



AKTIV
CLEVER
ER
IN > 80

LÄNDERN

1.026 Mitarbeiter
Menschen *innovativ* hoch-
& Ideen *innovativ* wertige
INNOVATION *innovativ* Marken-
UND QUALITÄT *innovativ* produkte

219,5 Mio Euro
Umsatz 2013

POS EXCELLENCE

ICH VERTRAU

AUF LEIFHEIT

EFFIZIENT *effizient* Fokus auf
Marke und
Marge

FOKUS-
MÄRKTE

VERTRIEB IN
INTERNATIONALEN
MÄRKTEN

*verbraucher-
relevante
Produktinno-
vationen*

Qualität

LEIFHEIT

Aktiengesellschaft

AUF EINEN BLICK

- Konzernumsatz stabil mit 55,9 Mio €
- Markengeschäft erzielt Plus von 4,1 Prozent auf 47,0 Mio €
- E-Commerce-Umsätze wachsen erneut zweistellig
- EBIT steigt auf 4,0 Mio €
- Liquide Mittel erhöhen sich auf 53,3 Mio €

KONZERNKENNZAHLEN ZUM 31. MÄRZ

		2013	2014	Veränderung
Umsatz¹⁾				
Konzern	Mio €	55,6	55,9	0,6 %
Markengeschäft	Mio €	45,2	47,0	4,1 %
Volumengeschäft	Mio €	10,4	8,9	-14,8 %
Auslandsanteil	%	56,6	54,6	-2,0 PP
Rentabilität				
Bruttomarge	%	44,1	47,0	2,9 PP
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	Mio €	2,9	2,2	-24,0 %
Free Cashflow	Mio €	2,5	1,3	-47,3 %
EBIT	Mio €	2,8	4,0	44,2 %
EBIT-Marge	%	4,9	7,1	2,2 PP
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	Mio €	2,4	3,6	50,2 %
Periodenergebnis	Mio €	1,8	2,5	39,1 %
Mitarbeiter				
Konzern	Personen	1.029	1.039	1,0 %
Investitionen in Sachanlagen				
	Mio €	0,5	1,0	>100 %

¹⁾ Umsatz 2013 bereinigt um Restverkäufe aus dem Ende 2012 aufgegebenen Geschäft mit Dr. Oetker Backgeräte in Höhe von 0,8 Mio €

VORWORT

Sehr geehrte Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionäre,

Leifheit ist mit einem Umsatzanstieg im ersten Quartal von 0,6 Prozent auf 55,9 Mio € in das Geschäftsjahr 2014 gestartet. Entsprechend unserer strategischen Planungen legten die Umsätze im Segment Markengeschäft mit einer Steigerungsrate von 4,1 Prozent auf 47,0 Mio € deutlich zu. Wir möchten diese Entwicklung angesichts des wetterbedingt niedrigen Vorjahresvergleichswertes zwar nicht überbewerten, allerdings mussten wir im ersten Quartal 2014 auch das Marktausscheiden eines wichtigen Kunden im Baumarktbereich kompensieren. Gleichzeitig machte sich die aktuelle politische Lage in Osteuropa bemerkbar, die unser Geschäft in dieser eigentlich wachstumsstarken Region spürbar belastete und ein potenziell stärkeres Umsatzplus im Markengeschäft verhinderte. Vor diesem Hintergrund freuen wir uns über die höhere Nachfrage nach unseren Markenprodukten, vor allem in Deutschland und Zentraleuropa, wo sich insbesondere unsere im zweiten Quartal 2013 eingeführte Produktinnovation Fenstersauger als konstanter Wachstumstreiber zeigte.

Im Segment Volumengeschäft blieb die Umsatzentwicklung – im Einklang mit unserer Zielsetzung, das Volumengeschäft besonders unter dem Gesichtspunkt der Profitabilität zu führen – im ersten Quartal 2014 hinter dem Vorjahreswert zurück. Die Umsatzerlöse beliefen sich auf 8,9 Mio € und lagen damit um 14,8 Prozent unter dem Wert der ersten drei Monate 2013.

Unser operatives Ergebnis (EBIT) entwickelte sich erneut erfreulich: Es stieg im ersten Quartal auf Konzernebene auf 4,0 Mio €. Die EBIT-Marge belief sich entsprechend auf 7,1 Prozent. Analog dieser Entwicklung erreichte das Vorsteuerergebnis (EBT) 3,6 Mio €, ein Plus von 50,2 Prozent. Eine strikte Kostendisziplin und die auf 47,0 Prozent gestiegene Bruttomarge (Vorjahr: 44,1 Prozent) trugen zur positiven Entwicklung des Ergebnisses bei.

Unsere strategischen Maßnahmen zur Weiterentwicklung des Leifheit-Konzerns haben wir im ersten Quartal konsequent vorangetrieben.

Eindrucksvoller Beleg für unsere Anstrengungen im Bereich E-Commerce ist ein erneut zweistelliges Umsatzwachstum in diesem Vertriebskanal. Besonders erfreulich zeigte sich die Entwicklung in Deutschland mit fast einem Drittel Zuwachs im Vergleich zu den ersten drei Monaten des Jahres 2013.

Im Rahmen unserer Marken- und Kommunikationsstrategie haben wir unsere Marketingkampagne „Die Siegertypen 2014“ gelauncht. Im Fokus stehen Konsumenten, die für die erfolgreichsten Leifheit-Produkte sprechen und diese aufmerksamkeitsstark präsentieren. Die Vorstellung der Kampagne erfolgte auf unserer wichtigsten Branchenmesse, der Ambiente im Februar. Auch in diesem Jahr präsentierten wir dort unsere Produktneuheiten für das Jahr 2014, darunter die Weiterentwicklungen unserer Top-Produkte Fenstersauger, CLEAN TWIST Reinigungs- und Click-Systems sowie unseres extrem leichten Air-Bügeltischsortiments. Der Erfolg dieser Produkte ist für uns ein wichtiges Signal für die Innovationskraft und Zukunftsfähigkeit von Leifheit und bestärkt uns in unseren Anstrengungen zur Optimierung unserer Innovationsprozesse und zu einem verstärkten Fokus auf die Verbraucher.

In den USA werden wir in den kommenden Monaten unsere Vertriebsaktivitäten neu aufstellen. Hierfür werden wir auf das Know-how eines Distributors zurückgreifen und dort das Retail- sowie das E-Commerce-Geschäft bündeln. Wir versprechen uns hiervon positive Impulse für die zweite Jahreshälfte.

Ungeachtet des sich langsam aufhellenden Geschäftsumfelds in Europa verfolgen wir für 2014 das konservative Ziel einer stabilen Entwicklung des Leifheit-Konzerns. Auf Konzernebene erwarten wir Umsatzerlöse auf dem bereinigten Niveau des Jahres 2013. Wir legen den Fokus unverändert auf das Markengeschäft und werden das Volumengeschäft auch weiterhin besonders unter dem Gesichtspunkt der Profitabilität führen. Im Gesamtjahr 2014 erwarten wir dementsprechend im Markengeschäft ein Umsatzplus von ein bis drei Prozent. Im Volumengeschäft gehen wir von einer leicht rückläufigen Umsatzentwicklung aus. Wir werden im Laufe des Jahres unsere Umsatzprognose weiter konkretisieren.

Wir rechnen 2014 mit einem operativen Ergebnis (EBIT) auf dem guten Niveau von 2013 (14,9 Mio €) als Resultat der erwarteten stabilen Umsatzentwicklung und der bestehenden Konzentration auf die Verbesserung der Margen bei gleichzeitiger Kostendisziplin.

Mit freundlichen Grüßen



Thomas Radke



Dr. Claus-O. Zacharias

DIE LEIFHEIT-AKTIE

Finanzmärkte starten verhalten optimistisch ins Jahr 2014

Nach einer positiven Stimmung an den Finanzmärkten Ende 2013 zeigte sich die Entwicklung der meisten Leitindizes im ersten Quartal deutlich verhaltener trotz einer generell attraktiven Bewertung vieler Aktien und eines weiterhin niedrigen Zinsniveaus. Der SDAX – Vergleichsindex für die Leifheit-Aktie – bewegte sich auf einem hohen Niveau seitwärts und erreichte mit 7.268 Punkten seinen höchsten Stand im Februar. Sein Verlauf war über die ersten drei Monate 2014 von höherer Volatilität geprägt. Zum 31. März 2014 schloss der SDAX etwas niedriger bei 7.168 Punkten. Im Vergleich zum Schlusskurs 2013 entspricht dies einem Kursplus von rund fünf Prozent.

Leifheit-Aktie im Aufwind

Der Kurs der Leifheit-Aktie legte zu Beginn des Jahres 2014 deutlich zu und lag am 10. Januar rund 12 Prozent über dem Schlusskurs Ende 2013. Nach einem kurzfristigen Rückgang Ende Januar bewegte sich der Wert in einem Korridor zwischen 35,00 € und 36,00 €. Mit Veröffentlichung des Jahresfinanzberichts 2013 sowie des Dividendenvorschlags legte der Kurs noch einmal leicht zu. Ihren Höchstkurs im ersten Quartal erreichte die Leifheit-Aktie am vorletzten Handelstag mit 36,35 €. Die Aktie schloss am 31. März 2014 bei 36,10 €. Dies entspricht einem Zuwachs von rund 17 Prozent im Vergleich zum Schlusskurs 2013 und ein Plus von etwa 12 Prozentpunkten im Vergleich zur Entwicklung des SDAX.

