

**Ordentliche  
Hauptversammlung  
der Leifheit AG**  
22. Mai 2014

ORG026A



AKTIV  
WEIN > 80  
LÄNDERN  
1.026 Mitarbeiter  
Menschen & Ideen  
hochwertige  
INNOVATION & Marken-  
UND QUALITÄT  
Produkte  
219,5 Mio Euro  
Umsatz 2013  
POS EXCELLENCE  
**ICH VERTRAU  
AUF LEIFHEIT**  
LEFFIZIENT  
Fokus auf  
Markte und  
Marge  
FOKUS-  
MÄRKTE  
VERTRIEB IN  
INTERNATIONALEN  
MÄRKTEN  
verbraucher-  
relevante  
Produktinno-  
vationen  
LQUALITÄT

**Konzern-  
entwicklung 2013**

## 2013: Wichtige Resultate auf einen Blick

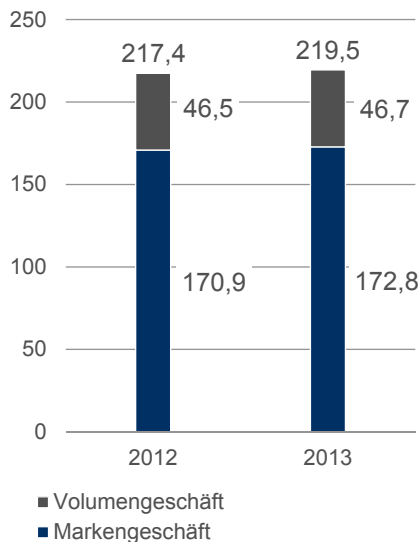
	Ziele 2013	Ergebnisse 2013
Konzernumsatz	Wachstum +2 % bis +4 % (am unteren Level)	Leichtes Wachstum: +1,0 %
Markengeschäft	Wachstum +3 % bis +5 % (am unteren Level)	Leichtes Wachstum: +1,1 %
Volumengeschäft	Stabilisierung des Umsatzes auf Vorjahresniveau	Stabile Umsätze: +0,6 %
EBIT	Ergebnis auf bereinigtem Vorjahrsniveau von 13,0 Mio €	Im Rahmen der Prognose: 14,9 Mio €
Strategische Ziele	Innovationskraft stärken	40 % des Umsatzes 2013 mit neuen Produkten
	Auf POS Excellence fokussieren	50 neue Shop-in-Shop Systeme in Deutschland und Europa
	E-Commerce-Aktivitäten intensivieren	Umsatzplus: 28 %
	Fokuspärkte stabilisieren	Wachstum in den Fokuspärkten: 1,5 %

ORG026A

## Konzern mit Umsatzplus von 1,0 Prozent

### Konzernumsatz

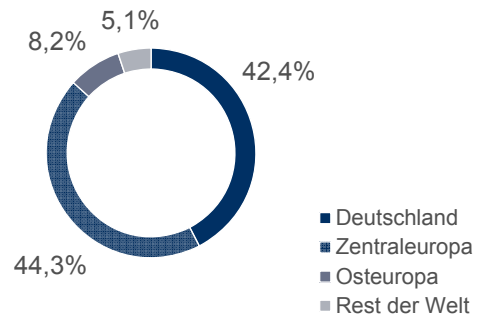
nach Unternehmensbereichen / in Mio €



ORG026A

### Konzernumsatz 2013

nach Regionen



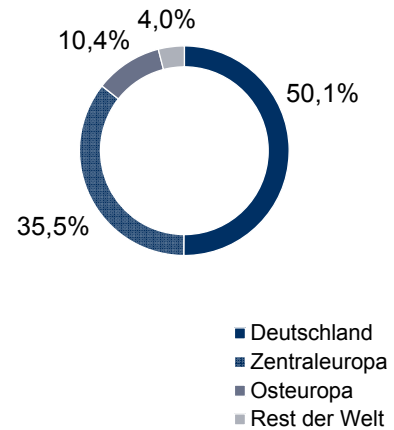
- Stabile Binnennachfrage
- Steigende Nachfrage in den Fokuspärtern Frankreich, Österreich, Tschechien und Skandinavien
- Nachfragerückgänge in den Niederlanden, Italien und Russland bremsen Konzernwachstum

