

Bilanz der Leifheit AG zum 31. Dezember 2010

T €	Anhang		31.12.2010	31.12.2009
AKTIVA				
I. Immaterielle Vermögensgegenstände	1		5.674	5.469
II. Sachanlagen	2		16.362	17.077
III. Finanzanlagen	3		51.144	44.837
A. Anlagevermögen			73.180	67.383
I. Vorräte	4		26.678	27.095
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	5		55.115	71.831
III. Wertpapiere	6		20.000	3.487
IV. Flüssige Mittel			21.970	26.626
B. Umlaufvermögen			123.763	129.039
C. Abgrenzungen für latente Steuern			–	823
D. Rechnungsabgrenzungsposten			35	94
			196.978	197.339
PASSIVA				
I. Gezeichnetes Kapital		15.000		
Absetzung für Eigene Anteile		-750		
			14.250	15.000
II. Kapitalrücklage			16.934	16.934
III. Gewinnrücklagen			57.659	60.513
IV. Bilanzgewinn			19.280	17.461
A. Eigenkapital	7		108.123	109.908
1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	8		31.147	30.038
2. Steuerrückstellungen			118	114
3. Sonstige Rückstellungen	9		27.827	26.654
B. Rückstellungen			59.092	56.806
C. Verbindlichkeiten	10		29.763	30.161
D. Abgrenzungen für latente Steuern			–	464
			196.978	197.339

Gewinn- und Verlustrechnung der Leifheit AG vom 1. Januar bis 31. Dezember 2010

T €	Anhang	2010	2009
Umsatzerlöse	11	173.436	164.491
Kosten der Umsatzerlöse		-108.620	-98.916
Bruttoergebnis vom Umsatz		64.816	65.575
Vertriebskosten	14	-54.537	-51.031
Verwaltungskosten	15	-10.180	-13.861
Sonstige betriebliche Erträge davon Währungsgewinne: 6.571 T € (Vorjahr: 4.938 T €)	16	27.807	12.490
Sonstige betriebliche Aufwendungen davon Währungsverluste: 5.764 T € (Vorjahr: 4.996 T €)	17	-10.489	-15.674
Betriebsergebnis		17.417	-2.501
Erträge aus Beteiligungen davon verbundene Unternehmen: 743 T € (Vorjahr: 8.599 T €)	18	743	8.599
Erträge aus Ergebnisübernahmen	18	–	256
Zinserträge davon verbundene Unternehmen: 1.092 T € (Vorjahr: 908 T €)		1.754	1.259
Abschreibungen auf Finanzanlagen	19	-668	-84
Zuschreibungen auf Finanzanlagen und Wertpapiere des Umlaufvermögens	20	521	1.874
Zinsaufwendungen davon verbundene Unternehmen: -26 T € (Vorjahr: -26 T €) davon Aufzinsung von Rückstellungen: -2.784 T € (Vorjahr: 0 T €)		-2.905	-182
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		16.862	9.221
Außerordentliche Aufwendungen	21	-829	–
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	22	42	155
Sonstige Steuern	22	-6	-192
Jahresüberschuss		16.069	9.184
Gewinnverwendung			
Jahresüberschuss		16.069	9.184
Gewinnvortrag		3.211	10.150
Einstellung aus der Rücklage für eigene Anteile		–	-1.873
Bilanzgewinn		19.280	17.461

Anhang: Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

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

Das Anlagevermögen wird zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten angesetzt.

Das abnutzbare Sachanlagevermögen wird entsprechend der betriebsgewöhnlichen Nutzungsdauer abgeschrieben.

Nutzungsdauer der Sachanlagen:

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

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

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

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

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

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

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

Die Ermittlung der Rückstellung für Altersteilzeit erfolgte nach versicherungsmathematischen Grundsätzen unter Beachtung der IDW-Stellungnahme (IDW RS HFA 3) zur Rechnungslegung „Bilanzierung von Verpflichtungen aus Altersteilzeitleistungen“ vom 18. November 1998. Auch bei der Ermittlung der Rückstellung für Altersteilzeit wurden die „Richttafeln 2005 G“ von Heubeck-Richttafeln-GmbH, Köln, und ein Abzinsungssatz von 5,15 Prozent angewendet.

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

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

Forderungen und Verbindlichkeiten in Fremdwährung werden mit dem Devisenkassamittelkurs zum Abschlussstichtag bewertet. Die Bewertungsunterschiede werden erfolgswirksam erfasst.

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

Im Geschäftsjahr 2010 ergaben sich aufgrund der Umstellung hinsichtlich des Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes (BilMoG) Auswirkungen aufgrund von Änderungen von Bewertungsmethoden. Diese sind im Anhang dargestellt.

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

Erläuterungen zur Bilanz

1

Immaterielle Vermögensgegenstände

T €	Marken- rechte	Geschäfts- oder Firmenwert (Goodwill)	Sonstige Immaterielle Vermögens- gegenstände	Geleistete Anzahlungen	Summe
Anschaffungs- und Herstellungskosten, Stand 1.1.2010	4.324	1.209	11.106	914	17.553
Zugänge	–	–	1.817	66	1.883
Abgänge	–	–	70	–	70
Umbuchungen	–	–	914	-914	–
Stand 31.12.2010	4.324	1.209	13.767	66	19.366
Kumulierte Abschreibungen, Stand 1.1.2010	1.942	301	9.841	–	12.084
Zuführungen	486	302	890	–	1.678
Abgänge	–	–	70	–	70
Zuschreibungen	–	–	–	–	–
Stand 31.12.2010	2.428	603	10.661	–	13.692

T €	Marken- rechte	Geschäfts- oder Firmenwert (Goodwill)	Sonstige Immaterielle Vermögens- gegenstände	Geleistete Anzahlungen	Summe
Nettobuchwert 31.12.2009	2.382	908	1.265	914	5.469
Nettobuchwert 31.12.2010	1.896	606	3.106	66	5.674

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

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

Die Sonstigen Immateriellen Vermögensgegenstände enthalten insbesondere die im Geschäftsjahr 2010 neu eingeführte ERP (Enterprise Resource Planning) Software am Standort Nassau und Zuzenhausen.

Sachanlagen

2

T €	Grundstücke und Gebäude	Technische Anlagen und Maschinen	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	Summe
Anschaffungs- und Herstellungskosten, Stand 1.1.2010	31.400	23.596	36.423	138	91.557
Zugänge	7	72	1.564	70	1.713
Abgänge	10	178	1.018	64	1.270
Umbuchungen	–	–	70	-70	–
Stand 31.12.2010	31.397	23.490	37.039	74	92.000
Kumulierte Abschreibungen, Stand 1.1.2010	18.505	23.330	32.645	–	74.480
Zuführungen	564	64	1.697	–	2.325
Abgänge	10	178	979	–	1.167
Stand 31.12.2010	19.059	23.216	33.363	–	75.638

T €	Grundstücke und Gebäude	Technische Anlagen und Maschinen	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	Summe
Nettobuchwert 31.12.2009	12.895	266	3.778	138	17.077
Nettobuchwert 31.12.2010	12.338	274	3.676	74	16.362

3

Finanzanlagen

T €	Anteile an verbundenen Unternehmen	Ausleihungen an verbundene Unternehmen	Beteiligungen	Summe
Anschaffungskosten, Stand 1.1.2010	25.886	21.677	5	47.568
Zugänge	23.000	7.873	–	30.873
Abgänge	19.492	6.581	–	26.073
Stand 31.12.2010	29.394	22.969	5	52.368
Kumulierte Abschreibungen, Stand 1.1.2010	2.731	–	–	2.731
Zuführungen	118	550	–	668
Abgänge	2.175	–	–	2.175
Stand 31.12.2010	674	550	–	1.224

T €	Anteile an verbundenen Unternehmen	Ausleihungen an verbundene Unternehmen	Beteiligungen	Summe
Nettobuchwert 31.12.2009	23.155	21.677	5	44.837
Nettobuchwert 31.12.2010	28.720	22.419	5	51.144

Die Zugänge bei den Anteilen an verbundenen Unternehmen betreffen eine Kapitalerhöhung bei einer französischen Tochtergesellschaft. Die Abgänge betreffen die im Rahmen der Veräußerung des Badbereichs abgegangenen Unternehmen.

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

4

Vorräte

T €	31.12.2010	31.12.2009
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	2.608	2.956
Unfertige Erzeugnisse	660	975
Fertige Erzeugnisse und Handelswaren	23.408	23.155
Geleistete Anzahlungen	2	9
	26.678	27.095

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

5

T €	31.12.2010	31.12.2009
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	30.574	28.151
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	12.911	35.371
Andere Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	11.630	8.309
	55.115	71.831

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen beinhalten im Wesentlichen Forderungen aus dem Cashpooling. Im Vorjahr war zusätzlich eine Kaufpreisforderung an Leifheit France S.A.S. aus dem Verkauf von Tochtergesellschaften enthalten.

Der Posten „Andere Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände“ enthält unter anderem Steuererstattungsansprüche aus dem aktivierten Körperschaftsteuerguthaben in Höhe von 4.843 T € (Vorjahr: 5.404 T €) sowie debitorische Kreditoren in Höhe von 560 T € (Vorjahr: 242 T €). Nicht mehr enthalten sind im Berichtsjahr Aktivwerte von Rückdeckungsversicherungen, die mit dem Verpflichtungsbetrag saldiert wurden (Vorjahr: 525 T €).

Alle Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände haben eine Restlaufzeit von unter einem Jahr – mit Ausnahme der Steuererstattungsansprüche in Höhe von 4.051 T € (Vorjahr: 5.137 T €), deren Restlaufzeit mehr als ein Jahr beträgt.

Wertpapiere

6

Die Wertpapiere enthalten eine Geldanlage in Form eines Schuldscheins in Höhe von 20.000 T €. Im Vorjahr wurden in dieser Position die eigenen Anteile ausgewiesen, die im Berichtsjahr mit dem Eigenkapital verrechnet wurden.

Eigenkapital

7

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

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

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 24. Mai 2006 wurde der Vorstand ermächtigt, bis zum 1. Mai 2011 mit Zustimmung des Aufsichtsrats durch Ausgabe neuer auf den Inhaber lautender Stückaktien gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmals das Grundkapital um bis zu insgesamt 7.500 T € zu erhöhen. Dabei ist den Aktionären ein Bezugsrecht einzuräumen.

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

- zum Ausgleich von Spitzenbeträgen
- sofern die Kapitalerhöhung zum Zwecke des Erwerbs von Unternehmen, Unternehmensteilen oder von Beteiligungen an Unternehmen im Wege der Sacheinlage erfolgt
- wenn die Aktien zu einem Ausgabebetrag ausgegeben werden, der den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien der Gesellschaft zum Zeitpunkt der Festlegung des Ausgabebetrags durch den Vorstand nicht wesentlich unterschreitet und der Bezugsrechtsausschluss nur neue Aktien erfasst, deren anteiliger Betrag des Grundkapitals 10 Prozent des zum Zeitpunkt der Eintragung der Ermächtigung oder – falls dieser Wert geringer ist – 10 Prozent des zum Zeitpunkt der Ausgabe der neuen Aktien vorhandenen Grundkapitals der Gesellschaft nicht überschreitet.

