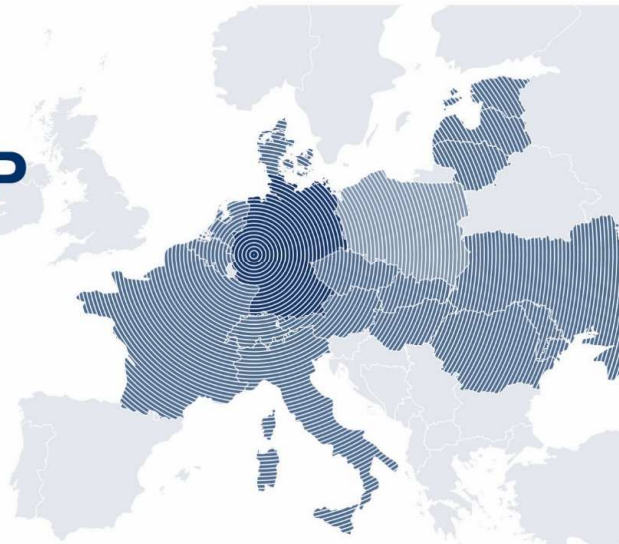


SCALING UP SUCCESS



**Virtuelle Hauptversammlung der
 Leifheit Aktiengesellschaft
 am 25. Mai 2022**

Disclaimer



Zukunftsbezogene Aussagen

Diese Präsentation enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf aktuellen Einschätzungen des Managements über künftige Entwicklungen beruhen. Solche Aussagen unterliegen Risiken und Unsicherheiten, die außerhalb der Möglichkeiten von Leifheit bezüglich einer Kontrolle oder präzisen Einschätzung liegen, wie beispielsweise das zukünftige Marktumfeld und die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, das Verhalten der übrigen Marktteilnehmer sowie Maßnahmen staatlicher Stellen. Sollte einer dieser oder andere Unsicherheitsfaktoren und Unwägbarkeiten eintreten oder sollten sich die Annahmen, auf denen diese Aussagen basieren, als unrichtig erweisen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den in diesen Aussagen explizit genannten oder implizit enthaltenen Ergebnissen abweichen.

Es ist von Leifheit weder beabsichtigt noch übernimmt Leifheit eine gesonderte Verpflichtung, zukunftsbezogene Aussagen zu aktualisieren, um sie an Ereignisse oder Entwicklungen nach dem Datum dieser Präsentation anzupassen

Herzlich willkommen zur virtuellen Hauptversammlung der Leifheit AG



Agenda

- Geschäftsentwicklung 2021
- 1. Quartal 2022 und Ausblick 2022
- Wachstumsstrategie „Scaling Up Success“

Leifheit produziert hochqualitative Haushaltsprodukte, designed in Germany



Profi Bodenwischer
4,7 Sterne



Leifheit rüchenschonender Bodenwischer Profi XL micro Duo, effektiver Schrubber mit Bezug aus Mikrofaser, Wischer für Fliesen un...

★★★★☆ 4,7 von 5

911 Sternebewertungen



CLEAN TWIST
4,6 Sterne



Leifheit Set Clean Twist Disc Mop Wischer für nebelfeuchte Reinigung, Wischmop mit effizienter Schleudertechnologie,

★★★★☆ 4,6 von 5

2.148 Sternebewertungen



Pegasus 150
4,6 Sterne

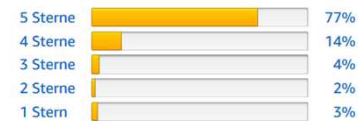


Dieser Artikel Leifheit Standtrockner Pegasus 150 Solid Slim, standfester Wäscheständer mit Flügeln auch für lange Kleidungsstücke, besonders schmaler Flügelwäschetrockner passt auch durch enge Türen

Bestseller Nr. 1

★★★★☆ 4,6 von 5

3.208 Sternebewertungen



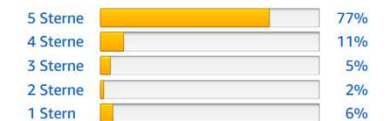
Linomatic 500 Deluxe
4,5 Sterne



Leifheit Wäscheschirm Linomatic 500 Deluxe mit Leineneinzug für saubere Wäsche, Wäschespinne für die ganze Familie, Wäscheständer

★★★★☆ 4,5 von 5

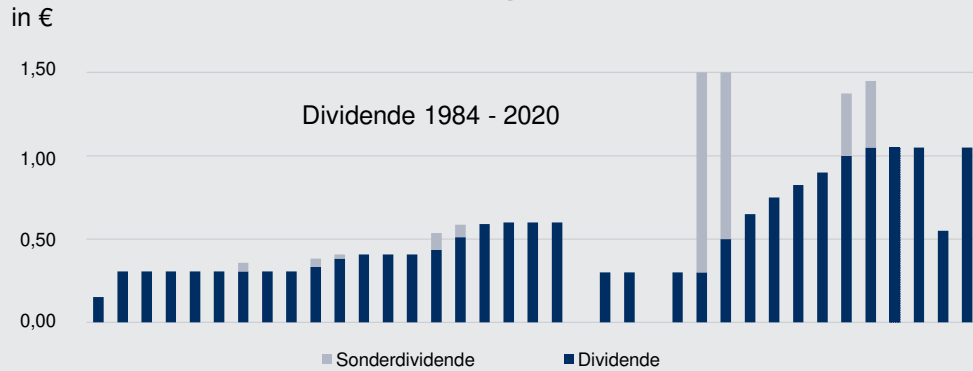
2.114 Sternebewertungen



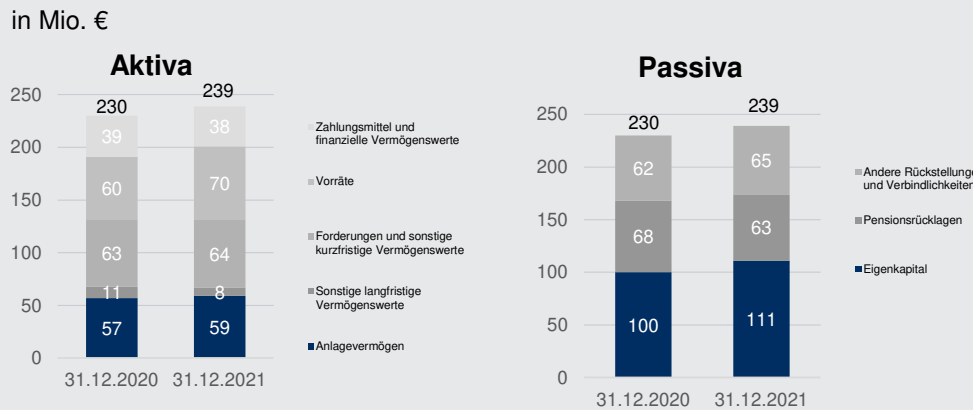
Leifheit ist finanziell solide aufgestellt und zahlt Aktionären eine gute Dividende



