Wachstum des Konzernumsatzes von mindestens 5 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert – nun für 2021 von einem Konzern-EBIT zwischen 15 und 20 Mio. € aus.

Auch unter den erschwerten Rahmenbedingungen werden wir im Sinne aller Aktionärinnen und Aktionäre unsere strategischen Initiativen fortsetzen und unsere Arbeit darauf ausrichten, den Markterfolg unserer vielfach ausgezeichneten Produkte zu steigern. Unser europäischer Produktions- und Logistik-Footprint und unsere Absicherungsmaßnahmen in der Supply Chain haben uns in den vergangenen Monaten in die Lage versetzt, unsere Kunden trotz der Herausforderungen mit unseren Bestseller-Produkten weitgehend verlässlich zu beliefern. Wir arbeiten weiter fokussiert daran, den Leifheit-Konzern auf die angespannte Situation auf den weltweiten Beschaffungsmärkten einzustellen und gleichzeitig unseren Wachstumskurs fortzusetzen.

Wir freuen uns, wenn Sie uns auf diesem Weg begleiten und dem Leifheit-Konzern weiterhin die Treue halten.

Ihr Vorstand

Henner Rinsche

Igor Iraeta Munduate

Marco Keul

Quartalsmitteilung zum 30. September 2021

Geschäftsverlauf

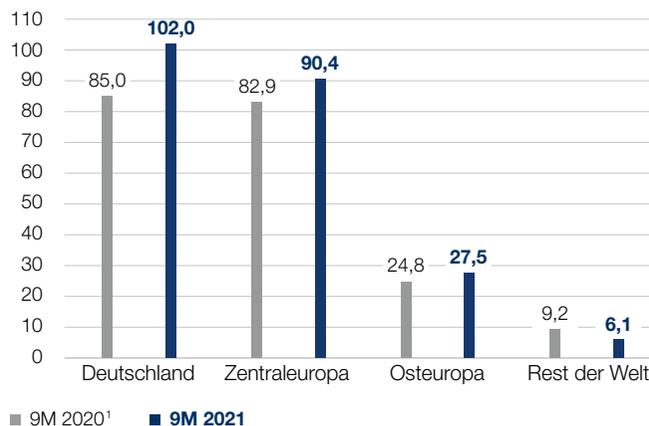
In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2021 hat der Leifheit-Konzern einen Umsatz von 226,0 Mio. € erzielt. Das entspricht einem Wachstum des Konzernumsatzes von 11,9 Prozent gegenüber dem entsprechenden Vorjahreswert (201,9 Mio. €). Zu dieser positiven Entwicklung beigetragen hat zum einen die gute Entwicklung im umsatzstärksten Heimatmarkt Deutschland. Hier konnte der Umsatz überproportional um 20,0 Prozent gesteigert werden, wodurch der Wachstumstrend in diesem Markt bestätigt wurde. Zum Zweiten machen sich in der guten Umsatzentwicklung die Impulse der ausgeweiteten Marketingaktivitäten im laufenden Geschäftsjahr bemerkbar. Insbesondere die im Zuge der TV-Kampagnen beworbene Marke Leifheit konnte zweistellige Umsatzzuwächse verzeichnen. Daneben hat sich die Umsatzdynamik im Segment Wellbeing mit dem Produktsortiment der Marke Soehnle im Zuge eines veränderten Verbraucherverhaltens im dritten Quartal etwas abgeschwächt. Hier lag das Umsatzwachstum bei 6,7 Prozent.