## Markengeschäft: Innovationen stärken Umsätze mit Reinigungsprodukten

in Mio €	2013	2012	+/- %
Umsatz Markengeschäft	172,8	170,9	1,1
▪ Reinigen	54,3	48,1	12,8
▪ Wäschepflege	73,0	74,1	-1,5
▪ Küche	16,5	17,5	-5,7
▪ Wellbeing	29,0	31,2	-6,9
EBIT	10,7	9,0	18,8

### Umsatz Markengeschäft

nach Regionen



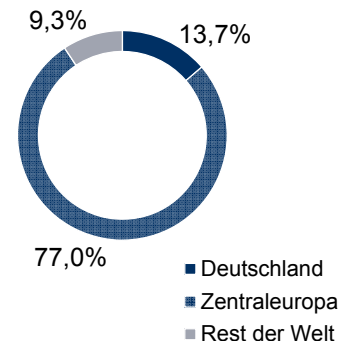
ORG026A

## Volumengeschäft mit stabiler Entwicklung

in Mio €	2013	2012	+/- %
Umsatz Volumengeschäft	46,7	46,5	0,6
▪ Reinigen	0,1	0,1	--
▪ Wäschepflege	14,6	14,9	-2,5
▪ Küche	28,8	28,5	1,3
▪ Wellbeing	1,0	0,7	49,8
▪ Lohnfertigungen	2,2	2,3	-1,3
EBIT	4,2	4,0	5,3

### Umsatz Volumengeschäft

nach Regionen



ORG026A

## Operative Profitabilität steigt weiter

		2013	2012	+/- %
Bruttomarge	%	44,9	43,6	1,3 PP
Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT)	Mio €	14,9	14,2	5,3
Bereinigtes EBIT <sup>1)</sup>	Mio €	14,9	13,0	15,2
EBIT-Marge <sup>1)</sup>	%	6,8	5,8	1,0 PP
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	Mio €	13,3	12,2	9,2
Periodenergebnis	Mio €	10,2	9,4	9,2
ROCE	%	12,6	10,2	2,4 PP

- Überproportionales Ergebniswachstum aufgrund gestiegener Bruttomarge
- Verbessertes Zins- und Finanzergebnis führt zu höherem EBT von 13,3 Mio € (+9,2 %)
- Steigerung des ROCE um 2,4 Prozentpunkte aufgrund höherem Ergebnis, dem Rückgang des Anlagevermögens und des Working Capitals
- Stabile Steuerquote von 23,1 %

1) EBIT 2012 bereinigt um einmaligen positiven Effekt aus der Veräußerung von Vermögenswerten im Zusammenhang mit der Aufgabe des Lizenzvertrages Dr. Oetker Backgeräte.

Hauptversammlung | 22. Mai 2014 | S. 7

ORG026A

## Starker Anstieg der Konzernliquidität auf 52,0 Mio €

in Mio €	2013	2012	+/-
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	22,9	8,2	14,7
Cashflow aus Investitionstätigkeit	0,5	2,4	-1,9
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-7,2	-6,1	-1,1
Effekte aus Wechselkursdifferenzen	1,0	-0,3	1,3
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	17,2	4,2	13,0
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	51,0	33,7	17,3
Kurzfristige Wertpapiere	1,0	3,3	-2,3
Konzernliquidität	52,0	37,0	15,0
Free Cashflow <sup>1)</sup>	19,5	-1,4	20,9

1) Summe des Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit und aus Investitionstätigkeit, bereinigt um Ein- und Auszahlungen in Finanzielle Vermögenswerte sowie aus der Veräußerungen von Unternehmensbereichen.