Gestiegenes Handelsvolumen bei unveränderter Aktionärsstruktur

Im Vergleich zum durchschnittlichen Handelsvolumen im letzten Quartal des Vorjahres stieg die Anzahl der gehandelten Stücke im ersten Quartal 2014 auf durchschnittlich 1.984 Aktien pro Tag (Q4 2013: 1.539). Die Marktkapitalisierung der Leifheit AG lag Ende März bei rund 180 Mio € und erhöhte sich somit im Vergleich zum Ende des Vorjahres kräftig (31. Dezember 2013: 155 Mio €). Die Anzahl der ausstehenden Aktien wie auch die Aktionärsstruktur blieben im ersten Quartal 2014 unverändert.

Home Beteiligungen GmbH, München	50,27 %
MKV Verwaltungs GmbH, Grünwald	10,03 %
Joachim Loh, Haiger	8,26 %
Leifheit AG, Nassau	5,01 %
Free Float (Streubesitz)	26,43 %

Intensiver Austausch mit dem Kapitalmarkt

Im Rahmen einer Bilanzpresse- und Analystenkonferenz präsentierten wir am 27. März 2014 unsere Geschäftszahlen für das Jahr 2013. Im Anschluss daran waren wir auf Roadshow in Frankfurt, Brüssel und Zürich und besuchten zudem mehrere Kapitalmarktkonferenzen. Wir nutzen diese Gelegenheit zum umfassenden und persönlichen Austausch mit Analysten und institutionellen Anlegern.

Im ersten Quartal 2014 und im Anschluss an die Veröffentlichung unseres Jahresfinanzberichts 2013 haben insgesamt vier Analysten Studien zur Leifheit-Aktie veröffentlicht. Aktuelle Analystenurteile lauten auf „Kaufen“ oder „Halten“ mit Kurszielen zwischen 38,00 € und 44,00 € für die nächsten zwölf Monate.

ZWISCHENLAGEBERICHT

Grundlagen des Konzerns

Der Leifheit-Konzern ist einer der führenden europäischen Markenanbieter von Haushaltsartikeln. Das Unternehmen steht für hochwertige und innovative Produkte mit hohem Gebrauchsnutzen und wegweisenden Designs. Wir sind in über 80 Ländern an 15 eigenen Standorten aktiv.

Wir gliedern unser operatives Geschäft in zwei Segmente:

Im Markengeschäft vertreiben wir unsere Produkte unter den zwei bekannten Marken Leifheit und Soehnle. Die Produkte unseres Markengeschäfts zeichnen sich durch hochwertige Verarbeitungsqualität in Verbindung mit besonderem Verbrauchernutzen aus und werden im mittleren bis gehobenen Preissegment angeboten.

Zum Volumengeschäft des Leifheit-Konzerns zählen die französischen Tochterunternehmen Birambeau und Herby sowie das Projektgeschäft. Wir bieten hier Produktsortimente in mittlerer Preislage sowie kundenspezifische Produktentwicklungen und deren Fertigung sowie Lohnfertigungen im Auftrag Dritter an.

Über beide Unternehmensbereiche hinweg konzentrieren wir uns auf unsere Kernkompetenzen in den Kategorien Reinigen, Wäschepflege, Küche und Wellbeing.

Wir konzipieren unsere Produkte mithilfe eigener Entwicklungsabteilungen. Hiervon profitiert insbesondere das innovationsgetriebene Markengeschäft. Die Fertigung erfolgt sowohl in eigenen Produktionsstätten in Deutschland, der Tschechischen Republik und Frankreich als auch bei externen Zulieferern in verschiedenen Ländern Europas und Asiens. Wir vertreiben unsere Produkte vorwiegend in Deutschland und Europa – darüber hinaus in den USA, im Mittleren Osten und in Fernost. Der Vertrieb erfolgt im stationären Handel vor allem über große Handelsketten und den Großhandel. Weiterhin nutzen wir verstärkt moderne Distributionskanäle wie beispielsweise den Distanzhandel beziehungsweise E-Commerce.

Die Leifheit AG ist seit 1984 eine börsennotierte Aktiengesellschaft nach deutschem Recht. Die Aktien der Leifheit AG sind für den Prime Standard an der Frankfurter Wertpapierbörse zugelassen und werden an allen deutschen Börsenplätzen gehandelt (ISIN DE0006464506). Zum 31. März 2014 betrug die Marktkapitalisierung rund 180 Mio €. Die Gesellschaft ist eingetragen im Handelsregister des Amtsgerichts Montabaur unter HRB 2857, Sitz und Verwaltung befinden sich bis heute am Ort der Gründung in Nassau/Lahn.

Die wesentlichen Standorte der Leifheit AG in Deutschland sind Nassau (Verwaltung und Produktion) und Zuzenhausen (Logistik). Daneben bestehen im Ausland drei rechtlich nicht selbstständige Niederlassungen. Die Leifheit AG besitzt elf direkte oder indirekte Tochterunternehmen.

Personelle Veränderungen in den Organen

Zum 1. Januar 2014 wurde Herr Thomas Radke zum Vorsitzenden des Vorstands bestellt. Er verantwortet neben dem Vorstandsvorsitz die Bereiche Marketing, Entwicklung sowie Vertrieb und ab 1. April 2014 auch den Bereich Personal.

Darüber hinaus gab es im Berichtszeitraum keine personellen Veränderungen in den Organen der Leifheit AG.

Wirtschaftliches Umfeld

Weitere Stabilisierung der Weltwirtschaft

Für das erste Quartal 2014 geht der Internationale Währungsfonds (IWF) weiterhin von einem moderaten Wachstum der Weltwirtschaft um rund vier Prozent aus. Ein starker Wachstumsimpuls wird weiterhin aus den USA erwartet, obwohl der IWF davon ausgeht, dass sich die Wachstumsraten im ersten Quartal leicht abgeschwächt haben. Ein leicht geringeres Wachstum erwartet der IWF im ersten Quartal für die Schwellenländer und China. In Europa deuten die Zeichen auf eine weitere Erholung der Konjunktur hin, auch wenn die wirtschaftlichen Risiken für die südeuropäischen Länder weiterhin Bestand haben. In Deutschland bleibt der anhaltend stabile Inlandskonsum, gepaart mit der guten Arbeitsmarktsituation, weiterhin der Haupttreiber für die positiven Steigerungsraten. Die Auswirkungen der politischen Unruhen in der Ukraine auf die Wirtschaftsentwicklung in Russland und Europa sind zum aktuellen Zeitpunkt noch nicht absehbar.

Konsumklima in Deutschland weiterhin im Aufwind

Der Geschäftsklimaindex für die gewerbliche Wirtschaft ist laut ifo-Institut im März von 111,3 im Vormonat auf 110,7 Punkte gesunken. Nach viermaliger Verbesserung des Geschäftsklimas blickten die Unternehmen zum Ende des ersten Quartals 2014 erstmalig wieder weniger zuversichtlich auf den weiteren Geschäftsverlauf. Als Grund werden unter anderem die politischen Unruhen in der Ukraine angeführt. Trotzdem waren die Unternehmen mit ihrer aktuellen Geschäftslage weiterhin zufrieden. Laut ifo-Institut hat sich das Geschäftsklima speziell im Einzelhandel sogar minimal verbessert.

Ein solider Arbeitsmarkt und eine steigende Einkommenserwartung der Deutschen, unterstützt durch politische Entscheidungen für einen gesetzlichen Mindestlohn, förderten die Konsumneigung in Deutschland zu Beginn des Jahres. Im ersten Quartal 2014 stiegen die Ausgaben der privaten Haushalte laut der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) deutlich an. Gleichzeitig wurde eine weiter abnehmende Sparneigung registriert. Allerdings erwartet der Handelsverband Deutschland (HDE) für den Einzelhandel nur ein moderates Wachstum von eineinhalb Prozent in den ersten drei Monaten, da private Haushalte vor allem größere Investitionen tätigten.

Währungsentwicklung

Im ersten Quartal 2014 blieb das Verhältnis des Euro zum US Dollar – verglichen zum Jahresendkurs 2013 – stabil. Entsprechend bezahlte man am 31. März 2014 laut Angaben der Europäischen Zentralbank für einen Euro 1,38 US Dollar.

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Geschäftsverlauf

Zum 31. Dezember 2012 beendeten wir den Lizenzvertrag über die Nutzung der Namensrechte an der Marke Dr. Oetker Backgeräte. In den ersten drei Monaten 2013 wurden im Rahmen der Restabwicklung noch Abverkäufe in Höhe von 0,8 Mio € getätigt. Zur besseren Vergleichbarkeit wurden in der folgenden Kommentierung die Umsätze des Vorjahres bereinigt dargestellt.

Leichtes Konzernumsatzwachstum im ersten Quartal

Im ersten Quartal 2014 erzielte der Leifheit-Konzern Umsatzerlöse von 55,9 Mio € (Vorjahr: 55,6 Mio €). Im Vergleich zum Vorjahr ist dies eine Steigerung von 0,6 Prozent, die insbesondere auf das solide Wachstum im Segment Markengeschäft zurückzuführen ist.

In unserem Heimatmarkt Deutschland stiegen die Umsätze um 5,3 Prozent auf 25,4 Mio € (Vorjahr: 24,1 Mio €).

In der Region Zentraleuropa (ohne Deutschland) erzielten wir in der Berichtsperiode 24,3 Mio € (Vorjahr: 24,1 Mio €), eine leichte Steigerung von 0,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Hierbei profitierten wir vor allem von der positiven Geschäftsentwicklung in den Niederlanden, Österreich, Spanien und Skandinavien. In diesen Ländern verzeichneten wir zum Teil zweistellige Wachstumsraten.