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

T €	31.12.2009	Umstellung BilMoG	1.1.2010	Dividenden- zahlung	Jahres- ergebnis	31.12.2010
Gezeichnetes Kapital	15.000	–		–	–	15.000
Absetzung für eigene Anteile	–	-750		–	–	-750
			14.250			14.250
Kapitalrücklage	16.934	–	16.934	–	–	16.934
Gewinnrücklagen						
Gesetzliche Rücklage	1.023	–	1.023	–	–	1.023
Rücklage für eigene Anteile	3.487	-3.487	–	–	–	–
Andere Gewinnrücklagen	56.003	633	56.636	–	–	56.636
Bilanzgewinn	17.461	–	17.461	-14.250	16.069	19.280
Summe Eigenkapital	109.908	-3.604	106.304	-14.250	16.069	108.123

Aufgrund der Einführung des BilMoG ergab sich zum 1. Januar 2010 folgende Anpassung im Eigenkapital:

T €	
Eigenkapital zum 31.12.2009	109.908
Abzinsung von Verbindlichkeiten	242
Überhang aktive latente Steuern	-359
Eigene Anteile	-3.487
Eigenkapital zum 1.1.2010	106.304

Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

8

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

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

	31.12.2010	31.12.2009
Rechnungszinsfuß	5,15 %	5,25 %
Künftiger Einkommenstrend	2,50 %	2,50 %
Künftiger Rententrend	2,00 %	2,00 %
Fluktuationsrate	3,00 %	3,00 %
Rechnungsmäßiges Endalter	RVAGAnpG 2007	RVAGAnpG 2007
Rechnungsgrundlage Richttafeln Prof. K. Heubeck	2005 G	2005 G

Gemäß den Übergangsvorschriften für die Einführung des BilMoG für Pensionsverpflichtungen gemäß Artikel 67 Abs. 1 und 2 EGHGB erfolgt die Anpassung an die geänderte Bewertung der Pensionsrückstellungen durch Zuführung von mindestens einem Fünftel in jedem Geschäftsjahr bis zum 31. Dezember 2024. Zum 1. Januar 2010 betrug der gesamte zuzuführende Betrag 12.437 T €. Im Geschäftsjahr 2010 wurde ein Fünftel zugeführt (829 T €). Der verbleibende Zuführungsbetrag beläuft sich auf 11.608 T €.

Bezüglich den unmittelbaren Pensionsverpflichtungen aus den Versorgungsordnungen wurde das Deckungsvermögen mit dem Verpflichtungswert verrechnet. Zum 1. Januar 2010 betrugen die Anschaffungskosten des Deckungsvermögens 150 T €, der beizulegende Zeitwert 150 T €. Zum 1. Januar 2010 betrug der Erfüllungsbetrag 182 T €. Am 31. Dezember 2010 betrug der beizulegende Zeitwert des Deckungsvermögens 155 T €, der Erfüllungsbetrag 277 T €. Die im Geschäftsjahr verrechneten Aufwendungen betrugen 95 T €, die verrechneten Erträge 6 T €.

9

Sonstige Rückstellungen

T €	31.12.2010	31.12.2009
Boni und Skonti	6.201	5.989
Personalbereich	5.554	5.486
Garantieleistungen	4.058	3.918
Werbekosten	3.964	3.802
Ausstehende Rechnungen	2.228	2.182
Schadenersatzansprüche	1.300	1.050
Jahresabschlusskosten	490	427
Konventionalstrafen	450	136
Provisionen	413	400
Andere Rückstellungen	3.169	3.264
	27.827	26.654

10

Verbindlichkeiten

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

Die Pensionsverpflichtungen der Unterstützungseinrichtung Günter Leifheit e.V. betrugen am 31. Dezember 2010, bewertet nach der projizierten Einmalbeitragsmethode (Projected Unit Credit Methode mit den gleichen biometrischen und ökonomischen Annahmen wie die Pensionsverpflichtungen) 1.017 T € (Vorjahr: 1.001 T €). Das tatsächliche Kassenvermögen betrug 958 T € (Vorjahr: 1.001 T €). Der Unterschiedsbetrag wurde passiviert. Die gesamten Verbindlichkeiten der Leifheit AG sind weder durch Pfandrechte noch durch ähnliche Rechte besichert.

Restlaufzeit der Verbindlichkeiten im Vorjahr:

T €	31.12.2009	Restlaufzeit bis 1 Jahr	Restlaufzeit 1 bis 5 Jahre	Restlaufzeit mehr als 5 Jahre
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	15.772	15.772	–	–
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	8.701	8.701	–	–
Verbindlichkeiten gegenüber betrieblichen Unterstützungseinrichtungen	1.001	99	397	505
Sonstige Verbindlichkeiten	4.687	3.611	1.076	–
(davon aus Steuern)	1.805	1.805	–	–
(davon im Rahmen der sozialen Sicherheit)	1.055	1.055	–	–
	30.161	28.183	1.473	505

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

11

Umsatzerlöse

Umsatz nach Regionen T €	2010	2009
Inland	84.577	83.765
Ausland	88.859	80.726
	173.436	164.491

12

Materialaufwand

T €	2010	2009
Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	92.920	83.518
Aufwendungen für bezogene Leistungen	5.498	4.508
	98.418	88.026

13

Personalaufwand/Mitarbeiter

T €	2010	2009
Löhne und Gehälter	24.248	24.288
Sozialabgaben	3.810	3.908
Aufwendungen für Altersversorgung	846	3.021
	28.904	31.217
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt	2010	2009
Deutschland	434	471
Österreich	21	21
Italien	7	6
Belgien	8	8
Japan	–	2
	470	508

Vertriebskosten

14

T €	2010	2009
Personalkosten	12.885	12.843
Werbeaufwendungen	10.938	11.621
Ausgangsfrachten	7.901	7.929
Provisionen	5.330	5.424
IT-Kosten und sonstige Umlagen	3.887	–
Gebühren und gekaufte Dienste	2.645	2.592
Wertberichtigungen auf das Umlaufvermögen	1.906	1.819
Kfz-, Reise- und Bewirtungskosten	1.288	1.098
Abschreibungen	1.130	2.261
Büro- und sonstige Gemeinkosten	841	1.082
Mieten	718	861
Instandhaltung	687	865
Versicherungen	316	253
Post- und Telefonkosten	124	169
Sonstige Vertriebskosten	3.941	2.214
	54.537	51.031

Im Rahmen der Einführung der ERP (Enterprise Resource Planning) Software wurden Zuordnungen von Funktionen zu Funktionsbereichen sowie Umlagen und die Umlagensystematik verändert. Somit ist die Vergleichbarkeit mit den Vorjahreswerten nur eingeschränkt möglich.

Verwaltungskosten

15

T €	2010	2009
Personalkosten	5.180	8.481
Gebühren und gekaufte Dienste	2.816	2.927
Aufsichtsratsvergütung	255	142
Mieten	205	282
Post- und Telefonkosten	157	181
Kfz-, Reise- und Bewirtungskosten	154	210
IT-Kosten und sonstige Umlagen	147	–
Instandhaltung	130	244
Sonstige Verwaltungskosten	1.136	1.394
	10.180	13.861

16

Sonstige betriebliche Erträge

T €	2010	2009
Erträge aus dem Verkauf von Beteiligungen	15.581	1.750
Kursgewinne	6.571	4.938
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	3.091	3.138
Erträge aus der Konzernumlage	718	718
Erträge aus der Auflösung von Wertberichtigungen	713	875
Provisionserträge	614	511
Lizenerträge	156	243
Andere betriebliche Erträge	363	317
	27.807	12.490

Die periodenfremden Erträge belaufen sich auf 3.954 T € (Vorjahr: 4.013 T €).

17

Sonstige betriebliche Aufwendungen

T €	2010	2009
Kursverluste	5.764	4.996
Forschungs- und Entwicklungskosten	3.588	6.502
Schadenersatzansprüche	1.100	1.230
Andere betriebliche Aufwendungen	37	2.946
	10.489	15.674

Im Rahmen der Einführung der ERP-Software wurden Zuordnungen von Funktionen zu Funktionsbereichen sowie Umlagen und die Umlagensystematik verändert. Somit ist die Vergleichbarkeit der Forschungs- und Entwicklungskosten mit dem Vorjahreswert nur eingeschränkt möglich.

Im Vorjahr waren in der Position „Andere betriebliche Aufwendungen“ Wertberichtigungen auf eine Kaufpreistrückforderung an einen Minderheitsgesellschafter in Höhe von 1.058 T € sowie eine Wertberichtigung auf eine Forderung gegenüber einer Tochtergesellschaft in Höhe von 1.000 T € enthalten.

18

Erträge aus Beteiligungen und Erträge aus Ergebnisübernahmen

Die Erträge aus Beteiligungen betreffen die Gewinnausschüttungen von Tochtergesellschaften in Höhe von 743 T € (Vorjahr: 8.599 T €).

Die im Vorjahr ausgewiesenen Erträge aus Ergebnisübernahmen resultierten aus den Beherrschungs- und Gewinnabführungsverträgen mit der Spirella GmbH und der BTF Textilwerke GmbH.

Abschreibungen auf Finanzanlagen

19

Die Abschreibungen auf Finanzanlagen beinhalten Wertberichtigungen auf Beteiligungen und Ausleihungen an verbundene Unternehmen in Höhe von 668 T € (Vorjahr: 84 T €).

Zuschreibungen auf Finanzanlagen und Wertpapiere des Umlaufvermögens

20

T €	2010	2009
Zuschreibungen auf Finanzanlagen	521	–
Zuschreibungen auf Wertpapiere des Umlaufvermögens	–	1.874
	521	1.874

Die Zuschreibungen auf Finanzanlagen betreffen die Wertaufholung eines Darlehens an ein verbundenes Unternehmen.

Die Zuschreibungen auf Wertpapiere des Umlaufvermögens betrafen im Vorjahr die stichtagsbedingte Wertaufholung der eigenen Anteile in Höhe von 1.874 T €.

Außerordentliche Aufwendungen

21

Bei den Außerordentlichen Aufwendungen handelt es sich um die erforderliche Zuführung aufgrund der durch das BilMoG geänderten Bewertung der Pensionsrückstellungen von einem Fünfzehntel des Gesamtzuführungsbetrages in Höhe von 829 T € (Vorjahr: 0 T €).

Der gesamte Zuführungsbetrag beläuft sich auf 14.437 T € und wird spätestens bis zum 31. Dezember 2024 in gleichen oder unterschiedlich hohen Jahresraten bei einer jährlichen Mindestzuführung von einem Fünfzehntel des gesamten Zuführungsbetrags zugeführt.

Steueraufwendungen

22

T €	2010	2009
Ertragsteuern der ausländischen Niederlassungen	98	105
Körperschaftsteuer	-119	-10
Gewerbesteuer	-21	–
Latente Ertragsteuern	–	-250
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-42	-155

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

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

Die Bezüge des Vorstands betrugen 1.785 T € (Vorjahr: 879 T €), davon entfallen auf variable Bezüge 1.210 T € (Vorjahr: 260 T €). Die Bezüge des Vorstands für die Wahrnehmung von Aufgaben in Tochterunternehmen beliefen sich auf 100 T € (Vorjahr: 381 T €). Im Berichtsjahr gab es keine Zuführungen zu Pensionsverpflichtungen der aktiven Vorstände (Vorjahr: 0 T €).

Die Bezüge des Aufsichtsrats beliefen sich auf 243 T € (Vorjahr: 142 T €).

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

Die Gesamtbezüge der früheren Mitglieder des Vorstands betrugen im Berichtsjahr 0 T € (Vorjahr: 17 T €). Die für diese Personengruppe gebildeten Rückstellungen für laufende Pensionen beliefen sich im Geschäftsjahr 2010 auf 6.309 T € (Vorjahr: 4.825 T €).