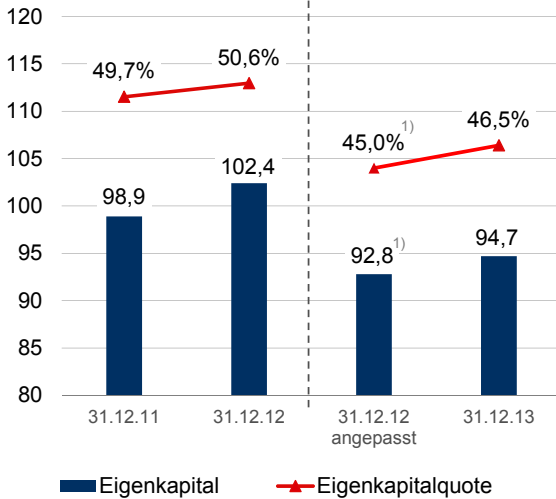
Hauptversammlung | 22. Mai 2014 | S. 8

ORG026A

# Solide Eigenkapitalquote trotz Anpassungen der Bilanz aufgrund geändertem IAS 19

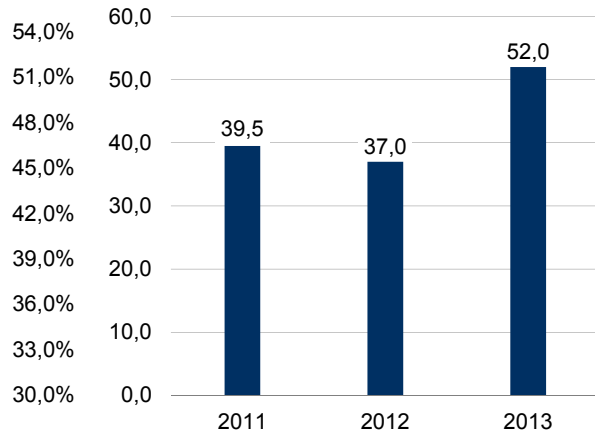
## Eigenkapital/-quote

in Mio €



## Zahlungsmittel u. kurzfristige finanzielle Vermögenswerte

in Mio €



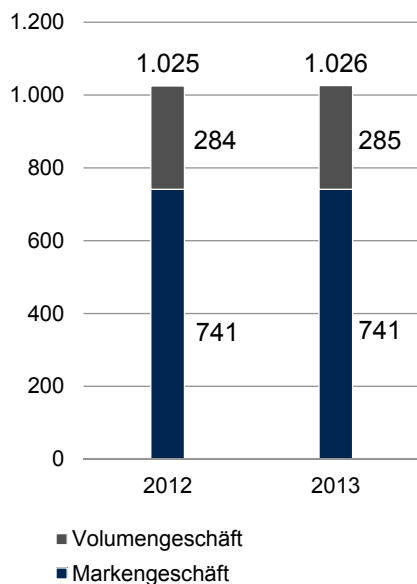
ORG026A

1) Erstmalige Anwendung des geänderten IAS 19 führte im Jahr 2013 zu einer deutlichen Anpassung der Bilanzstruktur des Leifheit-Konzerns gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2012.  
Hauptversammlung | 22. Mai 2014 | S. 9

# Konstante Mitarbeiterzahlen

## Mitarbeiterentwicklung

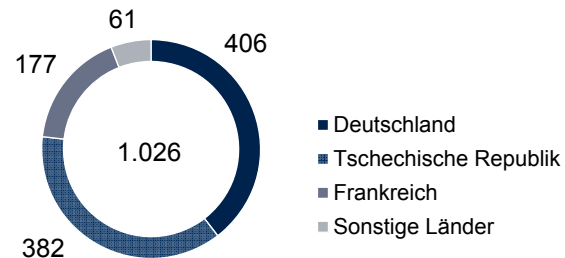
zum 31. Dez.



ORG026A

## Mitarbeiter

nach Regionen / zum 31. Dez. 2013



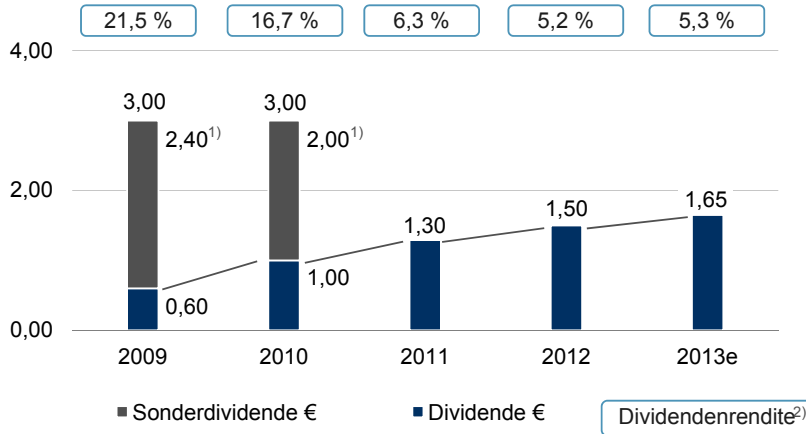
- Mitarbeiterzahlen bleiben stabil
- Leifheit erneut ausgezeichnet als „Top Arbeitgeber Deutschland 2014“



