



## Quartalsmitteilung zum 31. März 2019

### Auf einen Blick

- Konzernumsatz stieg um 3,4 Prozent auf 64,3 Mio. €
- Konzern-EBIT bei 3,9 Mio. € nach 4,7 Mio. € im Vorjahr
- Starkes Wachstum im E-Commerce von etwa 19 Prozent
- Verstärkte Vertriebsaktivitäten in Osteuropa
- Umsatz- und Ergebnisprognose bestätigt

### Konzernkennzahlen zum 31. März

		2018	2019	Veränderung
<b>Umsatz</b>				
Konzern	Mio. €	62,2	64,3	3,4 %
Household	Mio. €	50,5	52,1	3,0 %
Wellbeing	Mio. €	4,8	5,2	8,6 %
Private Label	Mio. €	6,9	7,0	2,4 %
Auslandsanteil	%	51,3	55,3	4,0 PP
<b>Rentabilität</b>				
Bruttomarge	%	44,6	42,9	-1,7 PP
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	Mio. €	-4,0	0,1	> 100 %
Free Cashflow	Mio. €	-4,9	-0,8	83,5 %
Fremdwährungsergebnis	Mio. €	-0,1	0,5	> 100 %
EBIT	Mio. €	4,7	3,9	-17,2 %
EBIT-Marge	%	7,5	6,0	-1,5 PP
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	Mio. €	4,3	3,5	-18,4 %
Periodenergebnis	Mio. €	3,1	2,5	-18,7 %
Ergebnis je Aktie (EPS)	€	0,32	0,26	-18,8 %
<b>Investitionen</b>	Mio. €	0,9	1,0	3,1 %

# Vorwort

## Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

wir sind erfolgreich in das neue Geschäftsjahr gestartet und konnten in allen drei Segmenten ein Wachstum erzielen. Zugleich sind wir auch im E-Commerce überproportional gewachsen. Das zeigt, dass wir wichtige strategische Maßnahmen erfolgreich umsetzen und die Weichen für ein zukünftiges profitables Wachstum stellen.

Ein strategischer Schwerpunkt war auch im ersten Quartal 2019 die weitere Verzahnung unserer Vertriebskanäle, um die attraktiven Potenziale im E-Commerce konsequent zu nutzen. So werden wir in Zukunft noch näher am Kunden sein und den Service verbessern. Mit dem geplanten Launch des eigenen Online-Shops in der zweiten Jahreshälfte 2019 werden wir unsere Aktivitäten im E-Commerce weiter ausbauen.

Besonders erfreulich ist, dass im Segment Household nicht nur die Produktkategorie Reinigen deutlich gewachsen ist, sondern sich auch der Absatz elektrischer Produkte zum Reinigen von Glasflächen zu Jahresbeginn wieder zum Positiven gewendet hat. Produkteinführungen wie der Leifheit CleanTenso kommen im Markt gut an. Im Segment Wellbeing zeigte sich eine merklich positive Entwicklung des Soehnle-Produktsortiments. Dazu trug vorwiegend das neue Sortiment an Waagen, insbesondere für die Küche, bei. Aber auch der Bereich Soehnle Medical konnte deutlich zulegen.

Darüber hinaus bauen wir unsere internationale Präsenz aus. So sind wir im Berichtszeitraum in allen ausländischen Vertriebsregionen gewachsen. Diesen Weg werden wir fortsetzen und insbesondere den Markenaufbau in ausgewählten osteuropäischen Märkten weiter forcieren. Der deutsche Markt entwickelte sich vorwiegend aufgrund von Aktionsverschiebungen hingegen leicht rückläufig. Auch das Ergebnis im ersten Quartal liegt im Rahmen unserer prognostizierten Erwartungen.

Mit Henner Rinsche haben wir im Februar einen erfahrenen Manager der Konsumgüterindustrie als neuen CEO gewinnen können. Er wird sein Amt zum 1. Juni 2019 antreten. In vollständiger Besetzung im Vorstand werden wir zusammen die Strategie weiter schärfen und die eingeleiteten Maßnahmen mit Nachdruck fortführen.

Insgesamt haben wir in den ersten drei Monaten 2019 weiter daran gearbeitet, die Unternehmensentwicklung im Jahr des 60-jährigen Jubiläums von Leifheit erfolgreich fortzuführen. Dies hat für uns auch im weiteren Jahresverlauf Priorität.

