



AKTIV  
CLEVER  
ER  
IN > 80

LÄNDERN

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

219,5 Mio Euro  
Umsatz 2013

POS EXCELLENCE

**ICH VERTRAU**

**AUF LEIFHEIT**

effizient  
Fokus auf  
Marke und  
Marge

FOKUS-  
MÄRKTE

VERTRIEB IN  
INTERNATIONALEN  
MÄRKTEN

verbraucher-  
relevante  
Produktinno-  
vationen

Qualität

## AUF EINEN BLICK

- Konzernumsatz stabil auf Vorjahresniveau
- Markengeschäft mit Plus von 2,5 Prozent auf 133,7 Mio €
- Bruttomarge verbessert auf 47,1 Prozent
- EBIT steigt auch aufgrund von Währungseffekten auf 16,2 Mio €
- Umsatzprognose unverändert, Ergebnisprognose angehoben

## KONZERNKENNZAHLEN ZUM 30. SEPTEMBER

		2013	2014	Veränderung
<b>Umsatz<sup>1)</sup></b>				
Konzern	Mio €	162,4	161,7	-0,4 %
Markengeschäft	Mio €	130,4	133,7	2,5 %
Volumengeschäft	Mio €	32,0	28,0	-12,4 %
Auslandsanteil	%	56,7	55,6	-1,1 PP
<b>Rentabilität</b>				
Bruttomarge	%	43,9	47,1	3,2 PP
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	Mio €	23,1	22,7	-1,7 %
Free Cashflow	Mio €	21,0	19,3	-8,0 %
EBIT-Marge	%	4,0	10,0	6,0 PP
EBIT	Mio €	6,6	16,2	>100 %
EBIT bereinigt <sup>2)</sup>	Mio €	7,6	11,8	55,2 %
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	Mio €	5,2	15,0	>100 %
Periodenergebnis	Mio €	4,1	10,6	>100 %
<b>Mitarbeiter</b>				
Konzern	Personen	1.015	1.032	1,7 %
<b>Investitionen in Sachanlagen</b>				
	Mio €	2,0	3,2	59,7 %

<sup>1)</sup> Umsatz 2013 bereinigt um Restverkäufe aus dem Ende 2012 aufgegebenen Geschäft mit Dr. Oetker Backgeräte in Höhe von 1,5 Mio €

<sup>2)</sup> EBIT bereinigt um Fremdwährungsergebnis

## VORWORT

### Sehr geehrte Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionäre,

im dritten Quartal hat die weltweite Konjunktur erneut an Fahrt verloren. Das gilt speziell für unsere wichtigen europäischen Kernmärkte. Die Gründe sind vor allem in den politischen Krisen, beispielsweise in der Ukraine, sowie in den Entwicklungen in Syrien und dem Irak zu finden, die sich, zusätzlich zum allgemeinen Konsumklima, weiterhin negativ auf das Geschäft in Osteuropa auswirken. Dennoch: In diesem Umfeld erzielten wir in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres Umsatzerlöse von 161,7 Mio € und halten uns damit weiterhin stabil auf dem Niveau des Vorjahres. Unsere strategischen Vorgaben haben also auch im dritten Quartal ihre Wirkung fortgesetzt: Das größte und wichtigste Segment, das Markengeschäft, wuchs um 2,5 Prozent und erreichte einen Umsatz von 133,7 Mio €. Die milden Temperaturen im ersten Halbjahr kurbelten unser Geschäft mit Wäschespinnen und dem Fenstersauger an. Gegenläufig wirkte weiterhin das Marktausscheiden eines wichtigen Kunden im Baumarktbereich Ende vergangenen Jahres, über das wir bereits in den Vorquartalen berichtet haben. Wir arbeiten intensiv daran, diesen Ausfall zu kompensieren.

Demgegenüber blieb die Entwicklung im Volumengeschäft rückläufig. Hier generierten wir in den ersten drei Quartalen Umsatzerlöse von 28,0 Mio € und mussten damit ein Minus von rund 12,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr hinnehmen. Dies steht im Einklang mit unserer unveränderten Zielsetzung, das Segment besonders unter dem Gesichtspunkt der Profitabilität zu führen und dabei gegebenenfalls auf Umsatz zu verzichten. Aber uns belastet auch weiterhin die Teilauslistung bei einem französischen Handelskunden in der ersten Jahreshälfte. Hier führen wir intensive Gespräche, um diesen Verlust auszugleichen.

Unsere Ergebnisseite entwickelt sich insbesondere auch aufgrund von Währungseffekten erfreulich. In den ersten neun Monaten erzielten wir ein deutliches EBIT-Wachstum von 6,6 Mio € auf 16,2 Mio €. Bezogen auf den Umsatz entspricht dies einer EBIT-Marge von 10,0 Prozent. Im Ergebnis sind positive Effekte aus dem Fremdwährungsergebnis in Höhe von 4,4 Mio € (Vorjahr: -1,0 Mio €) enthalten. Analog zur EBIT-Entwicklung stieg das Vorsteuerergebnis (EBT) von 5,2 Mio € auf 15,0 Mio €. Die Bruttomarge lag mit 47,1 Prozent (Vorjahr: 43,9 Prozent) noch einmal höher als im Vorjahreszeitraum, was unsere Weichenstellung für das Geschäftsjahr mit dem Motto „Marke und Marge“ und damit unsere konsequente Ausrichtung auf margenstarke Produkte widerspiegelt.

Unsere strategischen Maßnahmen haben wir in den ersten neun Monaten konstant voran getrieben. Die Weiterentwicklung unserer Länderstrategien mit dem Ziel, schneller und flexibler auf sich ändernde Rahmenbedingungen zu reagieren und zudem Synergien auf Vertriebssebene zu schaffen, trägt erste Früchte: Im Markengeschäft konnten wir in früheren Krisenregionen wie Spanien, Italien und Griechenland teilweise deutlich zulegen. Auch die Anstrengungen im Bereich E-Commerce mündeten in einem fortgesetzten Wachstum um annähernd 20 Prozent. Hier haben wir uns personell weiter verstärkt. Dies gilt auch für den Bereich Forschung und Entwicklung, wo wir die neu geschaffene Position des Ressortleiters Entwicklung kompetent besetzen konnten. Wir sind sicher, dass dies unsere Innovationsleistung auf ein neues Niveau führen wird.

Der Herbst ist geprägt von umfassenden Vermarktungsaktivitäten für unsere innovativen, ultraleichten Air-Bügeltsche: Im Oktober

starteten wir mit einer breit angelegten TV-Kampagne, die bis Ende November durch POS-Aktivitäten, Streuprospunkte und Online-Kampagnen unterstützt wird. Ferner freuen wir uns, dass wir gleich zweimal für unsere Marken Leifheit und Soehnle die Auszeichnung „Superbrand Germany“ erhalten haben.

Angesichts der nationalen und internationalen Rahmenbedingungen werden wir für das Gesamtjahr 2014 weiter an unserer Umsatzprognose festhalten. Die aktuelle Entwicklung zeigt, dass wir damit auf einem richtigen Weg sind. Zu fragil stellt sich aktuell das wirtschaftliche Umfeld dar. Für das Gesamtjahr erwarten wir auf Konzernebene Umsatzerlöse auf dem bereinigten Niveau des Jahres 2013. Wir wollen unverändert vor allem im Markengeschäft wachsen und erwarten uns hier ein Umsatzplus von ein bis drei Prozent. Das Wachstum erwarten wir hier vor allem aus dem Geschäft mit der Marke Leifheit. Das Volumengeschäft werden wir weiterhin unter dem Gesichtspunkt der Profitabilität führen und gehen auf Gesamtjahressicht von einer rückläufigen Umsatzentwicklung aus.

Dagegen heben wir unsere Ergebnisprognose für das Gesamtjahr 2014 deutlich an. Entgegen unserer bisherigen Prognosen erwarten wir für das Gesamtjahr 2014 eine Steigerung des EBIT auf etwa 18 Mio € bis 19 Mio € unter der Prämisse eines unveränderten US Dollar-Kurses zum Jahresende. Das erwartete Ergebniswachstum ist im Wesentlichen auf das gestiegene Fremdwährungsergebnis zurück zu führen, das durch die aktuelle Dollarentwicklung in einer Höhe von 4 Mio € bis 5 Mio € positiv beeinflusst werden wird.

Sie sehen, wir investieren weiter in qualifizierte Mitarbeiter mit kreativen Ideen und damit in die Zukunft von Leifheit. Stichwort Zukunft: Wir arbeiten aktuell daran, für den Leifheit-Konzern eine ambitionierte Vision und strategische Leitlinien für das Jahr 2020 zu entwickeln, die uns in Zukunft leiten wird, um all unsere strategischen Maßnahmen noch konsequenter auf innovative Produkte und die Bedürfnisse unserer Kunden auszurichten. Wir bleiben also in Bewegung und freuen uns, wenn Sie uns auf dieser neuen Etappe des traditionsreichen Weges des Unternehmens begleiten.

