



Quartalsmitteilung zum 30. September 2017

Auf einen Blick

LEIFHEIT-KONZERN

Umsatz bleibt leicht hinter dem Vorjahr zurück



MARKENGESCHÄFT

erreicht Umsatzniveau des Vorjahres



VOLUMENGESCHÄFT

Umsatz unter Vorjahr



KONZERN-EBIT

beeinflusst von Einmalaufwendungen, Umsatz- und Währungsentwicklung



JAHRESPROGNOSE 2017

angepasst

Konzernkennzahlen zum 30. September

		2016	2017	Veränderung
Umsatz				
Konzern	Mio €	179,5	177,5	-1,1 %
Markengeschäft	Mio €	150,4	149,6	-0,5 %
Volumengeschäft	Mio €	29,1	27,9	-4,1 %
Auslandsanteil	%	58,6	56,5	-2,1 PP
Rentabilität				
Bruttomarge	%	47,3	46,2	-1,1 PP
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	Mio €	13,8	0,1	-99,5 %
Free Cashflow	Mio €	8,8	-3,2	> -100 %
Fremdwährungsergebnis	Mio €	-1,2	-1,6	-34,5 %
EBIT	Mio €	15,7	11,3	-27,8 %
EBIT-Marge	%	8,8	6,4	-2,4 PP
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	Mio €	14,6	10,5	-28,1 %
Periodenergebnis	Mio €	10,2	7,4	-27,7 %
Investitionen	Mio €	5,2	5,4	2,4 %

Vorwort

Sehr geehrte Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionäre,

in den ersten drei Quartalen erzielte Leifheit einen Konzernumsatz in Höhe von 177,5 Mio €. Damit blieben wir leicht hinter dem Vorjahr mit 179,5 Mio € zurück. Nachdem wir im zweiten Quartal den Rückstand aus den ersten drei Monaten weitgehend aufholen konnten, entwickelte sich das dritte Quartal schwächer als von uns erwartet.

In Deutschland konnten wir unseren Umsatz in den ersten neun Monaten weiter steigern. Die Umsatzerlöse summierten sich auf 77,2 Mio €. Das ist ein Plus von 3,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr. In Osteuropa haben wir erneut deutlich zugelegt. Unsere Umsätze dort stiegen um 9,4 Prozent auf 19,3 Mio €.

Das Wachstum in unserem Heimatmarkt und das knapp zweistellige Plus in Osteuropa konnten jedoch fehlendes Volumen in Zentraleuropa nicht vollends ausgleichen. Hier mussten wir einen Rückgang um 7,2 Prozent auf 74,6 Mio € hinnehmen. In den ersten neun Monaten gingen die im Ausland erzielten Umsätze insgesamt um 4,6 Prozent zurück.

Der Umsatz im Markengeschäft, unserem strategischen Kerngeschäft mit den Marken Leifheit und Soehnle, blieb mit 149,6 Mio € nahezu unverändert (-0,5 Prozent) gegenüber dem Vorjahr, das von umfangreichen Aktionsgeschäften geprägt war. Das Wachstum in den Produktkategorien Reinigen und Wäschepflege entwickelte sich weitgehend im Rahmen unserer langfristigen Ziele. Umsatzrückgänge mussten wir dagegen in der Produktkategorie Küche und in der Kategorie Wellbeing mit den Produkten der Marke Soehnle hinnehmen.

Allerdings erwarten wir uns in den kommenden Monaten neue Impulse für die Marke Soehnle: Anfang Oktober haben wir die neuen Soehnle Sortimente für Luftbehandlung, Blutdruckmessgeräte sowie Connect Personenwaagen und Fitness Tracker mit der Soehnle Connect App in den Markt eingeführt.

Im Volumengeschäft blieb der Umsatz nach neun Monaten um 4,1 Prozent zurück und erreichte 27,9 Mio €. In Deutschland konnten wir die Umsatzerlöse durch Aktionsgeschäfte mehr als verdoppeln. In den USA und vor allem in Frankreich, unserem wichtigsten Einzelmarkt in diesem Segment, entwickelten sich die Umsätze dagegen rückläufig.