In Osteuropa belief sich der Umsatz auf 4,4 Mio € (Vorjahr: 4,5 Mio €). Nach stabilen Wachstumsraten in der Vergangenheit beeinflusste die unsichere politische Lage in der Region die Konsumententwicklung. Eine Ausnahme war die Tschechische Republik mit einem starken Wachstum von 7,8 Prozent.

In den übrigen Regionen der Welt erzielten wir kumulierte Umsatzerlöse von 1,8 Mio € (Vorjahr: 2,9 Mio €). Diese Entwicklung steht im Einklang mit unserer strategischen Ausrichtung, in deren Rahmen wir unsere Vertriebsaktivitäten auf die Fokuskländer in Europa konzentriert werden.

Die Umsatzerlöse verteilten sich im ersten Quartal 2014 wie folgt: 45,4 Prozent entfielen auf unseren Heimatmarkt Deutschland, 43,3 Prozent erwirtschafteten wir in der Region Zentraleuropa, 7,8 Prozent in Osteuropa und 3,5 Prozent des Umsatzes erzielten wir in den übrigen Regionen der Welt. Der Auslandsanteil lag entsprechend mit 54,6 Prozent (Vorjahr: 56,6 Prozent) unter dem Wert des Vorjahreszeitraums.

Markengeschäft im Aufwind

In unserem Segment Markengeschäft setzten wir in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres 4,1 Prozent mehr ab als im Vergleichszeitraum 2013 und erreichten Umsatzerlöse von 47,0 Mio € (Vorjahr: 45,2 Mio €). Diese positive Entwicklung ist einerseits unter der Einschränkung eines witterungsbedingt schwachen ersten Quartals 2013 und damit eines niedrigen Vergleichswertes zu betrachten. Andererseits mussten wir im ersten Quartal 2014 auch das Ausscheiden eines bedeutenden Baumarktkunden aus dem Markt verkraften, dessen Umsätze wir mit anderen Handelskanälen erfolgreich ausgleichen konnten. Das vor diesem Hintergrund erzielte Wachstum resultiert vor allem aus unseren verstärkten Aktivitäten in den Produktkategorien Reinigen und Wäschepflege.

Gemessen am Konzernumsatz stieg der Anteil des Markengeschäfts deutlich um 2,8 Prozentpunkte auf 84,2 Prozent (Vorjahr: 81,4 Prozent). Wir werden diesen Anteil im Rahmen unserer Strategie, die für 2014 eine Fokussierung auf Marke und Marge vorsieht, künftig weiter durch das Geschäft mit innovativen Markenprodukten unter den Marken Leifheit und Soehnle ausbauen.

In Deutschland legten wir im Markengeschäft mit einem Umsatzplus von 8,1 Prozent auf 24,4 Mio € (Vorjahr: 22,6 Mio €) besonders deutlich zu. Eine erfreuliche Nachfrage nach unseren Produktneheiten traf hier auf die stabile Binnennachfrage.

Innerhalb der Region Zentraleuropa erwirtschafteten wir ein Plus von 6,2 Prozent und erzielten Umsätze von 17,3 Mio € (Vorjahr: 16,3 Mio €). Nach einer rückläufigen Entwicklung im Jahr 2013 konnten im ersten Quartal 2014 insbesondere die Niederlande auf hohem Niveau wieder zweistellig zulegen. Ähnliches galt für die Fokusländer Österreich und Skandinavien. Erfreulich zeigte sich auch die Entwicklung in Spanien: Nach ersten positiven Signalen im Vorjahr legten die Umsätze hier im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres um mehr als ein Viertel zu. Weniger positiv entwickelte sich das Geschäft in Frankreich, unserem drittgrößten Absatzland in Europa, sowie in Italien. In beiden Ländern mussten wir Umsatzrückgänge hinnehmen.

Auch die Umsatzerlöse in den Ländern Osteuropas lagen im ersten Quartal 2014 unter den Vergleichswerten der Vorjahresperiode. Als Grund hierfür sind die politischen Entwicklungen in der Ukraine zu nennen, die aktuell auch unsere Expansionspläne in der Region Osteuropa beeinflussen. Allein in Russland setzten wir in der Berichtsperiode rund 25 Prozent weniger ab als noch in den ersten drei Monaten 2013. Eine ähnliche Entwicklung zeigte sich für die Ukraine selbst. Dagegen erzielten wir in der Tschechischen Republik weiteres Wachstum. Dieses vermochte allerdings nicht, die Rückgänge in den anderen Ländern zu kompensieren.

In den übrigen Regionen der Welt beliefen sich die Umsatzerlöse im Markengeschäft auf 0,9 Mio € (Vorjahr: 1,8 Mio €). Die höchsten Rückgänge verzeichneten wir in Fernost und Australien.

Unsere vier Produktkategorien im Segment Markengeschäft entwickelten sich im Detail wie folgt:

In der Produktkategorie **Reinigen** steigerten wir unsere Umsatzerlöse in den ersten drei Monaten 2014 auf 15,8 Mio € (Vorjahr: 13,3 Mio €), ein Plus von 19,1 Prozent. Neben der weiterhin erfreulichen Entwicklung unserer im zweiten Quartal 2013 eingeführten Produktinnovation Fenstersauger wirkte sich die milde Witterung zu Beginn des Jahres positiv auf unsere Umsätze aus. Mehr als ein Drittel der Umsatzsteigerung realisierten wir in unserem Heimatmarkt Deutschland. Außerhalb Deutschlands erzielten wir die höchsten Umsätze in Frankreich, den Niederlanden und Skandinavien.

Unsere größte Produktkategorie **Wäschepflege** erzielte im ersten Quartal 2014 ebenfalls wachsende Umsätze. Die Steigerung auf 20,8 Mio € (Vorjahr: 20,1 Mio €) ist vor allem auf den erhöhten Absatz von Wäschespinnen zurückzuführen. Dahingegen zeigten sich

die Umsatzerlöse mit Bügel- und Dampfbügelprodukten im ersten Quartal verhalten. Wir haben jedoch unser Sortiment neu aufgestellt und die Bügelflächen unserer Air-Serie mit dem hochwertigen Spezialkunststoff EPP ausgestattet. Die Vorteile des neuen Materials liegen im leichten Aufbau und Transport der Bügeltische, im höheren Bügelkomfort und in der Zeitersparnis beim Bügeln. Wir erwarten, dass sich die Vorzüge des neuen Sortimentkonzepts im Laufe des zweiten Halbjahres positiv auf die Umsatzerlöse bei Bügel- und Dampfbügelprodukten auswirken werden. Das Wachstum in der Produktkategorie Wäschepflege erzielten wir fast ausschließlich innerhalb Deutschlands, wohingegen die Nachfrage in Frankreich deutlich verhaltener ausfiel als noch im Vorjahr.

Unsere Produktkategorie **Küche** verbuchte im ersten Quartal 2014 einen leichten Rückgang der Umsatzerlöse um 1,5 Prozent auf 4,1 Mio € (Vorjahr: 4,2 Mio €). Einem Wachstum im Inland standen Umsatzrückgänge in Ländern außerhalb Europas gegenüber. Neben dem E-Commerce-Absatz trugen der traditionelle Versandhandel und der Vertriebskanal SB-Warenhaus zum Umsatzplus innerhalb Deutschlands bei.

In der Kategorie **Wellbeing** vertreiben wir Produkte der Marke Soehnle. Wir erzielten im ersten Quartal 2014 Umsatzerlöse von 6,3 Mio € (Vorjahr: 7,6 Mio €). Der Rückgang von 16,8 Prozent resultiert aus geringeren Abverkäufen bei Personen- und Küchenwaagen und betraf nahezu alle Vertriebskanäle in Deutschland. Auch im Ausland gingen die Umsatzerlöse in dieser Kategorie zurück, was speziell in Zentraleuropa auf eine verschärfte Wettbewerbssituation zurückzuführen ist. Dagegen zeigte sich unser Relax-Sortiment im Vergleich zum Vorjahr nahezu stabil. Die Abverkäufe unserer Wärmeprodukte litten allerdings unter der verhältnismäßig kurzen Kälteperiode im ersten Quartal 2014.

Umsatzrückgang im Volumengeschäft

Im Rahmen der strategischen Konzentration auf unser Markengeschäft haben sich die Umsatzerlöse im Volumengeschäft wie erwartet im ersten Quartal 2014 rückläufig entwickelt. Wir erzielten in diesem Segment 8,9 Mio € Umsatz (Vorjahr: 10,4 Mio €), ein Minus von 14,8 Prozent. Damit reduzierte sich der Anteil des Volumengeschäfts am Konzernumsatz auf 15,8 Prozent (Vorjahr: 18,6 Prozent).

In Deutschland verbuchten wir im ersten Quartal 2014 Umsatzerlöse von 1,0 Mio € (Vorjahr: 1,5 Mio €). Der Rückgang um rund ein Drittel ist vornehmlich auf ein fehlendes Volumen in der Produktkategorie Wäschepflege zurückzuführen.

Geringere Umsatzerlöse kennzeichneten ebenfalls die Entwicklung in Zentraleuropa. Wir erzielten im Volumengeschäft in dieser Region Umsätze von 7,0 Mio € (Vorjahr: 7,8 Mio). In Übersee gingen die Umsätze auf niedrigem Niveau zurück und erreichten 0,9 Mio € (Vorjahr: 1,1 Mio €). Die anhaltenden Absatzschwierigkeiten eines US-amerikanischen Kunden waren der Grund hierfür. In Osteuropa sind wir aktuell nicht mit Produkten aus diesem Segment aktiv.