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

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

Aufstellung des Anteilsbesitzes gem. § 285 Satz 1 Nr. 11 HGB

26

	Anteile in %	Wäh- rung	Eigenkapital zum 31.12.2010 in 1.000 Währungseinheiten	davon Jahresergebnis 2010 in 1.000 Währungseinheiten
Unmittelbare Beteiligungen				
Classic Haushaltsgeräte GmbH, Steinbach-Hallenberg	76,0	EUR	1.026	-96 ¹
Leifheit CZ a.s., Dobroviz – CR	51,0	CZK	-25.025	-5.936
Leifheit Espana S.A., Madrid – E	100,0	EUR	475	125
Leifheit International (UK) Ltd, London – GB	100,0	GBP	–	–
Leifheit International U.S.A. Inc., Melville (NY) – USA	100,0	USD	1.609	42
Leifheit France S.A.S., Paris – F	100,0	EUR	25.266	2.347
Leifheit Distribution S.R.L., Bukarest – RO	51,0	RON	644	54
Leifheit s.r.o., Blatná – CR	100,0	CZK	149.398	5.847
Meusch-Wohnen-Bad und Freizeit GmbH, Nassau	100,0	EUR	-10.699	-464
Mittelbare Beteiligungen				
Birambeau S.A.S., Paris – F	100,0	EUR	2.510	1.529 ²
Leifheit-Birambeau S.A.S., Paris – F	100,0	EUR	1.748	321 ²
Herby Industrie S.A.S., La Loupe – F	100,0	EUR	5.950	2.575 ²
Herby Tunisie s.a.r.l., Sousse – TUN	100,0	TND	1.267	327 ³

¹ Angaben für das Geschäftsjahr 2009

² über Leifheit France S.A.S.

³ über Herby Industrie S.A.S.

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

Haftungsverhältnisse

27

Die Leifheit AG hat eine Patronatserklärung in Höhe von 11,8 Mio € zugunsten einer Konzerngesellschaft zur Abdeckung eines negativen Eigenkapitals abgegeben. Es besteht das Risiko der Inanspruchnahme in Höhe von 7,2 Mio €. Der verbleibende Betrag ist durch Vermögensgegenstände der Gesellschaft abgedeckt. Darüber hinaus bestehen bei der Leifheit AG keine Haftungsverhältnisse.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Die Gesellschaft hat Lizenzverträge und langfristige Mietverträge über Büroräume, Fahrzeuge, Telefonanlagen, Kopierer, Drucker sowie Wartungsverträge abgeschlossen. Die Verpflichtungen hieraus belaufen sich für 2011 auf 2,4 Mio € und innerhalb der unkündbaren Restlaufzeiten bis zum Jahr 2015 auf ca. 3,9 Mio €. Zum 31. Dezember 2010 bestanden Abnahmeverpflichtungen im Wert von 0,8 Mio €.

Es bestanden weiterhin Verpflichtungen aus Verträgen über den Erwerb von Gegenständen des Sachanlagevermögens für laufende Investitionen im Wert von 1,8 Mio €. Daneben bestanden sonstige finanzielle Verpflichtungen in Höhe von 0,5 Mio €.

Als außerbilanzielle Geschäfte werden aus Liquiditätsgründen Leasingverträge abgeschlossen. Die Verpflichtungen hieraus betragen 0,3 Mio € (davon 0,1 Mio € kleiner einem Jahr und 0,2 Mio € zwischen einem und fünf Jahren Laufzeit).

Darüber hinaus bestehen folgende Verpflichtungen aufgrund von Devisentermingeschäften zur Wechselkursabsicherung:

	Wert der Verpflichtung		Fremdwährung		Beizulegender Zeitwert	
	31.12.2010	31.12.2009	31.12.2010	31.12.2009	31.12.2010	31.12.2009
Kauf USD/€	41,9 Mio €	5,9 Mio €	55,0 Mio USD	8,5 Mio USD	41,3 Mio €	5,9 Mio €
Verkauf USD/€	24,7 Mio €	–	33,2 Mio USD	–	25,1 Mio €	–
Kauf CZK/€	–	5,2 Mio €	–	135,0 Mio CZK	–	5,1 Mio €

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

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

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

Im Berichtsjahr wurden keine eigenen Aktien erworben oder verwendet.

Im Vorjahr wurden 30 Aktien an Mitarbeiter in Form von Jubiläumsaktien ausgegeben. Dies entsprach 0,0006 Prozent des Grundkapitals. Der darauf entfallende Betrag des Grundkapitals beträgt 0,1 T €..

Unter Einschluss der in den Vorjahren erworbenen und ausgegebenen eigenen Aktien hat Leifheit damit am 31. Dezember 2010 einen Bestand von 250.124 eigenen Aktien. Dies entspricht 5,002 Prozent des Grundkapitals. Der darauf entfallende Betrag des Grundkapitals beträgt 750 T €. Hierfür wurden 7.685 T € aufgewendet.

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

Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Personen

30

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

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

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

31

Aktionäre, die nach dem Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) ihre Stimmrechtsanteile mitgeteilt haben, waren am Bilanzstichtag die Home Beteiligungen GmbH, München, die MKV Verwaltungs GmbH, München, Herr Joachim Loh, Haiger, die Fackelmann GmbH & Co. KG, Hersbruck, die OP-Fund Management Company Ltd, Helsinki (SF) sowie die Leifheit AG, Nassau.

Es wurden die folgenden Mitteilungen veröffentlicht:

Mai 2010

„Die OP-Fund Management Company Ltd, Helsinki, Finnland hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 3.5.2010 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Leifheit AG, Nassau, Deutschland, ISIN: DE0006464506, WKN: 646450 am 16.4.2010 die Schwelle von 3 Prozent der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 2,71 Prozent (das entspricht 135.382 Stimmrechten) betragen hat. Die OP-Pohjola Group Central Cooperative, Helsinki, Finnland hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 3.5.2010 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Leifheit AG, Nassau, Deutschland, ISIN: DE0006464506, WKN: 646450 am 16.4.2010 die Schwelle von 3 Prozent der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 2,71 Prozent (das entspricht 135.382 Stimmrechten) betragen hat.

2,71 Prozent der Stimmrechte (das entspricht 135.382 Stimmrechten) sind der Gesellschaft gemäß § 22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG von der OP-Fund Management Company Ltd, Helsinki, Finnland zuzurechnen.“

Februar 2009

„Herr Manuel Knapp-Voith, Deutschland, hat uns am 4.2.2009 nach § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil an unserer Gesellschaft am 23.7.2008 die Schwelle von 10 Prozent überschritten hat und zu diesem Tag 10,03 Prozent (dies entspricht 501.432 Stimmrechte) beträgt. Diese 10,03 Prozent (501.432 Stimmrechte) sind ihm nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG von der MKV Verwaltungs GmbH, Grünwald, zuzurechnen.

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

Dezember 2008

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

April 2008

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

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

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

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

Oktober 2007

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

September 2005

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

Erklärung nach § 161 AktG (Deutscher Corporate Governance Kodex)

32

Vorstand und Aufsichtsrat haben im Dezember 2010 die gemäß § 161 AktG geforderte Erklärung abgegeben, dass den vom Bundesministerium der Justiz bekannt gemachten Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ entsprochen wurde und wird sowie welche Empfehlungen derzeit nicht angewendet wurden oder werden.

Die Entsprechenserklärung ist auf der Internetseite der Gesellschaft unter „www.leifheit.de/de/investor-relations/corporate-governance“ dauerhaft zugänglich gemacht.

Übernahmerechtliche Angaben gem. § 289 Abs. 4 HGB

33

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

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

34

Das 2010 als Aufwand erfasste Honorar des Abschlussprüfers Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Eschborn/Frankfurt am Main, belief sich für Abschlussprüfung auf 230 T € (Vorjahr: 284 T €), für Steuerberatungsleistungen auf 191 T € (Vorjahr: 180 T €), für sonstige Leistungen auf 104 T € (Vorjahr: 27 T €) sowie für andere Bestätigungsleistungen auf 5 T € (Vorjahr: 6 T €).

Schätzungen und Ermessensausübungen im Rahmen der Rechnungslegung

35

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

Organe der Leifheit AG

Mitglieder des Vorstands

Vorsitzender	Georg Thaller
	Ernst Kraft (bis 1.6.2010)
	Dr. Claus-O. Zacharias

Mitglieder des Aufsichtsrats

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

* Vertreter der Arbeitnehmer

Ausschüsse des Aufsichtsrats

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

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

Karsten Schmidt	Ravensburger Spieleland AG, Ravensburg	Aufsichtsratsmitglied
Dr. jur. Robert Schuler-Voith	Schuler AG, Göppingen	Aufsichtsratsvorsitzender
Helmut Zahn	Schuler AG, Göppingen	Aufsichtsratsmitglied
	Flossbach von Storch AG, Köln	Stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender
	Müller Weingarten AG, Weingarten	Aufsichtsratsvorsitzender bis 19.10.2010 Stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender seit 19.10.2010
	Maschinenbau Oppenweiler Binder GmbH & Co. KG, Oppenweiler	Beiratsmitglied seit 29.3.2010

Nassau/Lahn, 17. März 2011

Leifheit Aktiengesellschaft
 Der Vorstand



Georg Thaller



Dr. Claus-O. Zacharias

Lagebericht: Geschäftstätigkeit und Organisationsstruktur

Geschäftstätigkeit

Die Leifheit AG ist ein europäischer Markenanbieter von Produkten für ausgewählte Lebensbereiche im Haushalt. Die Produkte der Leifheit AG werden sowohl an Produktionsstätten in Deutschland als auch in ausgewählten Ländern Europas und Asiens hergestellt. Sie werden unter verschiedenen Marken vertrieben: Leifheit, Dr. Oetker Backgeräte und Soehnle sind die drei zentralen Marken des Unternehmens.

Leifheit vertreibt seine Produkte vorwiegend im europäischen Raum, aber auch in den USA und in Asien. Der Vertrieb erfolgt vor allem über die Belieferung großer Handelsketten bzw. des Großhandels.

Veränderung bei den Beteiligten

Um das Leifheit-Profil weiter zu schärfen, hat sich Leifheit im zweiten Quartal 2010 von den Unternehmen mit den Marken Spirella, Kleine Wolke und Meusch getrennt. Damit konzentrieren wir uns nun vollständig auf das Haushaltswarengeschäft.

In einem ersten Schritt haben wir Anfang Juni zunächst die Spirella-Gruppe an die schweizerische Beteiligungsgesellschaft Cross, Zürich, verkauft. Ende Juni erfolgte der Verkauf von Kleine Wolke und Meusch an die Possehl Mittelstandsbeteiligungen, Lübeck. Dabei haben wir im Interesse der Belegschaft von Anfang an Käufer gesucht, die das Geschäft fortsetzen und weiter ausbauen wollen, so dass die Arbeitsplätze der betroffenen Mitarbeiter erhalten bleiben. Dieses Ziel haben wir mit den neuen Eigentümern auch erreicht.

Mit dem Verkauf des operativen Badgeschäfts hat Leifheit konsequent zwei zentrale strategische Ziele realisiert:

- Leifheit fokussiert sich jetzt ausschließlich auf das Geschäft mit Haushaltswaren, das heißt auf die Geschäftsfelder Reinigen, Wäschepflege, Küche und Waagen. Diese Bereiche haben für unser Unternehmen bislang die größten Erfolge erwirtschaftet und versprechen auch langfristig attraktivere Erträge.
- Unsere Kräfte und Finanzmittel setzen wir nun uneingeschränkt zur Realisierung einer umfassenden Wachstumsstrategie ein. Ziel ist in erster Linie ein starkes organisches Wachstum, aber gegebenenfalls auch strategisch passende Zukäufe. Eine international ausgerichtete, fokussierte Vertriebsstrategie und die Stärkung unserer profilierten Marken bringen unser Unternehmen weiter nach vorne. Davon profitieren im Ergebnis alle: von den Mitarbeitern bis zu den Aktionären.