Nach Abschluss von drei Quartalen lag unser Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT) bei 11,3 Mio € und damit um 4,4 Mio € unter dem Vorjahr. Zu diesem Rückgang haben mehrere Faktoren beigetragen: die fehlenden Deckungsbeiträge aus den niedrigeren Umsatzerlösen, die Einmalaufwendungen für die Neuordnung

unseres Vertriebs im Markengeschäft, höhere Werbeausgaben zur Stärkung unserer Marken und das Fremdwährungsergebnis.

Der Wechselkurs des US-Dollars entwickelte sich in den vergangenen Monaten entgegen allen Erwartungen. Prognosen waren davon ausgegangen, dass der US-Dollar gegenüber dem Euro stabil bleibt oder leicht aufwertet. Tatsächlich wertete der US-Dollar jedoch ab – mit negativen Folgen für unser Fremdwährungsergebnis. Um solche Auswirkungen in Zukunft zu verringern, werden wir unsere Währungssicherungsstrategie anpassen.

Mitte September hatten wir auf Basis des bis dahin zu beobachtenden Geschäftsverlaufs und der negativen Fremdwährungseffekte unsere Prognose für das Geschäftsjahr 2017 angepasst. Wir waren von einem Wachstum leicht unter unserer bisherigen Prognose von 3,5 bis 4,5 Prozent ausgegangen. Vor dem Hintergrund des weiteren Geschäftsverlaufs im September und Oktober und der aktualisierten Planung für die restlichen Wochen des Jahres rechnen wir heute mit einem Konzernumsatz auf dem Niveau des Vorjahres. Im Markengeschäft erwarten wir ein leichtes Wachstum. In dem deutlich kleineren und volatilen Volumengeschäft gehen wir nun von einem Umsatz unter dem Vorjahreswert aus.

Unter Berücksichtigung der Einmalaufwendungen für die Neuordnung des Vertriebs planten wir zu Beginn des Geschäftsjahres mit einem Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT) auf dem Niveau des Jahres 2016 (22,1 Mio €). Im Rahmen der Anpassung unserer Prognose gingen wir Mitte September von einem um 1 bis 2,5 Mio € reduzierten EBIT aus. Auf Basis der aktuellen Umsatzprognose und der negativen Währungseffekte rechnen wir nun mit einem gegenüber der ursprünglichen Planung um 2 bis 3 Mio € reduzierten EBIT.

Wir sind davon überzeugt, dass wir mit den seit 2015 eingeschlagenen strategischen Maßnahmen und der jüngst vorgenommenen Neuorganisation im Vertrieb wieder auf einen nachhaltigen profitablen Wachstumskurs kommen werden. Auf Basis der prognostizierten Geschäftsentwicklung werden wir unsere aktionärsorientierte Dividendenpolitik fortführen und im Frühjahr 2018 eine Basisdividende für das laufende Geschäftsjahr vorschlagen, die unverändert stabil bleibt gegenüber der zuletzt ausgeschütteten Basisdividende.

Leifheit Aktiengesellschaft
Der Vorstand

Thomas Radke

Ivo Huhmann

Ansgar Lengeling

Quartalsmitteilung zum 30. September 2017

Geschäftsverlauf

Konzernumsatz bleibt leicht hinter dem Vorjahr zurück

Der Leifheit-Konzern erzielte in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres einen Umsatz in Höhe von 177,5 Mio €, der damit leicht (-1,1 Prozent) hinter dem Vergleichszeitraum zurückblieb (Vorjahr: 179,5 Mio €). In unserem Kerngeschäft, dem Markengeschäft mit Produkten der Marken Leifheit und Soehnle, konnten wir in den ersten drei Quartalen einen Umsatz von 149,6 Mio € verbuchen. Das Segment blieb damit nahezu unverändert (-0,5 Prozent) gegenüber dem Vorjahr. In unserem Volumengeschäft summierten sich die Umsätze in den ersten drei Quartalen auf 27,9 Mio € (Vorjahr: 29,1 Mio €) – ein Rückgang von 4,1 Prozent gegenüber dem Vergleichszeitraum.

In Deutschland konnten wir unseren Umsatz weiter ausbauen. Mit 77,2 Mio € in den ersten neun Monaten erzielten wir ein Plus von 3,8 Prozent (Vorjahr: 74,4 Mio €). In unserem Heimatmarkt konnten wir sowohl im Markengeschäft als auch im Volumengeschäft zulegen. Die im Ausland erzielten Umsätze ließen dagegen im selben Zeitraum um 4,6 Prozent auf 100,3 Mio € nach (Vorjahr: 105,1 Mio €). Der Auslandsanteil lag damit nach drei Quartalen bei 56,5 Prozent (Vorjahr: 58,6 Prozent).