Aktionärsorientierte Dividendenpolitik



Solide Finanzstruktur



Starke Produkte und Marken



Sehr gute langfristige Kursentwicklung

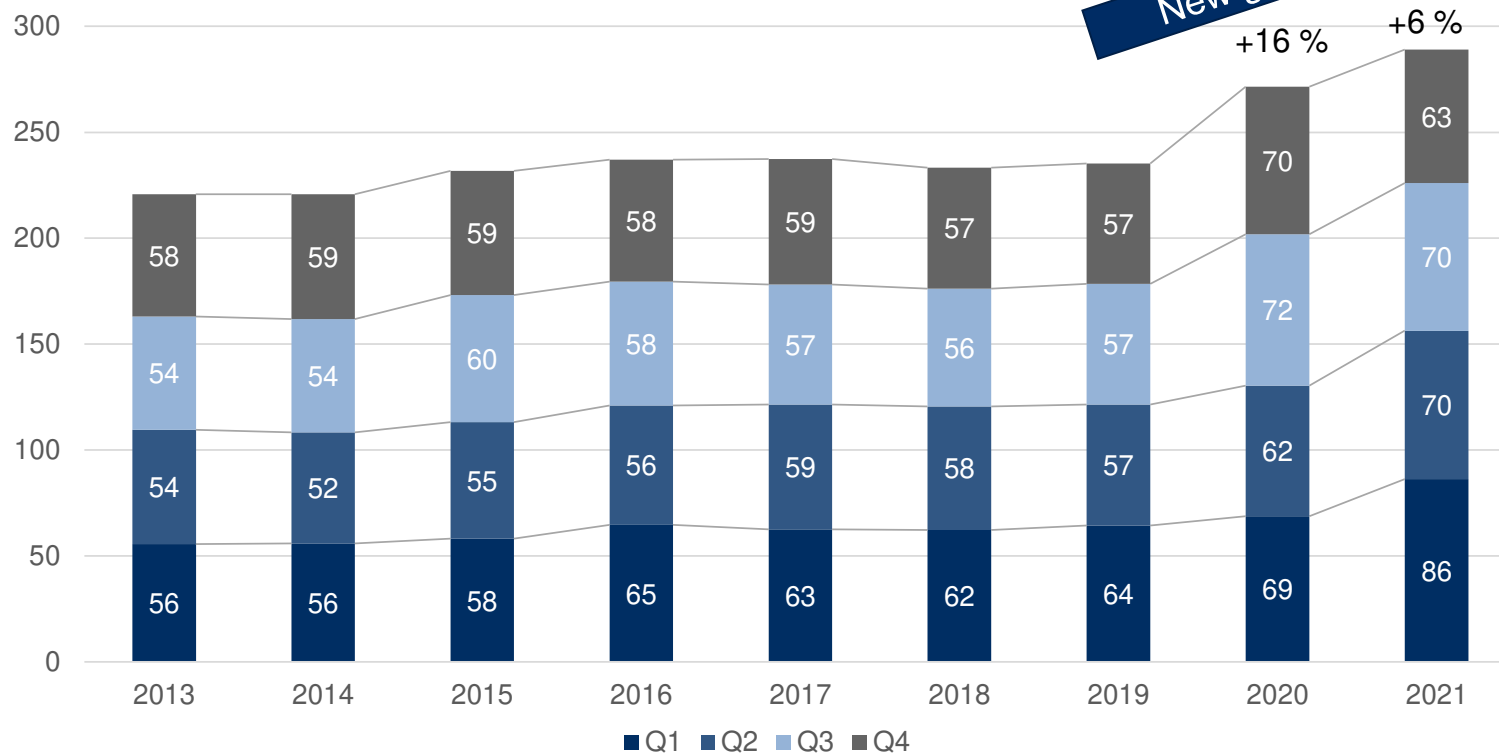


Scaling Up Success Strategie führt zu einem deutlich höheren Umsatzniveau



Konzensusumsatzentwicklung nach Quartalen

in Mio. €



- Q1+Q2 2021: Umsatz trotz COVID 19-Pandemie um 19,9 % höher als im Vorjahr.
- Q3+Q4 2021: Umsatz unter Vorjahresniveau, aber deutlich über dem Niveau aller Jahre vor 2020.
- Lieferengpässe in der zweiten Jahreshälfte 2021 zunehmend spürbar.

Geschäftsjahr 2021

Operatives Ergebnis (EBIT) im GJ 2021 trotz Belastungen in Q3 und Q4 um 6,9 % gestiegen, Bruttomarge um 2,7 PP gesunken

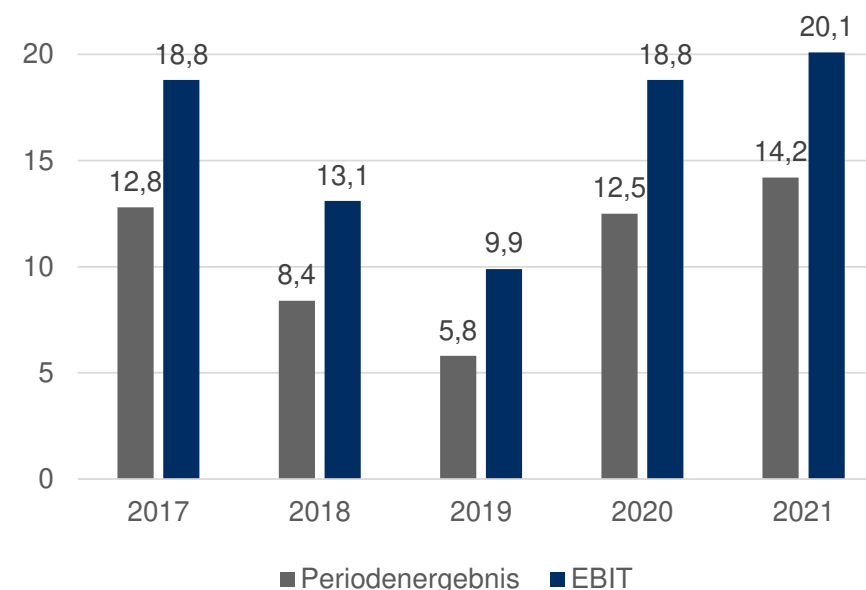


		2020	2021	Δ
Konzernumsatz	Mio. €	271,6	288,3	6,2 %
Bruttomarge	%	45,0	42,3	-2,7 PP
Fremdwährungsergebnis	Mio. €	-0,9	1,2	> 100 %
EBIT	Mio. €	18,8	20,1	6,9 %
EBIT-Marge	%	6,9	7,0	+0,1 PP
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	Mio. €	17,7	19,3	9,0 %
Periodenergebnis	Mio. €	12,5	14,2	13,2 %
EPS	€	1,32	1,49	12,9 %

- Trotz enormer Preissteigerungen bei Rohstoffen und eingehenden Frachten stieg das EBIT auf 20,1 Mio. € und lag damit um 1,3 Mio. € über dem Vorjahreswert (2020: 18,8 Mio. €).
- Die EBIT-Marge stieg im Berichtsjahr auf 7,0 % (2020: 6,9 %).

Konzernergebnis

2017 – 2021 in Mio. €



Maßnahmen zur Verbesserung des Working Capital wirken, Bestandwert durch Beschaffungspreiseffekte gestiegen



in Mio. €	2020	2021	Δ
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	4,0	16,4	12,4
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-9,5	-6,9	2,6
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-6,0	-10,4	-4,4
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende des Berichtszeitraums	38,8	38,1	-0,7
Free Cashflow ¹	-5,5	9,6	15,1
Finanzverbindlichkeiten	-	-	-

- Der Free Cashflow stieg im Geschäftsjahr 2021 auf 9,6 Mio. € (2020: -5,5 Mio. €).
- Der Anstieg des Working Capital resultierte aus dem Anstieg der Vorräte. Die Vorräte erhöhten sich im Vergleich zum 31. Dezember 2020 um 10,4 Mio. € auf nun 70,1 Mio. €.
- Der Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit betrug 10,4 Mio. € (2020: 6,0 Mio. €). Dies betraf im Wesentlichen die Auszahlung der Dividende in Höhe von 10,0 Mio. € (2020: 5,2 Mio. €) und die Auszahlungen für Leasingschulden von 0,6 Mio. € (2020: 0,7 Mio. €).