Insgesamt ist die Geschäftsentwicklung im dritten Quartal wesentlich von den Effekten der COVID-19-Pandemie sowie den daraus resultierenden globalen Auswirkungen auf die Beschaffungsmärkte geprägt. Zunehmend haben sich vor allem im August und September Lieferengpässe und damit verbundene Kostensteigerungen bei vielen Rohstoffen und Vorprodukten bemerkbar gemacht. In der Vergleichsbetrachtung des Vorjahreszeitraums ist des Weiteren zu berücksichtigen, dass sich wegen der Schließungen im stationären Handel im Frühjahr 2020 ein Großteil der Umsätze auf den Spätsommer verschoben hatte – mit deutlich zweistelligen Wachstumsraten im dritten und vierten Vorjahresquartal. Dennoch blieb der Konzernumsatz im dritten Quartal 2021 mit 69,7 Mio. € nur leicht unter dem Niveau des außerordentlich starken Vergleichsquarter des Vorjahres, in dem ein Umsatz von 71,6 Mio. € erzielt worden war.

Nach Regionen verzeichnete der Leifheit-Konzern in nahezu allen Kernmärkten in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2021 einen zweistelligen Umsatzanstieg. Durch das Umsatzwachstum in Zentraleuropa und Osteuropa nahmen die Auslandsumsätze insgesamt um 7,1 Mio. € auf 124,0 Mio. € (Vorjahr: 116,9 Mio. €) zu. Der Auslandsanteil lag damit bei 54,9 Prozent (Vorjahr: 57,9 Prozent¹).

Konzernumsatz nach Regionen

in Mio. €



¹ Bereinigter Vorjahreswert bedingt durch entstehungsgerechte Zuordnung von Umsätzen eines bedeutenden Onlinehändlers.

Konzernumsatz nach Regionen

Deutschland

Im Heimatmarkt Deutschland entwickelte sich der Umsatz in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2021 ausgesprochen dynamisch. Hier erzielte der Leifheit-Konzern einen Gesamtumsatz von 102,0 Mio. € (Vorjahr: 85,0 Mio. €¹), was einer Steigerung von 20,0 Prozent entspricht. Damit erwirtschaftete der Leifheit-Konzern 45,1 Prozent seines Umsatzes in Deutschland. Ganz wesentliche Treiber dieser positiven Entwicklung sind die erfolgreichen TV-Kampagnen für ausgewählte Bestseller der Marken Leifheit und Soehnle.

Zentraleuropa

In Zentraleuropa stieg der Umsatz des Leifheit-Konzerns in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2021 um 9,1 Prozent auf insgesamt 90,4 Mio. € (Vorjahr: 82,9 Mio. €¹). Besonders erfreulich entwickelten sich mit zweistelligen Zuwächsen neben Skandinavien vor allem die wichtigen Märkte Frankreich und Italien. Dort machten sich die Effekte der erfolgreich durchgeführten TV-Kampagnen positiv bemerkbar. Zudem zeigte hier weiter Wirkung, dass im Zuge der intensivierten Marketingaktivitäten das Distributionsnetzwerk in beiden Ländern weiter ausgeweitet werden konnte. In der Folge ist der Umsatz in beiden Regionen mit deutlich zweistelligen Raten gewachsen.

Osteuropa

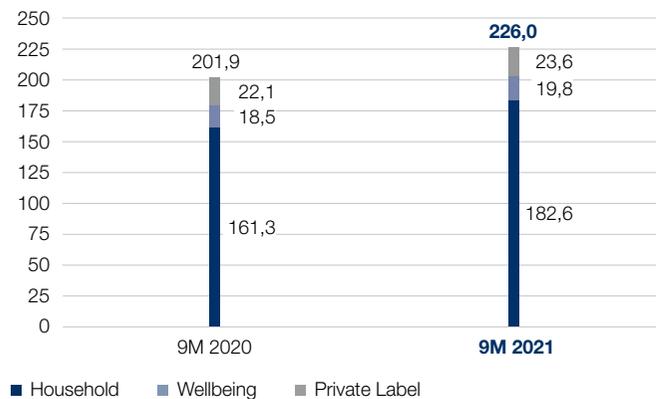
Die Umsatzerlöse in der Region Osteuropa lagen in den ersten drei Quartalen 2021 mit 27,5 Mio. € um 10,6 Prozent über dem Vorjahresvergleichswert von 24,8 Mio. €. In Tschechien, dem umsatzstärksten Markt in dieser Region, konnte erneut ein zweistelliges Wachstum erzielt werden, was auch hier auf intensivierte Marketingaktivitäten zurückzuführen ist. Auch in Polen und der Ukraine verlief die Umsatzentwicklung in den ersten neun Monaten 2021 besser als im Vorjahreszeitraum. In beiden Ländern konnte der Umsatz zweistellig gesteigert werden.