In den osteuropäischen Wachstumsmärkten erreichten wir in den ersten neun Monaten ein kräftiges Plus. Den Umsatz in dieser Zielregion konnten wir um 9,4 Prozent auf 19,3 Mio € steigern (Vorjahr: 17,6 Mio €). In der Tschechischen Republik, in Polen und der Ukraine erreichten wir zweistellige Wachstumsraten. Besonders erfreulich entwickelte sich in den vergangenen Monaten unser Geschäft in Ungarn.

Das Wachstum in unserem Heimatmarkt und das knapp zweistellige Plus in Osteuropa konnten fehlendes Volumen in anderen Märkten nicht ausgleichen. In unseren zentraleuropäischen Märkten summierten sich die Umsätze in den ersten drei Quartalen auf 74,6 Mio € (Vorjahr: 80,3 Mio €) – ein Minus von 7,2 Prozent.

In Frankreich führte vor allem die aktuell schwierige Situation einiger Handelskunden zu rückläufigen Umsätzen. Darüber hinaus mussten wir in Italien, Österreich, Luxemburg und der Schweiz Rückgänge hinnehmen, die im Zusammenhang stehen mit Aktionsgeschäften, die nicht wie im Vorjahr realisiert werden konnten.

Mit 6,4 Mio € in den ersten neun Monaten blieben die Umsatzerlöse in außereuropäischen Märkten rückläufig (Vorjahr: 7,2 Mio €). Wachstum in Südamerika und Australien konnte den Rückgang in anderen Regionen (Fernost, Mittlerer Osten, USA) nicht kompensieren. Marktchancen außerhalb Europas nutzen wir bisher überwiegend opportunistisch. Die Strategie „Leifheit 2020“ legt den Schwerpunkt auf Wachstumsmöglichkeiten in Zentral- und Osteuropa.

Für die ersten neun Monate ergibt sich folgende Umsatzverteilung nach Regionen: In unserem Heimatmarkt Deutschland wurden 43,5 Prozent (Vorjahr: 41,5 Prozent), in Zentraleuropa ohne Deutschland 42,0 Prozent (Vorjahr: 44,7 Prozent), in Osteuropa 10,9 Prozent (Vorjahr: 9,8 Prozent) und in außereuropäischen Märkten wurden 3,6 Prozent (Vorjahr: 4,0 Prozent) der Umsätze im Konzern erzielt.

Umsatz im Markengeschäft erreicht Niveau des Vorjahres

Das Markengeschäft ist das strategische Kerngeschäft des Leifheit-Konzerns. Das größere unserer beiden Segmente umfasst die Aktivitäten mit Produkten der Marken Leifheit und Soehnle. Im Markengeschäft verbuchten wir in den ersten drei Quartalen einen Umsatz von 149,6 Mio € (Vorjahr: 150,4 Mio €). Damit blieben wir knapp unter dem Vergleichszeitraum des vergangenen Jahres (-0,5 Prozent). Die Kategorien Wäschepflege und Reinigen der Marke Leifheit entwickelten sich weitgehend im Rahmen unserer langfristigen Wachstumsziele. Die Umsätze in den Produktkategorien Küche und Wellbeing (Produkte der Marke Soehnle) blieben dagegen hinter den Vorjahreswerten zurück.

Konzernumsatzentwicklung nach Quartalen	2016		2017	
	Mio €	Veränderung gegenüber Vorjahr in %	Mio €	Veränderung gegenüber Vorjahr in %
Umsatz Q1	64,7	+ 11,5	62,5	-3,5
Umsatz Q2	56,4	+ 2,4	58,4	+ 3,6
Umsatz Q3	58,4	- 2,7	56,6	- 3,1
Umsatz Q4	57,6	- 1,9		

In den ersten neun Monaten entsprach der Umsatz im Markengeschäft einem Anteil von 84,3 Prozent der Konzernumsatzerlöse (Vorjahr: 83,8 Prozent). Die Umsatzerlöse im Vertriebskanal E-Commerce stiegen im Berichtszeitraum erneut um 5,3 Prozent. Weiteres Wachstum erzielten wir darüber hinaus in den Vertriebskanälen SB-Warenhaus und Discounter.