# Attraktiver Dividendentitel mit einer vorgeschlagenen Dividendenerhöhung um 10 %

## Dividendenentwicklung

2009 – 2013e



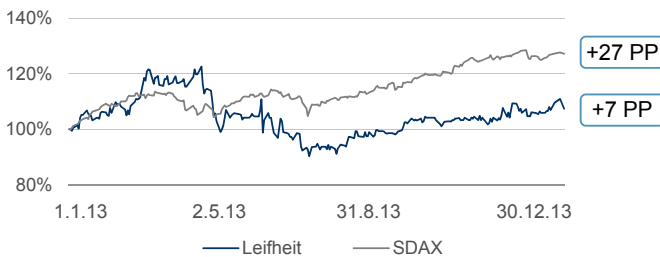
- Dividendenvorschlag: +10 Prozent für das Geschäftsjahr 2013
- Voraussichtliche Dividendenrendite 2013 von 5,3 Prozent
- Ziel ist es, die Aktionäre angemessen und nachhaltig am Geschäftserfolg zu beteiligen

1) Beteiligung der Aktionäre am Veräußerungserlös des Unternehmensbereichs Bad  
 2) Basierend auf Schlusskursen zum Jahresende (XETRA)

# Die Leifheit-Aktie

## Kursentwicklung 2013

Zeitraum 01.01.13 – 31.12.13



- Deutliche Outperformance des SDAX auf 5-Jahressicht
- Schlusskurs 21. Mai 2014: **44,57 €**
- Marktkapitalisierung 21. Mai 2014: **223 Mio €** (31.12.2013: 155 Mio €)

## Kursentwicklung 5-Jahressicht

Zeitraum 15.05.09 – 15.05.14



# 1. Quartal & Ausblick 2014

ORG026A

Hauptversammlung | 22. Mai 2014 | S. 13

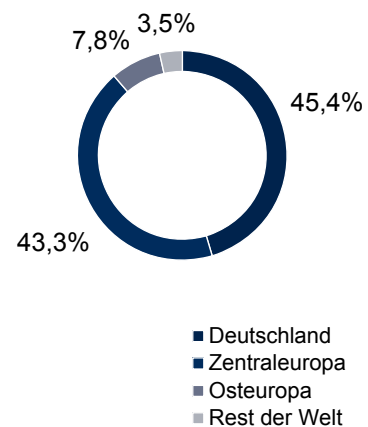
1. Quartal und Ausblick 2014

## Starker Ergebnisanstieg bei leichtem Umsatzwachstum

in Mio €	2014	2013	+/- %
Umsatz Konzern <sup>1)</sup>	55,9	55,6	0,6
▪ Markengeschäft <sup>1)</sup>	47,0	45,2	4,1
▪ Volumengeschäft	8,9	10,4	-14,8
EBIT	4,0	2,8	44,2
EBIT-Marge	7,1 %	4,9 %	2,2 PP
EBT	3,6	2,4	50,2
Periodenergebnis	2,5	1,8	39,1

### Umsatz nach Regionen

nach Regionen



ORG026A

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

## 2014: Fokus auf Marke und Marge

### Ausblick

Konzernentwicklung und Ausblick 2014	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Konsequente Umsetzung der Konzernstrategie „Leifheit GO!“</li><li>▪ Fokus auf Marke &amp; Marge</li><li>▪ Konzern: Stabile Entwicklung<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Markengeschäft: Wachstum von 1 % bis 3 %</li><li>▪ Volumengeschäft: Leichter Umsatzrückgang</li></ul></li><li>▪ EBIT: Stabil auf Vorjahresniveau (14,9 Mio €)</li><li>▪ Entwicklung einer Vision als Basis für die zukünftige Strategieentwicklung</li></ul>
Mittelfristige Ziele	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Nachhaltiges und profitables Umsatzwachstum von +3 % bis +5 %</li><li>▪ Konzernumsatz von 250 Mio €, EBIT-Marge von 8 %</li></ul>