Rest der Welt

Die Umsätze in den außereuropäischen Regionen entwickelten sich insgesamt rückläufig und gingen im Betrachtungszeitraum um 33,9 Prozent auf 6,1 Mio. € zurück (Vorjahr: 9,2 Mio. €). Die Gründe für diese Entwicklung liegen vor allem in den durch die COVID-19-Pandemie verursachten Effekten begründet, die sich in der Vergleichsbetrachtung niederschlugen. So hatte im Vorjahr das Onlinegeschäft vor allem in den USA, aber auch in Asien bedingt durch die temporären Schließungen im stationären Handel stark zugenommen. Im aktuellen Betrachtungszeitraum ist dieser Effekt weggefallen, was zu entsprechenden Rückgängen der Umsätze, insbesondere im US-amerikanischen Markt, geführt hat.

Konzernumsatz nach Segmenten

in Mio. €



Konzernumsatz nach Segmenten

Es wird zwischen den berichtspflichtigen Segmenten Household, Wellbeing und Private Label unterschieden.

Household

Im Segment Household erzielte der Leifheit-Konzern in den ersten neun Monaten 2021 einen Umsatzzuwachs von 13,2 Prozent auf insgesamt 182,6 Mio. € (Vorjahr: 161,3 Mio. €). Durch diesen überproportionalen Zuwachs erhöhte sich der Anteil des Segments am Konzernumsatz von 79,9 Prozent im Vorjahr auf nunmehr 80,8 Prozent. Zum starken Wachstum im Segment Household leistete insbesondere die Kategorie Reinigen mit einem Wachstum von 22,6 Prozent ihren Beitrag. Hier profitierte Leifheit von den positiven Effekten der ausgeweiteten TV-Werbekampagnen für Reinigungsprodukte. Auch die umsatzstärkste Kategorie Wäschepflege hat sich mit einem Wachstum von 9,1 Prozent im Berichtszeitraum positiv entwickelt. Schwächer war dagegen die Kategorie Küche. Hier machten sich andere Prioritäten der Verbraucher in ihrem Konsumverhalten im Non-Food-Bereich bemerkbar.

Wellbeing

Im Segment Wellbeing mit der Marke Soehnle konnte der Leifheit-Konzern einen Gesamtumsatz von 19,8 Mio. € erzielen (Vorjahr: 18,5 Mio. €). Mit einer Umsatzsteigerung von 6,7 Prozent hat die Wachstumsdynamik gegenüber dem Vorjahreszeitraum etwas nachgelassen, die auch von den Effekten der Schutzmaßnahmen im Zuge der COVID-19-Pandemie geprägt war. Der Anteil am Gesamtumsatz lag bei 8,8 Prozent (Vorjahr: 9,2 Prozent). Die Umsatzzuwächse sind auch im Segment Wellbeing ganz wesentlich auf die ausgeweiteten Marketingaktivitäten zurückzuführen. Insbesondere bei den beworbenen Waagen der Marke Soehnle steht ein deutliches Wachstum zu Buche. Dagegen hat sich die im Vorjahreszeitraum wie auch im ersten Halbjahr 2021 zu verzeichnende starke Nachfrage nach Produkten zur Luftbehandlung im dritten Quartal abgeschwächt.