Mit freundlichen Grüßen



Thomas Radke



Dr. Claus-O. Zacharias

## DIE LEIFHEIT-AKTIE

### Finanzmärkte präsentierten sich zunehmend verunsichert

Nachdem in der ersten Jahreshälfte das Finanzmarktumfeld generell von einer positiven Stimmung geprägt war, vergrößerten sich im dritten Quartal die Unsicherheiten über den Verlauf der politischen Krisen und die weitere konjunkturelle Entwicklung weltweit. Sowohl der deutsche Leitindex DAX als auch der US-amerikanische Dow Jones Index mussten daraufhin im Juli und August deutliche Rückgänge verkraften. Auch der SDAX – Vergleichsindex für die Leifheit-Aktie – konnte sich dem allgemeinen Abwärtstrend nicht entziehen. Der Index startete auf dem Niveau von 7.405 Punkten in das dritte Quartal und erreichte am 8. August 2014 mit 6.751 Punkten seinen Tiefststand. Der Schlusskurs zum 30. September von 6.853 Punkten markiert einen Rückgang von 7,5 Prozent im dritten Quartal. Verglichen mit dem Jahresbeginn 2014 stand der SDAX am Ende der ersten neun Monate praktisch auf unverändertem Niveau.

### Leifheit-Aktie

Der Kurs der Leifheit-Aktie (ISIN DE0006464506) entwickelte sich im Gegensatz zu ihrem Vergleichsindex SDAX im aktuellen Berichtsjahr positiver. Nachdem unser Wertpapier zu Beginn des Jahres 2014 deutlich zugelegt hatte, erreichte es im Anschluss an die Veröffentlichung der Quartalszahlen Mitte Mai ihren bisherigen Jahreshöchstkurs von 45,50 €. Auch die Leifheit-Aktie konnte sich der allgemeinen Marktentwicklung Mitte des Jahres nicht entziehen und erreichte am 6. und 8. August 2014 mit einem Kurs von jeweils 35,50 € ihren Tiefststand im dritten Quartal 2014. Im Anschluss stieg der Wert jedoch wieder deutlich an und erreichte am 17. September mit einem Kurs von 43,70 € den höchsten Stand im dritten Quartal. Unsere Aktie schloss am 30. September 2014 bei 41,29 €. Diese Entwicklung entspricht einem Kursrückgang von 1,0 Prozent im dritten Quartal 2014 und einem Kursplus von rund 33 Prozent im Vergleich zum Jahresbeginn 2014. Damit übertraf die Leifheit-Aktie die Entwicklung des Vergleichsindex SDAX in den ersten neun Monaten 2014 um mehr als 30 Prozentpunkte.

Die Marktkapitalisierung der Leifheit AG lag zum 30. September 2014 bei rund 206 Mio € und verringerte sich im Vergleich zum Ende des zweiten Quartals 2014 um 2 Mio € (30. Juni 2014: rund 208 Mio €).

### Geringeres Handelsvolumen im dritten Quartal

Im Vergleich zum durchschnittlichen XETRA-Handelsvolumen im zweiten Quartal sank die Anzahl der im XETRA gehandelten Aktien im dritten Quartal auf durchschnittlich 1.291 Aktien pro Tag (Q2 2014: 2.701).

### Positive Analystenstimmen

Im dritten Quartal 2014 haben das Bankhaus Lampe, die Berenberg Bank und Close Brothers Seydler Research jeweils Studien zur Leifheit-Aktie veröffentlicht. Alle drei Analysten gaben eine Kaufempfehlung mit Kurszielen zwischen 42,00 € und 50,00 € für die nächsten zwölf Monate ab.

### Aktionärsstruktur unverändert

Die Aktionärsstruktur zeigt sich zum 30. September 2014 wie folgt:

Home Beteiligungen GmbH, München	50,27 %
MKV Verwaltungs GmbH, Grünwald	10,03 %
Joachim Loh, Haiger	8,26 %
Leifheit AG, Nassau	4,97 %
Free Float (Streubesitz)	26,47 %

# 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 30. September 2014 betrug die Marktkapitalisierung rund 206 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 seit 1. Mai 2014 auch den Bereich Personal.

Die ordentliche Hauptversammlung hat am 22. Mai 2014 die bisherigen Mitglieder wieder in den Aufsichtsrat gewählt:

- a) Karsten Schmidt, Penzberg,  
Vorstandsvorsitzender der Ravensburger AG mit Sitz in Ravensburg
- b) Dr. Robert Schuler-Voith, München,  
Geschäftsführer der Home Beteiligungen GmbH mit Sitz in München
- c) Dr. Friedrich M. Thomée, Ascona/Schweiz,  
Geschäftsführender Gesellschafter der Thomée Vermögensverwaltung GmbH & Co. KG mit Sitz in Wolfsburg
- d) Helmut Zahn, Starnberg,  
Geschäftsführer der Home Beteiligungen GmbH mit Sitz in München

Die Arbeitnehmervertreter im Aufsichtsrat wurden am 13. Mai 2014 gewählt. Es sind die Herren Baldur Groß, Berg, Energieelektroniker der Leifheit AG, und Thomas Standke, Scheidt, Werkzeugmacher der Leifheit AG, der auch dem letzten Aufsichtsrat angehörte. Herr Dieter Metz, Schweighausen, ist mit Ablauf der Hauptversammlung am 22. Mai 2014 aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden.

Der Aufsichtsrat hat wie bisher Herrn Helmut Zahn zu seinem Vorsitzenden und Herrn Dr. Robert Schuler-Voith zu seinem stellvertretenden Vorsitzenden bestimmt.

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

## Wirtschaftliches Umfeld

### Weltwirtschaft entwickelt sich uneinheitlich

In den ersten neun Monaten konnte die Weltwirtschaft insgesamt ihren eingeschlagenen Wachstumspfad weiter beschreiten, allerdings mit etwas langsamerem Tempo als erwartet. Infolgedessen reduzierte der Internationale Währungsfonds (IWF) seine Erwartungen für das Weltwirtschaftswachstum im aktuellen Geschäftsjahr leicht auf 3,3 Prozent. Dies gilt sowohl für die Schwellenländer als auch für die Eurozone, wobei die Prognosen hier zum Teil deutlich stärker zurückgingen. Die Hauptursachen für die Entwicklung in Europa liegen zum einen in der weiterhin angespannten geopolitischen Lage – darunter vor allem die Konflikte in der Ukraine sowie im Irak und in Syrien, zum anderen an der schwachen Konjunktur im Euroraum und den trotz anhaltend niedriger Zinsen zurückhaltenden Investitionen. Für Deutschland wurde die Prognose des IWF um 0,3 Prozentpunkte auf 1,4 Prozent nach unten korrigiert. Ähnliches gilt für Frankreich und Italien. Für Russland besteht, insbesondere durch die aktuellen Wirtschaftssanktionen der westlichen Industrienationen, unverändert die Gefahr einer Rezession.

### Konsumklima in Deutschland robust, Industrieproduktion fällt

Der Geschäftsklimaindex des ifo-Instituts für die gewerbliche Wirtschaft in Deutschland ist im September auf 104,7 Punkte (Vormonat: 106,3 Punkte) gesunken. Dies ist der niedrigste Wert seit April 2013. Die Gründe hierfür sind unter anderem die Sanktionen gegen Russland sowie die verhaltene Entwicklung der Weltkonjunktur, die teilweise zu deutlichen Rückgängen in der Industrieproduktion führte. Auch wenn die Unternehmen die Geschäftslage im Herbst erneut schlechter beurteilten, bleibt sie doch langfristig betrachtet auf einem guten Niveau.

Eine ähnliche Entwicklung zeigte sich beim Konsumklima, das laut Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) im September zum zweiten Mal in Folge zurückging. Zugleich reduzierte sich die Einkommens- und Konjunkturerwartung sowie die Anschaffungsneigung in ähnlichem Umfang. Allerdings trägt der private Konsum nach wie vor einen wesentlichen Teil zum deutschen Wirtschaftswachstum bei. In den ersten neun Monaten 2014 stiegen die Ausgaben der privaten Haushalte laut Angaben der GfK um 1,5 Prozent an. Dies lag vor allem an einer deutlich verbesserten realen Einkommenssituation aufgrund der hohen Erwerbstätigkeit sowie an der niedrigen Inflationsrate. In Verbindung mit dem geringen Zinsniveau sind die Konsumenten eher geneigt zu konsumieren, als ihr Geld zu sparen. So bestätigt auch der Handelsverband Deutschland (HDE) seine Prognose eines moderaten Zuwachses in Höhe von 1,5 Prozent im deutschen Einzelhandel. Ein wesentlicher Wachstumstreiber bleibt dabei der Bereich E-Commerce. Insgesamt spiegelt dies ein nach wie vor robustes Konsumklima in Deutschland wieder.

### Währungsentwicklung

In den ersten vier Monaten 2014 entwickelte sich der Wechselkurs des Euro zum US Dollar zwar volatil aber insgesamt seitwärts. Seit Mai 2014 hat die US-Währung jedoch deutlich an Stärke gewonnen. Am 30. September 2014 bezahlte man für einen Euro 1,26 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 neun Monaten 2013 wurden im Rahmen der Restabwicklung noch Abverkäufe in Höhe von 1,5 Mio € getätigt. Zur besseren Vergleichbarkeit wurden in der folgenden Kommentierung die Umsätze des Vorjahres bereinigt dargestellt.