Die Produktkategorien des Volumengeschäfts entwickelten sich im Detail wie folgt:

In der Kategorie **Reinigen** realisierten wir in den ersten drei Monaten 2014 wie im Vorjahreszeitraum planmäßig keine nennenswerten Umsätze.

Im ersten Quartal 2014 sanken die Umsatzerlöse in unserer Produktkategorie **Wäschepflege** und erreichten 3,0 Mio € (Vorjahr: 3,3 Mio €). Wir generieren unsere Umsatzerlöse in dieser Produktkategorie hauptsächlich mit unserer französischen Tochtergesellschaft Herby. Diese erzielte im Berichtszeitraum ein Plus von 6,0 Prozent auf 2,6 Mio € (Vorjahr: 2,4 Mio €). Grund für diese positive Entwicklung war ein höheres Volumen bei einem französischen SB-Warenhaus sowie die Aufnahme in das Sortiment eines führenden niederländischen Handelsunternehmens. Dem standen fehlende Umsätze mit nicht markengeführten Wäschepflegeprodukten gegenüber, die aus geringerem Aktionsvolumen im Inland resultierten.

Unsere Produktkategorie **Küche** blieb im Berichtszeitraum mit Umsatzerlösen von 5,3 Mio € (Vorjahr: 6,0 Mio €) ebenfalls unter dem Niveau des Vorjahres. Der Anteil an den Gesamtumsätzen des Volumengeschäfts betrug damit weiterhin rund zwei Drittel. Innerhalb der Kategorie Küche sanken die Umsatzerlöse unseres französischen Tochterunternehmens Birambeau auf 4,4 Mio € (Vorjahr: 5,0 Mio €). Wie bereits im Jahr 2013 belasteten zudem die geringen Abverkäufe unseres Projektgeschäfts in den USA die Umsatzsituation in dieser Produktkategorie.

In der Kategorie **Wellbeing** erzielten wir im ersten Quartal 2014 planmäßig keine nennenswerten Umsatzerlöse, nachdem ein Kundenbindungsprogramm in den Niederlanden aus dem Vorjahr nicht wiederholt wurde (Vorjahr: 0,4 Mio €).

Lohnfertigungen aus dem Werk in Blatná/Tschechische Republik gingen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zurück und erreichten Umsatzerlöse von 0,6 Mio € (Vorjahr: 0,7 Mio €).

Entwicklung der Ertragslage

In der Gewinn- und Verlustrechnung wurden Umgliederungen zwischen den Vertriebskosten und den Kosten der Umsatzerlöse hinsichtlich Lizenzgebühren vorgenommen. Wir haben die Zahlen des Vorjahreszeitraums entsprechend dieser Änderung angepasst.

Überproportionale Ergebnissteigerung

Im ersten Quartal 2014 erreichten wir ein Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT) von 4,0 Mio € (Vorjahr: 2,8 Mio €) und übertrafen damit das Vorjahresergebnis um 1,2 Mio €. Ein Grund für den Anstieg um 44,2 Prozent war das höhere Bruttoergebnis. Es errechnet sich aus den Umsatzerlösen abzüglich der Kosten der Umsatzerlöse. Ferner trug die strikte Kostendisziplin maßgeblich zu dem Anstieg bei.

Analog hierzu stieg die EBIT-Marge von 4,9 Prozent im Vorjahreszeitraum auf 7,1 Prozent im ersten Quartal 2014. Sie berechnet sich aus dem Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern im Verhältnis zu den Umsatzerlösen.

In den ersten drei Monaten 2014 erreichten wir ein Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT) von 3,6 Mio € (Vorjahr: 2,4 Mio €). Das Plus von 50,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr ist hauptsächlich auf das gestiegene EBIT zurückzuführen. Nach Abzug der Steuern ergab sich ein Periodenergebnis von 2,5 Mio € (Vorjahr: 1,8 Mio €).

Bruttoergebnis

Das Bruttoergebnis stieg im ersten Quartal 2014 um 1,4 Mio € auf 26,3 Mio € (Vorjahr: 24,9 Mio €). Auch die Bruttomarge wuchs von 44,1 Prozent auf 47,0 Prozent. Sie definiert sich als Bruttoergebnis im Verhältnis zu den Umsatzerlösen. Rationalisierungsmaßnahmen, Fokussierung auf margenstarke Geschäfte und währungsbedingt bessere Einkaufspreise für Waren in US Dollar trugen hierzu bei.

Forschungs- und Entwicklungskosten

Unsere Forschungs- und Entwicklungskosten lagen mit 0,9 Mio € auf Vorjahresniveau. Sie umfassen vorwiegend Personalkosten, Kosten für Dienstleistungen und Patentgebühren.

Vertriebskosten

Die Vertriebskosten betragen im Berichtszeitraum 17,9 Mio € (Vorjahr: 18,3 Mio €), ein Rückgang von 0,4 Mio € im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Die Vertriebskosten beinhalten auch die Marketingkosten, die Ausgangsfrachten und die Versandkosten.

Der Rückgang ist hauptsächlich auf niedrigere Aufwendungen für Werbung, Dienstleistungen, Provisionen und Reisekosten zurückzuführen.

Verwaltungskosten

Unsere Verwaltungskosten gingen in den ersten drei Monaten 2014 um 0,2 Mio € auf 3,7 Mio € (Vorjahr: 3,9 Mio €) zurück. Sie beinhalten in erster Linie Personalaufwendungen und Dienstleistungen zur Unterstützung unserer Finanz- und Verwaltungsfunktionen.

Der Grund für den Rückgang liegt im Wesentlichen in niedrigeren Aufwendungen für Dienstleistungen.

Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Erträge stiegen im Berichtszeitraum um 0,1 Mio € auf 0,3 Mio € (Vorjahr: 0,2 Mio €). Hierin sind vor allem Provisions- und Lizenzerträge enthalten.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen gingen um 0,1 Mio € auf 0,1 Mio € zurück (Vorjahr: 0,2 Mio €).

Fremdwährungsergebnis

Unser Fremdwährungsergebnis sank im ersten Quartal 2014 um 0,9 Mio € auf 0,1 Mio € (Vorjahr: 1,0 Mio €). Es enthielt Erträge aus Änderungen der Zeitwerte von Devisentermingeschäften von 0,3 Mio € (Vorjahr: 1,1 Mio €), Erträge aus Fremdwährungsbewertungen von 0,2 Mio € (Vorjahr: 0,0 Mio €) und realisierte Kursverluste von 0,4 Mio € (Vorjahr: 0,1 Mio €).

Zinsergebnis

Das Zinsergebnis betrug wie im Vorjahr -0,4 Mio €.

Steuern

Im ersten Quartal 2014 betrug die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag 1,1 Mio € (Vorjahr: 0,6 Mio €). Die Steuerquote stieg entsprechend von 24,0 Prozent im Vorjahr auf 29,6 Prozent im ersten Quartal 2014. Sie setzt die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sowie das Ergebnis vor Ertragsteuern ins Verhältnis.

Im Vorjahr waren letztmals Anpassungen des Ansatzes aktiver latenter Steuern aus Verlustvorträgen der Leifheit AG enthalten.

Segmentergebnisse

Im Markengeschäft erreichten wir in den ersten drei Monaten 2014 mit 3,4 Mio € (Vorjahr: 2,5 Mio €) ein deutlich höheres EBIT als im Vorjahr. Die Bruttomarge stieg von 46,9 Prozent im Vorjahr um 2,4 Prozentpunkte auf 49,3 Prozent. Das Bruttoergebnis erreichte 23,3 Mio €, ein Plus von 1,7 Mio €. Verantwortlich hierfür waren die Deckungsbeiträge der höheren Umsatzerlöse bei gleichzeitig

sinkenden Kosten der Umsatzerlöse. Der Deckungsbeitrag erreichte entsprechend 19,5 Mio € (Vorjahr: 17,7 Mio €). Er definiert sich als Bruttoergebnis abzüglich Provisionen und Ausgangsfrachten. Der Anstieg des EBIT im Markengeschäft resultierte insbesondere aus Rationalisierungsmaßnahmen, Fokussierung auf margenstarke Geschäfte und für uns günstigere US Dollarkurse sowie niedrigere Vertriebs- und Verwaltungskosten.

Im Volumengeschäft betrug das EBIT 0,6 Mio € (Vorjahr: 0,3 Mio €). Fehlende Deckungsbeiträge aus dem Rückgang der Umsatzerlöse wurden überkompensiert durch den relativen Anstieg der Bruttomarge, Kosteneinsparungen und niedrigere Abschreibungen. Die Bruttomarge stieg von 31,6 Prozent im Vorjahr um 1,8 Prozentpunkte auf 34,4 Prozent. Währungseffekte und Produktmixverschiebungen trugen hierzu bei. Absolut fiel das Bruttoergebnis aufgrund fehlender Deckungsbeiträge aus dem Umsatzrückgang jedoch um 0,3 Mio € auf 3,0 Mio €. Der Deckungsbeitrag erreichte entsprechend 2,7 Mio € (Vorjahr: 2,9 Mio €).

Entwicklung der Finanzlage

Entwicklung des Cashflows und der Liquiditätslage

Die Konzernliquidität stieg im ersten Quartal 2014 um 1,3 Mio € und belief sich zum 31. März 2014 auf 53,3 Mio €. Sie umfasst Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Form von Guthaben bei Kreditinstituten, strukturierte Geldmarktinstrumente und kurzfristige Wertpapiere.