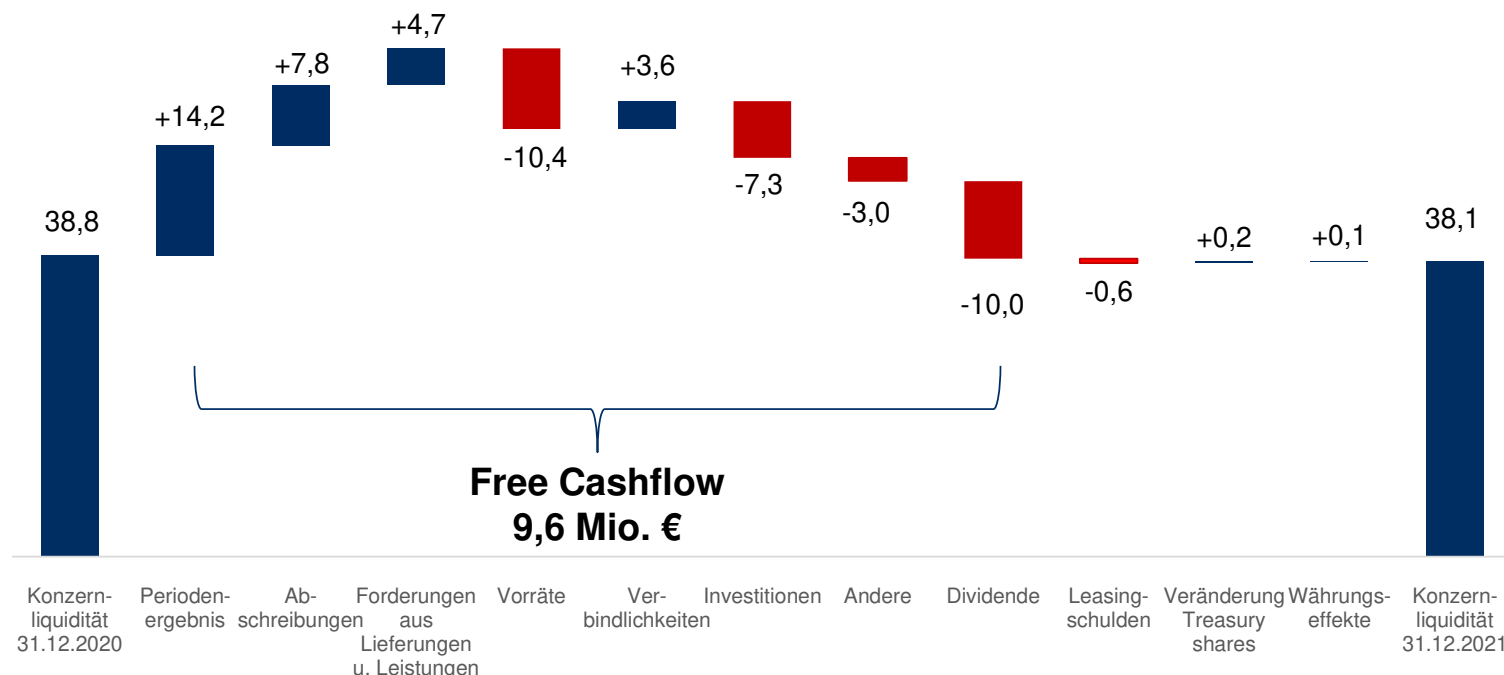
¹ Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit sowie aus Investitionstätigkeit, bereinigt um Zahlungsein- und -ausgänge in das Finanzanlagevermögen und, soweit vorhanden, aus dem Erwerb und der Veräußerung von Geschäftsbereichen.

Maßnahmen zur Verbesserung des Working Capitals zahlen sich aus, Bestandwert durch Beschaffungseffekte gestiegen



Konzernliquidität

31.12.2020 vs. 31.12.2021 in Mio. €



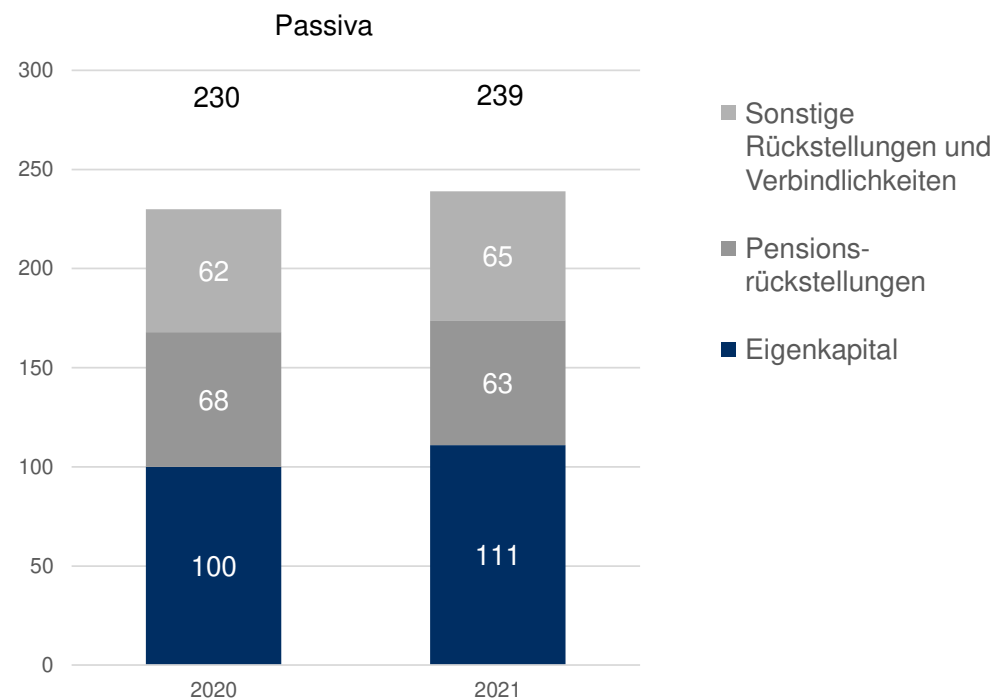
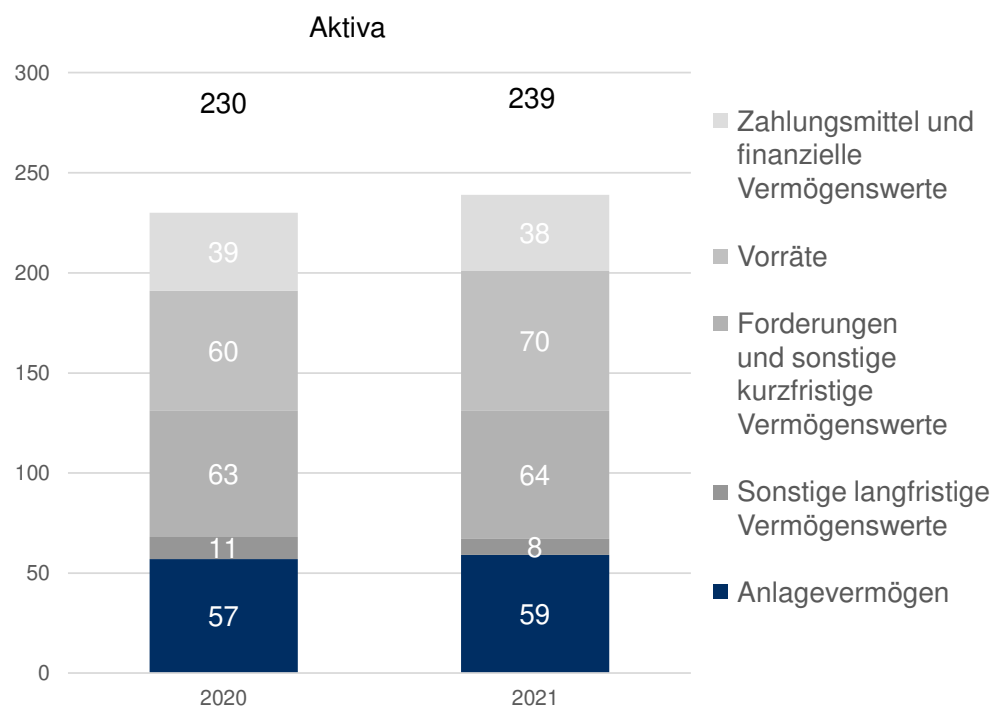
- Forderungen aus Lieferungen und Leistungen fielen um 4,7 Mio. € aufgrund des Umsatzrückgangs in Q4 (2020: Anstieg 13,0 Mio. €).
- Bestandwert stieg maßgeblich insbesondere aufgrund höherer Beschaffungspreise.