### Konzernumsatz stabil auf Niveau des Vorjahres

In einem nach wie vor schwierigen wirtschaftlichen Umfeld blieben die Umsatzerlöse des Leifheit-Konzerns in den ersten neun Monaten 2014 mit 161,7 Mio € (Vorjahr: 162,4 Mio €) stabil auf dem Niveau des Vorjahres. Im Markengeschäft verzeichneten wir eine positive Umsatzdynamik im Rahmen unserer Prognose, währenddessen sich das Volumengeschäft erwartungsgemäß rückläufig zeigte.

In unserem Heimatmarkt Deutschland blieb die Umsatzentwicklung weiterhin erfreulich: Unsere Umsatzerlöse stiegen um 2,1 Prozent auf 71,8 Mio € (Vorjahr: 70,2 Mio €).

Demgegenüber ging der Umsatz in den Ländern Zentraleuropas (ohne Deutschland) um 1,8 Prozent auf 69,7 Mio € (Vorjahr: 71,0 Mio €) zurück. Die deutlichen Umsatzrückgänge im Volumengeschäft vor allem in Frankreich konnten durch positive Wachstumsimpulse in Ländern wie Italien, Spanien und Skandinavien nicht vollständig ausgeglichen werden.

In Osteuropa legten die Umsätze mit einem Plus von 3,1 Prozent auf 12,9 Mio € (Vorjahr: 12,5 Mio €) wieder zu. Nichtsdestotrotz wird diese Region weiterhin stark von der instabilen politischen Lage in der Ukraine beeinflusst. Diese beeinträchtigt darüber hinaus unsere Vertriebs- und Expansionsbemühungen, insbesondere in den Metropolregionen Russlands. Entsprechend verzeichneten wir die höchsten Umsatzrückgänge in Russland und der Ukraine. Diese konnten allerdings durch die positive Entwicklung in der Tschechischen Republik und in Polen ausgeglichen werden.

In den übrigen Regionen der Welt erzielten wir Umsatzerlöse von 7,3 Mio € (Vorjahr: 8,7 Mio €).

Die Verteilung des Konzernumsatzes nach Regionen stellt sich wie folgt dar: 44,4 Prozent entfielen auf Deutschland, 43,1 Prozent erwirtschafteten wir in der Region Zentraleuropa, 8,0 Prozent in Osteuropa und 4,5 Prozent in den übrigen Regionen der Welt. Der Auslandsanteil lag mit 55,6 Prozent leicht unterhalb des Vorjahresvergleichswerts (56,7 Prozent).

Im dritten Quartal erreichten wir wie im Vorjahr Konzernenerlöse in Höhe von 53,5 Mio €.

### Markengeschäft

Das Markengeschäft zeigte in den ersten neun Monaten des Jahres weiterhin eine positive Entwicklung. Wir erzielten hier Umsatzerlöse in Höhe von 133,7 Mio € (Vorjahr: 130,4 Mio €). Dies entspricht einem Wachstum von 2,5 Prozent gegenüber dem Vergleichszeitraum 2013. Fehlende Umsätze aufgrund des Marktausscheidens eines bedeutenden Baumarktkunden konnten wir in anderen Handelskanälen erfolgreich ausgleichen. Das vor diesem Hintergrund generierte Wachstum erreichten wir vor allem durch verstärkte Aktivitäten in den Produktkategorien Reinigen und Wäschepflege.

Der Umsatzanteil des Markengeschäfts legte spürbar zu und lag im Berichtszeitraum bei 82,7 Prozent (Vorjahr: 80,3 Prozent). Wir beabsichtigen, diesen Anteil im Rahmen unserer strategischen Überlegungen weiter zu steigern. Diese Planungen sehen für das aktuelle Jahr unter dem Slogan „Marke und Marge“ eine Fokussierung auf das Markengeschäft und die Profitabilität vor. Entsprechend entwickeln wir das Geschäft mit innovativen Markenprodukten unter unseren Marken Leifheit und Soehnle kontinuierlich weiter.

Die Umsatzerlöse in Deutschland stiegen in den ersten neun Monaten um 4,1 Prozent auf 69,2 Mio € (Vorjahr: 66,4 Mio €). Wir profitierten weiterhin von der stabilen Binnennachfrage in unserem Heimatmarkt.

Weiterhin erfreulich zeigten sich auch die Umsätze in der Region Zentraleuropa. Sie stiegen um 3,1 Prozent auf 47,3 Mio € (Vorjahr: 45,9 Mio €). Insbesondere in Spanien, Skandinavien und den Niederlanden erzielten wir deutliche Umsatzzuwächse.

Auch in Osteuropa verzeichneten wir eine positive Entwicklung in den ersten neun Monaten. Die Umsätze stiegen um 2,9 Prozent auf 12,9 Mio € (Vorjahr: 12,5 Mio €). Verantwortlich hierfür war das deutliche Wachstum in der Tschechischen Republik und in Polen. Die anhaltenden politischen Unruhen in der Ukraine verhinderten höhere Wachstumsraten. Entsprechend mussten wir in Russland und der Ukraine im Vergleich zum Vorjahr Rückgänge hinnehmen.

In den übrigen Regionen der Welt lagen die kumulierten Umsatzerlöse im Markengeschäft bei 4,3 Mio € (Vorjahr: 5,6 Mio €). In den Vereinigten Staaten arbeiten wir seit 2014 mit einem neuen Distributor zusammen. Wir erwarten uns hiervon positive Impulse für das Gesamtjahr.

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

Die Kategorie **Reinigen** wuchs in den ersten neun Monaten erneut kräftig um 9,5 Prozent auf 45,8 Mio € (Vorjahr: 41,8 Mio €). Dieser Anstieg resultierte einerseits aus der anhaltend freundlichen Witterungslage sowie andererseits aus der konstant hohen Nachfrage nach unserer im zweiten Quartal 2013 eingeführten Produktinnovation Fenstersauger. Rund ein Drittel der Umsatzsteigerung erzielten wir in unserem Heimatmarkt Deutschland. Unsere intensiven Vertriebsmaßnahmen am Point of Sale entfalteten vor allem im Vertriebskanal Baumarkt ihre Wirkung und sorgten dort für eine erfreuliche Nachfragesteigerung. Gleichzeitig verzeichneten wir Zuwachsraten in den Vertriebskanälen Discounter und Internethandel. Außerhalb Deutschlands steuerten die Niederlande, die skandinavischen Märkte und die Tschechische Republik den höchsten Anteil zum Umsatzwachstum bei.

Mit Umsatzsteigerungen von 3,5 Prozent auf 58,5 Mio € (Vorjahr: 56,4 Mio €) trug unsere Produktkategorie **Wäschepflege** weiterhin den größten Anteil zum Konzernumsatz bei. Das Wachstum erzielten wir insbesondere durch einen anhaltend hohen Absatz von Wäschespinnen, die wir innerhalb Deutschlands sehr erfolgreich in den Vertriebskanälen Cash & Carry, Discounter und Internethandel absetzten. Auch unsere Bügelprodukte erfreuten sich im dritten Quartal wachsender Beliebtheit. Unsere neuen, mit dem hochwertigen und sehr leichten Spezialkunststoff EPP ausgestatteten Air-Bügeltische konnten wir sehr erfolgreich in den Markt einführen. Mit Beginn des vierten Quartals 2014 starteten wir eine umfangreiche Kommunikationskampagne, dank derer wir uns weitere positive Effekte auf den Umsatz in dieser Kategorie erwarten.

Unsere Produktkategorie **Küche** verzeichnete in den ersten neun Monaten 2014 einen Anstieg der Umsatzerlöse um 1,8 Prozent auf 12,6 Mio € (Vorjahr: 12,4 Mio €). Der Anstieg resultierte vornehmlich aus der höheren Nachfrage aus Deutschland, Spanien und Frankreich. Außerhalb Europas sowie in den aktuellen Krisenregionen entwickelten sich die Umsätze größtenteils rückläufig. Das Absatzwachstum unserer Küchenprodukte erzielten wir besonders stark über den E-Commerce-Kanal, den Facheinzelhandel sowie im SB-Warenhaus.



Die Produktkategorie **Wellbeing** umfasst die Umsatzerlöse mit unserer Marke Soehnle. In den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres beliefen sich diese auf 16,8 Mio € (Vorjahr: 19,8 Mio €). Der Grund für den Umsatzrückgang liegt vor allem in der allgemeinen Kaufzurückhaltung bei Personen- und Küchenwaagen. Diese verzeichneten sowohl im Inland als auch im Ausland geringere Umsatzerlöse. Speziell in Zentraleuropa ist dies auf eine verschärfte Wettbewerbssituation zurückzuführen. Außerhalb Europas machten sich fehlende großvolumige Kontrakte mit Einzelprodukten, sogenannte Aktions- und Spotgeschäfte, bemerkbar. Innerhalb der Produktkategorie Wellbeing erreichte unser Relax-Sortiment in etwa das Vorjahresniveau.