Ihr Vorstand

Ivo Huhmann      Igor Iraeta Munduate

# Quartalsmitteilung zum 31. März 2019

(gemäß § 53 Börsenordnung Frankfurter Wertpapierbörse)

## Geschäftsverlauf

Der Umsatz des Leifheit-Konzerns erreichte in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres 64,3 Mio. € und stieg damit um 3,4 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert (62,2 Mio. €). Dabei konnten wir im ersten Quartal 2019 den Umsatz in allen drei Geschäftssegmenten erhöhen. Insbesondere die Produktkategorie Reinigen und neue Wellbeing-Produkte trugen zu der positiven Entwicklung bei. Gleichzeitig gewann der Vertriebskanal E-Commerce weiter an Bedeutung, der im Berichtszeitraum ein überproportionales Wachstum zeigte.

Der Leifheit-Konzern konnte in allen ausländischen Vertriebsregionen ein Wachstum verzeichnen, während sich der Heimatmarkt Deutschland insbesondere aufgrund von Aktionsverschiebungen leicht rückläufig entwickelte. Die Auslandsumsätze nahmen deutlich um 11,3 Prozent auf 35,5 Mio. € zu (Vorjahr: 31,9 Mio. €). Damit erreichte der Auslandsanteil am Umsatz 55,3 Prozent (Vorjahr: 51,3 Prozent).

Dies zeigt, dass der Leifheit-Konzern seine internationale Präsenz weiter ausbaut und erfolgreich daran arbeitet, die Voraussetzungen für ein nachhaltiges Umsatzwachstum zu schaffen. Dazu trägt insbesondere der Markenaufbau in ausgewählten osteuropäischen Märkten bei, den wir durch verstärkte Marketing- und Vertriebsaktivitäten im laufenden Geschäftsjahr weiter vorantreiben werden.

## Konzernumsatz nach Regionen

### Deutschland

In den ersten drei Monaten 2019 gingen die Umsätze in Deutschland um 5,0 Prozent auf 28,8 Mio. € (Vorjahr: 30,3 Mio. €) zurück. Damit steuerte der heimische Markt 44,7 Prozent (Vorjahr: 48,7 Prozent) zum Umsatz bei. Hintergründe für den Umsatzrückgang sind insbesondere zeitliche Verschiebungen von Aktionen in das zweite Quartal des laufenden Geschäftsjahres, die im Vorjahr innerhalb der ersten drei Monate durchgeführt wurden.

### Zentraleuropa

Die Umsatzerlöse in der Region Zentraleuropa wuchsen in den ersten drei Monaten 2019 um 6,7 Prozent auf 25,2 Mio. € nach 23,6 Mio. € im Vorjahreszeitraum. Das Wachstum wurde insbesondere durch eine positive Entwicklung in Italien getrieben. Der französische Markt entwickelte sich stabil, nachdem vor allem im Schlussquartal 2018 die Proteste in Paris das Geschäft belastet hatten.

### Osteuropa

In Osteuropa verzeichnete der Konzern ein deutliches Wachstum um 30,0 Prozent auf 8,5 Mio. € (Vorjahr: 6,5 Mio. €). Das kräftige Umsatzwachstum, vorwiegend in der Tschechischen Republik und Polen, hat Leifheit vor allem durch verstärkte Markenbildungsaktivitäten und Aktionsgeschäfte vorangetrieben.

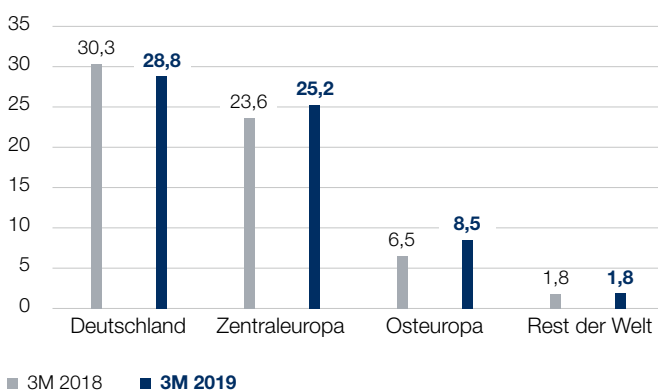
### Außereuropäische Märkte

Der Umsatz im opportunistisch geführten außereuropäischen Geschäft erreichte im ersten Quartal 2019 wie im Vorjahreszeitraum 1,8 Mio. €. Der Anteil am Konzernumsatz lag bei 3,0 Prozent (Vorjahr: 2,9 Prozent).