Solide Finanzstruktur des Konzerns



Bilanzrelationen

in Mio. €

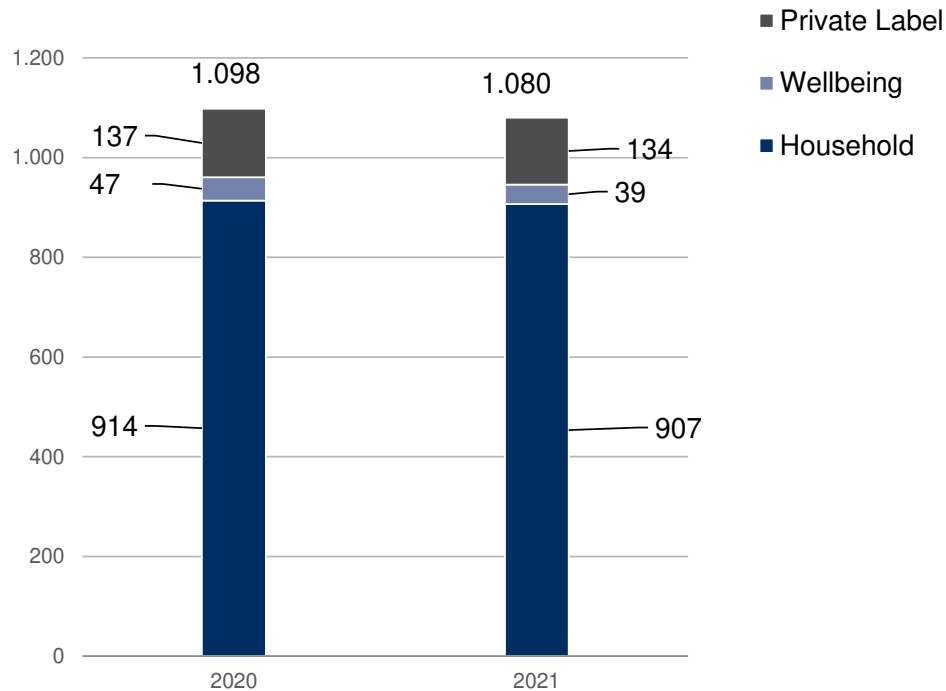


Mitarbeiterzahl auf stabilem Niveau



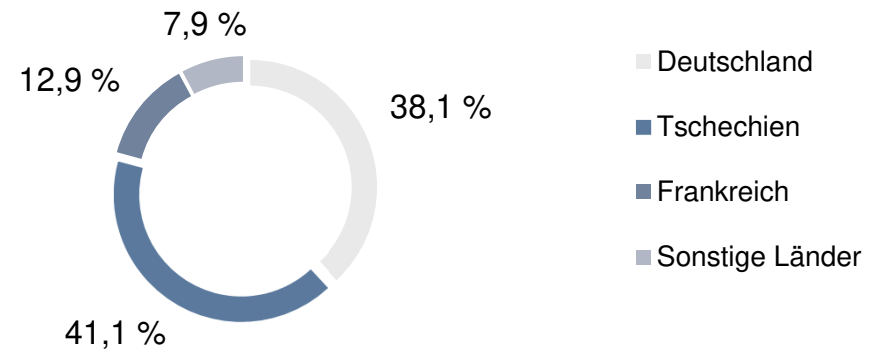
Mitarbeiterentwicklung

zum 31. Dezember 2021



Mitarbeiter nach Regionen

zum 31. Dezember 2021



Dauerhaftes Ziel: Rendite für die Aktionäre

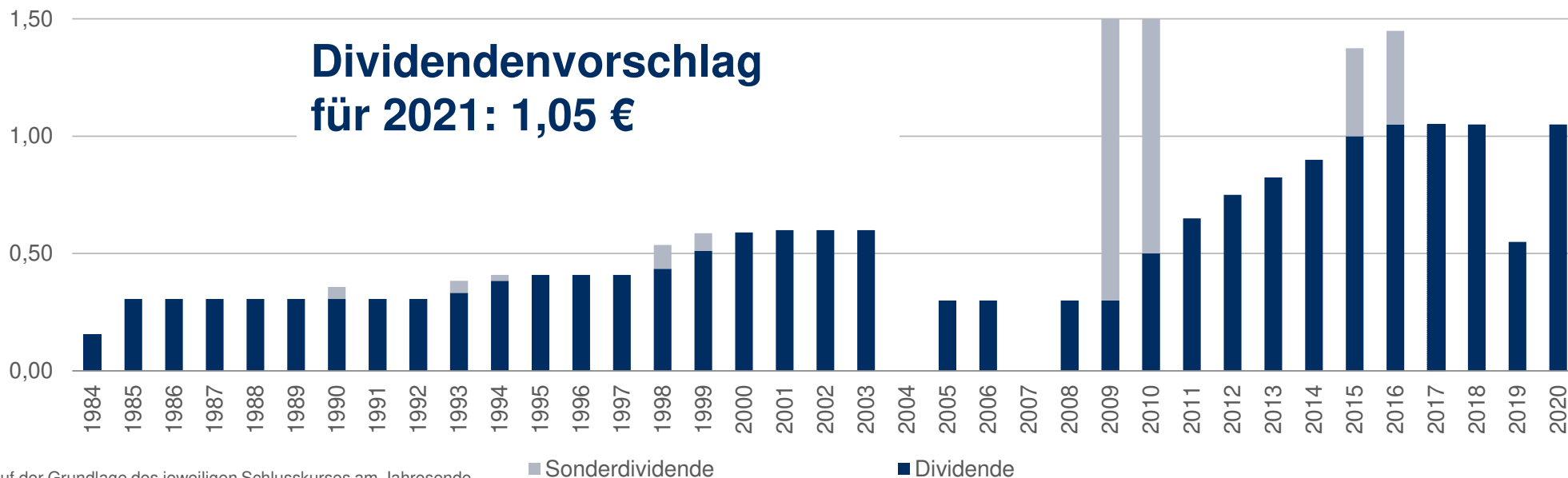


Langfristige Dividendenentwicklung

Dividende je Aktie / in €

Dividendenausschüttung¹

2021: 2,9 % ²	2017: 3,8 %
2020: 2,4 %	2016: 5,1 %
2019: 2,3 %	2015: 5,6 %
2018: 5,9 %	2014: 3,9 %



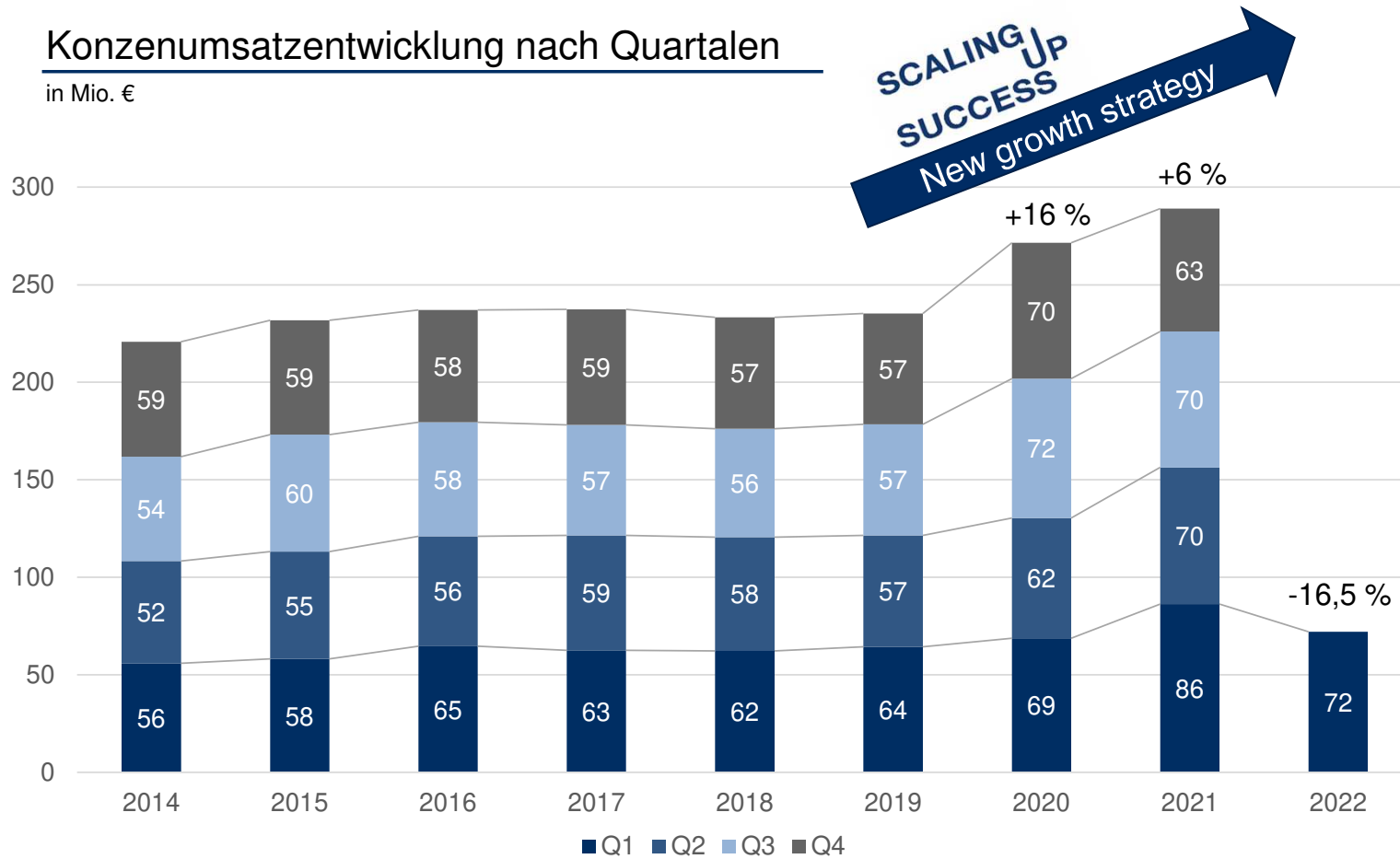
¹ Auf der Grundlage des jeweiligen Schlusskurses am Jahresende
² Dividende 2021: Vorschlag an die Hauptversammlung