#### Volumengeschäft weiter rückläufig

Die Entwicklung im Volumengeschäfts in den ersten neun Monaten 2014 wurde insbesondere von zwei Faktoren beeinflusst: erstens unserer strategischen Konzentration auf die stärkere Entwicklung des Markengeschäfts und zweitens der Teilauslistung unserer Produkte bei einem bedeutenden französischen Kunden. Entsprechend lagen die Umsatzerlöse im Volumengeschäft im Berichtszeitraum erwartungsgemäß unterhalb des Vorjahresniveaus. Der Umsatz belief sich auf 28,0 Mio € (Vorjahr: 32,0 Mio €) und damit 12,4 Prozent niedriger als in den ersten drei Quartalen 2013. Der Anteil des Volumengeschäfts am Gesamtumsatz reduzierte sich auf 17,3 Prozent (Vorjahr: 19,7 Prozent).

In Deutschland verzeichneten wir in den ersten neun Monaten 2014 Umsatzerlöse von 2,6 Mio € (Vorjahr: 3,8 Mio €). Das Ausscheiden eines bedeutenden Baumarktkunden aus dem Markt und das damit verbundene fehlende Absatzvolumen machte sich insbesondere in der Produktkategorie Wäschepflege bemerkbar.

Die Umsatzerlöse in Zentraleuropa beliefen sich auf 22,4 Mio € (Vorjahr: 25,1 Mio €). In Übersee blieben die Umsätze mit 3,0 Mio € (Vorjahr: 3,1 Mio €) stabil. 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 Quartalen 2014 wie im Vorjahreszeitraum planmäßig keine nennenswerten Umsätze.

Die Umsatzerlöse in unserer Produktkategorie **Wäschepflege** erreichten in den ersten neun Monaten 9,3 Mio € (Vorjahr: 9,9 Mio €). Der Rückgang ist einerseits auf das Marktausscheiden eines bedeutenden Baumarktkunden zurückzuführen und andererseits auf fehlendes Volumen bei der Auftragsfertigung. Den Hauptteil der Umsatzerlöse in dieser Produktkategorie erzielen wir mit

unserer französischen Tochtergesellschaft Herby. Diese erreichte im Berichtszeitraum ein Wachstum von 1,8 Prozent unter anderem aufgrund der Neulistung bei einer bekannten niederländischen Handelskette.

Die Produktkategorie **Küche** blieb mit Umsatzerlösen von 17,0 Mio € (Vorjahr: 19,6 Mio €) unter dem Niveau des Vorjahres. In dieser Produktkategorie erzielten wir rund zwei Drittel der Umsätze des Volumengeschäfts, hauptsächlich mit unserer französischen Tochtergesellschaft Birambeau. Im Berichtszeitraum musste Birambeau Umsatzrückgänge von rund 15 Prozent hinnehmen. Dies ist hauptsächlich auf die Teilauslistung bei einem französischen Handelskunden zurückzuführen, die bisher nicht kompensiert werden konnte.

In der Kategorie **Wellbeing** erzielten wir in den ersten neun Monaten planmäßig keine nennenswerten Umsatzerlöse mit Personen- und Küchenwaagen, nachdem eine Vertriebsaktion in den Niederlanden aus dem Vorjahr nicht wiederholt wurde (Vorjahr: 0,9 Mio €).

In unserem tschechischen Werk in Blatná betreiben wir **Lohnfertigungen**. Die Umsatzerlöse hieraus erreichten im Berichtszeitraum 1,3 Mio € (Vorjahr: 1,5 Mio €).

#### Entwicklung der Ertragslage

In der Gewinn- und Verlustrechnung wurden Umgliederungen zwischen den Vertriebskosten und den Kosten der Umsatzerlöse hinsichtlich Zoll- und Lizenzgebühren sowie zwischen dem Zinsergebnis und dem sonstigen Finanzergebnis vorgenommen. Wir haben die Werte des Vorjahreszeitraums entsprechend diesen Änderungen angepasst.

#### Ergebnis durch Fremdwährungsergebnis wesentlich beeinflusst

In den ersten neun Monaten 2014 erreichten wir ein Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT) von 16,2 Mio € (Vorjahr: 6,6 Mio €). Dieses Ergebnis wurde wesentlich durch das Fremdwährungsergebnis in Höhe von 4,4 Mio € beeinflusst, das im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 5,4 Mio € gestiegen ist. Im dritten Quartal betrug das Fremdwährungsergebnis 4,0 Mio € und ist im Vergleich zum dritten Quartal 2013 um 6,0 Mio € angestiegen.

Die Ursache für diese starke Veränderung war die Aufwertung des US Dollarkurses um 8 Prozent im dritten Quartal 2014, von 1,37 USD/EUR (30. Juni 2014) auf 1,26 USD/EUR (30. September 2014), wohingegen der US Dollarkurs im dritten Quartal 2013 um 4 Prozent zurückgegangen war. Dies führte zu deutlichen Aufwertungen der Zeitwerte der abgeschlossenen US Dollar-Devisentermingeschäfte und den US Dollar-Zahlungsmittelbeständen.

Bereinigt um das Fremdwährungsergebnis betrug das EBIT 11,8 Mio € (Vorjahr: 7,6 Mio €). Der wesentliche Grund für den Anstieg um 4,2 Mio € war das höhere Bruttoergebnis.

Die EBIT-Marge stieg von 4,0 Prozent im Vorjahreszeitraum auf 10,0 Prozent in den ersten neun Monaten 2014. Sie berechnet sich aus dem Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern im Verhältnis zu den Umsatzerlösen. Bereinigt um das Fremdwährungsergebnis stieg die EBIT-Marge von 4,6 Prozent auf 7,3 Prozent.

In den ersten neun Monaten 2014 erreichten wir ein Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT) von 15,0 Mio € (Vorjahr: 5,2 Mio €). Das Plus im Vergleich zum Vorjahr war hauptsächlich auf das gestiegene EBIT zurückzuführen. Nach Abzug der Steuern ergab sich ein Periodenergebnis von 10,6 Mio € (Vorjahr: 4,1 Mio €).

#### Bruttoergebnis

Das Bruttoergebnis stieg in den ersten neun Monaten 2014 um 4,3 Mio € auf 76,2 Mio € (Vorjahr: 71,9 Mio €). Das Bruttoergebnis errechnet sich aus den Umsatzerlösen abzüglich der Kosten der Umsatzerlöse.

Die Bruttomarge wuchs erneut von 43,9 Prozent auf 47,1 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 insbesondere hierzu bei.

#### Forschungs- und Entwicklungskosten

Unsere Forschungs- und Entwicklungskosten umfassen vorwiegend Personalkosten, Kosten für Dienstleistungen und Patentgebühren. Sie lagen mit 2,7 Mio € um 0,3 Mio € unter dem Vorjahreswert. Der Rückgang betraf Aufwendungen für Dienstleistungen.

#### Vertriebskosten

Die Vertriebskosten, die neben Werbe- und Marketingkosten auch Ausgangsfrachten und Versandkosten beinhalten, betragen im Berichtszeitraum 50,2 Mio € (Vorjahr: 50,5 Mio €). Dies entspricht einem Rückgang um 0,3 Mio € im Vergleich zum Vorjahreszeitraum und ist unter anderem auf niedrigere Personalaufwendungen, Abschreibungen und Wertberichtigungen auf Forderungen zurückzuführen, wohingegen die Werbeaufwendungen stiegen.

#### Verwaltungskosten

Unsere Verwaltungskosten stiegen in den ersten neun Monaten um 0,4 Mio € auf 11,6 Mio € (Vorjahr: 11,2 Mio €). Höheren Personalkosten standen niedrigere Aufwendungen für Dienstleistungen entgegen. Neben den Personalaufwendungen und Dienstleistungen enthalten die Verwaltungskosten auch die Aufwendungen zur Unterstützung unserer Finanz- und Verwaltungsfunktionen.

#### Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Erträge fielen im Berichtszeitraum um 0,2 Mio € auf 0,8 Mio € (Vorjahr: 1,0 Mio €). Hierin sind vor allem Provisions- und Lizenzerträge enthalten. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen um 0,2 Mio € auf 0,7 Mio € (Vorjahr: 0,5 Mio €).

#### Fremdwährungsergebnis

Unser Fremdwährungsergebnis stieg in den ersten neun Monaten 2014 um 5,4 Mio € auf 4,4 Mio € (Vorjahr: -1,0 Mio €). Es enthält Erträge aus Änderungen der Zeitwerte von Devisentermingeschäften von 3,4 Mio € (Vorjahr: -1,0 Mio €), Erträge aus Fremdwährungsbewertungen von 1,3 Mio € (Vorjahr: -0,1 Mio €) und realisierte Kursverluste von 0,3 Mio € (Vorjahr: -0,1 Mio €).