Mit der neu gegründeten Vertriebsgesellschaft in China hat Leifheit im Geschäftsjahr 2018 die Basis gelegt, um zukünftig das Geschäft im Asien-Pazifik-Raum auszubauen. Die verstärkten Vertriebsaktivitäten führten im ersten Quartal zu deutlichem Wachstum vor allem in der Region Fernost. Dagegen waren die Umsätze in den USA und anderen Vertriebsregionen außerhalb Europas niedriger als im Vorjahr.

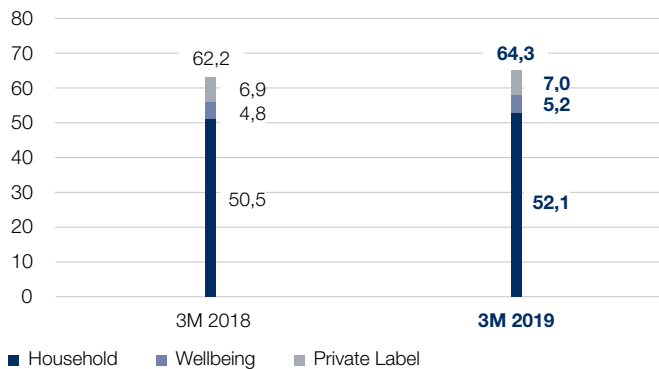
## Konzernumsatz nach Regionen

in Mio. €



### Konzernumsatz nach Segmenten

in Mio. €



### Konzernumsatz nach Segmenten

Im Berichtsjahr 2018 wurden die Geschäftssegmente – bisher im Marken- und Volumengeschäft dargestellt – neu organisiert. Es wird nun zwischen folgenden berichtspflichtigen Segmenten unterschieden:

- dem Segment **Household**, in dem wir die Marke Leifheit und Produkte aus den Kategorien Wäschepflege, Reinigen und Küche vertreiben,
- dem Segment **Wellbeing** mit der Marke Soehnle und einem Sortiment an Waagen, Gesundheitsprodukten und Raumluftaufbereitern sowie
- dem Segment **Private Label** mit den französischen Tochterunternehmen Birambeau und Herby, das speziell für Handelsmarken erstellte Wäschepflege- bzw. Küchenprodukte umfasst.

### Household

Im Segment Household erzielte der Leifheit-Konzern in den ersten drei Monaten 2019 ein solides Umsatzwachstum von 3,0 Prozent. Der Umsatz belief sich auf 52,1 Mio. € nach 50,5 Mio. € im Vorjahreszeitraum. Der Anteil am Konzernumsatz sank im Berichtszeitraum um 0,3 Prozentpunkte auf 80,9 Prozent (Vorjahr: 81,2 Prozent).

Innerhalb des Segments Household ist insbesondere die Produktkategorie Reinigen deutlich gewachsen. Auch der Absatz elektrischer Produkte zum Reinigen von Glasflächen ist nach einer rückläufigen Entwicklung im Jahr 2018 aufgrund von Produkteinführungen im Berichtszeitraum wieder moderat gestiegen. Die Kategorie Wäschepflege entwickelte sich dagegen leicht rückläufig, was insbesondere auf die zeitliche Verschiebung von Aktionsgeschäften mit Wäscheschirmen zurückzuführen ist. Diese war durch Umstellungen bei der Belieferung einzelner Handelspartner bedingt. Darüber hinaus konnten Aktionsgeschäfte mit Dampfbügeltischen im Berichtszeitraum nicht realisiert werden.

### Wellbeing

Im Segment Wellbeing erzielten wir ein deutliches Umsatzwachstum von 8,6 Prozent auf 5,2 Mio. € (Vorjahr: 4,8 Mio. €). Der Anteil am Konzernumsatz von 8,1 Prozent lag damit etwas über dem Vorjahreswert (Vorjahr: 7,7 Prozent).

Ein neues Sortiment an Waagen, insbesondere für die Küche, lief sehr gut an und trug wesentlich zum Wachstum bei. Darüber hinaus konnten wir den Umsatz mit dem Produktsortiment von Soehnle Medical im Vergleich zum Vorjahreszeitraum mehr als verdoppeln.

### Private Label

Im Segment Private Label erzielte Leifheit ein Umsatzwachstum von 2,4 Prozent auf 7,0 Mio. € (Vorjahr: 6,9 Mio. €). Dabei entwickelte sich der Umsatz der Tochtergesellschaft Birambeau in Frankreich mit Küchenprodukten positiv, die Umsätze der Tochtergesellschaft Herby mit Wäschepflegeprodukten gingen hingegen zurück.

## Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

In den ersten drei Monaten 2019 erreichte Leifheit ein Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT) von 3,9 Mio. € (Vorjahr: 4,7 Mio. €), was einem Rückgang von 0,8 Mio. € entspricht.

Zusätzliche Deckungsbeiträge aus dem Umsatzanstieg von 2,1 Mio. € wurden durch negative Kunden- und Produktmixeffekte überkompensiert. Die Forschungs- und Entwicklungs- sowie die Verwaltungs- und Vertriebskosten stiegen in Summe um 1,1 Mio. €, insbesondere aufgrund gestiegener Ausgangsfrachten und Dienstleistungen innerhalb der Verwaltungskosten. Das Fremdwährungsergebnis verbesserte sich demgegenüber um 0,6 Mio. €.

Das Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT) betrug 3,5 Mio. € (Vorjahr: 4,3 Mio. €). Nach Abzug der Steuern ergab sich für das erste Quartal 2019 ein Periodenergebnis von 2,5 Mio. € (Vorjahr: 3,1 Mio. €).

Die Konzernliquidität fiel in den ersten drei Monaten 2019 um 0,9 Mio. € und belief sich zum 31. März 2019 auf 50,0 Mio. €. Der Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit betrug im Berichtszeitraum 0,1 Mio. € (Vorjahr: Mittelabfluss 4,0 Mio. €). Während im Vorjahreszeitraum die Vorräte um 3,3 Mio. € stiegen, fielen sie im ersten Quartal 2019 um 2,7 Mio. €. Die Investitionen lagen mit 1,0 Mio. € im ersten Quartal 2019 in etwa auf dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 0,9 Mio. €). Somit verbesserte sich der Free Cashflow auf -0,8 Mio. € (Vorjahr: -4,9 Mio. €).

Die Bilanzsumme stieg gegenüber dem 31. Dezember 2018 um 8,9 Mio. € auf 230,7 Mio. €, im Wesentlichen bedingt durch den saisonbedingten Anstieg der Forderungen auf der Aktivseite der Bilanz und den Anstieg von Verbindlichkeiten und Pensionsrückstellungen auf der Passivseite. Aufgrund der erstmaligen Anwendung von IFRS 16 wurde die Bilanzposition „Andere finanzielle Verbindlichkeiten“ eingefügt, die Miet- und Leasingverpflichtungen enthält.

## Umsatz- und Ergebnisprognose für das laufende Geschäftsjahr 2019

Für das Geschäftsjahr 2019 rechnet der Vorstand unverändert mit einem Umsatzwachstum im Konzern um rund 3 bis 4 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Im Fokus der Strategie steht der weitere Ausbau unseres Kerngeschäfts mit den Marken Leifheit und Soehnle in den Segmenten Household und Wellbeing. Im Segment Household erwarten wir weiterhin ein Umsatzwachstum von 2 bis 3 Prozent. Im deutlich kleineren Wellbeing-Segment rechnen wir mit einem Plus von 11 bis 12 Prozent. Im Segment Private Label erwarten wir unverändert ein Umsatzwachstum von 3 bis 4 Prozent.

Der Vorstand geht weiterhin von einem Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT) von etwa 9 bis 10 Mio. € aus. Das Ergebnis je Aktie (EPS) erwartet der Vorstand weiter bei 0,55 € bis 0,65 €. Wesentliche Treiber der Ergebnisentwicklung sind Investitionen in strategische Maßnahmen, die darauf abzielen, Potenziale im E-Commerce in Zukunft konsequenter auszuschöpfen und die Online-Aktivitäten enger mit dem stationären Handel zu verknüpfen. Ebenso fokussieren wir uns darauf, ausgewählte Produktsortimente zu überarbeiten, die IT-Landschaft zu modernisieren und zu integrieren sowie unsere Präsenz in Osteuropa weiter zu stärken.

Weitergehende Informationen zu den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sowie weitere Parameter der Prognose für das laufende Geschäftsjahr finden sich im zuletzt veröffentlichten Jahresfinanzbericht des Leifheit-Konzerns für das Geschäftsjahr 2018. Der Bericht steht unter [finanzberichte.leifheit-group.com](http://finanzberichte.leifheit-group.com) auf unserer Homepage zur Verfügung.