Erstes Quartal 2022 und Ausblick 2022

Q1 2022: zweithöchster Quartalsumsatz der vergangenen 15 Jahre (auf vergleichbarer Basis)

Konzenumsatzentwicklung nach Quartalen

in Mio. €

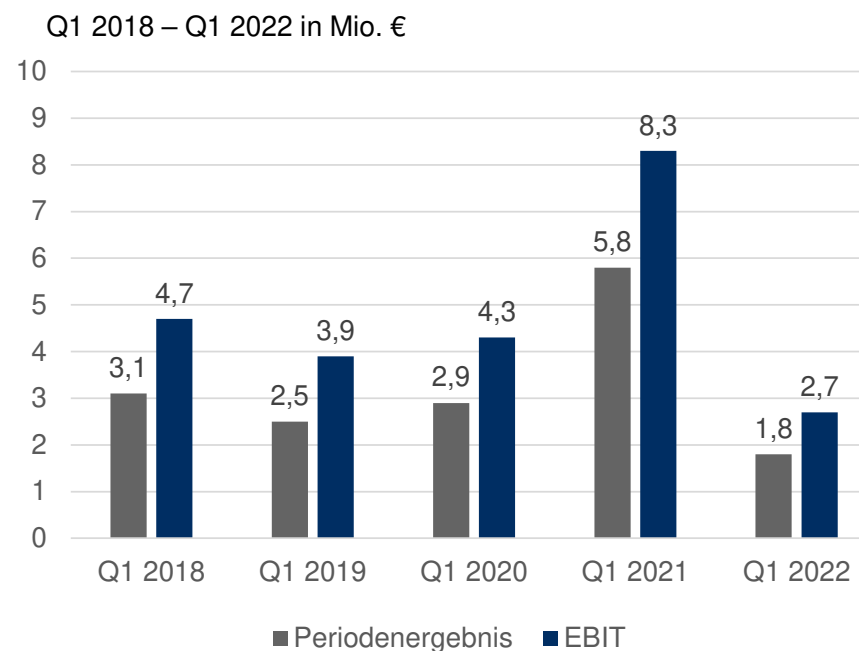


Q1 2022: Positives EBIT trotz erheblicher Preissteigerungen bei Materialien, Energie und Frachten



		Q1 2021	Q1 2022	Δ
Konzernumsatz	Mio. €	85,9	71,8	-16,5 %
Bruttomarge	%	45,0	40,9	-4,1 PP
Fremdwährungsergebnis	Mio. €	0,3	1,0	> -100 %
EBIT	Mio. €	8,3	2,7	-68,1 %
EBIT-Marge	%	9,7	3,7	-6,0 PP
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	Mio. €	8,2	2,5	-69,9 %
Periodenergebnis	Mio. €	5,8	1,8	-68,1 %
Periodenergebnis je Aktie (EPS)	€	0,61	0,19	-68,9 %

Entwicklung Konzernergebnis



Prognose 2022: Weiter deutlich steigende Kosten und Lieferengpässe auf der Beschaffungsseite erwartet

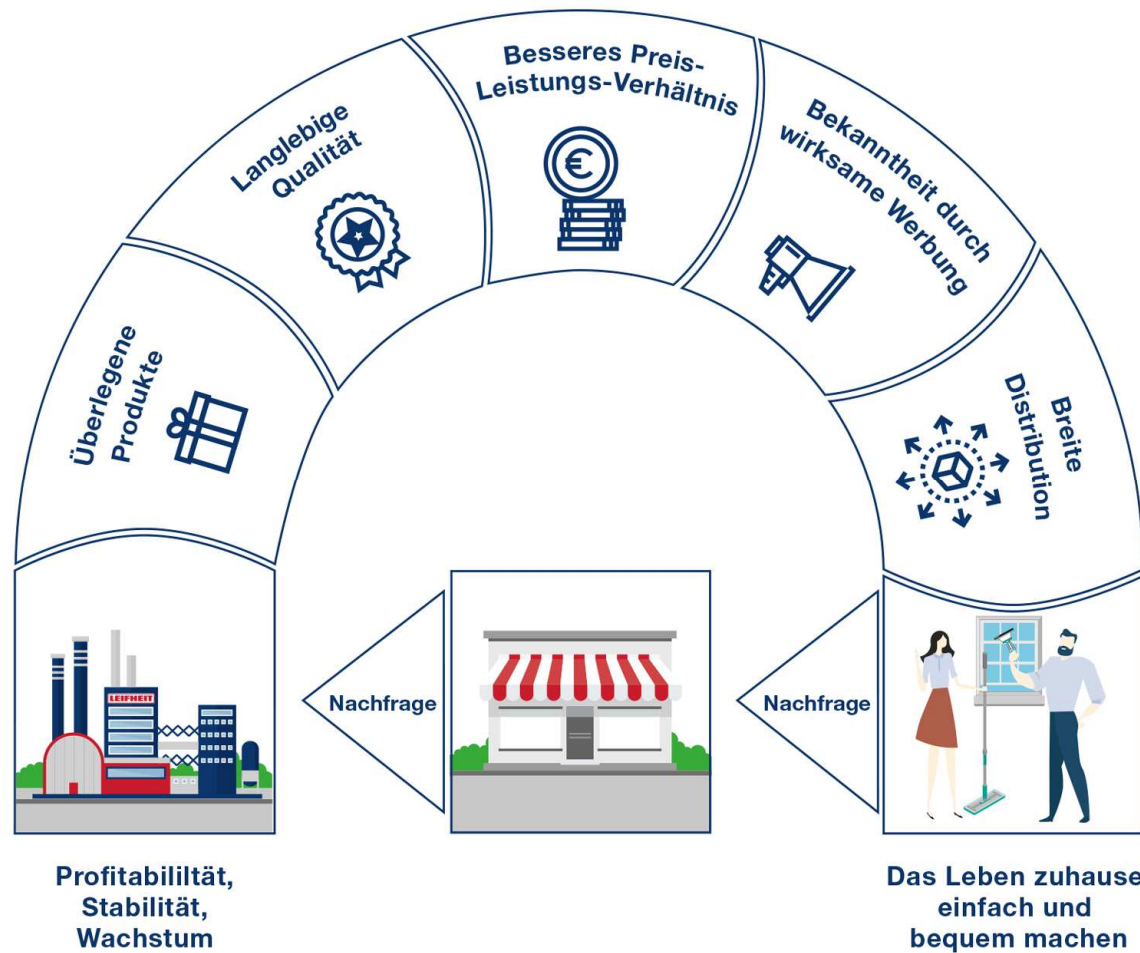


	Prognose 2022
Konzernumsatz	Leicht unter dem Vorjahreswert
Umsatz Household	Leicht unter dem Vorjahreswert
Umsatz Wellbeing	Leicht unter dem Vorjahreswert
Umsatz Private Label	Leicht unter dem Vorjahreswert
Konzern-EBIT	Deutlich unter dem Vorjahreswert
Free Cashflow	Unter dem Vorjahreswert

Wir rechnen insbesondere im ersten Halbjahr 2022 mit rückläufigen Umsätzen gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum, in dem der Leifheit-Konzern ein Wachstum von 20% erreicht hat.

Wachstumsstrategie “Scaling Up Success”

Unser Ziel? Glückliche Kunden!