Private Label

Das Segment Private Label, in dem hauptsächlich Handelsmarken durch die französischen Tochtergesellschaften Birambeau und Herby vertrieben werden, erreichte im Betrachtungszeitraum Umsätze von 23,6 Mio. € (Vorjahr: 22,1 Mio. €), was einem Zuwachs von 6,9 Prozent entspricht. Der Anteil am Gesamtumsatz lag bei 10,4 Prozent (Vorjahr: 10,9 Prozent). Hier spielt eine Rolle, dass der stationäre Handel im französischen Markt im Vorjahreszeitraum besonders stark von den pandemiebedingten Einschränkungen betroffen war. Dadurch waren wesentliche Absatzkanäle zeitweise geschlossen. Im laufenden Jahr normalisiert sich dort die Entwicklung. Von der damit verbundenen Umsatzbelebung konnte der Leifheit-Konzern profitieren.

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2021 erreichte der Leifheit-Konzern ein Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT) von 16,6 Mio. € (Vorjahr: 15,4 Mio. €). Das entspricht einem Anstieg von 1,2 Mio. € bzw. 8,1 Prozent.

Zum Ergebnisanstieg trug vor allem das starke Umsatzwachstum von 24,1 Mio. € bzw. 11,9 Prozent bei. Das Bruttoergebnis stieg absolut um 6,1 Mio. € auf 96,4 Mio. €. Die Bruttomarge fiel aber um 2 Prozentpunkte von 44,7 Prozent im Vorjahreszeitraum auf 42,7 Prozent. Hintergrund ist, dass die Rohstoffpreise und die Eingangsfrachten deutlich gestiegen sind. Gleichzeitig können erforderliche Verkaufspreiserhöhungen nur zeitversetzt an den Markt weitergegeben werden und haben daher im bisherigen Geschäftsverlauf noch kaum Wirkung entfaltet. Dennoch lag die EBIT-Marge mit 7,3 Prozent nur um 0,3 Prozentpunkte unter dem vergleichbaren Vorjahreswert (7,6 Prozent). Dazu hat ein striktes Kostenmanagement wesentlich beigetragen.

Die Vertriebskosten stiegen um 6,1 Mio. € auf 65,8 Mio. €. Dies lag an nochmals höheren Werbeaufwendungen der ersten neun Monate 2021 von 4,8 Mio. €, die hauptsächlich aus den durchgeführten TV-Werbekampagnen resultierten. Ebenso stiegen mit den höheren Umsatzerlösen die Ausgangsfrachten um 1,5 Mio. €. Der leichte Rückgang der Verwaltungskosten um 0,3 Mio. € auf 11,4 Mio. € war maßgeblich von niedrigeren Personalaufwendungen geprägt.

Das Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT) erhöhte sich um 1,4 Mio. € auf 16,0 Mio. € (Vorjahr: 14,6 Mio. €). Nach Abzug der Steuern ergab sich damit für die ersten neun Monate 2021 ein Periodenergebnis von 11,5 Mio. € (Vorjahr: 10,6 Mio. €).

Der Leifheit-Konzern verfügt weiterhin über eine solide Liquiditätsausstattung, auch wenn die Konzernliquidität in den ersten neun Monaten 2021 um 3,2 Mio. € auf 35,6 Mio. € gesunken ist. Der Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit stieg im Berichtszeitraum um 6,6 Mio. € auf 11,2 Mio. € (Vorjahr: 4,6 Mio. €). Grund hierfür ist, dass die Forderungen und Vorräte im Vorjahreszeitraum wesentlich stärker gestiegen sind als im Berichtszeitraum. Die Investitionen lagen in den ersten drei Quartalen 2021 mit 4,3 Mio. € um 0,7 Mio. € unter dem Vorjahresvergleichswert von 5,0 Mio. €. Der Free Cashflow stieg auf 7,1 Mio. € (Vorjahr: –0,3 Mio. €), was aus dem Anstieg des Mittelzuflusses aus der betrieblichen Tätigkeit resultierte. Dem Free Cashflow stand der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit von –10,3 Mio. € – im Wesentlichen die Auszahlung der Dividende – entgegen, weshalb die Konzernliquidität um 3,2 Mio. € abnahm.