#### Zinsergebnis

Das Zinsergebnis betrug wie im Vorjahr -1,2 Mio € und enthält im Wesentlichen Zinsaufwendungen aus der Aufzinsung von Pensionsverpflichtungen von 1,4 Mio € (Vorjahr: 1,4 Mio €) und Zinserträge aus Finanzinstrumenten und Aufzinsungen von Forderungen von 0,3 Mio € (Vorjahr: 0,2 Mio €).

#### Steuern

In den ersten neun Monaten 2014 betragen die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag 4,4 Mio € (Vorjahr: 1,2 Mio €). Die Steuerquote stieg von 22,4 Prozent im Vorjahr auf 29,4 Prozent. 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 neun Monaten 2014 mit 13,3 Mio € (Vorjahr: 4,7 Mio €) ein deutlich höheres EBIT als im Vorjahr. Bereinigt um das Fremdwährungsergebnis betrug das EBIT 9,4 Mio € (Vorjahr: 5,6 Mio €). Die Bruttomarge stieg von 46,3 Prozent im Vorjahr um 3,3 Prozentpunkte auf 49,6 Prozent. Das Bruttoergebnis erreichte 66,3 Mio €, ein Plus von 5,3 Mio € im Vergleich zum Vorjahr. Verantwortlich hierfür waren Rationalisierungsmaßnahmen, Fokussierung auf margenstarke Geschäfte und für uns günstigere US Dollarkurse. Der Deckungsbeitrag erreichte entsprechend 55,7 Mio € (Vorjahr: 50,3 Mio €). Er definiert sich als Bruttoergebnis abzüglich Provisionen und Ausgangsfrachten. Der Anstieg des bereinigten EBIT im Markengeschäft resultierte im Wesentlichen aus dem gestiegenen Bruttoergebnis.

Im Volumengeschäft betrug das EBIT 2,9 Mio € (Vorjahr: 1,9 Mio €). Das um das Fremdwährungsergebnis bereinigte EBIT betrug 2,4 Mio € (Vorjahr: 2,0 Mio €). Fehlende Deckungsbeiträge aus dem Rückgang der Umsatzerlöse wurden überkompensiert durch den relativen Anstieg der Bruttomarge, Kosteneinsparungen und niedrigere Abschreibungen. Die Bruttomarge stieg von 33,9 Prozent im Vorjahr um 1,2 Prozentpunkte auf 35,1 Prozent. Währungseffekte und Produktmixverschiebungen trugen hierzu bei. Absolut fiel das Bruttoergebnis aufgrund fehlender Deckungsbeiträge aus dem Umsatzrückgang jedoch um 1,0 Mio € auf 9,8 Mio €. Der Deckungsbeitrag erreichte 8,8 Mio € (Vorjahr: 9,8 Mio €). Die Vertriebs- und Verwaltungskosten sowie die sonstigen Aufwendungen gingen um 1,2 Mio € im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zurück.

## Entwicklung der Finanzlage

### Kapitalstruktur

Zum 30. September 2014 betrug unser Verschuldungsgrad 56,9 Prozent und lag damit im Vergleich zum 31. Dezember 2013 um 3,4 Prozentpunkte höher. Die Kennzahl errechnet sich aus dem Verhältnis der Schulden zur Summe aus Eigenkapital und Schulden. Die Ausschüttung der Dividende von 7,8 Mio € und der Anstieg der Pensionsverpflichtung um 8,2 Mio € trugen hierzu wesentlich bei.

Unsere Schulden bestanden zum 30. September 2014 im Wesentlichen aus Pensionsverpflichtungen in Höhe von 64,5 Mio €, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten von 46,6 Mio € sowie Rückstellungen von 8,1 Mio €. Wie im Vorjahr hatten wir keine Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten.

Die Eigenkapitalquote, also der Anteil des Eigenkapitals an der Bilanzsumme, betrug 43,1 Prozent (31. Dezember 2013: 46,5 Prozent).

## Entwicklung der Liquiditätslage

Die Konzernliquidität stieg in den ersten neun Monaten 2014 um 11,6 Mio € und belief sich zum 30. September 2014 auf 63,6 Mio €. Sie umfasst Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Form von Guthaben bei Kreditinstituten und finanziellen Vermögenswerten in Form von kurzfristigen Wertpapieren.

Wir verfügten zum 30. September 2014 über Guthaben bei Kreditinstituten von 59,6 Mio €. Sie umfassten Sichteinlagen und innerhalb von drei Monaten kündbare Festgelder. Die kurzfristigen Vermögenswerte beinhalteten eine Geldanlage in Form eines Schuldscheins in Höhe von 4,0 Mio €.

Der Anstieg der Konzernliquidität zum 30. September 2014 im Vergleich zum 31. Dezember 2013 in Höhe von 11,6 Mio € auf 63,6 Mio € ergab sich hauptsächlich aus dem Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit im Berichtszeitraum von 22,7 Mio €, den Auszahlungen für Investitionen von 3,6 Mio € und der Auszahlung der Dividende von 7,8 Mio €.

## Analyse der Konzernkapitalflussrechnung

Der Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit betrug im Berichtszeitraum 22,7 Mio € (Vorjahr: 23,1 Mio €). Im Wesentlichen dafür verantwortlich waren das Periodenergebnis in Höhe von 10,6 Mio €, die Abschreibungen von 4,4 Mio €, die Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen von 0,1 Mio € und die Zunahme der Vorräte von 1,9 Mio €, die Abnahme von Umsatzsteuerforderungen von 2,0 Mio € und die Zunahme der Verbindlichkeiten von 7,3 Mio €.

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit in 2014 betrug 6,4 Mio € (Vorjahr: -1,8 Mio €). Er beinhaltete Auszahlungen aus der Veränderung der kurzfristigen Wertpapiere von 3,0 Mio € und Auszahlungen für den Erwerb von Anlagevermögen in Höhe von 3,6 Mio €. Im Vorjahr war die Einzahlung einer Restkaufpreisforderung aus der Aufgabe der Lizenzvereinbarung Dr. Oetker Backgeräte enthalten.

## Free Cashflow

In den ersten neun Monaten 2014 belief sich der Free Cashflow auf 19,3 Mio € (Vorjahr: 21,0 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 am Rückgang des Cashflows aus der betrieblichen Tätigkeit sowie den höheren Investitionen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

## Entwicklung der Vermögenslage

### Bilanzstruktur zum 30. September 2014

Unsere Bilanzsumme erhöhte sich gegenüber dem 31. Dezember 2013 um 11,2 Mio € auf 215,0 Mio € (31. Dezember 2013: 203,8 Mio €).

Die kurzfristigen Vermögenswerte betragen 150,1 Mio € zum 30. September 2014 (31. Dezember 2013: 137,2 Mio €). Dem Rückgang der Umsatzsteuerforderungen um 2,0 Mio € standen die Zunahme der Vorräte um 1,9 Mio €, der Konzernliquidität um 11,6 Mio € und der derivativen Finanzinstrumente um 1,9 Mio € gegenüber.

Unsere langfristigen Vermögenswerte lagen Ende September mit 64,9 Mio € um 1,6 Mio € unter dem Wert zum 31. Dezember 2013. Dies ging auf den Rückgang des Anlagevermögens zurück.

Die kurzfristigen Schulden enthalten Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten, derivative Finanzinstrumente, Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern und Rückstellungen. Sie stiegen zum 30. September 2014 gegenüber dem 31. Dezember 2013 um 5,6 Mio € auf 54,1 Mio €. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen stiegen um 2,5 Mio €, die Verbindlichkeiten aus Boni und Werbekostenzuschüssen stiegen um 4,2 Mio €, während die derivativen Finanzinstrumente um 1,8 Mio € zurückgingen.

Die langfristigen Schulden stiegen zum Stichtag um 7,6 Mio € auf 68,1 Mio € im Vergleich zum 31. Dezember 2013. Die Pensionsverpflichtungen erhöhten sich um 8,2 Mio € auf 64,5 Mio € insbesondere aufgrund des weiteren Rückgangs des Rechnungszinssatzes um 0,95 Prozentpunkte auf 2,55 Prozent.

Im Vergleich zum 31. Dezember 2013 fiel das Eigenkapital zum 30. September 2014 um 2,0 Mio € auf 92,7 Mio €. Dem positiven Periodenergebnis von 10,6 Mio € stand ein negatives sonstiges Ergebnis von 4,8 Mio € entgegen, hauptsächlich aus versicherungsmathematischen Verlusten aus Pensionsverpflichtungen von 5,7 Mio € (nach Steuern) aufgrund des Rückgangs des Rechnungszinssatzes von 3,5 Prozent auf 2,55 Prozent. Die Ausschüttung der Dividende reduzierte das Eigenkapital um 7,8 Mio €. Die Eigenkapitalquote, also der Anteil des Eigenkapitals an der Bilanzsumme, fiel daher auf 43,1 Prozent (31. Dezember 2013: 46,5 Prozent).

## Investitionen

Die Investitionen betragen in den ersten neun Monaten 2014 3,6 Mio € (Vorjahr: 2,1 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 2,1 Prozent. Im Markengeschäft investierten wir 3,1 Mio €, im Volumengeschäft 0,5 Mio €. Den Investitionen standen Abschreibungen in Höhe von 4,4 Mio € (Vorjahr: 5,0 Mio €) gegenüber.