Analyse der Konzernliquidität

Unsere Schulden bestanden zum 31. März 2014 im Wesentlichen aus Pensionsverpflichtungen in Höhe von 58,5 Mio €, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten von 43,2 Mio € sowie Rückstellungen mit einem Wert von 8,1 Mio €. Wie im Vorjahr hatten wir keine Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten. Die Pensionsverpflichtungen stiegen um 2,2 Mio € hauptsächlich aufgrund des nochmals gesunkenen Rechnungszinssatzes um 0,25 Prozentpunkte.

Zum 31. März 2014 betrug unser Verschuldungsgrad 54,5 Prozent und lag damit im Vergleich zum 31. Dezember 2013 um einen Prozentpunkt höher. Die Kennzahl errechnet sich aus dem Verhältnis der Schulden zur Summe aus Eigenkapital und Schulden.

Wir verfügten zum 31. März 2014 über Guthaben bei Kreditinstituten von 53,3 Mio €. Sie umfassten Sichteinlagen, innerhalb von drei Monaten kündbare Festgelder und eine strukturierte Geldanlage.

Der Anstieg unserer Konzernliquidität zum 31. März 2014 im Vergleich zum 31. Dezember 2013 in Höhe von 1,3 Mio € auf 53,3 Mio € ist hauptsächlich auf den Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit von 2,2 Mio € zurückzuführen. Gegenläufig wirkten im ersten Quartal die Investitionen von 1,0 Mio €.

Analyse der Konzernkapitalflussrechnung

Der Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit betrug im ersten Quartal 2,2 Mio € (Vorjahr: 2,9 Mio €). Im Wesentlichen dafür verantwortlich sind das Periodenergebnis in Höhe von 2,5 Mio €, die Abschreibungen von 1,5 Mio €, die umsatzbedingte Zunahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen von 5,7 Mio € und die Zunahme der Vorräte von 2,4 Mio €, die Abnahme von Umsatzsteuerforderungen von 1,9 Mio € und die Zunahme der Verbindlichkeiten von 3,9 Mio €.

Der Mittelzufluss aus der Investitionstätigkeit in 2014 betrug 0,1 Mio € (Vorjahr: 1,4 Mio €). Einzahlungen aus der Veränderung der kurzfristigen Wertpapiere von 1,0 Mio € standen Auszahlungen für Investitionen in Höhe von 1,0 Mio € entgegen. Im Vorjahr war die Zahlung einer Restkaufpreisforderung aus der Aufgabe der Lizenzvereinbarung Dr. Oetker Backgeräte enthalten.

Free Cashflow

Im ersten Quartal 2014 belief sich der Free Cashflow auf 1,3 Mio € (Vorjahr: 2,5 Mio €). Die Kennzahl gibt an, wie viel Liquidität für die Rückführung von Fremdfinanzierung oder für die Ausschüttung von Dividenden an die Aktionäre verbleibt. Der Free Cashflow ist die Summe aus dem Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit und dem Cashflow aus Investitionstätigkeit, bereinigt um Ein- und Auszahlungen in finanzielle Vermögenswerte und aus Veräußerungen von Unternehmensbereichen. Der Grund für den Rückgang lag hauptsächlich an dem höheren Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und Vorräten sowie den höheren Investitionen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Entwicklung der Vermögenslage

Bilanzstruktur zum 31. März 2014

Unsere Bilanzsumme hat sich gegenüber dem 31. Dezember 2013 um 6,6 Mio € auf 210,4 Mio € erhöht (31. Dezember 2013: 203,8 Mio €).

Die kurzfristigen Vermögenswerte sind im ersten Quartal 2014 von 137,2 Mio € um 7,2 Mio € auf 144,4 Mio € gestiegen. Dies ist überwiegend auf den Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 5,7 Mio € auf 52,4 Mio €, den Anstieg der Vorräte um 2,4 Mio € auf 36,1 Mio € und den Anstieg der Zahlungsmittel

und Zahlungsmitteläquivalente um 2,3 Mio € auf 53,3 Mio € zurückzuführen. Gegenläufig wirkten der Rückgang der Umsatzsteuerforderungen um 1,9 Mio € auf 0,7 Mio € und die Rückzahlung einer Geldanlage in Form eines Schuldscheindarlehens von 1,0 Mio €.

Unsere langfristigen Vermögenswerte lagen Ende März mit 66,0 Mio € in etwa auf dem Niveau zum 31. Dezember 2013.

Die kurzfristigen Schulden mit Fälligkeiten von unter einem Jahr enthalten die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten, derivative Finanzinstrumente, Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern und Rückstellungen. Sie stiegen zum 31. März 2014 gegenüber dem 31. Dezember 2013 um 3,5 Mio € auf 51,9 Mio €. Der Anstieg resultierte im Wesentlichen aus höheren Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Verbindlichkeiten, die um 3,9 Mio € auf 43,2 Mio € gestiegen sind.

Die langfristigen Schulden stiegen zum Bilanzstichtag um 2,2 Mio € auf 62,8 Mio € im Vergleich zum 31. Dezember 2013. Die Pensionsverpflichtungen erhöhten sich um 2,1 Mio € auf 58,5 Mio € insbesondere aufgrund des weiteren Rückgangs des Rechnungszinssatzes um 0,25 Prozentpunkte auf 3,25 Prozent.

Im Vergleich zum 31. Dezember 2013 stieg das Eigenkapital zum 31. März 2014 um 1,0 Mio € auf 95,7 Mio €. Dem positiven Periodenergebnis von 2,5 Mio € stand ein negatives sonstiges Ergebnis von 1,5 Mio € entgegen, hauptsächlich aus versicherungsmathematischen Verlusten aus Pensionsverpflichtungen aufgrund des Rückgangs des Rechnungszinssatzes. Die Eigenkapitalquote, also der Anteil des Eigenkapitals an der Bilanzsumme, fiel daher auf 45,5 Prozent (31. Dezember 2013: 46,5 Prozent).

Investitionen

Die Investitionen betragen in den ersten drei Monaten 2014 1,0 Mio € (Vorjahr: 0,5 Mio €) und betrafen im Wesentlichen Werkzeuge für Neuprodukte, Maschinen, Rationalisierungsinvestitionen für Produktionsanlagen sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung.

Wesentliche Veräußerungen von Anlagevermögen hat es im Berichtszeitraum nicht gegeben.

Die Investitionsquote – die Zugänge zum Anlagevermögen bezogen auf die historischen Anschaffungs- und Herstellungskosten – belief sich auf 0,6 Prozent. Im Markengeschäft investierten wir 0,8 Mio €, im Volumengeschäft 0,2 Mio €. Den Investitionen standen Abschreibungen in Höhe von 1,5 Mio € (Vorjahr: 1,6 Mio €) gegenüber.

Am 31. März 2014 bestanden Verpflichtungen aus Verträgen über den Erwerb von Gegenständen des Anlagevermögens – hauptsächlich für Werkzeuge und Marketingmaßnahmen – in Höhe von 2,7 Mio €, die aus dem Finanzmittelbestand finanziert werden.

Nicht bilanzielle Vermögenswerte und außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente

Neben den in der Konzernbilanz ausgewiesenen Vermögenswerten nutzen wir in geringem Maße auch nicht bilanzierungsfähige Vermögenswerte. Dies betrifft überwiegend geleaste und gemietete Güter.

Wie in den Vorjahren nutzen wir keine außerbilanziellen Finanzierungsinstrumente.

Gesamtaussage des Managements zur wirtschaftlichen Lage

Insgesamt hat sich die Geschäftsentwicklung des Leifheit-Konzerns im ersten Quartal 2014 im Rahmen unserer Erwartung entwickelt. Vor dem Hintergrund einer soliden Binnennachfrage in Deutschland und einer sich langsam verbessernden konjunkturellen Situation im restlichen Europa wuchs unser Markengeschäft im Rahmen der Prognose. Der Umsatzrückgang im Volumengeschäft erfolgte zum einen aufgrund unserer Zielsetzung, das Segment besonders unter dem Gesichtspunkt der Profitabilität zu führen, zum anderen durch eine schwächere Nachfrage nach Küchenprodukten in einem unserer größten Absatzmärkte Frankreich. Mit Besorgnis beobachten wir die politischen Entwicklungen in der Ukraine und deren Auswirkungen auf die gesamte Region Osteuropa. Erfreulich hingegen entwickelte sich unserer EBIT im ersten Quartal mit einem Plus von 44,2 Prozent auf 4,0 Mio €. Dies entspricht einer EBIT-Marge von 7,1 Prozent. Wir verfügten zum 31. März 2014 weiterhin über eine solide Ausstattung an liquiden Mitteln in Höhe von 53,3 Mio € (31. Dezember 2013: 52,0 Mio €).

Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Mitarbeiter

Am 31. März 2014 waren im Leifheit-Konzern 1.039 Mitarbeiter beschäftigt (Vorjahr: 1.029) – davon 762 Mitarbeiter im Markengeschäft und 277 Mitarbeiter im Volumengeschäft.

Mitarbeiter nach Regionen

Standorte	31. März 2014	31. März 2013
Deutschland	396	406
Tschechische Republik	409	380
Frankreich	171	176
Sonstige Länder	63	67
Konzern	1.039	1.029

Wir beschäftigen 38,1 Prozent unserer Mitarbeiter in Deutschland, 39,4 Prozent in der Tschechischen Republik und 16,5 Prozent in Frankreich. Die verbleibenden 6,0 Prozent der Beschäftigten verteilen sich auf verschiedene Länder innerhalb Europas und die USA.