Zum Stichtag 30. September 2021 belief sich die Bilanzsumme nahezu unverändert auf 230,5 Mio. € nach 230,0 Mio. € zum Jahresende 2020. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen stiegen im Vergleich zum Stichtag 31. Dezember 2020 um 4,9 Mio. € (Vorjahr: Anstieg um 16,2 Mio. €).

Unsere strategischen Maßnahmen zur Verschlankeung unserer Produktlinien führten zu einer Reduzierung der Bestandsvolumen, dennoch erhöhte sich der Bestandswert insbesondere aufgrund der gestiegenen Beschaffungspreise. Die Vorräte stiegen daher im Vergleich zum 31. Dezember 2020 um 2,7 Mio. € (Vorjahr: Anstieg um 12,6 Mio. €). Die Umsatzsteuerforderungen fielen um 1,6 Mio. €.

Die kurzfristigen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten stiegen um 0,9 Mio. €, maßgeblich aus Erlösschmälerungen. Die Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern fielen aufgrund höherer Vorauszahlungen um 2,2 Mio. €.

Die Ausschüttung der Dividende im laufenden Jahr in Höhe von 10,0 Mio. € erfolgte im zweiten Quartal, während im Vorjahr die Dividende von 5,2 Mio. € erst im vierten Quartal ausgezahlt wurde. Das Eigenkapital stieg zum 30. September 2021 im Vergleich zum 31. Dezember 2020 um 6,1 Mio. € auf 106,6 Mio. €. Entsprechend erhöhte sich die Eigenkapitalquote auf 46,2 Prozent (31. Dezember 2020: 43,7 Prozent). Zum Periodenergebnis von 11,5 Mio. € kam ein Anstieg der sonstigen Rücklagen um 4,4 Mio. € hinzu, während die Ausschüttung der Dividende das Eigenkapital um 10,0 Mio. € reduzierte.

Chancen und Risiken

Die Chancen und Risiken für den Leifheit-Konzern wurden im zusammengefassten Lagebericht zum 31. Dezember 2020 ausführlich beschrieben. Auf diese Darstellung wird an dieser Stelle verwiesen. Im Berichtszeitraum ergaben sich demgegenüber keine entscheidenden Veränderungen der wesentlichen Chancen und Risiken für die verbleibenden Monate des Geschäftsjahres. Auch die weiter andauernde COVID-19-Pandemie hat nicht zu wesentlichen Änderungen der Risikoeinschätzung in diesem Zusammenhang geführt. Unter Berücksichtigung der jeweiligen Eintrittswahrscheinlichkeiten und der möglichen finanziellen Auswirkungen der erläuterten Risiken sowie angesichts der soliden Bilanzstruktur und der gegenwärtigen Geschäftsaussichten erwartet der Vorstand keine substanzielle Gefährdung der Unternehmensfortführung.

Umsatz- und Ergebnisprognose für das laufende Geschäftsjahr 2021

Der Leifheit-Konzern blickt insgesamt auf erfolgreiche neun Monate des Geschäftsjahres 2021 zurück. Jedoch haben sich im dritten Quartal die globalen Auswirkungen der Pandemie auf dem Beschaffungsmarkt noch einmal spürbar verschärft: Weiter gestiegene Rohstoffpreise, die geringe Verfügbarkeit von Frachtraum sowie damit verbundene Kostensteigerungen und Lieferengpässe haben auch die Ertragslage des Leifheit-Konzerns verstärkt beeinträchtigt. Die Verwerfungen in den globalen Lieferketten bleiben auch für die kommenden Monate eine

Herausforderung. Gleichzeitig können erforderliche Verkaufspreiserhöhungen nur zeitversetzt an den Markt weitergegeben werden und somit im laufenden Geschäftsjahr nur teilweise eine Wirkung entfalten. Dies wird auch im Schlussquartal das Konzernergebnis belasten.