Organisation, Unternehmensstruktur und Führungsverantwortung

Die Leifheit AG ist seit 1984 eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht. Sitz und Verwaltung befinden sich bis heute am Ort der Gründung in Nassau/Lahn.

Die wesentlichen Standorte der Leifheit AG befinden sich in Nassau (Verwaltung und Produktion) sowie in Zuzenhausen (Logistik). Daneben bestehen im Ausland

Lagebericht

Erklärung des Vorstands

Bestätigungsvermerk

Corporate Governance

Erklärung zur Unternehmensführung

Bericht des Aufsichtsrats

Vorschlag zur Verwendung des Bilanzgewinns

Disclaimer

rechtlich nicht selbstständige Niederlassungen, insbesondere Vertriebsniederlassungen, in Brescia, Italien (Gründung 1982), in Aartselaar, Belgien (Gründung 1987), und in Wiener Neudorf, Österreich (Gründung 1995). Die Leifheit AG besitzt 13 direkte oder indirekte Tochterunternehmen und Beteiligungen. Die wesentlichen Beteiligungen (teilweise indirekte) der Leifheit AG sind die Leifheit s.r.o. in der Tschechischen Republik (Produktion), die Birambeau S.A.S. in Frankreich (Logistik und Vertrieb) sowie die Herby Industrie S.A.S. in Frankreich (Logistik und Vertrieb).

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

Strategie und Unternehmenssteuerung

Im Jahr 2010 hat Leifheit die beiden zentralen strategischen Schritte abgeschlossen, die 2008 mit dem Programm „Fokus – Innovation – Geschwindigkeit“ gestartet wurden und die das Unternehmen wieder auf den Weg zu nachhaltigem Wachstum geführt haben.

- Mit dem ersten Schritt „Fit für die Zukunft“ wurde ein umfassendes Restrukturierungsprogramm aufgesetzt, das eine nachhaltige Effizienzsteigerung bewirkt hat.
- Mit dem zweiten Schritt wurde Leifheit auf seine Kernkompetenzen, nämlich das Haushaltswarengeschäft, fokussiert. Das wurde vor allem mit den Verkäufen des Leitern-Geschäfts sowie des Badbereichs erreicht.

Auf diesem Weg haben wir die notwendige Grundlage geschaffen, um zukünftig wieder in Umsatz und Ertrag signifikant wachsen zu können.

Der dritte Schritt definiert nun eine umfassende Wachstumsstrategie, die zunächst bis 2014 angelegt ist. Die Wachstumsstrategie, die mit dem Motto „GO! – Growing (by) Opportunities“ kommuniziert wird, stützt sich auf zwei Grundpfeiler:

- Der erste geht aus einer zielgerichteten **Markenstrategie** hervor, mit der durch eine intensivierte, zielgruppenorientierte Kommunikation und verbraucherrelevante Produkte das Markenprofil weiter geschärft wird, um den Umsatz signifikant auszubauen.
- Den zweiten Pfeiler bildet eine international ausgerichtete **Vertriebsstrategie**, die darauf zielt, sowohl bestehende Vertriebswege sehr fokussiert auszubauen als auch neue zu erschließen.

Das Hauptwachstum soll dabei in den Kernmärkten stattfinden, wo die größte Dynamik zu erzielen ist.

Die Leifheit-Gruppe wird strategisch zentral und zugleich operativ dezentral geführt. Mit wenigen Einheiten und Ebenen wird eine schnelle und effiziente Zusammenarbeit gewährleistet. Strategieanpassungen sind daher häufig auch mit Anpassungen der Organisationsstruktur verbunden.

Mit dem nächsten Schritt unserer Strategieentwicklung haben wir auch unsere Organisation weiterentwickelt und konsequent auf ein strategiegetriebenes Kunden- und Markenmanagement ausgerichtet. Sowohl die Aufbauorganisation als auch die Ablauforganisation sind damit so ausgerichtet, dass die Ziele der strategischen Geschäftsausrichtung optimal erreicht werden können.

Vergütungsbericht

Der Vergütungsbericht, der die nach § 289 Abs. 2 Nr. 5 HGB geforderten Angaben enthält, ist im Corporate Governance Bericht des Jahresfinanzberichts (ab Seite 50) enthalten und ist Bestandteil des Lageberichts.

Übernahmerechtliche Angaben

Im Folgenden sind die nach § 289 Abs. 4 HGB geforderten übernahmerechtlichen Angaben zum 31. Dezember 2010 dargestellt:

Das gezeichnete Kapital (Grundkapital) der Leifheit AG beträgt zum 31. Dezember 2010 unverändert 15.000.000,– € und ist in 5.000.000 auf den Inhaber lautende Stückaktien eingeteilt. Jede Aktie gewährt gleiche Rechte und in der Hauptversammlung eine Stimme.

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

Es bestehen direkte und indirekte Beteiligungen am Kapital der Leifheit AG, die 10 Prozent der Stimmrechte überschreiten: Die Home Beteiligungen GmbH in München hat die Leifheit AG informiert, dass sie 47,34 Prozent der Stimmrechtsanteile der Leifheit AG zum 31. Dezember 2010 hält. Weiterhin hat die MKV Verwaltungs GmbH in München informiert, dass sie 10,03 Prozent der Stimmrechtsanteile der Leifheit AG hält.

Es liegen keine Aktien mit Sonderrechten der Leifheit AG vor. Ebenso liegen keine Arbeitnehmerbeteiligungen und somit auch keine Stimmrechtskontrollen vor.

Die Ernennung und Abberufung von Vorstandsmitgliedern sowie Satzungsänderungen erfolgen in Übereinstimmung mit den aktienrechtlichen Regelungen. Zu Änderungen der Satzung, die lediglich die Fassung betreffen, ist der Aufsichtsrat ermächtigt. In der Satzung der Leifheit AG bestehen darüber hinaus keine weiteren Regelungen.

Nach den Beschlüssen der ordentlichen Hauptversammlung 2006 ist der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats ermächtigt, bis zum 1. Mai 2011 das Grundkapital gegen Bar- und/oder Sacheinlage einmal oder mehrmals um bis zu insgesamt 7.500.000,– €

durch Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautende Stückaktien zu erhöhen. Der Vorstand ist weiterhin nach den Beschlüssen der ordentlichen Hauptversammlung 2010 ermächtigt, eigene Aktien von insgesamt bis zu 10 Prozent des Grundkapitals bis zum 8. Juni 2015 zu erwerben. Die Konditionen beider Beschlüsse sind der jeweiligen Tagesordnung der Hauptversammlung auf unserer Internetseite zu entnehmen.

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

Erklärung zur Unternehmensführung

Die Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289a HGB ist im Jahresfinanzbericht ab Seite 53 abgedruckt sowie auf unserer Internetseite unter „www.leifheit.de/de/unternehmen/unternehmensfuehrung“ veröffentlicht.

Bericht des Vorstands über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen

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

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

Wirtschaftliches Umfeld

Wirtschaft erholt sich schneller als erwartet

Nach einer der schwersten Rezessionsphasen der Nachkriegszeit hat sich die Weltwirtschaft im Jahr 2010 wieder überraschend gut erholt. So wuchsen nach Angaben des Internationalen Währungsfonds (IWF) die weltwirtschaftlichen Aktivitäten im vergangenen Jahr um insgesamt 5 Prozent. Dazu beigetragen haben die erfolgreiche Umsetzung von Konjunkturprogrammen vor allem in den USA und Japan und das deutliche Wachstum in China sowie der private Konsum, der sich ab dem dritten Quartal allmählich wieder zu stabilisieren begann. Ebenso hat die Unterstützung Griechenlands durch die Euro-Länder verhindert, dass eine weitere Zuspitzung der griechischen Schuldenkrise die positive Konjunkturentwicklung in der zweiten Jahreshälfte beeinträchtigt.

Deutschland hatte im vergangenen Jahr in Europa eine Sonderrolle inne: In Frankreich, Großbritannien, Italien, Spanien und Griechenland nahm die Arbeitslosigkeit zu, und auch die Konsequenzen staatlicher Haushaltskonsolidierungen behinderten ein deutliches Erstarren des Konsums. In Osteuropa verbesserte sich die konjunkturelle Lage zunehmend, hat das Vorkrisenniveau aller-

dings noch nicht wieder erreicht. Deutschland hingegen koppelte sich im Verlauf des letzten Jahres von den großen europäischen Volkswirtschaften ab. Nach dem deutlichen Rückgang im Jahr 2009 erzielte das Bruttoinlandsprodukt (BIP) 2010 mit 3,6 Prozent den höchsten Zuwachs seit der Wiedervereinigung.

Die wirtschaftliche Erholung fand hauptsächlich im Frühjahr und Sommer 2010 statt und wirkte sich positiv auf den Arbeitsmarkt aus. Die Wachstumsimpulse kamen 2010 nicht nur aus dem Außenhandel, sondern auch aus dem Inland. Insbesondere in Ausrüstungsgütern wie Maschinen oder Autos wurde deutlich mehr investiert – doch auch der Konsum erreichte zum Jahresende ein neues Drei-Jahres-Hoch. Die privaten Konsumausgaben stiegen um 0,5 Prozent. Die Umsätze im deutschen Einzelhandel stiegen 2010 gegenüber dem Vorjahr um 1,3 bis 1,6 Prozent. Laut der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) erzielte der für Leifheit relevante Non-Food-Handel 2010 mit einem Gesamtumsatz von knapp 148 Milliarden Euro (+2,6 Prozent) das beste Umsatzergebnis seit dem Jahr 2002. Für diese Entwicklung war charakteristisch, dass die Verbraucher sich zunehmend für Qualitätsprodukte entschieden und im Schnitt pro gekauften Artikel mehr Geld ausgegeben haben.

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Leifheit profitiert von Konjunkturverbesserung

Leifheit hat sich im Jahr 2010 gut entwickelt. So stieg der Umsatz um 5,5 Prozent auf 173 Mio € (Vorjahr: 164 Mio €). Besonders in Osteuropa, wo Leifheit bis zur Krise prosperierende Absatzmärkte hatte, und in Südeuropa sind die Auswirkungen der Krise in Form von Umsatzrückgängen nach wie vor für die gesamte Branche zu spüren. Währungsabwertungen führten zu Zurückhaltung bei den Importeuren und zu Preisan-

passungen, höhere Forderungsausfälle konnten aber vermieden werden. Gegen Jahresende stiegen die Umsätze jedoch auch in diesen Regionen an, so dass wir von einer einsetzenden Erholung ausgehen. In den Leifheit-Kernmärkten Deutschland und Österreich profitierte Leifheit von der Konjunkturerholung. Im Heimatmarkt Deutschland konnten die Umsätze um 0,8 Mio € auf 84,6 Mio € gesteigert werden. Besser entwickelte sich der Umsatz im Ausland, der um 8,1 Mio € auf 88,9 Mio € gesteigert wurde.

Geschäftsentwicklung

Kommunikation intensiviert

Das Jahr 2010 stand im Zeichen ganzheitlicher Kommunikationsmaßnahmen mit den Endverbrauchern: Die Print- und TV-Kampagnen für den Küchenhelfer „Perfect Roll“ und den Bodenreiniger „Twist System“ in mehreren europäischen Ländern verhalfen nicht nur den beworbenen Produkten, sondern jeweils der gesamten Produktkategorie zu mehr Aufmerksamkeit und gestiegenen Umsätzen. Mit dem Sternekoch Christian Henze für unsere Leifheit-Küchenprodukte und der dreifachen Biathlon-Olympiasiegerin Kati Wilhelm für Soehnle haben wir zwei Markenbotschafter gewonnen, die unsere Produkte nach außen kompetent und öffentlichkeitswirksam repräsentieren.