Entwicklung und Innovation

Innovationen haben eine zentrale Bedeutung für unsere Marktposition und für die Erreichung unserer Wachstums- und Ergebnisziele. Aufwendungen in Forschung und Entwicklung sehen wir daher als Investitionen in das Erfolgspotenzial unseres Unternehmens. Leifheit investierte im Berichtszeitraum wie im Vorjahr 0,9 Mio € in Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten. Damit lag die F&E-Quote, also das Verhältnis von Entwicklungsaufwand zu Konzernumsatz, bei 1,6 Prozent und entsprechend auf dem Niveau des Vorjahres.

Im ersten Quartal 2014 waren bei Leifheit 26 Mitarbeiter in den Bereichen Entwicklung und Patente beschäftigt. Dabei handelte es sich überwiegend um Ingenieure, Techniker, Konstrukteure und Juristen.

Chancen- und Risikobericht

Zu den Chancen und Risiken für Leifheit verweisen wir auf die Seiten 72 bis 80 des Konzernlageberichts zum 31. Dezember 2013, in dem diese ausführlich beschrieben werden. Wesentliche Änderungen der wesentlichen Chancen und Risiken für die verbleibenden Monate des Geschäftsjahres haben sich im Berichtszeitraum nicht ergeben, weder hinsichtlich der Eintrittswahrscheinlichkeiten noch hinsichtlich der möglichen positiven oder negativen Auswirkungen. Weiterhin erwarten wir keine einzelnen oder aggregierten Risiken, welche die Unternehmensfortführung wesentlich gefährden.

Nachtragsbericht

Seit dem 31. März 2014 sind keine Vorgänge von besonderer Bedeutung eingetreten, von denen ein wesentlicher Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Leifheit-Konzerns erwartet wird.

Prognosebericht

Strategische Ausrichtung des Konzerns

Die Eckpfeiler unserer Strategie „Leifheit GO!“ werden auch 2014 die Stoßrichtung vorgeben. Wir konzentrieren uns auf den weiteren Ausbau unserer beiden starken Marken Leifheit und Soehnle mit dem Ziel, attraktive Margen zu erwirtschaften. Das organische Wachstum fördern wir durch unsere Konzentration auf strategische Fokusbereiche – vor allem in Europa. Darüber hinaus planen wir weitere Maßnahmen im Bereich E-Commerce, stärken unsere Innovationskraft durch gezielte Investitionen in Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten mit einem deutlichen Fokus auf den Verbraucher und bauen unsere Markenkommunikation weiter aus. Unsere solide finanzielle Ausstattung gibt uns zusätzlich die Möglichkeit, Chancen für anorganisches Wachstum durch Akquisitionen zu nutzen, sofern sie sich wirtschaftlich sinnvoll ergeben. Ausführliche Informationen zu unserer Strategie „Leifheit GO!“ entnehmen Sie bitte dem Jahresfinanzbericht 2013.

Leichtes Plus in Europa und Deutschland

Der IWF erwartet in seiner jüngsten Prognose aus dem April für 2014 ein Wachstum der Weltwirtschaftsleistung von 3,6 Prozent. Im Vergleich zur letzten IWF-Veröffentlichung im Januar hat sich die Erwartung für das laufende Jahr leicht abgeschwächt. Dies ist unter anderem auf die um 0,5 Prozentpunkte niedrigere Wachstumserwartung für Russland zurückzuführen. Für die USA blieb die Wachstumsprognose für das laufende Jahr mit 2,2 Prozent stabil, gleiches gilt für die Volksrepublik China mit 7,5 Prozent. In Europa sieht der IWF die Situation im April sogar leicht besser als noch zu Beginn des Jahres. Die Erwartung an das Wirtschaftswachstum 2014 wurde um 0,1 Prozentpunkte auf 1,2 Prozent angehoben. Auch in Deutschland sieht der IWF eine weitere Besserung der wirtschaftlichen Entwicklung. Die Wachstumsrate für die Bundesrepublik wurde um 0,2 Prozentpunkte auf 1,7 Prozent nach oben korrigiert.

Privater Konsum weiterhin Stützpfiler der Binnennachfrage

2014 werden laut GfK die Ausgaben der privaten Haushalte in Europa zwischen 0,5 und 1,0 Prozent steigen, nach einem Rückgang um 0,4 Prozent im Vorjahr. Für Deutschland rechnet das Institut mit einem noch höheren Plus von real 1,5 Prozent. Damit wird der private Konsum ein wichtiger Stützpfiler der Binnennachfrage bleiben.

Im stationären deutschen Einzelhandel erwartet die GfK ein Umsatzminus von einem Prozent gegenüber dem Vorjahreswert. Hingegen sollen die Umsätze im Internethandel weiter steigen, sodass für das

Jahr 2014 in Summe mit einem leichten Plus von 1,2 Prozent im gesamten Einzelhandel gerechnet wird. Die GfK geht für die Zukunft davon aus, dass die Zuwächse im Onlinegeschäft noch stärker als in der Vergangenheit zu Lasten des stationären Einzelhandels erfolgen werden.

Von den gestiegenen privaten Ausgaben im Einzelhandel werden voraussichtlich vor allem die Bereiche Lebensmittel und Reisen profitieren. Der restliche Einzelhandel wird nach Schätzungen der GfK nur moderat wachsen. Entsprechend prognostiziert das Institut für den Nonfood-Handel nur ein leichtes Plus von 0,6 Prozent.

Konzernprognose:

Stabile Umsatz- und Ergebnisentwicklung 2014

Die Prognose zur Geschäftsentwicklung der Leifheit AG ist im Vergleich zum Jahresfinanzbericht 2013 unverändert. Wir verfolgen für 2014 das konservative Ziel einer stabilen Entwicklung des Leifheit-Konzerns. Auf Konzernebene erwarten wir Umsatzerlöse auf dem bereinigten Niveau des Jahres 2013. Wir werden verstärkt das Markengeschäft in den Mittelpunkt stellen und das Volumengeschäft besonders unter dem Gesichtspunkt der Profitabilität führen. Im Gesamtjahr 2014 erwarten wir dementsprechend im Markengeschäft ein Umsatzplus von ein bis drei Prozent. Im Volumengeschäft gehen wir von einer leicht rückläufigen Umsatzentwicklung aus. Im Laufe des Jahres werden wir unsere Umsatzprognose weiter konkretisieren.

Wir rechnen 2014 mit einem operativen Ergebnis (EBIT) auf dem guten Niveau von 2013 (14,9 Mio €) als Resultat der erwarteten stabilen Umsatzentwicklung und der bestehenden Konzentration auf die Verbesserung der Margen bei gleichzeitiger Kostendisziplin.

Gesamtaussage zur voraussichtlichen Entwicklung

Wir planen mit einer stabilen Entwicklung des Leifheit-Konzerns im Jahr 2014. Im Rahmen unserer Strategie „Leifheit GO!“ werden wir bestehende Marktchancen nutzen und damit unsere Marktposition verbessern. Um dies zu erreichen, investieren wir mit dem notwendigen Augenmaß. Wir verfolgen weiterhin das Ziel, mittelfristig ein nachhaltiges und profitables Umsatzwachstum in Höhe von drei bis fünf Prozent auf Konzernebene zu erreichen bei gleichzeitig überproportionaler Ergebnissteigerung. Das heißt konkret: 2016 planen wir mit Umsatzerlösen von 250 Mio € und einer EBIT-Marge von acht Prozent. Durch die konsequente Ausrichtung des Unternehmens auf profitables Wachstum mit nachhaltigen Margen sind wir überzeugt, dieses Ziel zu erreichen.

VERKÜRZTER KONZERNZWISCHENABSCHLUSS (UNGEPRÜFT)

Gewinn- und Verlustrechnung sowie Gesamtergebnisrechnung

T €	1. Januar bis 31. März 2014	1. Januar bis 31. März 2013
Umsatzerlöse	55.861	56.429
Kosten der Umsatzerlöse	-29.602	-31.531
Bruttoergebnis	26.259	24.898
Forschungs- und Entwicklungskosten	-860	-876
Vertriebskosten	-17.914	-18.297
Verwaltungskosten	-3.743	-3.917
Sonstige betriebliche Erträge	274	170
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-105	-231
Fremdwährungsergebnis	66	1.011
Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT)	3.977	2.758
Zinserträge	78	79
Zinsaufwendungen	-501	-501
Sonstiges Finanzergebnis	14	40
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	3.568	2.376
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-1.056	-570
Periodenergebnis	2.512	1.806
Beiträge, die nicht in künftigen Perioden in die Gewinn- und Verlustrechnung umgliedert werden		
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen	-2.083	668
Ertragsteuereffekt	583	-187
Beiträge, die gegebenenfalls in künftigen Perioden in die Gewinn- und Verlustrechnung umgliedert werden		
Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	-6	-92
Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	-43	-360
Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	3	341
Ertragsteuereffekt	12	6
Sonstiges Ergebnis	-1.534	376
Gesamtergebnis nach Steuern	978	2.182
Vom Periodenergebnis entfallen auf		
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-	-7
Anteilseigner des Mutterunternehmens	2.512	1.813
Periodenergebnis	2.512	1.806
Vom Gesamtergebnis nach Steuern entfallen auf		
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-	-7
Anteilseigner des Mutterunternehmens	978	2.189
Gesamtergebnis nach Steuern	978	2.182
Ergebnis je Aktie auf Grundlage Periodenergebnis (unverwässert und verwässert)	0,53 €	0,38 €
Ergebnis je Aktie auf Grundlage Gesamtergebnis nach Steuern (unverwässert und verwässert)	0,21 €	0,46 €