Im Inland legten wir im Markengeschäft weiter zu. Unseren Umsatz in Belgien konnten wir deutlich zweistellig ausbauen. Die Umsatzerlöse in den Niederlanden blieben auf einem hohen Niveau stabil. In Italien, Frankreich, Österreich, Luxemburg und der Schweiz mussten wir dagegen relevante Umsatzrückgänge hinnehmen. In unseren osteuropäischen Zielmärkten erreichten wir in diesem Jahr bisher ein knapp zweistelliges Umsatzplus. Nahezu alle Märkte trugen zum Wachstum bei. Nur in der Slowakei mussten wir einen Rückgang verbuchen. In Ungarn konnten wir unser Geschäft in den vergangenen Monaten durch umfangreiche Aktionsgeschäfte sehr erfreulich ausbauen. Die Umsätze auf außereuropäischen Märkten waren in den ersten neun Monaten im Vergleich zum Vorjahr insgesamt rückläufig. Während die Umsätze in den USA, dem Mittleren Osten und in Fernost nachließen, konnten wir unser Geschäft in Südamerika deutlich ausbauen.

Volumengeschäft zeigt sich schwächer als erwartet

Das Volumengeschäft ist das zweite, deutlich kleinere Segment im Konzern, das unter klaren Profitabilitätsgesichtspunkten geführt wird. Das Volumengeschäft ist stark auf einzelne Märkte und Kunden fokussiert. Frankreich ist, neben den USA und Deutschland, der volumenstärkste Markt.

In den ersten drei Quartalen verbuchten wir im Volumengeschäft Umsatzerlöse in Höhe von 27,9 Mio € (Vorjahr: 29,1 Mio €). Mit einem Minus von 4,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr blieb das Segment hinter unseren Erwartungen zurück. Der Anteil am Konzernumsatz lag bei 15,7 Prozent (Vorjahr: 16,2 Prozent).

In Deutschland konnten wir den Umsatz durch Aktionsgeschäfte gegenüber dem Vorjahr mehr als verdoppeln. In den volumenstarken Zielregionen Zentraleuropa und USA gingen die Umsatzerlöse dagegen zurück. Unser Geschäft mit den Küchenprodukten von Birambeau in Frankreich entwickelte sich nicht wie erwartet. In Frankreich fehlte insgesamt Volumen bei verschiedenen Verbrauchermärkten.

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Entwicklung der Ertragslage

Ergebnis durch Einmaleffekt, Umsatz- und Währungsentwicklung beeinflusst

In den ersten neun Monaten des Jahres 2017 erreichten wir ein Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT) in Höhe von 11,3 Mio € (Vorjahr: 15,7 Mio €). Der Rückgang um 4,4 Mio € resultierte im Wesentlichen aus dem Rückgang des Bruttoergebnisses, den Einmalaufwendungen für die Neuordnung unseres Vertriebs und höheren Werbeaufwendungen zur Stärkung unserer Marken.

Im selben Zeitraum entwickelte sich das Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT) entsprechend dem EBIT und erreichte eine Höhe von 10,5 Mio € (Vorjahr: 14,6 Mio €). Nach Abzug der Steuern ergab sich für die ersten drei Quartale des laufenden Jahres ein Periodenergebnis von 7,4 Mio € (Vorjahr: 10,2 Mio €).

Bruttoergebnis

Das Bruttoergebnis fiel im Berichtszeitraum um 2,9 Mio € auf 82,0 Mio € (Vorjahr: 84,9 Mio €). Das Bruttoergebnis errechnet sich aus den Umsatzerlösen abzüglich der Kosten der Umsatzerlöse. Der Rückgang resultierte hauptsächlich aus den fehlenden Deckungsbeiträgen aus den niedrigeren Umsatzerlösen, aus höheren Erlösschmälerungen an Kunden, aus höheren Einkaufspreisen für Rohstoffe und Handelswaren sowie aus Produkt- und Kundenmixverschiebungen.

Die Bruttomarge fiel daher in den ersten neun Monaten um 1,1 Prozentpunkte auf 46,2 Prozent (Vorjahr: 47,3 Prozent). Sie definiert sich als Verhältnis von Bruttoergebnis zu Umsatzerlösen.