Der Start unserer Online-Shops für Leifheit- und Soehnle-Produkte ist eine Reaktion auf das veränderte Einkaufsverhalten unserer Kunden. Gewinnspiele und Aktionen haben die Aufmerksamkeit der Verbraucher zusätzlich auf unsere Marken gelenkt.

Unser Anspruch der Marke Leifheit, „immer eine Idee besser“ zu sein, beschränkt sich nicht nur auf die Funktionalität unserer Produkte, sondern auch ihr Design ist attraktiv und funktionsgerecht. 2010 wurden erneut einige unserer Produkte für ihr herausragendes Design ausgezeichnet: Der Küchenhelfer „Perfect Roll“ wurde wegen der einzigartigen Kombination von gewitzter Innovation, stilsicherem Design und hochwertiger Funktionalität zum „Produkt des Jahres“ (Industrieverband pro-K) und zur „Kücheninnovation des Jahres“ von der Initiative LifeCare gewählt. Die Knoblauchpresse „Knobiking“ erhielt den IF product design award und der „Bodenwischer Profi EcoPerfect“ wurde mit dem red dot design award ausgezeichnet. Die verlässliche Kombination aus Funktion und Design zu fairen Preisen zeichnet Leifheit gegenüber vielen seiner Wettbewerber aus.

Ertragslage

Die wiederholt gute Entwicklung von Leifheit in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld belegt den Erfolg unserer stringenten Konzentration auf das Kerngeschäft und eines mehrgleisigen und mehrstufigen Optimierungsprozesses. Aufbauend auf den Maßnahmen der vergangenen Jahre haben wir 2010 unsere Organisationsprozesse im Rahmen der SAP-Einführung weiter optimiert.

Eine strikte Kostendisziplin sowie Sortimentsüberarbeitungen führten zu weiteren Ergebnisverbesserungen.

Betriebsergebnis und Jahresüberschuss gesteigert

Der Jahresüberschuss stieg einschließlich der Effekte aus dem Verkauf des Badbereichs auf 16,1 Mio € (Vorjahr: 9,2 Mio €).

Die Bruttomarge fiel um 0,8 Mio €. Gestiegene Preise sowie währungsbedingt teurere Einkäufe für Rohstoffe und Handelswaren belasteten die Marge. Weiterhin trug eine geänderte Zuordnung von Sekundärfunktionen zu Funktionsbereichen im Rahmen der Einführung einer neuen ERP (Enterprise Resource Planning) Software sowie eine geänderte Umlagensystematik zu diesem Effekt bei. Gegenläufig wirkte sich die weitere Fokussierung auf margenstarke Geschäfte aus.

Die Vertriebskosten stiegen um 3,5 Mio € auf 54,5 Mio €. Höheren Umlagen von 1,0 Mio € sowie der Umgliederung von Teilen des Produktmanagements in den Vertrieb von 2,8 Mio € standen Kosteneinsparungen gegenüber.

Die Verwaltungskosten fielen um 3,7 Mio € auf 10,2 Mio €. Aufgrund der Umstellung durch das Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMoG) wird die Aufzinsung der Pensionsverpflichtungen in Höhe von 2,7 Mio € nicht mehr im Personalaufwand, sondern im Zinsergebnis ausgewiesen.

Lagebericht

Erklärung des Vorstands
Bestätigungsvermerk
Corporate Governance
Erklärung zur Unternehmensführung
Bericht des Aufsichtsrats
Vorschlag zur Verwendung des Bilanzgewinns
Disclaimer

Die Sonstigen betrieblichen Erträge stiegen um 15,3 Mio € auf 27,8 Mio € und enthalten die Veräußerungsgewinne aus dem Verkauf des Badbereichs in Höhe von 15,6 Mio €.

Die Sonstigen betrieblichen Aufwendungen fielen um 5,2 Mio € auf 10,5 Mio €. Die Umgliederung von Teilen des Produktmanagements in den Vertrieb sowie der Rückgang der Wertberichtigungen auf Sonstige Forderungen trugen im Wesentlichen hierzu bei.

Bereinigt um die Veräußerungsgewinne aus dem Verkauf des Badbereichs sowie um den Ausweis des Zinsaufwands für die Pensionsverpflichtungen stieg das Betriebsergebnis um 1,6 Mio € auf -0,9 Mio € (Vorjahr: -2,5 Mio €). Einschließlich der Sondereffekte beträgt das Betriebsergebnis 17,4 Mio €.

Die Erträge aus Beteiligungen gingen um 7,9 Mio € zurück. Im Vorjahr war eine Sonderausschüttung einer französischen Tochtergesellschaft von 4,1 Mio € enthalten.

Die Abschreibungen auf Finanzanlagen beinhalten Wertberichtigungen auf Beteiligungen und Ausleihungen an verbundene Unternehmen von 0,7 Mio €.

Die Zuschreibungen auf Finanzanlagen und Wertpapiere des Umlaufvermögens betreffen im Berichtsjahr die Wertaufholung eines Darlehens an ein verbundenes Unternehmen von 0,5 Mio €. Im Vorjahr wurde in dieser Position die stichtagsbedingte Wertaufholung der eigenen Anteile von 1,9 Mio € ausgewiesen. Durch die Anwendung des BilMoG werden die eigenen Anteile nun im Eigenkapital abgesetzt.

Die Zinsaufwendungen von 2,9 Mio € enthalten den Zinseffekt aus der Aufzinsung der Pensionsverpflichtungen.

Die außerordentlichen Aufwendungen beinhalten die jährliche Zuführung von einem Fünfzehntel des Anpassungsbetrags der Pensionsrückstellungen durch das BilMoG von 0,8 Mio €.

Im Geschäftsjahr 2010 wurde ein Jahresüberschuss von 16,1 Mio € (Vorjahr: 9,2 Mio €) realisiert.

Finanz- und Vermögenslage**Grundsätze des Steuerungssystems**

Das interne Steuerungssystem der Leifheit-Gruppe bezieht sich auf die neuen Segmente Markengeschäft und Volumengeschäft. Hierbei werden im Wesentlichen die Umsatzerlöse und das Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT) als Steuerungsgrößen betrachtet. Im Verlauf des Geschäftsjahres werden für die Segmente rollierende Dreimonats-Forecasts erstellt. Außerdem werden die Segmente monatlich im Vergleich zu den Planungen und dem Vorjahr betrachtet. In regelmäßigen Vorstands- und Managementteam-Sitzungen wird die Geschäftsentwicklung sowie die Chancen-/Risikosituation besprochen und bewertet.

Akquisitionen/Desinvestments

Die Leifheit AG hat sich im zweiten Quartal vom Unternehmensbereich Bad mit den Marken Spirella, Kleine Wolke und Meusch getrennt.

Die Beteiligungsgesellschaften Spirella S.A. (CH), Spirella GmbH (D), Spirella France s.a.r.l. (F) sowie Kleine Wolke Textilgesellschaft mbH & Co. KG (D) wurden veräußert. Das operative Geschäft der Meusch-Wohnen-Bad und Freizeit GmbH (D) wurde vorab in die Kleine Wolke Textilgesellschaft mbH & Co. KG (D) ausgegliedert.

Im Juli des abgelaufenen Geschäftsjahres hat die 100-prozentige Tochtergesellschaft der Leifheit AG, die Leifheit France S.A.S., die noch ausstehenden 40 Prozent der Anteile an der nicht börsennotierten Herby Industrie S.A.S. mit Sitz in La Loupe, Frankreich, vom Minderheitsgesellschafter erworben.

Im Berichtsjahr 2010 wurden die rechtlich nicht selbstständigen Niederlassungen in den Niederlanden und in Japan geschlossen.

Solide finanziert

Die Bilanzsumme blieb im Geschäftsjahr 2010 fast konstant und fiel um nur 0,3 Mio € auf 197,0 Mio €.

Die Finanzanlagen stiegen um 6,3 Mio € auf 51,1 Mio € und beinhalten eine Kapitalerhöhung bei einer französischen Tochtergesellschaft sowie die Abgänge im Rahmen der Veräußerung des Badbereichs.

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände fielen um 16,7 Mio € auf 55,1 Mio €. Der Rückgang betrifft im Wesentlichen eine im Vorjahr enthaltene Kaufpreisforderung an eine französische Tochtergesellschaft aus dem Verkauf von Tochtergesellschaften im Rahmen einer gesellschaftsrechtlichen Umstrukturierung.

Die Wertpapiere stiegen um 16,5 Mio € auf 20,0 Mio €. Im Vorjahr waren in dieser Position die zum Stichtagskurs bewerteten eigenen Aktien enthalten, die nun im Eigenkapital ausgewiesen werden. Gleichzeitig wurden liquide Mittel in Form eines Schuldscheins in Höhe von 20,0 Mio € angelegt.

Aufgrund der Umstellung durch das BilMoG wurde von dem Aktivierungswahlrecht eines aktivischen Überhangs latenter Steuern kein Gebrauch gemacht. Daher wurden im Berichtsjahr 2010 keine latenten Steuern bilanziert.

Die Flüssigen Mittel fielen um 4,7 Mio €.

Eigenkapitalquote bei 54,9 Prozent

Mit 108,1 Mio € beträgt das Eigenkapital 54,9 Prozent der Bilanzsumme. Leifheit ist somit nach wie vor extrem solide finanziert. Das Eigenkapital fiel um 1,8 Mio €, bedingt vor allem durch die im Geschäftsjahr 2010 ausbezahlte Dividende von 14,3 Mio € sowie den Anpassungen im Eigenkapital zum 1. Januar 2010 in Höhe von 3,6 Mio € aufgrund der Umstellung durch das BilMoG. Gegenläufig wirkte der Jahresüberschuss von 16,1 Mio €.

Zum Bilanzstichtag bestanden keine Bankverbindlichkeiten.

Gesamtaussage des Managements zur wirtschaftlichen Lage

Nachdem die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage in den vorangegangenen Kapiteln ausführlich dargestellt wurde, fassen wir die wirtschaftliche Lage wie folgt zusammen: Der Vorstand beurteilt die Geschäftsentwicklung von Leifheit zum Zeitpunkt der Erstellung des Lageberichts als positiv. Im Berichtsjahr konnten wir die beiden zentralen strategischen Schritte abschließen, mit denen wir 2008 unter dem Motto „Fokus – Innovation – Geschwindigkeit“ begonnen hatten. Mit einem umfassenden Restrukturierungsprogramm und dem Fokus auf die Kernkompetenzen von Leifheit ist es gelungen, das Unternehmen wieder auf ein stabiles Fundament zu stellen. Auch ohne den Ertrag aus dem Verkauf von Beteiligungen haben wir das Vorjahresergebnis verbessert, was belegt, dass die strategischen Weichenstellungen richtig waren. Unsere solide Finanzierung ist die Grundlage, um auch unsere ambitionierten Wachstumsziele in der Zukunft realisieren zu können.

Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Beschaffung und Logistik

Fokus auf Lieferantenoptimierung

Die Rohstoffmärkte waren 2010 trotz einiger Schwankungen von einem deutlichen Aufwärtstrend geprägt. Die weltweite Konjunkturerholung führte neben erhöhten Absatzmengen dazu, dass viele Rohstoffpreise im Jahresverlauf deutlich angezogen haben. Dabei spielte sicherlich eine gewichtige Rolle, dass China für seine schnell wachsende Wirtschaft zunehmend Rohstoffe benötigt; daneben haben auch Angebotsverknappungen bei einzelnen Rohstoffen zur Verteuerung beigetragen, die teilweise auf Spekulationsinteressen oder Inflationsängste zurückzuführen sind. Das Einkaufsmanagement fokussierte sich deshalb im abgelaufenen Geschäftsjahr auf die Optimierung der Lieferantenbeziehungen sowie die Sicherung der Produktion durch eine ausreichende Materialversorgung. Dabei haben wir uns bewusst gegen Materialien entschieden, deren Eigenschaften und Herkunft unseren Nachhaltigkeitsstandards nicht entsprechen.