Der Vorstand hat daher eine Neueinschätzung der Erwartungen für das Gesamtjahr 2021 vorgenommen: Er geht nun von einem Konzernergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT) zwischen 15 und 20 Mio. € aus. Zuvor war ein EBIT von 20 bis 24 Mio. € erwartet worden.

Die im März veröffentlichte Umsatzprognose des Leifheit-Konzerns für das Jahr 2021 bleibt unverändert. Der Vorstand erwartet damit weiterhin ein Wachstum des Konzernumsatzes von mindestens 5 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert. Im Fokus der Strategie steht weiterhin der Ausbau des Kerngeschäfts mit den Marken Leifheit und Soehnle in den Segmenten Household und Wellbeing. Im Segment Household rechnen wir mit einem Umsatzwachstum von mindestens 6 Prozent, im deutlich kleineren Wellbeing-Segment gehen wir von einem Umsatz leicht unter dem Vorjahreswert aus. Im Segment Private Label erwarten wir weiterhin einen Umsatz leicht über dem Wert des Vorjahres.

Wir werden auch im weiteren Geschäftsjahr unsere grundsätzlich konservative Finanzpolitik unverändert fortsetzen. Vor dem Hintergrund der Herausforderungen in der Supply Chain und der angepassten Ergebnisprognose erwarten wir für das Jahr 2021 nun einen Free Cashflow von etwa 4 bis 8 Mio. €. Dabei gehen wir nun von einer Erhöhung des Working Capital gegenüber dem Vorjahr aus. Dies resultiert im Wesentlichen aus einem Anstieg der Vorräte aufgrund von Preiseffekten und der abermals notwendigen höheren Bevorratung insbesondere von Rohmaterialien zur Absicherung unserer Lieferfähigkeit sowie aus einem Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Zuvor hatten wir mit einem Free Cashflow von etwa 10 bis 14 Mio. € gerechnet.

Die Prognose für das Gesamtjahr 2021 basiert auf der Annahme, dass es nicht zu erneuten wesentlichen Einschränkungen durch die COVID-19-Pandemie in den für den Leifheit-Konzern relevanten Märkten und Handelskanälen kommt.

Weitergehende Informationen finden sich im zuletzt veröffentlichten Jahresfinanzbericht des Leifheit-Konzerns für das Geschäftsjahr 2020. Der Bericht steht unter finanzberichte.leifheit-group.com auf der Homepage zur Verfügung.

Gesamtergebnisrechnung

T €	1. Juli bis 30. Sept. 2020	1. Juli bis 30. Sept. 2021	1. Jan. bis 30. Sept. 2020	1. Jan. bis 30. Sept. 2021
Umsatzerlöse	71.594	69.659	201.948	225.972
Kosten der Umsatzerlöse	-38.835	-41.928	-111.643	-129.577
Bruttoergebnis	32.759	27.731	90.305	96.395
Forschungs- und Entwicklungskosten	-1.314	-1.450	-3.967	-4.315
Vertriebskosten	-21.533	-21.620	-59.698	-65.757
Verwaltungskosten	-3.142	-2.015	-11.656	-11.392
Sonstige betriebliche Erträge	383	255	1.124	1.260
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-61	-60	-159	-244
Fremdwährungsergebnis	-545	118	-599	649
Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT)	6.547	2.959	15.350	16.596
Zinserträge	5	10	12	19
Zinsaufwendungen	-243	-211	-746	-601
Sonstiges Finanzergebnis	-1	6	-4	6
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	6.308	2.764	14.612	16.020
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-1.782	-784	-4.048	-4.525
Periodenergebnis	4.526	1.980	10.564	11.495
Beiträge, die nicht in künftigen Perioden in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden				
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen	-3.098	-751	-1.593	2.915
Ertragsteuer aus versicherungsmathematischen Gewinnen/Verlusten aus leistungsorientierten Pensionsplänen	908	220	467	-854
Beiträge, die gegebenenfalls in künftigen Perioden in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden				
Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	-307	41	-888	477
Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	-257	-5	-1.035	446
Ertragsteuer aus der Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	75	-8	303	-140
Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	-377	797	-607	2.182
Ertragsteuer aus der Absicherung von Cashflows	102	-226	171	-626
Sonstiges Ergebnis	-2.954	68	-3.182	4.400
Gesamtergebnis nach Steuern	1.572	2.048	7.382	15.895
Ergebnis je Aktie auf Grundlage Periodenergebnis (unverwässert und verwässert)	0,48 €	0,21 €	1,11 €	1,21 €