Strategie „Scaling Up Success“

Strategie „Scaling Up Success“ für langfristig profitables Wachstum

LEIFHEIT

SCALING UP
SUCCESS

Fokus
Wachstum Profitabilität

KPIs 2019 vs. 2021

1	Verbraucher- nachfrage erzeugen	<ul style="list-style-type: none"> • Investitionen in vorab getestete und skalierbare Verbraucherwerbung mit hohem ROI für profitable Bestseller • Einführung neuer Produkte nur bei überdurchschnittlicher Marge sowie erfolgreichen Werbetests 	↑	↗
2	Distributions- ausbau national und international	<ul style="list-style-type: none"> • Nutzung der gestärkten Marken zur Bindung weiterer Händler, sowohl stationär als auch online • Guten Herausverkauf der Produkte sichern durch gemeinsame Aktionen mit den Handelspartnern 	↑	↗
3	Verbesserung der Bruttomarge	<ul style="list-style-type: none"> • Fokus auf unsere profitablen Produkte „Made in Europe“ • Win-win-Lösungen mit dem Handel verhandeln, logistische Komplexität in Rechnung stellen • Preisgestaltung und Begegnung der logistischen Herausforderungen 	→	↑
4	Reduzierung aller Kosten außer Verbraucher- werbung	<ul style="list-style-type: none"> • Drastische Reduzierung der SKUs • Strikte Disziplin in Forschung & Entwicklung • Schaffen einer „fun, fast, friendly and fearless“ Unternehmenskultur • Wachstum sorgt für Hebel bei bestehender Struktur 	↗	↑

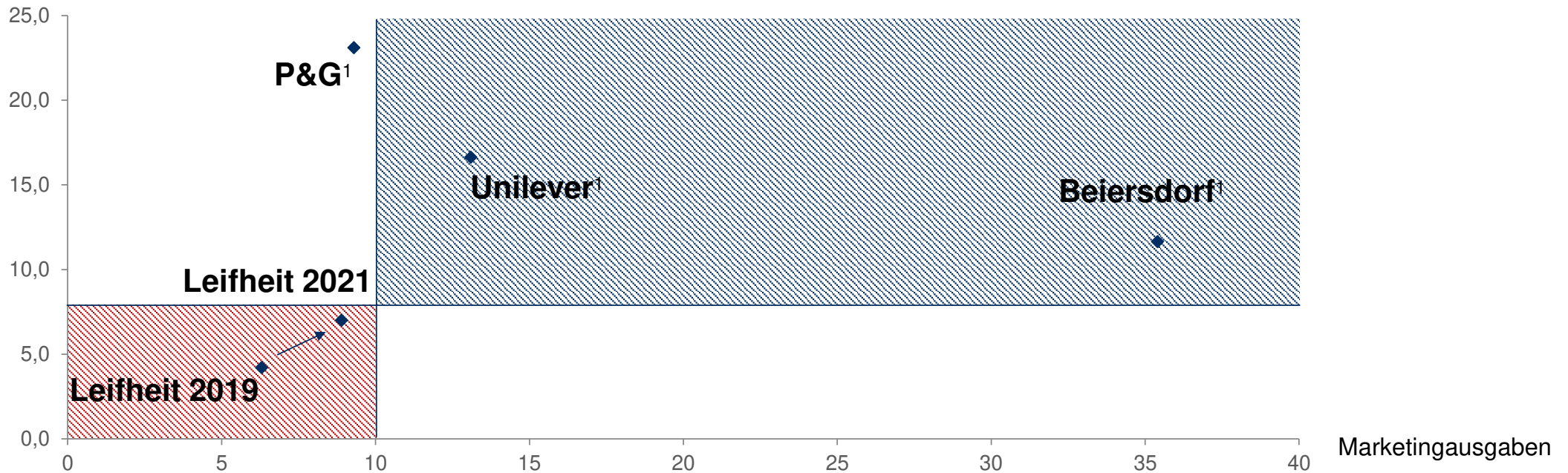
<p>Umsatzwachstum +11 % CAGR ✓</p>
<p>Bruttoergebnis +10 % CAGR ✓</p> <p>Bruttomarge -0,8 PP !</p>
<p>EBIT +43 % CAGR ✓</p> <p>EBIT -Marge +2,8 PP ✓</p>

① Verbrauchernachfrage erzeugen und Marke stärken

Peer-Group-Vergleich Marketingausgaben und EBIT

in % vom Umsatz

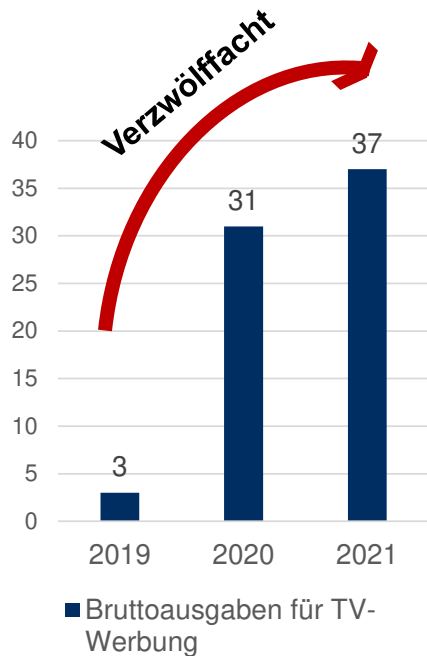
EBIT-Marge



¹ Quelle: Geschäftsberichte 2021

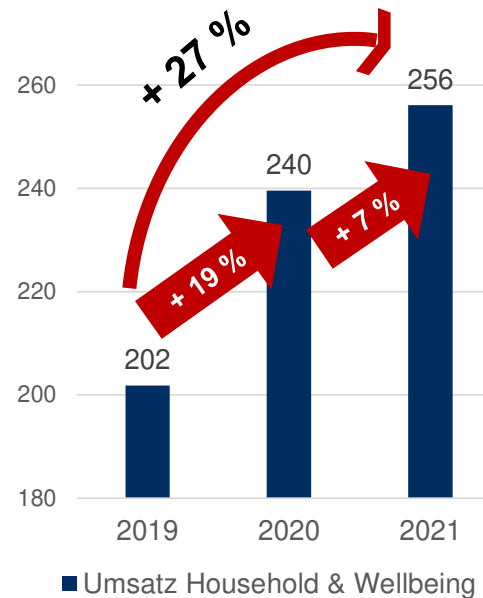
① Unsere massiven Investitionen in TV Werbung haben Leifheit & Soehnle in Siegermarken verwandelt

Leifheit & Soehnle
Ausgaben für TV-Werbung
Mio. €

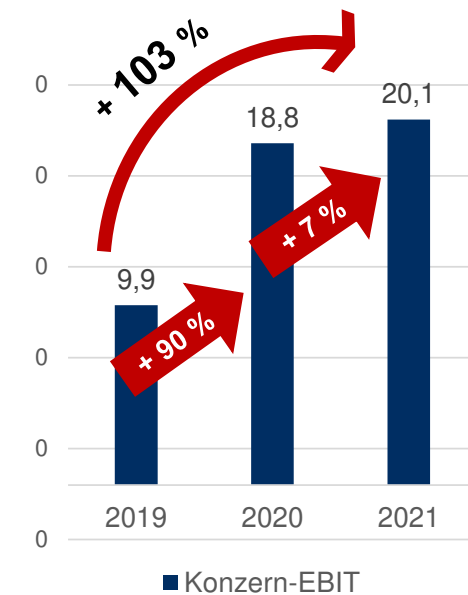


**TV-
Werbung
wirkt!**

Leifheit & Soehnle
Umsatzentwicklung
Mio. €



Leifheit-Konzern
EBIT
Mio. €



② Wir bauen unser Vertriebsnetz erfolgreich aus

LEIFHEIT
SCALING
UP
SUCCESS



Strategie „Scaling Up Success“ für langfristig profitables Wachstum



SCALING UP SUCCESS

Fokus
Wachstum Profitabilität

KPIs 2019 vs. 2021

<p>1</p> <p>Verbraucher-nachfrage erzeugen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Investitionen in vorab getestete und skalierbare Verbraucherwerbung mit hohem ROI für profitable Bestseller • Einführung neuer Produkte nur bei überdurchschnittlicher Marge sowie erfolgreichen Werbetests 	<p>↑ ↗</p>
<p>2</p> <p>Distributions-ausbau national und international</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nutzung der gestärkten Marken zur Bindung weiterer Händler, sowohl stationär als auch online • Guten Herausverkauf der Produkte sichern durch gemeinsame Aktionen mit den Handelspartnern 	<p>↑ ↗</p>
<p>3</p> <p>Verbesserung der Bruttomarge</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fokus auf unsere profitablen Produkte „Made in Europe“ • Win-win-Lösungen mit dem Handel verhandeln, logistische Komplexität in Rechnung stellen • Preisgestaltung und Begegnung der logistischen Herausforderungen 	<p>→ ↑</p>
<p>4</p> <p>Reduzierung aller Kosten außer Verbraucher-werbung</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Drastische Reduzierung der SKUs • Strikte Disziplin in Forschung & Entwicklung • Schaffen einer „fun, fast, friendly and fearless“ Unternehmenskultur • Wachstum sorgt für Hebel bei bestehender Struktur 	<p>↗ ↑</p>