Bilanz

T €	31. März 2014	31. Dez. 2013
Kurzfristige Vermögenswerte		
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	53.271	50.953
Finanzielle Vermögenswerte	–	1.001
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	52.417	46.685
Vorräte	36.074	33.630
Forderungen aus Ertragsteuern	1.140	894
Derivative Finanzinstrumente	290	403
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	1.245	3.668
Summe kurzfristige Vermögenswerte	144.437	137.234
Langfristige Vermögenswerte		
Sachanlagevermögen	35.023	35.421
Immaterielle Vermögenswerte	18.285	18.458
Latente Steueransprüche	10.332	10.310
Forderungen aus Ertragsteuern	2.191	2.159
Sonstige langfristige Vermögenswerte	152	169
Summe langfristige Vermögenswerte	65.983	66.517
Summe Vermögenswerte	210.420	203.751
Kurzfristige Schulden		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	43.221	39.290
Derivative Finanzinstrumente	1.470	1.920
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	968	818
Rückstellungen	6.242	6.452
Summe kurzfristige Schulden	51.901	48.480
Langfristige Schulden		
Rückstellungen	1.898	1.896
Verpflichtungen aus Leistungen an Arbeitnehmer	58.548	56.385
Latente Steuerschulden	1.621	1.630
Derivative Finanzinstrumente	659	547
Sonstige langfristige Schulden	95	93
Summe langfristige Schulden	62.821	60.551
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	15.000	15.000
Kapitalrücklage	16.934	16.934
Eigene Anteile	-7.598	-7.598
Gewinnrücklagen	80.991	78.479
Sonstige Rücklagen	-9.629	-8.095
Summe Eigenkapital	95.698	94.720
Summe Eigenkapital und Schulden	210.420	203.751

Kapitalflussrechnung

T €	1. Januar bis 31. März 2014	1. Januar bis 31. März 2013
Periodenergebnis	2.512	1.806
Berichtigungen für Abschreibungen	1.464	1.622
Veränderung der Rückstellungen	-129	42
Ergebnis aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	6	1
Veränderung der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-6.013	-651
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	4.044	1.528
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen/Erträge	328	-1.439
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	2.212	2.909
Erwerb von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	-986	-476
Veränderung der finanziellen Vermögenswerte	1.001	-
Erlöse aus der Veräußerung von Sachanlagen und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	74	1.875
Cashflow aus Investitionstätigkeit	89	1.399
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-	-
Effekte aus Wechselkursdifferenzen	17	76
Nettoveränderung von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	2.318	4.384
Finanzmittelbestand am Anfang der Berichtsperiode	50.953	33.717
Finanzmittelbestand am Ende der Berichtsperiode	53.271	38.101

Eigenkapitalveränderungsrechnung

Das auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallende Eigenkapital entwickelte sich wie folgt:

T €	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Eigene Anteile	Gewinnrücklagen	Sonstige Rücklagen	Summe
Stand zum 1.1.2013	15.000	16.934	-7.598	75.367	-7.004	92.699
Gesamtergebnis nach Steuern	-	-	-	1.813	376	2.189
davon Periodenergebnis	-	-	-	1.813	-	1.813
davon versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen	-	-	-	-	481	481
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	-92	-92
davon Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	-259	-259
davon Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	-	-	-	-	246	246
Stand zum 31.3.2013	15.000	16.934	-7.598	77.180	-6.628	94.888
Stand zum 1.1.2014	15.000	16.934	-7.598	78.479	-8.095	94.720
Gesamtergebnis nach Steuern	-	-	-	2.512	-1.534	978
davon Periodenergebnis	-	-	-	2.512	-	2.512
davon versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen	-	-	-	-	-1.500	-1.500
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	-6	-6
davon Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	-31	-31
davon Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	-	-	-	-	3	3
Stand zum 31.3.2014	15.000	16.934	-7.598	80.991	-9.629	95.698

Die Entwicklung des Konzerneigenkapitals stellt sich wie folgt dar:

T €	Anteile Eigner Mutterunter- nehmen	Anteile ohne beherrschenden Einfluss	Summe Eigenkapital
Stand zum 1.1.2013	92.699	67	92.766
Gesamtergebnis nach Steuern	2.189	-7	2.182
davon Periodenergebnis	1.813	-7	1.806
davon versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungs- orientierten Pensionsplänen	481	-	481
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	-92	-	-92
davon Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	-259	-	-259
davon Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	246	-	246
Stand zum 31.3.2013	94.888	60	94.948
Stand zum 1.1.2014	94.720	-	94.720
Gesamtergebnis nach Steuern	978	-	978
davon Periodenergebnis	2.512	-	2.512
davon versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungs- orientierten Pensionsplänen	-1.500	-	-1.500
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	-6	-	-6
davon Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	-31	-	-31
davon Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	3	-	3
Stand zum 31.3.2014	95.698	-	95.698

Ausgewählte erläuternde Anhangangaben

Unternehmensinformation

Die Leifheit Aktiengesellschaft ist eine börsennotierte Kapitalgesellschaft mit Sitz in Nassau/Lahn, Deutschland. Der vorliegende verkürzte Konzernzwischenabschluss der Leifheit AG und ihrer Tochtergesellschaften betrifft den Zeitraum vom 1. Januar 2014 bis 31. März 2014.

Grundlagen der Berichterstattung

Der vorliegende verkürzte Konzernzwischenabschluss wurde gemäß § 37x Abs. 3 WpHG sowie im Einklang mit den International Financial Reporting Standards (IFRS) und den diesbezüglichen Interpretationen des International Accounting Standards Board (IASB) für die Zwischenberichterstattung erstellt, wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind. Demzufolge enthält dieser Abschluss zum Zwischenbericht nicht sämtliche Informationen und Anhangangaben, die gemäß IFRS für einen Konzernabschluss zum Ende des Geschäftsjahres erforderlich sind.

Der vorliegende verkürzte Konzernzwischenabschluss wurde von einem Abschlussprüfer weder geprüft noch einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Der Abschluss enthält nach Ansicht des Vorstands alle erforderlichen Anpassungen, die für eine den tatsächlichen Verhältnissen entsprechende Darstellung der Ertragslage zum Zwischenergebnis erforderlich sind. Die Ergebnisse der zum 31. März 2014 endenden Berichtsperiode lassen nicht notwendigerweise Rückschlüsse auf die Entwicklung zukünftiger Ergebnisse zu.

Im Rahmen der Erstellung eines Konzernzwischenabschlusses in Übereinstimmung mit IAS 34 muss der Vorstand Beurteilungen und Schätzungen vornehmen sowie Annahmen treffen, die die Anwendung von Rechnungslegungsgrundsätzen im Konzern und den Ausweis der Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie der Erträge und Aufwendungen beeinflussen. Die tatsächlichen Beträge können von diesen Schätzungen abweichen.

Die im verkürzten Konzernzwischenabschluss angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden entsprechen mit Ausnahme der erstmalig angewendeten Rechnungslegungsvorschriften denen des letzten Konzernabschlusses zum Ende des Geschäftsjahres. Eine detaillierte Beschreibung der Grundsätze der Rechnungslegung ist im Anhang des Konzernabschlusses unseres Jahresfinanzberichts 2013 veröffentlicht.

Im Geschäftsjahr 2014 hat Leifheit die nachfolgenden Standards, Interpretationen und Änderungen zu bestehenden Standards erstmalig angewendet:

- IFRS 10 – Konzernabschlüsse,
- IFRS 12 – Angaben über Beteiligungen an anderen Unternehmen,
- IAS 28 – Anteile an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen (überarbeitet 2011),
- Änderungen von IAS 32 und IFRS 7 – Saldierung von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Schulden,
- Änderungen von IAS 36 – Angaben zum erzielbaren Betrag von nicht finanziellen Vermögenswerten.

Die Anwendung hat keine Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis und auf die vom Konzern angewandten Rechnungslegungsmethoden, zieht aber weitere Erläuterungspflichten und Angabepflichten nach sich.

Der Konzern wendet künftig verpflichtend anzuwendende neue Rechnungslegungsstandards, die vom IASB veröffentlicht und bereits im Rahmen des Kommitologieverfahrens in das EU-Recht übernommen wurden, nicht an.

Im Konzernzwischenabschluss werden die Ertragsteuern auf der Grundlage der besten Schätzung des Ertragsteuersatzes erfasst, der für das gesamte Geschäftsjahr erwartet wird.

Konjunkturelle und saisonale Einflüsse werden, soweit wesentlich, in den Textabschnitten „Wirtschaftliches Umfeld“ und „Ertragslage“ beschrieben.

Zwischen den Vertriebskosten und den Kosten der Umsatzerlöse wurden Umgliederungen vorgenommen. Der Vorjahreswert wurde entsprechend angepasst. Lizenzgebühren in Höhe von 65 T € (Vorjahr: 78 T €) wurden von den Vertriebskosten in die Kosten der Umsatzerlöse umgliedert.

Konsolidierungskreis

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

Segmentberichterstattung

Kennzahlen nach Unternehmensbereichen zum 31. März 2014		Marken- geschäft	Volumen- geschäft	Summe
Umsatzerlöse	Mio €	47,0	8,9	55,9
Bruttomarge	%	49,4	34,4	47,0
Deckungsbeitrag	Mio €	19,1	2,7	21,8
Segmentergebnis (EBIT)	Mio €	3,4	0,6	4,0
Abschreibungen	Mio €	1,3	0,2	1,5
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt	Personen	762	277	1.039

Kennzahlen nach Unternehmensbereichen zum 31. März 2013		Marken- geschäft	Volumen- geschäft	Summe
Umsatzerlöse	Mio €	46,0	10,4	56,4
Umsatzerlöse bereinigt ¹⁾	Mio €	45,2	10,4	55,6
Bruttomarge	%	46,9	31,6	44,1
Deckungsbeitrag	Mio €	17,6	2,9	20,5
Segmentergebnis (EBIT)	Mio €	2,5	0,3	2,8
Abschreibungen	Mio €	1,3	0,3	1,6
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt	Personen	743	286	1.029

¹⁾ bereinigt um das aufgegebene Geschäft mit Dr. Oetker Backgeräte

Weitere Informationen über die Segmente und deren Steuerung sind dem Jahresfinanzbericht 2013 auf Seite 106 zu entnehmen.