Bilanz

T €	31. Dez. 2020	30. Sept. 2021
Kurzfristige Vermögenswerte		
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	38.825	35.640
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	57.427	62.306
Vorräte	59.720	62.418
Forderungen aus Ertragsteuern	579	51
Vertragsvermögenswerte	1.078	687
Derivative Finanzinstrumente	374	1.767
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	4.297	1.508
Summe kurzfristige Vermögenswerte	162.300	164.377
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte	18.755	18.272
Sachanlagevermögen	37.597	37.471
Nutzungsrechte aus Leasingverhältnissen	1.011	838
Latente Steueransprüche	10.234	9.193
Derivative Finanzinstrumente	–	210
Sonstige langfristige Vermögenswerte	112	113
Summe langfristige Vermögenswerte	67.709	66.097
Summe Vermögenswerte	230.009	230.474
Kurzfristige Schulden		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	47.059	47.925
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	3.395	1.173
Sonstige Rückstellungen	4.917	4.805
Derivative Finanzinstrumente	641	–
Leasingschulden	670	425
Summe kurzfristige Schulden	56.682	54.328
Langfristige Schulden		
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	68.004	64.115
Sonstige Rückstellungen	3.880	3.821
Latente Steuerschulden	524	1.230
Derivative Finanzinstrumente	149	–
Leasingschulden	344	414
Summe langfristige Schulden	72.901	69.580
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	30.000	30.000
Kapitalrücklage	17.026	17.164
Eigene Anteile	–7.445	–7.350
Gewinnrücklagen	78.072	79.579
Sonstige Rücklagen	–17.227	–12.827
Summe Eigenkapital	100.426	106.566
Summe Eigenkapital und Schulden	230.009	230.474

Kapitalflussrechnung

T €	1. Jan. bis 30. Sept. 2020	1. Jan. bis 30. Sept. 2021
Periodenergebnis	10.564	11.495
Abschreibungen	6.335	5.788
Veränderung der Rückstellungen	-614	-1.160
Ergebnis aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	-2	-36
Veränderung der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-24.419	-3.142
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	12.291	-1.712
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	434	-79
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	4.589	11.154
Einzahlungen aus der Veräußerung von Sachanlagen und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	100	275
Auszahlungen für den Erwerb von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	-5.012	-4.308
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-4.912	-4.033
Veränderung eigene Anteile	-	233
Auszahlungen für Leasingschulden	-545	-587
Gezahlte Dividende an die Aktionäre der Muttergesellschaft	-	-9.988
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-545	-10.342
Veränderung von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	-868	-3.221
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestands	-47	36
Finanzmittelbestand am Anfang der Berichtsperiode	50.301	38.825
Finanzmittelbestand am Ende der Berichtsperiode	49.386	35.640

Segmentberichterstattung

Kennzahlen nach berichtspflichtigen Segmenten zum 30. September 2021 in Mio. €				
	Household	Wellbeing	Private Label	Summe
Umsatzerlöse	182,6	19,8	23,6	226,0
Bruttoergebnis	82,8	8,2	5,4	96,4
Segmentergebnis (EBIT)	14,1	1,2	1,3	16,6

Kennzahlen nach berichtspflichtigen Segmenten zum 30. September 2020 in Mio. €				
	Household	Wellbeing	Private Label	Summe
Umsatzerlöse	161,3	18,5	22,1	201,9
Bruttoergebnis	76,2	8,5	5,6	90,3
Segmentergebnis (EBIT)	12,2	2,0	1,2	15,4

Informationen über die Segmente und deren Steuerung sind dem Jahresfinanzbericht 2020 zu entnehmen.