Am 30. September 2014 bestanden Verpflichtungen aus Verträgen über den Erwerb von Gegenständen des Anlagevermögens in Höhe von 2,3 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

Die konjunkturellen Rahmenbedingungen haben sich im dritten Quartal eingetrübt. Bedeutende Treiber waren insbesondere die Entwicklungen in Russland und der Ukraine im Zuge des politischen Konflikts aber auch die Auseinandersetzungen im Nahen Osten und die sich ausbreitende Epidemie in Westafrika. Die damit zusammenhängenden Unsicherheiten beeinflussten zunehmend das fragile konjunkturelle Umfeld in Europa. Vor diesem Hintergrund hat sich der Leifheit-Konzern in den ersten drei Quartalen gemäß unserer Erwartungen entwickelt. Mit Umsatzerlösen in Höhe von 161,7 Mio € liegen wir auf dem Niveau des Vorjahres. Ein Wachstum von 2,5 Prozent in Markengeschäft bedeutet: Unser größtes und wichtigstes Segment entwickelt sich im Rahmen unserer Prognose. Das Volumengeschäft – unser deutlich kleineres Segment – verzeichnete weitere Umsatzrückgänge. Dies erfolgte zum einen aufgrund unserer stärkeren Konzentration auf das Markengeschäft, zum anderen durch eine Teilauslistung bei einem wichtigen Handelskunden in Frankreich.

Unser EBIT entwickelte sich weiterhin erfreulich. Im Berichtszeitraum erzielten wir auch aufgrund von positiven Währungseffekten eine deutliche Steigerung auf 16,2 Mio € (Vorjahr: 6,6 Mio €). Bezogen auf den Konzernumsatz ergibt dies eine EBIT-Marge von 10,0 Prozent. Trotz Dividendenausschüttung und Auszahlungen für Investitionen stieg unsere Konzernliquidität zum 30. September 2014 auf 63,6 Mio € (31. Dezember 2013: 52,0 Mio €).

## Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

### Mitarbeiter

In den ersten neun Monaten 2014 waren im Leifheit-Konzern durchschnittlich 1.032 Mitarbeiter beschäftigt (Vorjahr: 1.015) – davon 756 Mitarbeiter im Markengeschäft und 276 Mitarbeiter im Volumengeschäft.

### Mitarbeiter nach Regionen (durchschnittliche Anzahl)

Standorte	1. Jan. bis 30. Sept. 2014	1. Jan. bis 30. Sept. 2013
Deutschland	397	406
Tschechische Republik	402	373
Frankreich	171	173
Sonstige Länder	62	63
<b>Konzern</b>	<b>1.032</b>	<b>1.015</b>

Seit Beginn des zweiten Quartals 2014 produzieren wir unser komplettes Bügeltischsortiment in Eigenfertigung in unserem tschechischen Werk in Blatná. Die Mitarbeiteranzahl in der Tschechischen Republik stieg daher zum Stichtag 30. September 2014 auf insgesamt auf 395 an.

Wir beschäftigen 38,4 Prozent unserer Mitarbeiter in Deutschland, 39,0 Prozent in der Tschechischen Republik und 16,6 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 2,7 Mio € (Vorjahr: 3,0 Mio €) in Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten. Damit lag die F&E-Quote, also das Verhältnis von Entwicklungsaufwand zu Konzernumsatz, bei 1,7 Prozent und entsprechend auf dem Niveau des Vorjahres.

Im Berichtszeitraum 2014 waren bei Leifheit 24 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 30. September 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

Nach einer erfolgreichen Fokussierungs- und Restrukturierungsphase haben wir die Basis für nachhaltiges profitables Wachstum geschaffen. Unsere Strategie „Leifheit Go!“, die von 2008 bis 2014 angelegt ist, mündete in einen Katalog von mittelfristigen strategischen Maßnahmen. Im aktuellen Jahr legen wir dabei besonderen Fokus auf „Marke und Marge“. Dies beinhaltet insbesondere den kontinuierlichen Ausbau unseres Markengeschäfts mit den beiden bekannten Marken Leifheit und Soehnle. Wir verfolgen hier die Absicht, die Margen nachhaltig zu stärken und uns auf strategische Kernmärkte in Europa zu konzentrieren, um organisches Wachstum zu erzeugen. Wir begegnen den Herausforderungen sich verändernder Einkaufsgewohnheiten zusätzlich mit unseren verstärkten Aktivitäten im Bereich E-Commerce, steigern unsere Innovationskraft durch fokussierte Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten und bauen unsere Markenkommunikation weiter aus. Darüber hinaus prüfen wir regelmäßig Möglichkeiten für anorganisches Wachstum und suchen nach wirtschaftlich sinnvollen Opportunitäten. Wir arbeiten aktuell daran, unsere Zukunftsstrategie für Leifheit zu überarbeiten und weiterzuentwickeln.

### Verhaltener Ausblick

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben sich im Vergleich zu den Prognosen im ersten Halbjahr eingetrübt. Entsprechend korrigierte der IWF seine Wachstumserwartung für die Weltwirtschaftsleistung 2014 im Oktober leicht nach unten. Er rechnet aktuell mit einem Wachstum von 3,3 Prozent für das laufende Geschäftsjahr. Von den großen Volkswirtschaften sollen einzig die USA dieser Entwicklung trotzen. Hier erwarten die Wirtschaftsforscher ein Plus von 2,2 Prozent für 2014 und damit ein höheres Wachstum als noch Mitte des Jahres. Die chinesische Wirtschaft soll laut IWF weiterhin um 7,4 Prozent zulegen. Die Aussichten für Europa – die wichtigste Wirtschaftszone für Leifheit – wurden im Herbstgutachten erneut nach unten korrigiert. Hier erwartet man nur noch ein Plus von 0,8 Prozent im laufenden Jahr. Die Gründe hierfür sind unter anderem die anhaltenden Unruhen in der Ukraine und die damit in Zusammenhang stehenden Sanktionen gegen Russland. Auch die Aussichten für Deutschland wurden im dritten Quartal spürbar gesenkt: Für die Bundesrepublik wird nur noch mit einem Wachstum von 0,8 Prozent im Jahr 2014 gerechnet.

### Dämpfer beim Konsumklima

Die GfK rechnete in einer Studie zu Beginn des Jahres mit einer Steigerung der Ausgaben der privaten Haushalte in Europa zwischen 0,5 und 1,0 Prozent im laufenden Jahr. Für Deutschland prognostizierte das Institut ein Plus von real 1,5 Prozent. Damit bleibt der private Konsum ein wichtiger Stützpfeiler der Binnennachfrage. Diese Prognose gilt es aber unter den aktuellen Entwicklungen zu bewerten, dass im dritten Quartal sowohl die Anschaffungsneigung als auch das Konsumklima in Deutschland einen Dämpfer erlitten haben. Beides wird getrieben durch eine Verunsicherung der Verbraucher aufgrund der internationalen Krisen. Dennoch soll das Konsumklima auf Gesamtjahressicht auf einem guten Niveau bleiben.

Für 2014 erwartet die GfK ein steigendes Einzelhandelswachstum um 0,6 Prozent in den Ländern der EU-28. Die Gewinner sollen vor allem Rumänien und das Baltikum sein. Gleichzeitig sehen die Nürnberger Meinungsforscher erste Anzeichen einer Stabilisierung der Einzelhandelssituation in Südeuropa. Für Deutschland wird mit einem sinkenden Umsatz in Höhe von einem Prozent im stationären Einzelhandel gerechnet. Demgegenüber stehen anziehende Umsatzerlöse im Internethandel, sodass für Ende 2014 in Summe mit einem leichten Plus von 1,2 Prozent im gesamten Einzelhandel gerechnet wird. Die Hauptprofiteure der gestiegenen privaten Ausgaben im Einzelhandel werden voraussichtlich die

Bereiche Lebensmittel und Reisen sein. 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.

### Ergebnisprognose erhöht

Wir verfolgen trotz der weiterhin unterdurchschnittlichen Wirtschaftsdynamik für 2014 das konservative Ziel einer stabilen Entwicklung des Leifheit-Konzerns. Für den Konzern erwarten wir Umsatzerlöse auf dem bereinigten Niveau des Jahres 2013. Durch unseren Fokus auf das Markengeschäft erwarten wir hier ein Wachstum von ein bis drei Prozent. Das Volumengeschäft werden wir besonders unter dem Gesichtspunkt der Profitabilität führen und gehen weiterhin von einer rückläufigen Umsatzentwicklung aus.

Entgegen unserer bisherigen Prognosen erwarten wir für das Gesamtjahr 2014 eine deutliche Steigerung des EBIT auf etwa 18 Mio € bis 19 Mio € unter der Prämisse eines unveränderten US Dollar-Kurses zum Jahresende. Das erwartete Ergebniswachstum ist im Wesentlichen auf das gestiegene Fremdwährungsergebnis zurück zu führen, das durch die aktuelle Dollarentwicklung in einer Höhe von 4 Mio € bis 5 Mio € positiv beeinflusst werden wird. Unsere bisherigen Planungen sahen ein Ergebnis auf dem Niveau von 2013 (14,9 Mio €) vor.