Forschungs- und Entwicklungskosten

Unsere Forschungs- und Entwicklungskosten umfassen vorwiegend Personalkosten, Kosten für Dienstleistungen und Patentgebühren. Mit 3,9 Mio € in den ersten neun Monaten lagen sie um 0,2 Mio € über dem Vorjahreswert. Die personelle Verstärkung im Bereich Forschung und Entwicklung, die im Zusammenhang mit der strategisch angestrebten Stärkung der Innovationskraft des Konzerns steht, führte zu diesem Anstieg.

Vertriebskosten

Die Vertriebskosten, die auch die Werbe- und Marketingkosten, Ausgangsfrachten und Versandkosten beinhalten, summierten sich im Berichtszeitraum auf 55,1 Mio € (Vorjahr: 51,9 Mio €) und stiegen damit um 3,2 Mio €. Dies lag im Wesentlichen an den höheren Werbeaufwendungen von 1,7 Mio € sowie den Einmalaufwendungen für die Neuordnung unseres Vertriebs in Höhe von 2,0 Mio €. Diesem Anstieg standen diverse Kosteneinsparungsmaßnahmen gegenüber.

Verwaltungskosten

Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum fielen unsere Verwaltungskosten auf 11,8 Mio € (Vorjahr: 13,0 Mio €). Neben den Personalaufwendungen und Dienstleistungen enthalten die Verwaltungskosten auch die Aufwendungen zur Unterstützung unserer Finanz- und Verwaltungsfunktionen. Der Rückgang um 1,2 Mio € resultierte aus niedrigeren variablen Vorstandsvergütungen und Kosteneinsparungsmaßnahmen.

Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge stiegen gegenüber dem Vorjahr um 1,1 Mio € auf 1,9 Mio € (Vorjahr: 0,8 Mio €). Sie beinhalteten den Ertrag aus der Veräußerung eines nicht betriebsnotwendigen Grundstücks in Höhe von 1,1 Mio €.

Fremdwährungsergebnis

Das Fremdwährungsergebnis des Leifheit-Konzerns fiel in den ersten neun Monaten des Jahres 2017 auf –1,6 Mio € (Vorjahr: –1,2 Mio €). Es enthielt Aufwendungen aus Änderungen der Zeitwerte von Devisentermingeschäften im Umfang von –1,5 Mio € (Vorjahr: –1,7 Mio €), Erträge aus Fremdwährungsbewertungen in Höhe von 0,3 Mio € (Vorjahr: Aufwendungen von –0,2 Mio €) sowie realisierte Kursverluste von –0,4 Mio € (Vorjahr: Erträge von 0,7 Mio €).

Zins- und Finanzergebnis

Das Zins- und Finanzergebnis lag im Berichtszeitraum bei –0,8 Mio € (Vorjahr: –1,1 Mio €). Es enthielt hauptsächlich Zinsaufwendungen aus der Aufzinsung von Pensionsverpflichtungen.

Steuern

Die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag beliefen sich in den ersten drei Quartalen auf 3,1 Mio € (Vorjahr: 4,4 Mio €). Die Steuerquote lag damit bei 29,5 Prozent (Vorjahr: 29,9 Prozent). Sie setzt die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sowie das Ergebnis vor Ertragsteuern ins Verhältnis.

Segmentergebnisse

Im Markengeschäft erreichten wir in den ersten neun Monaten 2017 ein EBIT in Höhe von 9,0 Mio € (Vorjahr: 12,9 Mio €). Aufgrund von erhöhten Erlösschmälerungen, gestiegenen Einkaufspreisen sowie Kunden- und Produktmixeffekten fiel die Bruttomarge von 49,9 Prozent im Vorjahr um 1,0 Prozentpunkte auf 48,9 Prozent. Der Deckungsbeitrag betrug 60,4 Mio € (Vorjahr: 63,3 Mio €). Dieser Rückgang ergab sich im Wesentlichen aus den Einmalaufwendungen für die Neuordnung des Vertriebs in Höhe von 2,0 Mio €, fehlenden Deckungsbeiträgen aus den niedrigeren Umsatzerlösen und dem Rückgang der Bruttomarge. Der Deckungsbeitrag definiert sich als Bruttoergebnis abzüglich Provisionen und Ausgangsfrachten. Neben den bereits genannten Effekten trugen auch erhöhte Werbekosten zum Rückgang des EBIT im Markengeschäft bei.