Eigene Anteile

Weder im aktuellen Berichtszeitraum noch in dem des Vorjahres wurden eigene Anteile erworben oder verwendet.

Unter Einschluss der in den Vorjahren erworbenen und ausgegebenen eigenen Aktien hielt Leifheit am 31. März 2014 einen Bestand in Höhe 250.525 eigene Aktien. Dies entspricht 5,01 Prozent des Grundkapitals. Der darauf entfallende Betrag des Grundkapitals betrug 752 T €. Hierfür wurden 7.598 T € aufgewendet.

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

Hauptversammlung

Die ordentliche Hauptversammlung ist zum 22. Mai 2014 an den Sitz der Gesellschaft in Nassau/Lahn einberufen worden.

Ergebnisverwendungsvorschlag

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 2013 beträgt 17.370.000,00 €. Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung am 22. Mai 2014 vorschlagen, folgenden Beschluss zu fassen:

Aus dem Bilanzgewinn der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2013 in Höhe von 17.370.000,00 € wird eine Dividende von 1,65 € je dividendenberechtigter Stückaktie – das sind bei 4.749.475 Stückaktien insgesamt 7.836.633,75 € – an die Aktionäre ausgeschüttet. Der verbleibende Betrag in Höhe von 9.533.366,25 € wird auf neue Rechnung vorgetragen.

Die Dividende wird ab dem 23. Mai 2014 ausgezahlt.

Haftungsverhältnisse

Die Konzerngesellschaften sind keine Haftungsverpflichtungen eingegangen.

Finanzinstrumente

Ein detaillierter Überblick über die sonstigen Finanzinstrumente, über die finanziellen Risikofaktoren und das Management finanzieller Risiken ist im Jahresfinanzbericht 2013 in der Textziffer 37 auf den Seiten 121 bis 124 dargestellt. Seit dem 31. Dezember 2013 haben sich keine wesentlichen Änderungen unseres finanziellen Risikoprofils ergeben.

Bei den derivativen Finanzinstrumenten handelt es sich um zum beizulegenden Zeitwert bewertete Devisentermingeschäfte für Käufe beziehungsweise Verkäufe von US Dollar und Hongkong Dollar für die Geschäftsjahre 2014 und 2015.

Folgende Verpflichtungen aus Devisentermingeschäften wurden zum 31. März 2014 bilanziert:

	Wert der Verpflichtung	Fremdwährung	Nominalwert
Kauf USD/€	59.878 T €	79.880 T USD	57.939 T €
davon Hedge Accounting	15.841 T €	21.300 T USD	15.453 T €
Verkauf USD/€	10.449 T €	14.000 T USD	10.159 T €
Kauf HKD/€	6.813 T €	71.025 T HKD	6.631 T €
Kauf CZK/€	1.979 T €	54.000 T CZK	1.971 T €

Die Buchwerte der derivativen finanziellen Vermögenswerte und finanziellen Verbindlichkeiten entsprechen ihrem beizulegenden Zeitwert. Im Übrigen entsprechen die Buchwerte jeweils den fortgeführten Anschaffungskosten.

In der Bilanz zum 31. März 2014 wurden derivative finanzielle Vermögenswerte in Höhe von 290 T € sowie derivative finanzielle Verbindlichkeiten in Höhe von 2.129 T € mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet.

Sämtliche zum beizulegenden Zeitwert erfassten Finanzinstrumente werden in die drei wie folgt definierten Kategorien eingeteilt:

- Stufe 1: Notierte Marktpreise
- Stufe 2: Bewertungsverfahren (am Markt beobachtete Inputparameter)
- Stufe 3: Bewertungsverfahren (nicht am Markt beobachtete Inputparameter)

Alle finanziellen Vermögenswerte und Schulden, die zum beizulegenden Zeitwert zu bilanzieren sind, sind der Stufe 2 zuzuordnen. Im Berichtszeitraum erfolgten keine Umgliederungen zwischen den Stufen.

Am 31. März 2014 standen kurzfristige Kontokorrentkreditlinien in Höhe von 11,5 Mio € (Vorjahr: 11,5 Mio €) zur Verfügung. Davon wurden zum Bilanzstichtag 1,4 Mio € (Vorjahr: 2,1 Mio €) durch Avale genutzt. Die nicht ausgenutzten Kontokorrentkreditlinien betragen somit 10,1 Mio € (Vorjahr: 9,4 Mio €).

Die folgende Tabelle zeigt die Buchwerte und beizulegenden Zeitwerte der wesentlichen im Konzernabschluss erfassten Finanzinstrumente:

T €	Bewertungskategorie nach IAS 39	Buchwert		Beizulegender Zeitwert	
		31. März 2014	31. Dez. 2013	31. März 2014	31. Dez. 2013
Finanzielle Vermögenswerte					
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	a)	43.276	43.609	43.276	43.609
Strukturierte Geldmarktinstrumente	d)	9.995	7.344	9.995	7.344
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	a)	52.417	46.685	52.417	46.685
Derivative finanzielle Vermögenswerte (nicht als Sicherungsgeschäft designiert)	d)	290	403	290	403
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	a)	350	1.846	350	1.846
Finanzielle Verbindlichkeiten					
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	b)	14.350	13.476	14.350	13.476
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten (nicht als Sicherungsgeschäft designiert)	d)	1.741	2.071	1.741	2.071
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten (als Sicherungsgeschäft designiert)	c)	388	396	388	396
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	b)	16.639	14.829	16.639	14.829

- a) Kredite und Forderungen, die nicht an einem aktiven Markt notiert sind
b) zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten
c) erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte bzw. Verbindlichkeiten
d) erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte bzw. Verbindlichkeiten

Bei den kurzfristigen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten stellt der Buchwert einen angemessenen Näherungswert für den beizulegenden Zeitwert dar. Daher wurde keine Klassifizierung in die Stufen 1 bis 3 im Sinne des IFRS 7 vorgenommen.

Eventualverbindlichkeiten und Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Es bestanden Miet- und Leasingverträge für Geschäftsräume, EDV- und Telefonanlagen, Fahrzeuge und Ähnliches sowie Lizenzverträge in Höhe von 2,4 Mio € (Vorjahr: 2,9 Mio €). Die zukünftigen Mindestzahlungen aufgrund von unkündbaren Leasing- oder Mietverträgen betragen bis zu einem Jahr 1,9 Mio € (Vorjahr: 2,1 Mio €) und zwischen einem und fünf Jahren 0,5 Mio € (Vorjahr: 0,8 Mio €). Mit Laufzeiten von über fünf Jahren bestanden wie im Vorjahr keine entsprechenden Zahlungsverpflichtungen. Bei den Miet- und Leasingverträgen handelt es sich um Operating-Leasing-Verhältnisse im Sinne von IAS 17.

Zum 31. März 2014 bestanden Abnahmeverpflichtungen im Wert von 1,0 Mio € (Vorjahr: 1,4 Mio €).

Es bestanden Verpflichtungen aus Verträgen über den Erwerb von Gegenständen des Sachanlagevermögens in Höhe von 2,7 Mio € (Vorjahr: 1,7 Mio €), insbesondere für Werkzeuge und Marketingmaßnahmen.

Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Personen

Im Berichtszeitraum gab es keine Beziehungen zu oder Geschäfte mit nahestehenden Personen oder nahestehenden konzernfremden Unternehmen.

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

Nassau/Lahn, im Mai 2014

Leifheit Aktiengesellschaft

Der Vorstand



Thomas Radke



Dr. Claus-O. Zacharias

VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Der Vorstand versichert nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen

entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Nassau/Lahn, im Mai 2014

Leifheit Aktiengesellschaft

Der Vorstand



Thomas Radke



Dr. Claus-O. Zacharias

DISCLAIMER

Zukunftsbezogene Aussagen

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

Abweichungen aus technischen Gründen

Aus technischen Gründen (z. B. Umwandlung von elektronischen Formaten) kann es zu Abweichungen zwischen den in diesem Quartalsfinanzbericht enthaltenen und den beim Bundesanzeiger eingereichten Rechnungslegungsunterlagen kommen. In diesem Fall gilt die beim Bundesanzeiger eingereichte Fassung als die verbindliche Fassung.

Der Quartalsfinanzbericht liegt ebenfalls in englischer Übersetzung vor; bei Abweichungen geht die deutsche Fassung des Quartalsfinanzberichtes der englischen Übersetzung vor.

FINANZKALENDER

22. Mai 2014	Hauptversammlung, 10:30 Uhr Kunden- und Verwaltungszentrum der Leifheit AG, Nassau/Lahn
13. August 2014	Halbjahresfinanzbericht zum 30. Juni 2014
10. November 2014	Quartalsfinanzbericht zum 30. September 2014
24. – 26. November 2014	Präsentation auf dem Deutschen Eigenkapitalforum, Frankfurt/Main

KONTAKTE

Leifheit AG

Postfach 11 65
56371 Nassau/Lahn

Investor Relations:

Tel.: +49 2604 977-218
Fax: +49 2604 977-340

Leifheit im Internet:

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



Aktiengesellschaft

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