## Gewinn- und Verlustrechnung sowie Gesamtergebnisrechnung

T €	1. Jan. bis 31. März 2018	1. Jan. bis 31. März 2019
Umsatzerlöse	62.226	64.340
Kosten der Umsatzerlöse	-34.501	-36.759
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>27.725</b>	<b>27.581</b>
Forschungs- und Entwicklungskosten	-1.296	-1.444
Vertriebskosten	-17.968	-18.408
Verwaltungskosten	-3.848	-4.402
Sonstige betriebliche Erträge	254	254
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-54	-172
Fremdwährungsergebnis	-119	476
<b>Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT)</b>	<b>4.694</b>	<b>3.885</b>
Zinserträge	5	1
Zinsaufwendungen	-309	-346
Sonstiges Finanzergebnis	-51	-
<b>Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)</b>	<b>4.339</b>	<b>3.540</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-1.274	-1.048
<b>Periodenergebnis</b>	<b>3.065</b>	<b>2.492</b>
Beiträge, die nicht in künftigen Perioden in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden		
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen	-	-4.198
Ertragsteuer aus versicherungsmathematischen Gewinnen/Verlusten aus leistungsorientierten Pensionsplänen	-	1.230
Beiträge, die gegebenenfalls in künftigen Perioden in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden		
Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	-3	13
Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	41	-45
Ertragsteuer aus der Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	-12	13
Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	-458	702
Ertragsteuer aus der Absicherung von Cashflows	138	-210
Nettoergebnis aus zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten	-8	-
Ertragsteuer aus zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten	2	-
<b>Sonstiges Ergebnis</b>	<b>-300</b>	<b>-2.495</b>
<b>Gesamtergebnis nach Steuern</b>	<b>2.765</b>	<b>-3</b>
<b>Ergebnis je Aktie auf Grundlage Periodenergebnis (unverwässert und verwässert)</b>	<b>0,32 €</b>	<b>0,26 €</b>

## Bilanz

T €	31. Dez. 2018	31. März 2019
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	50.932	49.985
Finanzielle Vermögenswerte	–	–
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	50.720	62.278
Vorräte	46.354	43.665
Forderungen aus Ertragsteuern	1.192	1.025
Derivative Finanzinstrumente	1.154	1.929
Vertragsvermögenswerte	1.572	1.716
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	3.805	1.668
<b>Summe kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>155.729</b>	<b>162.266</b>
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Sachanlagevermögen	38.207	39.410
Immaterielle Vermögenswerte	18.522	18.347
Latente Steueransprüche	9.191	10.503
Derivative Finanzinstrumente	23	47
Sonstige langfristige Vermögenswerte	119	116
<b>Summe langfristige Vermögenswerte</b>	<b>66.062</b>	<b>68.423</b>
<b>Summe Vermögenswerte</b>	<b>221.791</b>	<b>230.689</b>
<b>Kurzfristige Schulden</b>		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	44.908	48.283
Derivative Finanzinstrumente	661	332
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	507	365
Sonstige Rückstellungen	5.611	5.448
Andere finanzielle Verbindlichkeiten	–	678
<b>Summe kurzfristige Schulden</b>	<b>51.687</b>	<b>55.106</b>
<b>Langfristige Schulden</b>		
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	64.979	69.018
Sonstige Rückstellungen	2.166	2.213
Latente Steuerschulden	1.092	1.267
Derivative Finanzinstrumente	18	–
Andere finanzielle Verbindlichkeiten	–	1.239
<b>Summe langfristige Schulden</b>	<b>68.255</b>	<b>73.737</b>
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	30.000	30.000
Kapitalrücklage	17.026	17.026
Eigene Anteile	–7.445	–7.445
Gewinnrücklagen	74.930	77.422
Sonstige Rücklagen	–12.662	–15.157
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>101.849</b>	<b>101.846</b>
<b>Summe Eigenkapital und Schulden</b>	<b>221.791</b>	<b>230.689</b>

## Kapitalflussrechnung

T €	1. Jan. bis 31. März 2018	1. Jan. bis 31. März 2019
Periodenergebnis	3.065	2.492
Abschreibungen	1.704	1.918
Veränderung der Rückstellungen	-408	-277
Ergebnis aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	13	6
Veränderung der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-12.117	-6.680
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	3.743	3.203
Sonstige zahlungsunwirksame Erträge/Aufwendungen	7	-548
<b>Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit</b>	<b>-3.993</b>	<b>114</b>
Einzahlungen aus der Veräußerung von Sachanlagen und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	78	52
Auszahlungen für den Erwerb von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	-937	-966
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-859</b>	<b>-914</b>
Auszahlungen aus Miet- und Leasingverbindlichkeiten	-	-169
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-</b>	<b>-169</b>
Veränderung von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	-4.852	-969
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	-3	22
Finanzmittelbestand am Anfang der Berichtsperiode	28.221	50.932
<b>Finanzmittelbestand am Ende der Berichtsperiode</b>	<b>23.366</b>	<b>49.985</b>