Das Volumengeschäft erreichte ein EBIT von 2,3 Mio € (Vorjahr: 2,8 Mio €). Die Bruttomarge fiel von 33,8 Prozent im Vergleichszeitraum des Vorjahres auf 31,6 Prozent im Berichtszeitraum. Höhere Einkaufspreise und Kundenmixeffekte trugen hierzu bei. Der Deckungsbeitrag lag, auch wegen der niedrigeren Umsatzerlöse, mit 7,8 Mio € um 0,8 Mio € unter dem Vorjahresniveau von 8,6 Mio €.

Entwicklung der Finanzlage

Kapitalstruktur

Zum 30. September 2017 stieg der Verschuldungsgrad des Leifheit-Konzerns im Vergleich zum 31. Dezember 2016 um 0,8 Prozentpunkte auf 57,1 Prozent. Wesentliche Ursache war die im Mai ausgezahlte Dividende. Dadurch fiel das Eigenkapital mit 10,1 Mio € stärker als die Verpflichtungen, die nur um 9,0 Mio € abnahmen.

Zum Stichtag bestanden Verbindlichkeiten hauptsächlich aus Pensionsverpflichtungen in Höhe von 68,1 Mio €, aus Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Verbindlichkeiten im Umfang von 45,8 Mio € sowie aus sonstigen Rückstellungen von 8,4 Mio €. Wie in den Vorjahren hatte Leifheit keine Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten.

Die Eigenkapitalquote, also der Anteil des Eigenkapitals an der Bilanzsumme, erreichte 42,9 Prozent (31. Dezember 2016: 43,7 Prozent).

Analyse der Konzernliquidität

Die Konzernliquidität fiel in den ersten neun Monaten des laufenden Jahres um 17,0 Mio € und summierte sich zum 30. September 2017 auf 52,5 Mio € (31. Dezember 2016: 69,5 Mio €). Leifheit verfügte zum 30. September 2017 über Guthaben bei Kreditinstituten in Höhe von 33,5 Mio € (31. Dezember 2016: 45,5 Mio €). Sie umfassten Sichteinlagen und kurzfristige Festgelder in Fremdwährungen. Die finanziellen Vermögenswerte beinhalteten Anleihefonds im Wert von 19,0 Mio € (31. Dezember 2016: 24,0 Mio €).

Der Rückgang der Konzernliquidität im Vergleich zum 31. Dezember 2016 resultierte vor allem aus der Auszahlung der Dividende einschließlich der Sonderdividende im Umfang von insgesamt 13,8 Mio €, der Auszahlung von langfristigen variablen Vorstandsvergütungen von 6,2 Mio € sowie einem Anstieg des Working Capital um 8,9 Mio €.

Analyse der Konzernkapitalflussrechnung

Der Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit lag im Berichtszeitraum bei 0,1 Mio € (Vorjahr: 13,8 Mio €) und damit um 13,7 Mio € unter dem Vorjahresniveau. Dies resultierte im Wesentlichen aus der Auszahlung von langfristigen variablen Vorstandsvergütungen (6,2 Mio €) sowie dem Anstieg des Working Capital um 8,9 Mio €.

Der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit betrug 3,3 Mio € (Vorjahr: 5,0 Mio €). Unsere Investitionen stiegen um 0,2 Mio € auf 5,4 Mio € (Vorjahr: 5,2 Mio €). Diesem Anstieg standen die Erlöse aus dem Verkauf eines nicht betriebsnotwendigen Grundstücks in Höhe von 2,0 Mio € gegenüber.

Der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit erreichte 8,8 Mio € (Vorjahr: 13,1 Mio €). Neben der Auszahlung der Dividende in Höhe von 13,8 Mio € (Vorjahr: 13,1 Mio €) enthielt er Einzahlungen aus der Veräußerung einer Namensschuldverschreibung und eines Anleihefonds im Umfang von insgesamt 5,0 Mio € (Vorjahr: 0,0 Mio €).

Free Cashflow

In den ersten neun Monaten des Jahres 2017 belief sich der Free Cashflow auf –3,2 Mio € (Vorjahr: 8,8 Mio €). Diese Kennzahl gibt an, wie viel Liquidität für die Rückführung von Fremdfinanzierungen oder für die Ausschüttung von Dividenden an die Aktionäre verbleibt. Der Free Cashflow ist die Summe aus dem Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit und dem Cashflow aus Investitionstätigkeit, bereinigt um Ein- und Auszahlungen aus Veräußerungen von Unternehmensbereichen.