ORG026A

ORG026A

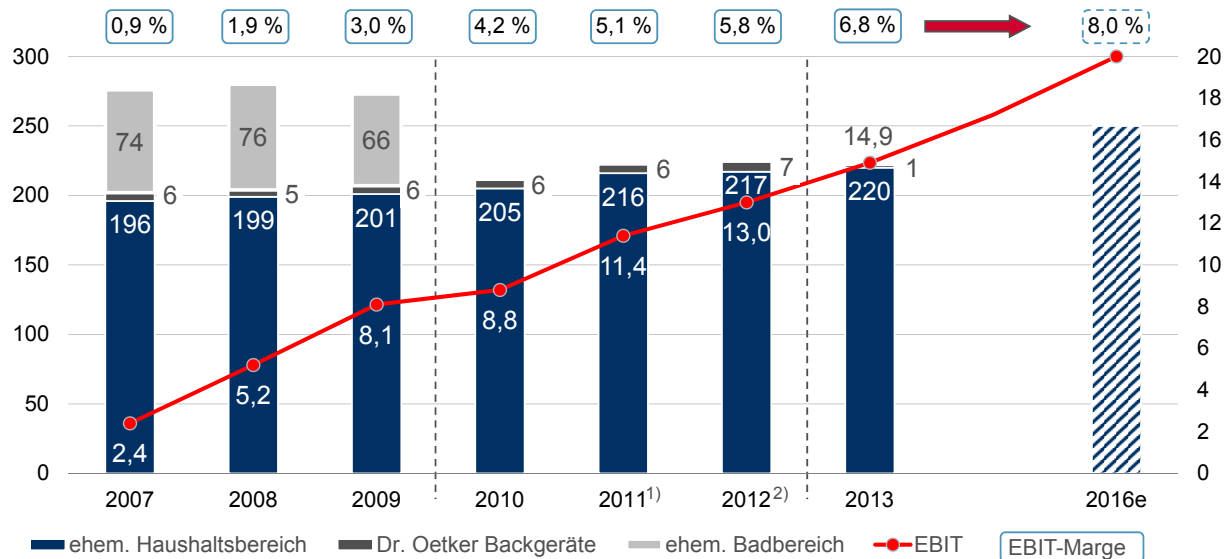




# Ergebniswachstum nach Konzernumbau: strategische Fokussierung auf Marke und Marge

Entwicklung Umsatz / Konzern EBIT (organisches Wachstum o. M&A)

aufgeteilt nach ehem. Haushalt / ehem. Bad / in Mio €



1) EBIT 2011 bereinigt um einmaligen Konsolidierungseffekt von 2,5 Mio € aus der Erlangung des beherrschenden Einflusses an der Leifheit CZ a.s.  
2) EBIT 2012 bereinigt um einmaligen positiven Effekt aus der Aufgabe des Lizenzvertrags mit Dr. Oetker Backgeräte in Höhe von 1,2 Mio €.



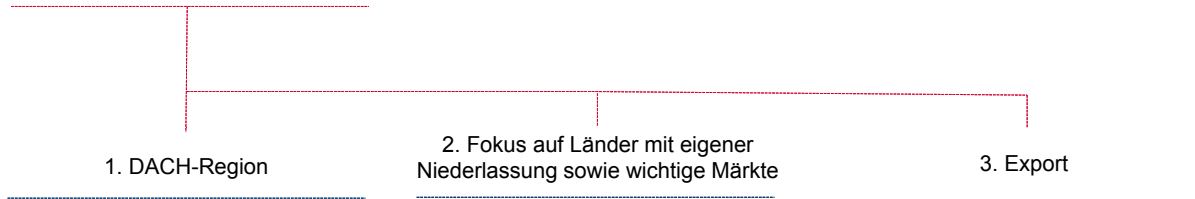
# Weiterentwicklung durch Fokussierung auf Marke und Marge