Absicherung unserer Lieferketten

Die Beschaffung von qualitativ hochwertigen Rohstoffen, Halbfertigprodukten und Fertigwaren zu attraktiven Konditionen bildet einen entscheidenden Faktor für den Erfolg unseres Unternehmens. Da sich die äußeren Rahmenbedingungen der Leifheit-Beschaffungsmärkte permanent verändern, arbeiten wir weiter daran, unser Lieferantennetzwerk zu optimieren und dadurch unabhängiger zu werden. Im Fokus steht nach wie vor der verstärkte Einkauf in Osteuropa und in der Türkei. Zudem haben wir unser Lieferkettenmanagement speziell für Schlüsselmaterialien und -produkte verändert: Bei wichtigen Grundstoffen können wir auf mehrere Lieferanten zugreifen. So können wir eine kontinuierliche Produktion zu vorteilhaften Konditionen sicherstellen. Gemeinsam mit unseren Lieferanten haben wir zudem Wege gefunden, die Rohstoffpreise effektiv abzusichern.

Lieferantenauswahl nach Nachhaltigkeitsgesichtspunkten

Neben Qualität, Geschwindigkeit, Flexibilität und Termintreue legen wir bei unseren Lieferanten auch Wert auf Nachhaltigkeit. Mit dem „Leifheit Social Code of Conduct“ verpflichten wir unsere Lieferanten seit 2009 auf sozial verantwortungsvolles Verhalten gegenüber ihren Mitarbeitern sowie auf ökologisch verträgliche Materialien und Produktionsverfahren. Die Einhaltung dieses Kodex überprüfen wir – ebenso wie die Qualität der Produkte – durch eigene Audits kontinuierlich und weitestgehend selbst vor Ort. Dadurch stellen wir sicher, dass unsere Produkte nicht nur qualitativ hochwertig sind, sondern dass entlang der gesamten Zuliefer- und Produktionskette ökologische und soziale Standards erfüllt werden. Nur so kann ein Produkt auch langfristig ökonomisch erfolgreich sein.

Wettbewerbsfähige Beschaffungslogistik

Nach der Bündelung logistischer Kernprozesse am zentralen Leifheit Distributionsstandort Zuzenhausen stand im Jahr 2010 der Abschluss des Projektes „Fit für die Zukunft“ im Fokus. Als einer der letzten Schritte wurde eine zentrale Retourenabwicklung implementiert.

Die Leistungsfähigkeit des Distributionszentrums konnten wir auch 2010 deutlich verbessern, indem wir konsequent Kostensenkungspotenziale identifiziert und realisiert haben und die Effizienz vieler Abläufe erneut deutlich gesteigert haben – unter anderem durch den Einsatz innovativer Technologien.

Als wichtigstes Projekt haben wir mit der erfolgreichen Einführung von SAP eine zukunftsorientierte IT-Plattform geschaffen, um alle Prozesse zwischen den einzelnen Schnittstellen der Supply Chain zu optimieren.

Im Rahmen der 2011 angestrebten zunehmenden Internationalisierung wird der Distributionsstandort Zuzenhausen die zentrale Funktion in der weltweiten Distribution wahrnehmen und muss entsprechend alle Potenziale zur Effizienzsteigerung haben.

Kontinuierliche Verbesserungsprozesse, ein breit angelegtes Weiterbildungsprogramm sowie leistungsorientierte Entlohnung ermöglichen eine solche Entwicklung hin zu mehr Wachstum und Ertrag.

Entwicklung und Innovation

Leifheit verfügt über starke Marken und große Innovationskraft. Innovationen beziehen sich bei Leifheit aber nicht nur auf Produkte, sondern auch auf Prozesse. Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben wir daher ein ganzheitliches Produktmanagement umgesetzt. Im sogenannten Speed-Prozess laufen bei einem Projektmanager sämtliche Informationen zusammen, die er benötigt, um die Neuprodukteinführung zu beschleunigen und den Produktauslauf optimal zu gestalten. So sichern wir die Markterfolge unserer Produkte und geben Raum für die kreative Entfaltung unserer Mitarbeiter.

Innovationsoffensive in allen Kategorien

Im Mittelpunkt unserer Innovationsstrategie stehen immer die Bedürfnisse der Verbraucher. Unsere Entwickler haben in allen vier Produktkategorien Reinigen, Wäsche, Küche und Waagen eine Vielzahl von sinnvollen und durchdachten Neuheiten hervorgebracht, die dem Verbraucher helfen, die Hausarbeit zu erleichtern und sich zu Hause wohlfühlen.

So bietet Leifheit nun aus einer Hand ein Komplettangebot von Reinigungsgeräten für den Innen- und Außenbereich, Tüchern und Schwämmen und perfekt abgestimmten Reinigungsmitteln an. Dadurch reduziert sich der benötigte Kraftaufwand und Reinigungsmittelbedarf für den Endverbraucher und schont so Umwelt und Geldbeutel.

Die Kategorie Wäschepflege hat eine Fülle von Neuheiten hervorgebracht: Der neue Wäscheschirm „Linomatic Deluxe“ zeichnet sich durch einen besonders komfortablen Öffnungs- und Schließmechanismus aus. Aufgrund der großen Nachfrage haben wir das im Reinigungsbereich bereits eingeführte Konzept, Produkte aus recycelbaren und nachwachsenden

Rohstoffen herzustellen, auf den Wäscheschirm „Linowood“ angewendet. Der noch junge Produktbereich Druckdampfbügeln wurde weiter ausgebaut. Mit dem „AirActive L Steamer“ haben wir den derzeit leichtesten Bügeltisch mit integrierter Druckdampfbügelstation entwickelt.

Im Bereich Küche haben wir den Anfang 2010 eingeführten „Twist Cut“ nochmals hinsichtlich Funktion und Design optimiert sowie um zusätzliche Produktvarianten erweitert. So ergänzt jetzt eine passende Salatschleuder die Familie der mechanischen „Twist Cut“-Küchenhelfer. Für einen großen Kunden in den USA wurde ein spezieller Food Processor entwickelt. Dieser konnte in kürzester Zeit in ein innovatives patentgeschütztes Produkt umgesetzt werden.

Die Soehnle Waagen-Familie haben wir in Hinblick auf Design und Funktionalität in allen Preissegmenten weiterentwickelt. Highlight der Entwicklungen ist „Page Evolution“, die flachste Küchenwaage der Welt mit patentierter Sensortastenbedienung. Der Marktführer bei Personen- und Küchenwaagen in Deutschland setzt mit limitierten Sonderauflagen in aktuellen Dekors farbige Akzente in Bad und Küche. So fasziniert beispielsweise die „Art Style Velvet“ mit einer neuartigen samtähnlichen Beschichtung. Mit der Vorbereitung des Relaunches der Zweitmarke Exacta – Quality by Soehnle starten wir eine Offensive zur Rückgewinnung von Marktanteilen im unteren Preisbereich. Den sehr positiv aufgenommenen Wellnessbereich bauen wir mit neuen Massage- und Wärmeprodukten aus der Soehnle „Relax“-Serie ebenfalls kontinuierlich aus. Aufgrund der Einführung dieses neuen Sortiments werden wir die bisherige Kategorie Waagen zukünftig „Wellbeing“ nennen.

Leifheit hat im Jahr 2010 insgesamt 94 Schutzrechtsanmeldungen im In- und Ausland vorgenommen. Im Berichtsjahr 2010 waren 20 Mitarbeiter in der Entwicklung und im Bereich Patente beschäftigt. Es handelt sich hier überwiegend um Ingenieure, Techniker und Konstrukteure. Für Entwicklung haben wir insgesamt 3,6 Mio € aufgewendet.

Nachhaltigkeit

Mitarbeiter

Unsere Mitarbeiter sind die Basis unseres Erfolges

Unternehmen sind gesellschaftliche Einheiten, in denen jeder zum Ergebnis beiträgt. Bei Leifheit legen wir deshalb Wert auf einen achtungsvollen und offenen Umgang miteinander. Wir sehen unsere Mitarbeiter nicht nur als Beschäftigte, sondern auch als am Unternehmen Beteiligte: Sie bilden mit ihrer hohen Identifikation mit Leifheit, ihrer Einsatzbereitschaft und ihrer Kreativität die Basis für unseren Erfolg; sie sind der Garant dafür, dass unser Unternehmen innovativ bleibt und weiter wächst. Unsere Personalpolitik ist deswegen geprägt durch ein überdurchschnittliches Maß an sozialer Verantwortung. Nur mit motivierten Mitarbeitern, die sich gut behandelt fühlen, können wir unsere hohen Qualitätsansprüche erreichen.

Wir wissen, dass unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im vergangenen Jahr in allen Bereichen stark gefordert waren. Für ihren überaus motivierten sowie mit großer Loyalität und Kreativität verbundenen Einsatz bedanken wir uns bei ihnen an dieser Stelle ausdrücklich. Dieser Dank gilt auch unseren Betriebsräten, die durch faire und konstruktive Zusammenarbeit an der positiven Entwicklung unseres Unternehmens mitgewirkt haben.

Im Zentrum unserer Personalarbeit standen 2010 Maßnahmen zur Effizienzsteigerung sowie die Schärfung unseres Profils als attraktive Arbeitgebermarke.

Leifheit ist „Top Arbeitgeber“

Leifheit ist einer der „Top Arbeitgeber Deutschland“. Diese Auszeichnung wird an Unternehmen vergeben, deren Personalwesen höchsten Standards gerecht wird. Im Jahr 2010 haben wir uns dieser Zertifizierung unterzogen. Dabei werden Grundsätze und Prozesse bei Vergütung und Sozialleistungen validiert, Personalentwicklung, Karrierechancen und Aus-/Weiterbildung geprüft sowie die Arbeitsbedingungen und die Unternehmenskultur bewertet. Wir sind stolz darauf, bei

insgesamt über 1.000 Bewerbern zu den 101 Unternehmen zu gehören, die sich für den Titel „Top Arbeitgeber Deutschland“ qualifiziert haben. Dies bestätigt unser nachhaltiges Engagement für die Entwicklung unserer Mitarbeiter und unsere Werte und Grundsätze einer zeitgemäßen Personalarbeit.

Erfolg durch Dialog

Um den Einsatz der Mitarbeiter und ihre unternehmensinterne Entwicklung optimal zu gestalten, müssen auch die Personalführungsinstrumente kontinuierlich den wachsenden Herausforderungen angepasst werden. Im vergangenen Jahr haben wir deswegen die Inhalte der jährlich geführten Mitarbeitergespräche ausgebaut und konkretisiert. Damit stellen wir den wechselseitigen Informationsfluss auf allen Ebenen sicher. Aus diesen Dialogen gewinnen sowohl die Mitarbeiter als auch die Unternehmensführung wichtige Hinweise, wodurch wir gemeinsam die Leistung des Unternehmens effizienter gestalten und ausbauen können.

Ausgezeichnete Aus- und Weiterbildung

Hinter dem Geschäftserfolg von Leifheit stehen vor allem unsere Mitarbeiter, auf deren Leistung wir sehr stolz sind. Mit Engagement und Begeisterung haben sie auch im abgelaufenen Geschäftsjahr ihre Kompetenz für das Unternehmen eingesetzt. Um die Motivation zu erhalten und zu fördern, haben wir unsere Attraktivität als Arbeitgeber weiter ausgebaut sowie kontinuierlich und gezielt die Weiterbildung und Qualifikation unserer Mitarbeiter in allen Bereichen vorangetrieben.