### Gesamtaussage zur voraussichtlichen Entwicklung

Trotz der angespannten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen wird sich der Leifheit-Konzern 2014 stabil entwickeln. Im Zuge der sich eintrübenden konjunkturellen Aussichten im dritten Quartal und einer hinter unseren Erwartungen zurückliegenden Entwicklung im Volumengeschäft, erscheint das angestrebte Umsatzwachstum auf 250 Mio € im Jahr 2016 äußerst ambitioniert.

Wir erwarten auf mittlere Sicht ein jährliches Wachstum von zwei bis vier Prozent auf Konzernebene. Im Markengeschäft verfolgen wir das Ziel, ein nachhaltiges und profitables Umsatzwachstum in Höhe von drei bis fünf Prozent zu erreichen. Weiterhin planen wir mit einer überproportionaler Ergebnissteigerung, da unsere angestoßenen Maßnahmen auf der Ergebnisseite ihre Wirkung zeigen. Entsprechend gehen wir unverändert davon aus, dass Leifheit sein Ziel einer EBIT-Marge von acht Prozent im Jahr 2016 erreichen wird. Im Rahmen unserer aktuellen Strategiewerkstatt entwickeln wir eine Vision und strategische Leitlinien für die Leifheit-Gruppe, die uns bei allen weiteren strategischen Schritten als Maßstab dienen wird. Wir schauen deshalb insgesamt optimistisch in die Zukunft.

# VERKÜRZTER KONZERNZWISCHENABSCHLUSS (UNGEPRÜFT)

## Gewinn- und Verlustrechnung sowie Gesamtergebnisrechnung

T €	1. Juli bis 30. Sept. 2014	1. Juli bis 30. Sept. 2013	1. Jan. bis 30. Sept. 2014	1. Jan. bis 30. Sept. 2013
Umsatzerlöse	53.462	53.559	161.713	163.851
Kosten der Umsatzerlöse	-28.630	-29.776	-85.529	-91.992
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>24.832</b>	<b>23.783</b>	<b>76.184</b>	<b>71.859</b>
Forschungs- und Entwicklungskosten	-942	-1.130	-2.698	-2.984
Vertriebskosten	-15.911	-15.417	-50.222	-50.523
Verwaltungskosten	-3.599	-3.654	-11.564	-11.224
Sonstige betriebliche Erträge	275	276	778	968
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-536	-264	-721	-519
Fremdwährungsergebnis	3.964	-2.007	4.442	-1.003
<b>Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT)</b>	<b>8.083</b>	<b>1.587</b>	<b>16.199</b>	<b>6.574</b>
Zinserträge	63	127	284	365
Zinsaufwendungen	-502	-514	-1.506	-1.550
Sonstiges Finanzergebnis	-	-180	19	-160
<b>Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)</b>	<b>7.644</b>	<b>1.020</b>	<b>14.996</b>	<b>5.229</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-2.232	-219	-4.408	-1.172
<b>Periodenergebnis</b>	<b>5.412</b>	<b>801</b>	<b>10.588</b>	<b>4.057</b>
Beiträge, die nicht in künftigen Perioden in die Gewinn- und Verlustrechnung umgliedert werden				
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen	-3.332	-	-7.915	668
Ertragsteuereffekt	933	-	2.216	-187
Beiträge, die gegebenenfalls in künftigen Perioden in die Gewinn- und Verlustrechnung umgliedert werden				
Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	84	3	82	-140
Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	-21	293	-74	-171
Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	970	-512	1.149	7
Ertragsteuereffekt	-264	-64	-301	-79
<b>Sonstiges Ergebnis</b>	<b>-1.630</b>	<b>-280</b>	<b>-4.843</b>	<b>98</b>
<b>Gesamtergebnis nach Steuern</b>	<b>3.782</b>	<b>521</b>	<b>5.745</b>	<b>4.155</b>
Vom Periodenergebnis entfallen auf				
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-	-	-	-32
Anteilseigner des Mutterunternehmens	5.412	801	10.588	4.089
<b>Periodenergebnis</b>	<b>5.412</b>	<b>801</b>	<b>10.588</b>	<b>4.057</b>
Vom Gesamtergebnis nach Steuern entfallen auf				
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-	-	-	-32
Anteilseigner des Mutterunternehmens	3.782	521	5.745	4.187
<b>Gesamtergebnis nach Steuern</b>	<b>3.782</b>	<b>521</b>	<b>5.745</b>	<b>4.155</b>
<b>Ergebnis je Aktie auf Grundlage Periodenergebnis (unverwässert und verwässert)</b>	<b>1,14 €</b>	<b>0,17 €</b>	<b>2,23 €</b>	<b>0,85 €</b>
<b>Ergebnis je Aktie auf Grundlage Gesamtergebnis nach Steuern (unverwässert und verwässert)</b>	<b>0,80 €</b>	<b>0,11 €</b>	<b>1,21 €</b>	<b>0,87 €</b>

## Bilanz

T €	30. Sept. 2014	31. Dez. 2013
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	59.555	50.953
Finanzielle Vermögenswerte	4.000	1.001
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	46.570	46.685
Vorräte	35.541	33.630
Forderungen aus Ertragsteuern	1.124	894
Derivative Finanzinstrumente	2.286	403
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	1.001	3.668
<b>Summe kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>150.077</b>	<b>137.234</b>
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Sachanlagevermögen	34.573	35.421
Immaterielle Vermögenswerte	18.218	18.458
Latente Steueransprüche	10.022	10.310
Forderungen aus Ertragsteuern	1.431	2.159
Derivative Finanzinstrumente	505	-
Sonstige langfristige Vermögenswerte	151	169
<b>Summe langfristige Vermögenswerte</b>	<b>64.900</b>	<b>66.517</b>
<b>Summe Vermögenswerte</b>	<b>214.977</b>	<b>203.751</b>
<b>Kurzfristige Schulden</b>		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	46.578	39.290
Derivative Finanzinstrumente	142	1.920
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	1.212	818
Rückstellungen	6.197	6.452
<b>Summe kurzfristige Schulden</b>	<b>54.129</b>	<b>48.480</b>
<b>Langfristige Schulden</b>		
Rückstellungen	1.895	1.896
Verpflichtungen aus Leistungen an Arbeitnehmer	64.539	56.385
Latente Steuerschulden	1.599	1.630
Derivative Finanzinstrumente	12	547
Sonstige langfristige Schulden	97	93
<b>Summe langfristige Schulden</b>	<b>68.142</b>	<b>60.551</b>
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	15.000	15.000
Kapitalrücklage	16.934	16.934
Eigene Anteile	-7.542	-7.598
Gewinnrücklagen	81.252	78.479
Sonstige Rücklagen	-12.938	-8.095
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>92.706</b>	<b>94.720</b>
<b>Summe Eigenkapital und Schulden</b>	<b>214.977</b>	<b>203.751</b>



## Kapitalflussrechnung

T €	1. Jan. bis 30. Sept. 2014	1. Jan. bis 30. Sept. 2013
Periodenergebnis	10.588	4.057
Berichtigungen für Abschreibungen	4.414	4.989
Veränderung der Rückstellungen	-19	-465
Ergebnis aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	12	3
Veränderung der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	1.457	12.538
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	7.638	510
Sonstige zahlungsunwirksame Erträge/Aufwendungen	-1.395	1.459
<b>Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit</b>	<b>22.695</b>	<b>23.091</b>
Übernahme Minderheitenanteile	-	-78
Erwerb von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	-3.567	-2.100
Veränderung der finanziellen Vermögenswerte	-2.999	2.334
Erlöse aus der Veräußerung von Sachanlagen und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	183	1.676
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-6.383</b>	<b>1.832</b>
Veränderung eigene Anteile	78	-
Gezahlte Dividende an die Aktionäre der Muttergesellschaft	-7.837	-7.124
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-7.759</b>	<b>-7.124</b>
<b>Effekte aus Wechselkursdifferenzen</b>	<b>49</b>	<b>401</b>
Nettoveränderung von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	8.602	18.200
Finanzmittelbestand am Anfang der Berichtsperiode	50.953	33.717
<b>Finanzmittelbestand am Ende der Berichtsperiode</b>	<b>59.555</b>	<b>51.917</b>

## 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
Dividenden	-	-	-	-7.124	-	-7.124
Übernahme Minderheitenanteile	-	-	-	-43	-	-43
Gesamtergebnis nach Steuern	-	-	-	4.089	98	4.187
davon Periodenergebnis	-	-	-	4.089	-	4.089
davon versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen	-	-	-	-	481	481
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	-140	-140
davon Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	-248	-248
davon Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	-	-	-	-	5	5
<b>Stand zum 30.9.2013</b>	<b>15.000</b>	<b>16.934</b>	<b>-7.598</b>	<b>72.289</b>	<b>-6.906</b>	<b>89.719</b>
Stand zum 1.1.2014	15.000	16.934	-7.598	78.479	-8.095	94.720
Ausgabe eigene Anteile	-	-	56	22	-	78
Dividenden	-	-	-	-7.837	-	-7.837
Gesamtergebnis nach Steuern	-	-	-	10.588	-4.843	5.745
davon Periodenergebnis	-	-	-	10.588	-	10.588
davon versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen	-	-	-	-	-5.699	-5.699
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	82	82
davon Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	-53	-53
davon Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	-	-	-	-	827	827
<b>Stand zum 30.9.2014</b>	<b>15.000</b>	<b>16.934</b>	<b>-7.542</b>	<b>81.252</b>	<b>-12.938</b>	<b>92.706</b>