Ergänzende Informationen

Diese Quartalsmitteilung entspricht § 53 der Börsenordnung für die Frankfurter Wertpapierbörse. Es handelt sich nicht um einen Quartalsfinanzbericht nach den Vorgaben des § 115 WpHG. Sie wurde von einem Abschlussprüfer weder geprüft noch einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Ergebnisse des aktuellen Berichtsquartals lassen nicht notwendigerweise Rückschlüsse auf die Entwicklung zukünftiger Ergebnisse zu.

Die von Leifheit angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden entsprechen unter Berücksichtigung der erstmals anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften im Wesentlichen denen des letzten veröffentlichten Konzernabschlusses zum Ende des vergangenen Geschäftsjahres. Eine detaillierte Beschreibung findet sich im Anhang des Jahresfinanzberichts 2020 des Leifheit-Konzerns. Er steht auf der Homepage unter finanzberichte.leifheit-group.com zur Verfügung.

Veränderungen im Konsolidierungskreis oder wesentliche Änderungen der organisatorischen Struktur bzw. des Geschäftsmodells fanden im Berichtszeitraum nicht statt.

Im Berichtszeitraum fanden personelle Veränderungen in den Organen der Leifheit AG statt:

Der Aufsichtsrat hat Herrn Marco Keul mit Wirkung vom 1. Mai 2021 zum Mitglied des Vorstands und Chief Financial Officer (CFO) bestellt. Marco Keul übernahm damit die CFO-Funktion von Henner Rinsche (Vorstandsvorsitzender, CEO), der die Rolle seit April 2020 in Personalunion inne hatte. Der Vorstand der Leifheit AG besteht somit wieder aus einem dreiköpfigen Team.

Disclaimer

Zukunftsbezogene Aussagen

Diese Quartalsmitteilung enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf aktuellen Einschätzungen des Managements über künftige Entwicklungen beruhen. Solche Aussagen unterliegen Risiken und Unsicherheiten, die außerhalb der Möglichkeiten von Leifheit bezüglich einer Kontrolle oder präzisen Einschätzung liegen, wie beispielsweise das zukünftige Marktumfeld und die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, das Verhalten der übrigen Marktteilnehmer sowie Maßnahmen staatlicher Stellen. Sollte einer dieser oder sollten andere Unsicherheitsfaktoren und Unwägbarkeiten eintreten oder sich die Annahmen, auf denen diese Aussagen basieren, als unrichtig erweisen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den in diesen Aussagen explizit genannten oder implizit enthaltenen Ergebnissen abweichen. Es ist von Leifheit weder beabsichtigt noch übernimmt Leifheit eine gesonderte Verpflichtung, zukunftsbezogene Aussagen zu aktualisieren, um sie an Ereignisse oder Entwicklungen nach dem Datum dieses Berichts anzupassen.

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

Bei der Verwendung von gerundeten Beträgen und Prozentangaben können aufgrund kaufmännischer Rundung geringe Abweichungen entstehen.

Finanzkalender

23. – 24. Nov. 2021	Deutsches Eigenkapitalforum (virtuell)
29. März 2022	Jahresfinanzberichte 2021, Nichtfinanzielle Konzernklärung 2021
11. Mai 2022	Quartalsmitteilung zum 31. März 2022
25. Mai 2022	Hauptversammlung
9. Aug. 2022	Halbjahresfinanzbericht zum 30. Juni 2022
8. Nov. 2022	Quartalsmitteilung zum 30. September 2022



Postfach 11 65
56371 Nassau/Lahn
Telefon: +49 2604 977-0
www.leifheit-group.com
ir@leifheit.com