Das Ausbildungskonzept von Leifheit hat 2010 auch extern große Anerkennung gefunden. Schon zum siebten Mal in Folge wurde Leifheit von der Industrie- und Handelskammer Koblenz für die hervorragende Qualität seiner Ausbildung ausgezeichnet. Eine kontinuierliche kooperative Unterstützung und Förderung der jungen Menschen während ihrer Ausbildung und eine enge Kooperation mit Berufsschulen, Weiterbildungseinrichtungen und der IHK legen den Grundstein dafür,

dass die Auszubildenden einen sehr guten Abschluss erzielen können: 11 unserer Auszubildenden haben in 2010 ihre Ausbildung mit überwiegend sehr guten Prüfungsergebnissen beendet. Wir freuen uns, dass wir alle Auszubildenden, die ihre Prüfung bestanden haben, in feste Arbeitsverhältnisse übernehmen konnten.

Im Rahmen der Nachwuchsförderung haben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr in vielen Bereichen junge Talente für Leifheit gewinnen können. Auch für unser inzwischen etabliertes Trainee-Programm haben wir im Bereich Produktmanagement Soehnle erneut einen Trainee eingestellt.

Zahl der Mitarbeiter zum Bilanzstichtag unter Vorjahresniveau

Standorte	31.12.2010	31.12.2009
Deutschland	419	462
Österreich	21	21
Belgien	8	8
Italien	7	6
Leifheit AG	455	497

Ende des Jahres 2010 waren 455 Mitarbeiter bei Leifheit beschäftigt, 42 weniger als ein Jahr zuvor. Damit verringerte sich der Personalbestand insgesamt um 8,5 Prozent. Dieser Rückgang war hauptsächlich auf die abschließende Verlagerung von Logistik und Retoure von Nassau nach Zuzenhausen sowie auf das Auslaufen von befristeten Arbeitsverhältnissen und Renteneintritten zurückzuführen.

Die durchschnittliche Beschäftigtenzahl sank von 508 auf 470 Mitarbeiter. Die Personalaufwendungen im Geschäftsjahr 2010 betrugen 28,9 Mio € (Vorjahr: 31,2 Mio €).

Im Berichtsjahr ehrte Leifheit 43 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anlässlich ihres 10-, 25-, 30- oder 40-jährigen Firmenjubiläums. Die hohe Anzahl von Jubilaren ist ein Beleg für die starke Bindung unserer Mitarbeiter an das Unternehmen, gerade auch in Zeiten wachsender Herausforderungen durch den verschärften

internationalen Wettbewerb. Leifheit profitiert von einem ausgewogenen Verhältnis von langjährig aktiven und neu eingestellten Mitarbeitern, denn Erfahrung und frische Ideen treffen so nutzbringend aufeinander – ein Wissensaustausch, der sich bei der Bewältigung gemeinsamer Aufgaben und Projekte auszahlt.

Umweltschutz

Der Schutz der Umwelt und nachhaltiges Wirtschaften sind wichtige Ziele der Leifheit AG. Sie werden in den Prozessen aller Standorte umgesetzt. Integrierter Umweltschutz wird von uns als ganzheitliches Konzept verwirklicht: Von umweltschonenden Materialien und Produktion bis zur umweltgerechten Wiederverwertung und Entsorgung, von der Entwicklung bis zur Distribution sind alle Bereiche einbezogen.

Mit dem „Leifheit Social Code of Conduct“ stellen wir sicher, dass auch unsere Lieferanten umweltverträglich arbeiten.

Qualitativ verbesserte Geschäftsprozesse in allen Bereichen führen konsequent zu einer Vermeidung negativer Auswirkungen auf die Umwelt. Beispielsweise sparen optimierte Verpackungen nicht nur Verpackungsmaterial, sondern auch Transportkilometer durch höhere Packdichte. Auch zentralisierte Versandabläufe und verbesserte Routenplanung sparen Material, Energie und CO₂.

Leifheit hat auch seinen Bedarf an Heizenergie reduziert: Seit wir in den Hallenbereichen Automatikttore installiert haben, sind die Heizkosten in diesem Bereich erkennbar gesunken. Damit verringern wir unsere Kosten und die Belastung für die Umwelt.

Durch sortenreines Trennen der Kunststoffabfälle haben wir einen Großteil dieses Materials wieder verwenden können und somit auch hier Energie und CO₂ gespart, da diese Abfälle nicht in einer Verbrennungsanlage beseitigt werden mussten.

Lagebericht

Erklärung des Vorstands
 Bestätigungsvermerk
 Corporate Governance
 Erklärung zur Unternehmensführung
 Bericht des Aufsichtsrats
 Vorschlag zur Verwendung des Bilanzgewinns
 Disclaimer

Auch bei der Beschaffung unserer Dienstfahrzeuge legen wir unser Augenmerk auf einen niedrigen CO₂-Ausstoß und einen günstigen Verbrauch. Die Fahrzeuge in unserem Fuhrpark sind durchweg mit Dieselmotoren ausgestattet. Gegenüber vergleichbaren Benzinfahrzeugen sparen wir so etwa 100 Tonnen CO₂ im Jahr.

Für unsere Druckerzeugnisse verwenden wir Recycling-Papier, größere Projekte wie dieser Geschäftsbericht werden klimaneutral gedruckt.

Unsere Produkte erfüllen schließlich den Anspruch, umweltschonend produziert zu sein (z. B. „EcoPerfect“) und ebenso zu funktionieren (z. B. mechanische Küchenmaschine „Twist Cut“). Sie werden von den Verbrauchern generell als nachhaltig wahrgenommen, denn unsere Marken stehen für gute Qualität und Langlebigkeit. Nicht zuletzt durch die Sicherung bzw. beständige Verbesserung dieser hohen Qualität leisten wir einen Beitrag zum Schutz der Umwelt.

Chancen und Risiken

Wesentliche Merkmale des internen Kontrollsystems und des Risikomanagementsystems im Rechnungslegungsprozess

Da die Leifheit AG eine kapitalmarktorientierte Kapitalgesellschaft im Sinne des § 264d HGB ist, sind gemäß § 289 Abs. 5 HGB die wesentlichen Merkmale des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess, der auch die Rechnungslegungsprozesse bei den in den Jahresabschluss einbezogenen Gesellschaften einbezieht, zu beschreiben.

Das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess ist gesetzlich nicht definiert. Wir verstehen das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem als umfassendes System und lehnen uns an die Definitionen des Instituts der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e. V., Düsseldorf, zum rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystem und zum Risikomanagementsystem an. Unter einem internen Kontrollsystem werden danach die von dem Management im Unternehmen eingeführten Grundsätze, Verfahren und Maßnahmen verstanden, die auf die organisatorische Umsetzung der Entscheidungen des Managements gerichtet sind:

- zur Sicherung der Wirksamkeit und Wirtschaftlichkeit der Geschäftstätigkeit (hierzu gehört auch der Schutz des Vermögens, einschließlich der Verhinderung und Aufdeckung von Vermögensschädigungen),
- zur Ordnungsmäßigkeit und Verlässlichkeit der internen und externen Rechnungslegung sowie
- zur Einhaltung der für das Unternehmen maßgeblichen rechtlichen Vorschriften.

Das Risikomanagementsystem beinhaltet die Gesamtheit aller organisatorischen Regelungen und Maßnahmen zur Risikoerkennung und zum Umgang mit den Risiken unternehmerischer Betätigung. Im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess sind im Unternehmen folgende Strukturen und Prozesse implementiert:

Der Vorstand trägt die Gesamtverantwortung für das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess. Über eine fest definierte Führungs- und Berichtsorganisation sind alle in den Jahresabschluss einbezogenen Unternehmensbereiche eingebunden.

Die Grundsätze, die Aufbau- und Ablauforganisation sowie die wesentlichen Prozesse des rechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems sind dokumentiert bzw. in Handbüchern niedergelegt, die in regelmäßigen Abständen an aktuelle externe und interne Entwicklungen angepasst werden.

Im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess erachten wir solche Merkmale des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems als wesentlich, die die Bilanzierung und die Gesamtaussage des Jahresabschlusses einschließlich Lagebericht maßgeblich beeinflussen können. Dies sind insbesondere die folgenden Elemente:

- Identifikation der wesentlichen Risikofelder und Kontrollbereiche mit Relevanz für den Rechnungslegungsprozess;
- Monitoringkontrollen zur Überwachung des Rechnungslegungsprozesses und seiner Ergebnisse auf Ebene des Vorstands und auf Ebene der Unternehmensbereiche;
- präventive Kontrollmaßnahmen im Finanz- und Rechnungswesen sowie Kontrollfunktionen in operativen, leistungswirtschaftlichen Unternehmensprozessen, die wesentliche Informationen für die Aufstellung des Jahresabschlusses einschließlich Lagebericht generieren;
- Maßnahmen, die die ordnungsmäßige IT-gestützte Verarbeitung von rechnungslegungsbezogenen Sachverhalten und Daten sicherstellen;
- Maßnahmen zur Überwachung des rechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems, insbesondere durch die interne Revision.

Chancen- und Risikofelder

Im Folgenden beschreiben wir die uns derzeit bekannten Chancen wie auch die Risikofelder, die die Entwicklung von Leifheit beeinflussen können.

Chancen

In den verschiedenen Tätigkeitsfeldern von Leifheit wollen wir auch in Zukunft die sich uns eröffnenden Chancen optimal nutzen. Unser Chancenpotenzial wird getragen von einer außerordentlich hohen Bekanntheit, die in Deutschland für die Marke Leifheit 89 Prozent und für Soehnle 82 Prozent erreicht, sowie von außergewöhnlichen Zufriedenheitswerten von über 90 Prozent der Käufer unserer Produkte. Vor allem die verlässliche funktionale Qualität unserer Marken schätzen Verbraucher seit Jahren.

Über die kontinuierliche Evaluierung unserer Chancenpotenziale hinaus haben wir jüngst umfangreiche Analysen erarbeiten lassen, die die heutigen und künftigen Bedürfnisprofile, Erwartungen und Wunschvorstellungen unserer Kunden untersucht haben. Dabei wurde deutlich, dass unsere Kunden sich in ihren Vorstellungen und Werten verändern.

Dazu gehört auch die Erkenntnis, dass solide Wertbegriffe nach wie vor einen hohen Stellenwert bei unseren Konsumenten haben. Die „Geiz ist geil“-Mentalität weicht zunehmend einem Trend zum bewussten Konsum: Qualität im Sinne von hohem Verbraucher-nutzen, von Langlebigkeit und von attraktivem Design darf auch aus Verbrauchersicht ihren Preis haben. Mit derartig aufgestellten Produkten schaffen und festigen wir Vertrauen in unsere Marken – was im vergangenen Jahr die Erfolge des „Twist Systems“ und damit der gesamte Reinigungsbereich bewiesen haben.

Zusätzlich rücken auch differenzierende Wertvorstellungen wieder in den Fokus: Wettbewerbs- und Innovationsgedanken werden die nächsten Monate prägen. Hier kann sich Leifheit mit seinen innovationsstarken Marken auch weiterhin profilieren.

Die Ergebnisse dieser Analysen sind bereits in neue Produkte und Kommunikationselemente eingeflossen, ebenso wie in die Neuausrichtung unserer Unternehmensstrategie. Diese ist notwendig geworden, um Chancenpotenziale auch optimal nutzen zu können.