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
Dividenden	-7.124	-	-7.124
Übernahme Minderheitenanteile	-43	-35	-78
Gesamtergebnis nach Steuern	4.187	-32	4.155
davon Periodenergebnis	4.089	-32	4.057
davon versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungs- orientierten Pensionsplänen	481	-	481
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	-140	-	-140
davon Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	-248	-	-248
davon Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	5	-	5
<b>Stand zum 30.9.2013</b>	<b>89.719</b>	<b>-</b>	<b>89.719</b>
Stand zum 1.1.2014	94.720	-	94.720
Ausgabe eigene Anteile	78	-	78
Dividenden	-7.837	-	-7.837
Gesamtergebnis nach Steuern	5.745	-	5.745
davon Periodenergebnis	10.588	-	10.588
davon versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungs- orientierten Pensionsplänen	-5.699	-	-5.699
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	82	-	82
davon Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	-53	-	-53
davon Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	827	-	827
<b>Stand zum 30.9.2014</b>	<b>92.706</b>	<b>-</b>	<b>92.706</b>

## 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 30. September 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 30. September 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 sowie zwischen dem Zinsergebnis und dem sonstigen Finanzergebnis wurden Umgliederungen vorgenommen. Die Vorjahreswerte wurden entsprechend angepasst. Zoll- und Lizenzgebühren in Höhe von 940 T € (Vorjahr: 1.072 T €) wurden von den Vertriebskosten in die Kosten der Umsatzerlöse umgegliedert. Aus dem sonstigen Finanzergebnis wurden 99 T € (Vorjahr: 150 T €) in die Zinserträge und 7 T € (Vorjahr: 45 T €) in die Zinsaufwendungen umgegliedert.

### Konsolidierungskreis

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

## Segmentberichterstattung

Kennzahlen nach Unternehmensbereichen zum 30. September 2014		Marken- geschäft	Volumen- geschäft	Summe
Umsatzerlöse	Mio €	133,7	28,0	161,7
Bruttomarge	%	49,6	35,1	47,1
Deckungsbeitrag	Mio €	55,7	8,8	64,5
Segmentergebnis (EBIT)	Mio €	13,3	2,9	16,2
Segmentergebnis (EBIT) bereinigt <sup>1)</sup>	Mio €	9,4	2,4	11,8
Abschreibungen	Mio €	3,8	0,6	4,4
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt	Personen	756	276	1.032

<sup>1)</sup> bereinigt um Fremdwährungsergebnis

Kennzahlen nach Unternehmensbereichen zum 30. September 2013		Marken- geschäft	Volumen- geschäft	Summe
Umsatzerlöse	Mio €	131,9	32,0	163,9
Umsatzerlöse bereinigt <sup>1)</sup>	Mio €	130,4	32,0	162,4
Bruttomarge	%	46,3	33,9	43,9
Deckungsbeitrag	Mio €	50,3	9,8	60,1
Segmentergebnis (EBIT)	Mio €	4,7	1,9	6,6
Segmentergebnis (EBIT) bereinigt <sup>2)</sup>	Mio €	5,6	2,0	7,6
Abschreibungen	Mio €	4,2	0,8	5,0
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt	Personen	734	281	1.015

<sup>1)</sup> bereinigt um das aufgegebene Geschäft mit Dr. Oetker Backgeräte

<sup>2)</sup> bereinigt um Fremdwährungsergebnis

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. Im dritten Quartal 2014 verwendeten wir 1.853 eigene Anteile in Form der Ausgabe von Mitarbeiteraktien. Dies entsprach 0,04 Prozent des Grundkapitals. Der darauf entfallende Betrag des Grundkapitals betrug 6 T €. Im Vorjahr wurden keine eigenen Anteile verwendet.

Unter Einschluss der in den Vorjahren erworbenen und ausgegebenen eigenen Aktien hielt Leifheit am 30. September 2014 einen Bestand in Höhe 248.672 eigene Aktien. Dies entspricht 4,97 Prozent des Grundkapitals. Der darauf entfallende Betrag des Grundkapitals betrug 746 T €. Hierfür wurden 7.542 T € aufgewendet.

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

### Gezahlte Dividende

Am 23. Mai 2014 wurden aus dem Bilanzgewinn der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2013 eine Dividende von 1,65 € je dividendenberechtigter Stückaktie – das sind bei 4.749.475 Stückaktien insgesamt 7.836.633,75 € – an die Aktionäre ausgeschüttet.

### 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, 2015 und 2016.

Folgende Verpflichtungen aus Devisentermingeschäften wurden zum 30. September 2014 bilanziert:

	Wert der Verpflichtung	Fremdwährung	Nominalwert
Kauf USD/€	53.568 T €	71.400 T USD	56.147 T €
davon Hedge Accounting	21.549 T €	28.500 T USD	22.407 T €
Verkauf USD/€	2.238 T €	3.000 T USD	2.374 T €
Kauf HKD/€	3.304 T €	34.120 T HKD	3.479 T €
Verkauf HKD/€	2.565 T €	27.825 T HKD	2.590 T €
Kauf CZK/€	660 T €	18.000 T CZK	655 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 30. September 2014 wurden derivative finanzielle Vermögenswerte in Höhe von 2.791 T € sowie derivative finanzielle Verbindlichkeiten in Höhe von 154 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 30. September 2014 standen kurzfristige Kontokorrentkreditlinien in Höhe von 11.500 T € (Vorjahr: 11.500 T €) zur Verfügung. Davon wurden zum Bilanzstichtag 1.162 T € (Vorjahr: 1.383 T €) durch Avale genutzt. Die nicht ausgenutzten Kontokorrentkreditlinien betragen somit 10.338 T € (Vorjahr: 10.117 T €).

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

T €	Bewertungskategorie nach IAS 39	Buchwert		Beizulegender Zeitwert	
		30. Sept. 2014	31. Dez. 2013	30. Sept. 2014	31. Dez. 2013
<b>Finanzielle Vermögenswerte</b>					
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	a)	59.555	43.609	59.555	43.609
Strukturierte Geldmarktinstrumente	d)	–	7.344	–	7.344
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	a)	46.570	46.685	46.570	46.685
Derivative finanzielle Vermögenswerte (nicht als Sicherungsgeschäft designiert)	d)	1.921	403	1.921	403
Derivative finanzielle Vermögenswerte (als Sicherungsgeschäft designiert)	c)	870	–	870	–
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	a)	4.268	1.846	4.268	1.846
<b>Finanzielle Verbindlichkeiten</b>					
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	b)	15.976	13.476	15.976	13.476
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten (nicht als Sicherungsgeschäft designiert)	d)	142	2.071	142	2.071
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten (als Sicherungsgeschäft designiert)	c)	12	396	12	396
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	b)	18.599	14.829	18.599	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 0,8 Mio € (Vorjahr: 1,0 Mio €). Die zukünftigen Mindestzahlungen aufgrund von unkündbaren Leasing- oder Mietverträgen betragen bis zu einem Jahr 0,6 Mio € (Vorjahr: 0,7 Mio €) und zwischen einem und fünf Jahren 0,2 Mio € (Vorjahr: 0,3 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 30. September 2014 bestanden Abnahmeverpflichtungen im Wert von 0,8 Mio € (Vorjahr: 1,4 Mio €).

Es bestanden Verpflichtungen aus Verträgen über den Erwerb von Gegenständen des Anlagevermögens in Höhe von 2,3 Mio € (Vorjahr: 0,9 Mio €), insbesondere für Werkzeuge. Darüber hinaus bestanden Verpflichtungen aus Verträgen für Marketingmaßnahmen in Höhe von 0,7 Mio € (Vorjahr: 0,6 Mio €) sowie aus sonstigen Verträgen in Höhe von 0,4 Mio € (Vorjahr: 0,2 Mio €).

### 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 November 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 November 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

24. – 26. November 2014	Präsentation auf dem Deutschen Eigenkapitalforum, Frankfurt/Main
12. Februar 2015	Pressekonferenz zur Internationalen Frankfurter Messe Ambiente, Frankfurt/Main
26. März 2015	Jahresfinanzberichte 2014
26. März 2015	Analystenkonferenz, Frankfurt/Main
12. Mai 2015	Quartalsfinanzbericht zum 31. März 2015
21. Mai 2015	Hauptversammlung, 10:30 Uhr, Kunden- und Verwaltungszentrum der Leifheit AG, Nassau/Lahn
12. August 2015	Halbjahresfinanzbericht zum 30. Juni 2015
11. November 2015	Quartalsfinanzbericht zum 30. September 2015

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



Aktiengesellschaft

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