<p>Umsatzwachstum +11 % CAGR ✓</p>
<p>Bruttoergebnis +10 % CAGR ✓</p> <p>Bruttomarge -0,8 PP !</p>
<p>EBIT +43 % CAGR ✓</p> <p>EBIT -Marge +2,8 PP ✓</p>

Strategie „Scaling Up Success“ – Schwerpunkte für Operations: Verbesserung der Bruttomarge und Reduzierung der Kosten

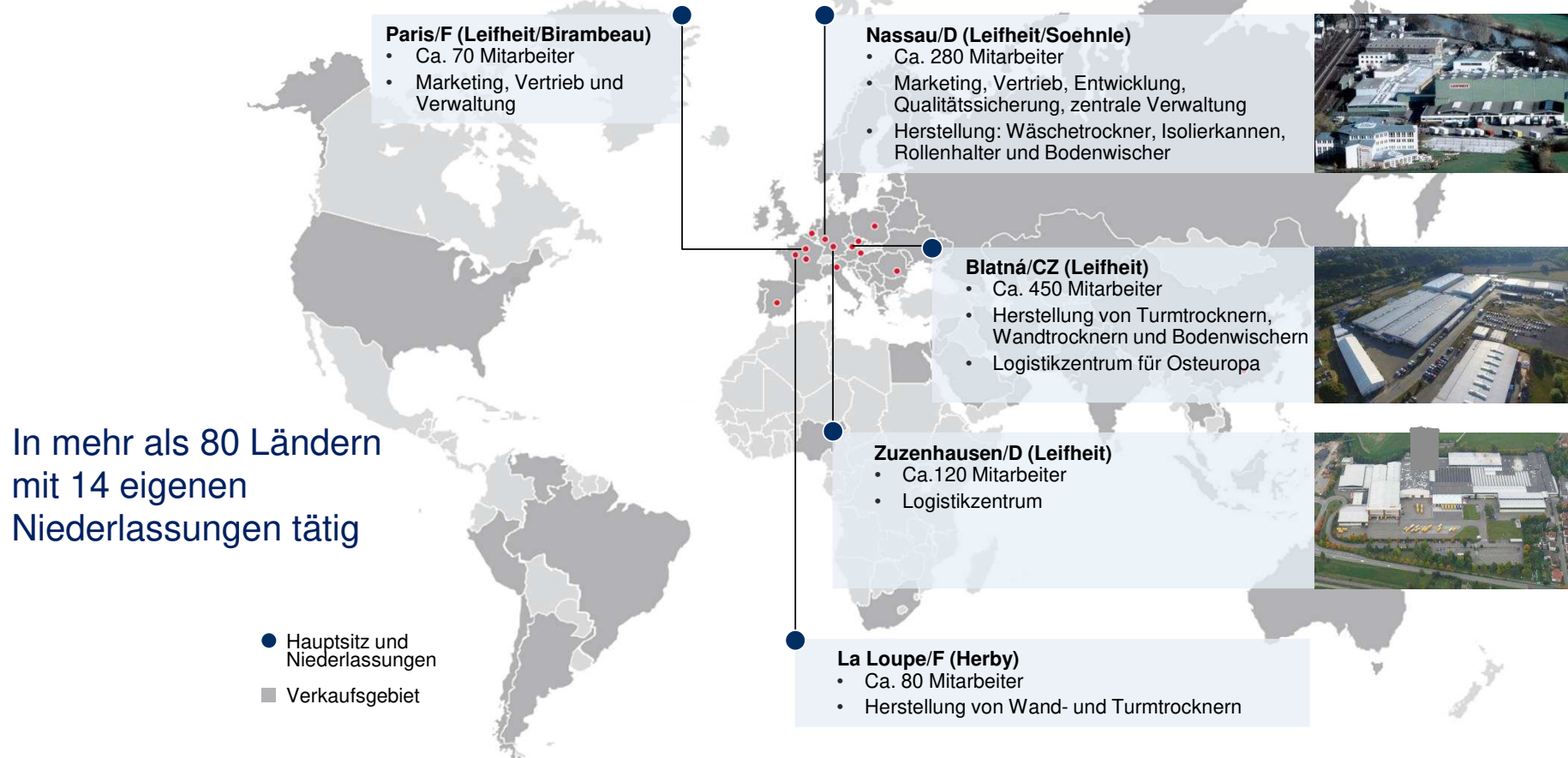


Handlungsfelder im Operations-Bereich

- Flexible und effiziente Fabriken
 - Stärkung unserer Kernkompetenzen: Spritzguss, Lackierung und Montage
 - Baukasten-Konzepte für Kernprodukte
 - Standardisierung von Produktionslinien und Entwickeln von Plattformen
 - Lernende Fabrik: Kontinuierliche Verbesserung
- Reduzierung der Komplexität und Verschlinkung von Produktsortimenten
- Logistik-Exzellenz und Verbesserung der E-Commerce-Fähigkeiten
- Fokus auf Entwicklung von Innovationen mit relevantem Verbrauchernutzen und hohem Vermarktungspotenzial
- Ständige Überprüfung unserer Lieferketten hinsichtlich Kosten und Lieferantennetzwerk



③ Europäisches Produktions- und Logistiknetzwerk sichert Lieferfähigkeit auch in Zeiten der Pandemie



③ Weltweite Lieferketten von Pandemie und Russland-Ukraine-Krieg zunehmend beeinträchtigt

- **Spürbare Auswirkungen von COVID-19 auf die Supply Chain in 2021 und 2022**
 - Weltweite Knappheit von Mikrochips
 - Deutlich gestiegene Rohstoffpreise insbesondere für Stahl, Aluminium, Kunststoff und Holz
 - Enorme Preissteigerungen für Energie und Transport
- **Europäischer Produktions- und Logistik-Footprint und flexible Steuerung zahlen sich aus**
 - Trotz erschwerter Bedingungen signifikantes Umsatzwachstum in 2021
 - Kunden trotz der pandemiebedingten Herausforderungen in der Supply Chain verlässlich beliefert
- **Etabliertes Beschaffungsmanagement**
 - Langjährige und stabile Beziehungen zu Lieferpartnern in Asien und Europa tragen wesentlich dazu bei, die Versorgung mit den benötigten Gütern sicherzustellen.



④ Entwicklung von Produktinnovationen mit einzigartigem Verbrauchernutzen und hohem Marktpotential

LEIFHEIT
SCALING
UP
SUCCESS

Saugen, Wischen und Trocknen in Einem – bis in die Ecke.

Akku-Saugwischer
Regulus Aqua PowerVac PRO

LEIFHEIT
So geht Haushalt heute.

www.leifheit.de

Wischen – hygienisch gründlich

Reinigungssystem
Profi XL

LEIFHEIT
So geht Haushalt heute.

www.leifheit.de

Einfach hygienisch rein – ganz ohne Chemie!

Dampf-reiniger
CleanTenso Power

LEIFHEIT
So geht Haushalt heute.

www.leifheit.de

Entfernt beim Filtern 99,95 %^(*) der Partikel wie Allergene, Viren und Schadstoffe.

Airfresh Clean 400

SOEHNLE
Precision aus Leidenschaft

- **Verbraucherrelevante Produkte und Lösungen** sind eine wichtige Grundlage für das weitere organische Wachstum des Leifheit-Konzerns.
- Im Jahr **2021** erhielten **zehn weitere Produkte** aus dem Leifheit-Konzern **Zertifikate und Auszeichnungen** für Benutzerfreundlichkeit oder ihre Qualität.

④ Wir schaffen eine “fun, fast, friendly and fearless” Unternehmenskultur



Unsere Unternehmenskultur zu einer „Winning Culture“ weiterzuentwickeln, ist ein bedeutender Erfolgsfaktor unserer Scaling up Success Strategie. Wir wollen eine agile Kultur schaffen, die von den Prinzipien „fun, fast, friendly and fearless“ geprägt ist. Als Zielbild sehen wir dabei Mitarbeitende, die mit Spaß und Freundlichkeit, schnell und sehr selbstbewusst die vor ihnen liegenden Herausforderungen annehmen. So werden wir die Potenziale des Leifheit-Konzerns in Zukunft noch besser ausschöpfen.