Lagebericht

Erklärung des Vorstands
Bestätigungsvermerk
Corporate Governance
Erklärung zur Unternehmensführung
Bericht des Aufsichtsrats
Vorschlag zur Verwendung des Bilanzgewinns
Disclaimer

Im Zentrum unserer Markenstrategie steht künftig die Stärkung und Profilierung unserer Qualitätsmarken: Innovationen werden entlang der Verbraucherbedürfnisse entwickelt und durch entsprechendes Marketing flankiert. Unsere Kommunikation werden wir effizienter ausgestalten, indem wir verschiedene Maßnahmen (Fernsehwerbung, Warenpräsentationen am Verkaufsort, Öffentlichkeitsarbeit) zielführend integrieren.

Unsere neue Vertriebsstrategie zielt darauf ab, in den internationalen Kernmärkten deutlich zu wachsen. Das wollen wir sowohl durch organisches Wachstum als auch durch gegebenenfalls strategisch passende Zukäufe erreichen. Dabei konzentrieren wir uns in erster Linie auf den deutschsprachigen Raum, wie Frankreich, Spanien, Italien, Polen und Benelux sowie russische Metropolräume, wo wir die größten Chancen für eine stärkere Marktdurchdringung sehen.

Diese optimierte Zielsetzung erfordert auch eine Weiterentwicklung unserer Vertriebs- und Marketingorganisation, hin zu strategiegetriebenem Kunden- und Markenmanagement. Die größten Wachstumspotenziale sehen wir im Markengeschäft, in dem sich die regionale Fokussierung in geänderten Vertriebsstrukturen niederschlagen wird, so dass wir konzentriert die jeweiligen Märkte erobern können.

Gesamtwirtschaftliche und Branchenrisiken

Der konjunkturelle Aufschwung der Weltwirtschaft wird sich zwar auch 2011 fortsetzen. Durch den Wegfall zahlreicher Konjunkturprogramme und den Zwang zur Konsolidierung öffentlicher Haushalte könnte sich das Wirtschaftswachstum aber teilweise stärker abschwächen.

Die Entwicklung der Arbeitslosigkeit spielt für Leifheit eine dominierende Rolle, weil sie ganz entscheidenden Einfluss auf das Konsumverhalten der Menschen hat. Zu den gesamtwirtschaftlichen Risiken zählen auch die Zyklichkeit der Einzelmärkte im Inland wie im Ausland sowie die letztlich kaum prognostizierbare Entwicklung der Währungsrelationen, was für ein weltweit tätiges

Unternehmen wie Leifheit nicht unwesentliche Bedeutung hat. Daneben dürfen auch die Branchenrisiken nicht übersehen werden, die vor allem in der weiteren Entwicklung des Handels sichtbar werden.

Unternehmensstrategische Risiken

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

Finanzwirtschaftliche Risiken

■ Liquiditätsrisiko

Das Liquiditätsrisiko, d. h. das Risiko, aufgrund einer mangelhaften Verfügbarkeit von Zahlungsmitteln bestehende oder zukünftige Zahlungsverpflichtungen nicht erfüllen zu können, wird zentral gemanagt. Zur Sicherstellung der jeweiligen Zahlungsfähigkeit werden liquide Mittel und Kreditlinien bereitgehalten, um sämtliche geplanten Zahlungsverpflichtungen zur jeweiligen Fälligkeit erfüllen zu können. Die Liquidität wird hauptsächlich in Form von Tages- und Termingeldanlagen sowie einem Schuldscheindarlehen

vorgehalten. Darüber hinaus stehen nicht in Anspruch genommene kurzfristige Kreditlinien in Höhe von 13,8 Mio € zur Verfügung.

■ Währungsrisiko

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

■ Zinsrisiko

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

■ Kreditrisiko

Die Werthaltigkeit von Forderungen und anderen finanziellen Vermögenswerten kann beeinträchtigt werden, wenn Transaktionspartner ihren Verpflichtungen zur Bezahlung oder sonstigen Erfüllung nicht nachkommen. Zur effektiven Steuerung haben wir einen Risikomanagementprozess etabliert.

Es erfolgen Bonitätsanalysen der Exposures. Für alle wesentlichen Kunden werden Kreditlimite festgelegt. Ein großer Teil der Forderungen ist durch Kreditversicherungen abgedeckt. Zur weiteren Minimierung der Kreditrisiken werden Transaktionen nur im Rahmen festgelegter Limits mit Banken, die eine gute Bonität aufweisen, getätigt.

■ Sonstige Preisrisiken

(insbesondere Rohstoffpreisrisiken)

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

Weitere Risiken

■ Produktions- und Beschaffungsmarktrisiken

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

■ Produktqualitätsrisiken

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

Lagebericht

Erklärung des Vorstands
 Bestätigungsvermerk
 Corporate Governance
 Erklärung zur Unternehmensführung
 Bericht des Aufsichtsrats
 Vorschlag zur Verwendung des Bilanzgewinns
 Disclaimer

■ Risiken der Informationstechnologien

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

■ Rechtliche Risiken

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

Gesamtbeurteilung der Chancen und Risiken

Leifheit bewegt sich unserer Einschätzung nach in einem Chancen- und Risikoprofil, das für unser Unternehmen typisch und untrennbar mit unternehmerischem Handeln verbunden ist.

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

Die Gesamtrisikosituation bleibt weiterhin überschaubar.

Nachtragsbericht

Ereignisse nach Ablauf des Geschäftsjahres 2010

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

Umsätze auch 2011 über Vorjahresniveau

In den ersten beiden Monaten des neuen Geschäftsjahres 2011 konnten wir mit 34 Mio € den Umsatz des Vorjahres von 29 Mio € um 17 Prozent übertreffen.

Davon entfielen 16 Mio € auf das Inlandsgeschäft (Vorjahr: 17 Mio €).

Bei einem Umsatz von 18 Mio € (Vorjahr: 12 Mio €) auf den ausländischen Märkten betrug die Auslandsquote 53 Prozent (Vorjahr: 41 Prozent).

Prognosebericht

Konjunkturerholung mit regional unterschiedlichen Geschwindigkeiten

Nachdem sich die Weltwirtschaft schneller als erwartet wieder positiv entwickelt, rechnet der Internationale Währungsfonds (IWF) für 2011 mit einem weltweiten Wachstum von 4,4 Prozent. Dennoch gibt es aus Sicht des IWF noch etliche ungelöste Probleme. Dazu zählen die starke Verschuldung der Industrieländer, der Mangel an umfassenden Finanzreformen sowie die hohen Rohstoffpreise. Die globale Wirtschaftserholung wird laut IWF auch 2011 regional unterschiedlich und mit zwei Geschwindigkeiten voranschreiten. In den Schwellen- und Entwicklungsländern wie z. B. China und Indien rechnet der IWF mit einem Plus von 6,5 Prozent für 2011. Hier boomt die Wirtschaft allerdings so stark, dass der Inflationsdruck deutlich gestiegen ist und Experten eine Überhitzung befürchten. Für die Industriestaaten sieht der IWF gedämpftere Wachstumsraten mit zum Teil weiter hohen Arbeitslosenzahlen und fürchtet wiederkehrende Krisensituationen wie zuletzt in der Euro-Zone. Diese wird nach den Prognosen des Fonds 2011 um 1,5 Prozent wachsen. Innerhalb der Euro-Zone wird Deutschland seine Rolle als Konjunkturlokomotive behalten: Neben dem starken Export soll die gestiegene Binnennachfrage 2011 zu einem Wachstum von 2,2 Prozent führen.

Die positiven Aussichten am deutschen Arbeitsmarkt unterstützen eine zunehmende Konsumneigung in der deutschen Bevölkerung. Die GfK erwartet, dass der private Konsum im Jahr 2011 mit einem Plus von 1,5 Prozent deutlich zulegt. Speziell im Non-Food-Handel erwarten die Experten mit geschätzten 1,7 Prozent Zuwachs einen weiteren Umsatzschub, allerdings wird dieser nicht mehr ganz so stark wie 2010 ausfallen.

Wachstumschancen schaffen und nutzen

Ebenso wie die jüngste Wirtschaftskrise hat auch der wirtschaftliche Aufschwung in Deutschland die Wertevorstellungen der Menschen verändert: Leistungsbezogene Werte wie Wettbewerb oder Innovation sind den Menschen inzwischen fast genauso wichtig wie ihr Hauptwunsch, in Sicherheit leben zu können. Die Bedeutung sozialer Werte wie Verantwortung, Vertrauen und Zuhause hat nur unwesentlich abgenommen. Analysen der GfK zeigen, dass bei den Verbrauchern ein anhaltender Trend hin zu Qualität und weg von der reinen Fokussierung auf den günstigsten Preis festzustellen ist: Galten die Deutschen früher als Angstsparer und äußerst preissensible Konsumenten, so achten sie heute immer stärker auf Qualität und geben ihr Geld zunehmend gerne und großzügig aus.

Hier eröffnen sich Chancen für verantwortungsvoll agierende Unternehmen und für qualitätsbewusste Marken mit einem klaren Markenbild, denen der Verbraucher ein hohes Vertrauen entgegenbringt. Leifheit verfügt über starke Marken, die genau diesen Ansprüchen gerecht werden.

Wir haben uns für die kommenden Jahre das Ziel gesetzt, unseren Wachstumskurs nachhaltig auszubauen. Mit dem Restrukturierungsprogramm zur Effizienzsteigerung und der Fokussierung auf den Haushaltsbereich haben wir die Grundlage für weiteres Wachstum in Umsatz und Ertrag gelegt.

Lagebericht

Erklärung des Vorstands
Bestätigungsvermerk
Corporate Governance
Erklärung zur Unternehmensführung
Bericht des Aufsichtsrats
Vorschlag zur Verwendung des Bilanzgewinns
Disclaimer

Dieses Ziel werden wir mit unserer Wachstumsstrategie, die mit dem Motto „GO! – Growing (by) Opportunities“ kommuniziert wird, auf zwei Wegen erreichen:

- Zum einen mit einer am Verbrauchernutzen orientierten Marken- und Kommunikationsstrategie, aus der sich auch die Ausrichtung künftiger Innovationen ableitet. Konkret bedeutet das: Qualitativ hochwertige Produkte mit hohem Verbrauchernutzen, die neben einer einzigartigen Funktionalität auch herausragendes Design bieten, bringen wir mit zielgruppenspezifischen Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen in den Markt.
- Zum anderen fließt das strategiegetriebene Kunden- und Markenmanagement auch in einen optimierten Aufbau unserer Vertriebsstrukturen ein, um die Wachstumspotenziale in unseren internationalen Kernmärkten zu heben. Neben organischem Wachstum planen wir auch strategisch passende Zukäufe, mit denen wir unsere Top-Positionen im europäischen Markt ausbauen können.

Unabdingbar für nachhaltiges Wachstum sind attraktive Produkte mit erkennbarem Mehrwert. Unsere Innovationskraft haben wir mit den auf der Frankfurter Frühjahrsmesse Ambiente vorgestellten Neuheiten eindrucksvoll bewiesen: 2011 werden wir wieder zahlreiche Innovationen in den Markt bringen, mit denen wir unsere Kompetenz in den Bereichen Reinigen, Wäsche, Küche und Wellbeing weiter ausbauen. Gemeinsam mit kontinuierlichen Projekten zur Strukturkostensenkung bildet dieses umfassende Maßnahmenbündel ein erfolgsversprechendes Wachstumsprogramm für Leifheit.

Vor diesem Hintergrund sind wir zuversichtlich, 2011 und 2012 bei dem prognostizierten Konjunkturverlauf ein Umsatzwachstum von circa 3 bis 5 Prozent jährlich zu erzielen. Unter der Voraussetzung nur moderat ansteigender Rohstoffpreise streben wir in den Jahren 2011 und 2012 währungsbereinigt jeweils eine überproportionale Ergebnissteigerung im zweistelligen Bereich an.