## Segmentberichterstattung

Kennzahlen nach berichtspflichtigen Segmenten zum 31. März 2019 in Mio. €	Household	Wellbeing	Private Label	Summe
	Umsatzerlöse	52,1	5,2	7,0
Bruttoergebnis	23,1	2,4	2,1	27,6
Segmentergebnis (EBIT)	3,3	0,2	0,4	3,9

Kennzahlen nach berichtspflichtigen Segmenten zum 31. März 2018 in Mio. €	Household	Wellbeing	Private Label	Summe
	Umsatzerlöse	50,5	4,8	6,9
Bruttoergebnis	23,5	2,0	2,2	27,7
Segmentergebnis (EBIT)	4,4	-	0,3	4,7

Informationen über die Segmente und deren Steuerung sind dem Jahresfinanzbericht 2018 zu entnehmen.



## Ergänzende Informationen

Diese Quartalsmitteilung wurde von einem Abschlussprüfer weder geprüft noch einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Ergebnisse des aktuellen Berichtsquartals lassen nicht notwendigerweise Rückschlüsse auf die Entwicklung zukünftiger Ergebnisse zu.

Die von Leifheit angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden entsprechen, mit Ausnahme erstmals anzuwendender Rechnungslegungsvorschriften, denen des letzten veröffentlichten Konzernabschlusses zum Ende des vergangenen Geschäftsjahres. Eine detaillierte Beschreibung findet sich im Anhang des Jahresfinanzberichts 2018 des Leifheit-Konzerns. Er steht auf unserer Homepage unter [finanzberichte.leifheit-group.com](http://finanzberichte.leifheit-group.com) zur Verfügung.

Veränderungen im Konsolidierungskreis oder wesentliche Änderungen der Organisationsstruktur bzw. des Geschäftsmodells fanden im Berichtszeitraum nicht statt.

Im Berichtszeitraum fanden personelle Veränderungen in den Organen der Leifheit AG statt:

Mit Wirkung zum 28. Februar 2019 hat Frau Wärntges ihr Amt als Aufsichtsratsmitglied niedergelegt; mit Wirkung zum 31. März 2019 haben Herr Zahn (Vorsitzender) und Herr Gritzuhn (stellvertretender Vorsitzender) ihre Aufsichtsratsämter niedergelegt.

Auf Antrag des Vorstands wurde Herr Dr. Günter Blaschke vom zuständigen Amtsgericht Montabaur mit Wirkung zum 1. April 2019 zum Mitglied des Aufsichtsrats der Leifheit AG bestellt und am 2. April 2019 von den Mitgliedern des Aufsichtsrats zum Vorsitzenden des Gremiums gewählt.

Der Aufsichtsrat hat Herrn Henner Rinsche zum Vorstandsvorsitzenden (CEO) bestellt. Herr Rinsche wird sein Amt am 1. Juni 2019 antreten.

## Disclaimer, Finanzkalender

### Zukunftsbezogene Aussagen

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

Diese Quartalsmitteilung liegt ebenfalls in englischer Übersetzung vor. Bei Abweichungen geht die deutsche Fassung der englischen Übersetzung vor.

Bei der Verwendung von gerundeten Beträgen und Prozentangaben können aufgrund kaufmännischer Rundung geringe Abweichungen entstehen.

### Finanzkalender

29. Mai 2019	Hauptversammlung 10:30 Uhr (MESZ), Deutsche Nationalbibliothek, Frankfurt am Main
13. Aug. 2019	Halbjahresfinanzbericht zum 30. Juni 2019
12. Nov. 2019	Quartalsmitteilung zum 30. September 2019

**LEIFHEIT**

Aktiengesellschaft

Postfach 11 65

56371 Nassau/Lahn

Telefon: +49 2604 977-0

Telefax: +49 2604 977-300

[www.leifheit-group.com](http://www.leifheit-group.com)

[ir@leifheit.com](mailto:ir@leifheit.com)