Fun

Erzeuge positive Energie. Mach Scherze, lache viel. Nimm Dich selbst nicht zu ernst. Sei optimistisch. Visualisiere Dein Ziel. Konzentriere Dich mehr auf Chancen als auf Probleme. Finde Gemeinsamkeiten im Team und schaffe ein Wir-Gefühl. Spiele offensiv. Feiere Erfolge.



Fast

Zeit ist unser größter Engpass: Konzentriere Dich auf das Wesentliche und nicht nur auf das vermeintlich Dringende. „Bias for Action“ – handele aktiv. Fokussiere Dich auf die Zukunft und die großen Dinge. Suche nicht nach Perfektion. Teste und skaliere schnell hoch. Habe vollen Fokus auf das Geschäft. Mach keine Politik.



Friendly

Sei hart in der Sache, aber respektvoll und wertschätzend zur Person. Versuche erst zu verstehen, dann verstanden zu werden. Vergiss Dein Ego. Betrachte die Dinge aus der Sicht des anderen. Lobe und sei offen für Feedback. Keine Schuldzuweisungen und destruktive Kritik. Rede nicht schlecht über andere. Sei freundlich. Werde niemals laut.



Fearless

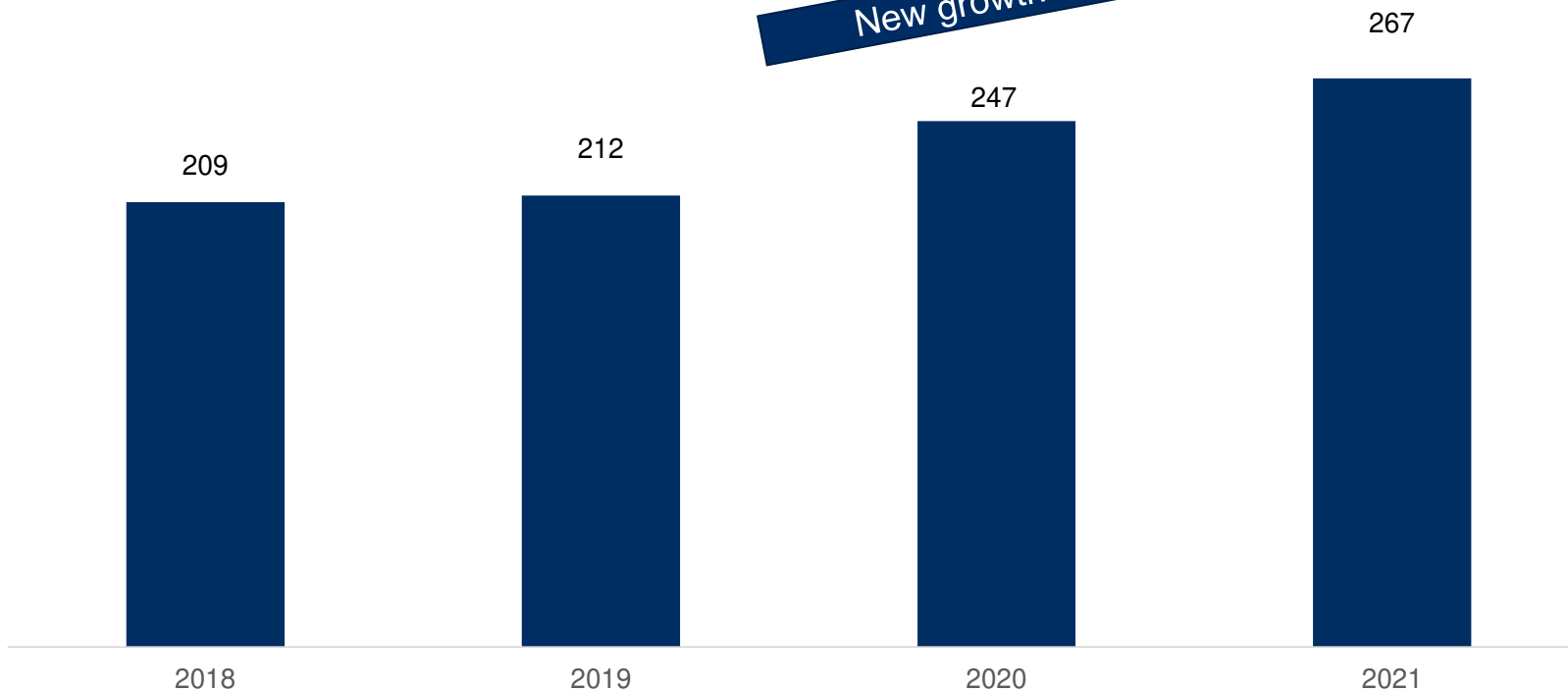
Habe keine Angst vor Chefs und Gremien. Gehe kalkulierbare Risiken ein. Treffe Entscheidungen auf der Basis von Daten und Fakten. Fehler sind okay – feiere sie. Verlasse Deine Komfortzone und probiere Neues. Setze Dir große und inspirierende Ziele. Bleibe hungrig und versuche, Dich und das Unternehmen immer weiter zu verbessern. Die wichtigste Führungsqualität für erfolgreiche Manager: Schaffe eine angstfreie Organisation.

④ **Wachstum sorgt für Hebel bei bestehender Struktur:
26 % Steigerung bei Umsatz pro Mitarbeiter GJ 2021 vs. GJ 2019**



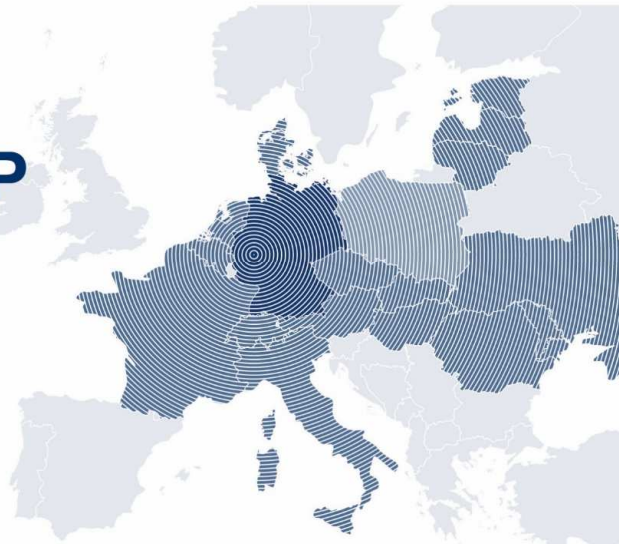
Konzernumsatz je Mitarbeiter

2018 - 2021 in T€





SCALING UP SUCCESS

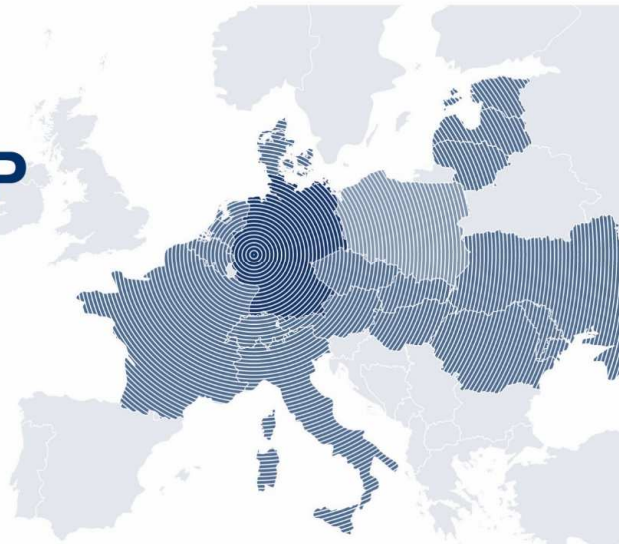


Neue Erfolgsstrategie wird jetzt auf weitere Länder, Händler, Märkte und Produktsortimente ausgeweitet.



Virtuelle Hauptversammlung der Leifheit Aktiengesellschaft am 25. Mai 2022

SCALING UP SUCCESS



Virtuelle Hauptversammlung der Leifheit Aktiengesellschaft am 25. Mai 2022