# Organisches Wachstum: I. Konzentration auf strategische Fokusmärkte

## Retail-Vertrieb

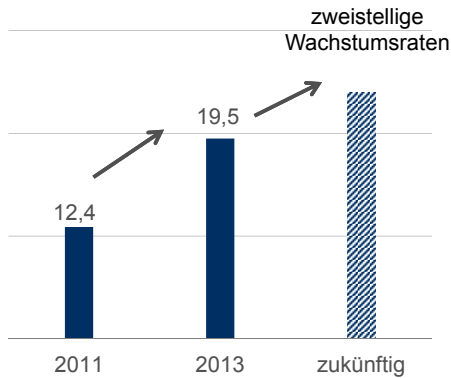


# Organisches Wachstum: II. E-Commerce intensivieren

## Weltweiter Ausbau der E-Commerce-Aktivitäten

### Leifheit E-Commerce

Umsatzentwicklung in Mio €





# Organisches Wachstum: III. Stärkung F&E und der Innovationskraft (1/2)

Innovationen als Wachstumstreiber:

**40 Prozent unserer Umsätze erzielen wir mit Produkten, die wir in den letzten drei Jahren auf den Markt gebracht haben**



ORG026A



# Organisches Wachstum: III. Stärkung F&E und der Innovationskraft (2/2)

Awards und Auszeichnungen des Leifheit-Konzerns (Auswahl)



Fresh&Slim	Comfort Slicer	Spritzschutz	Columbus	Speed Quirl
AirActive L Express	AirActive L Steamer	Fashion Steamer Express	Fashion Steamer	
Pegasus 180	Linomatic 500 Deluxe			
Clean Twist-System	Fenstersauger			



Comfort Jazz	Comfort Plus	Comfort Vital
Travel	Page Evolution	
Page Evolution Steel	Page Profi	
Solar Fit	Solar Sense, Solar Star / Easy Solar	Web Connect



## Organisches Wachstum: IV. Marken- und Kommunikationsstrategie

### Fokus auf POS

- Optimierte Verpackungen und verbesserte Suchlogik am Regal
- Flankierende 360-Grad-Markenkommunikation (TV, Online, PR)
- Eigens Regalkonzept durch den Einsatz neuer POS-Tools mit Test-Stationen, Video-Monitoren und verbesserten Regalblenden sowie Zweitplatzierungen



ORG026A

Hauptversammlung | 22. Mai 2014 | S. 23

Always a better idea

LEIFHEIT

Clever cleaning

MEHR Wert schöpfung mit POS

integrierte Marken-kommunikation

50 neue Shop-in-Shop Systeme

80 LÄNDER

219,5 Mio €

audio-visuelle Informationssysteme

POS Excellence PRODUKTE TESTEN UND ERLEBEN

ALLER KAUF ENTSCHEIDUNGEN AM POS

70%

LEIFHEIT POS EXCELLENCE



## Anorganisches Wachstum: V. Akquisitionen

*Status quo:* Leifheit ist mit liquiden Mitteln in Höhe von rund 53 Mio €<sup>1)</sup> und einer soliden Finanzierung gut aufgestellt für mögliche M&A-Transaktionen

### Profil potenzieller Zielunternehmen

- aktiv in Leifheits Kernkategorien
- verfügt über starke Marke und/oder ermöglicht Markteintritt oder Ausbau des Geschäfts in unseren Zielmärkten
- Europäischer Fokus
- keine Sanierungsfälle

*Maßnahmen:* Aktive Marktbeobachtung

ORG026A

<sup>1)</sup> Zum 31. März 2014.

## **Solide aufgestellt um kommenden Trends und Wachstumschancen zu begegnen**

- Positive Geschäftsentwicklung in 2013, trotz herausforderndem Marktumfeld
- 2014: Fokus auf Marke und Marge
  - Bekannte Marken mit führenden Marktpositionen und starkem Kundenvertrauen
  - Innovative Produkte und Vertriebskonzepte für weiteres Wachstum: 2014 erneut zahlreiche Produktinnovationen mit Fokus auf den Endverwender
  - Fokus auf das Generieren von Daten über Konsumenten und Einkaufsverhalten
  - Fokus auf etablierte Märkte der DACH-Region und Zentraleuropas sowie weitere Wachstumsregionen
- Solide finanziert mit einer Eigenkapitalquote von 45,5 %<sup>1)</sup>
- Stabile Cashflows
- Gut aufgestellt für mögliche M&A-Transaktionen
- Attraktiver Dividententitel