Entwicklung der Vermögenslage

Bilanzstruktur zum 30. September 2017

Im Vergleich zum 31. Dezember 2016 fiel die Bilanzsumme des Leifheit-Konzerns um 19,2 Mio € von 239,4 Mio € auf 220,2 Mio €.

Die kurzfristigen Vermögenswerte lagen zum Stichtag 30. September 2017 mit 153,8 Mio € um 16,8 Mio € unter dem Wert zum Ende des Vorjahres (31. Dezember 2016: 170,6 Mio €). Dabei fiel die Liquidität um 17,0 Mio €. Die Forderungen stiegen dagegen um 3,4 Mio € auf 52,1 Mio €, die Vorräte um 4,1 Mio € auf 46,4 Mio € und die Forderungen aus Ertragsteuern um 0,9 Mio € auf 1,5 Mio €. Dem standen ein Rückgang der kurzfristigen derivativen Vermögenswerte um 5,9 Mio € und ein Rückgang der Umsatzsteuerforderungen um 2,2 Mio € gegenüber.

Unsere langfristigen Vermögenswerte lagen Ende September mit 66,5 Mio € um 2,4 Mio € unter dem Niveau vom Ende des Vorjahres. Der Rückgang betraf hauptsächlich die langfristigen derivativen Finanzinstrumente, die um 1,9 Mio € abnahmen.

Die Zeitwerte aller aktiven und passiven derivativen Finanzinstrumente fielen in den ersten neun Monaten des laufenden Jahres um 9,5 Mio € auf –1,2 Mio €. Hintergründe waren die Realisation der für die ersten neun Monate abgeschlossenen Devisentermingeschäfte sowie der gegenüber dem 31. Dezember 2016 deutlich stärkere US-Dollar bzw. HK-Dollar am 30. September 2017.

Die kurzfristigen Schulden fielen zum Stichtag gegenüber dem Vorjahresende um 4,1 Mio € auf 53,9 Mio €. Für den Rückgang war im Wesentlichen die Auszahlung einer langfristigen variablen Vorstandsvergütung im Umfang von 4,0 Mio € verantwortlich.

Die langfristigen Schulden fielen um 4,9 Mio € auf 71,9 Mio €. Wesentliche Ursachen waren der Rückgang der Pensionsverpflichtungen um 2,1 Mio € wegen des gestiegenen Rechnungszinses, der Rückgang der passiven latenten Steuern um 2,1 Mio € aufgrund des Rückgangs der aktiven derivativen Finanzinstrumente sowie der Rückgang der sonstigen Rückstellungen (sie enthielten die Auszahlung einer langfristigen variablen Vorstandsvergütung in Höhe von 2,2 Mio €).

Im Vergleich zum 31. Dezember 2016 sank das Eigenkapital zum 30. September 2017 um 10,1 Mio € auf 94,5 Mio €. Dies ergab sich aus dem positiven Periodenergebnis von 7,4 Mio €, dem negativen sonstigen Ergebnis von 3,8 Mio € sowie der Auszahlung von Dividende und Sonderdividende im Umfang von 13,8 Mio €.

Investitionen

In den ersten neun Monaten des Jahres 2017 wurden insgesamt 5,4 Mio € (Vorjahr: 5,2 Mio €) investiert. Die Investitionen betrafen im Wesentlichen Werkzeuge für Neuprodukte, Maschinen, Rationalisierungsinvestitionen für Produktionsanlagen sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung. Im zweiten und dritten Quartal wurden nicht betriebsnotwendige Grundstücke aus dem ehemaligen Badbereich veräußert. Damit wurden Erlöse von 2,0 Mio € erzielt. Darüber hinaus wurde im Berichtszeitraum kein wesentliches Anlagevermögen veräußert.

Die Investitionsquote – die Zugänge zum Anlagevermögen bezogen auf die historischen Anschaffungs- und Herstellungskosten – belief sich auf 3,1 Prozent. Im Markengeschäft investierten wir 4,4 Mio €, im Volumengeschäft 1,0 Mio €. Den Investitionen standen Abschreibungen in Höhe von 4,8 Mio € (Vorjahr: 4,4 Mio €) gegenüber.

Prognose der voraussichtlichen Entwicklung

Wirtschaft bleibt auf Wachstumskurs

Nach der jüngsten Prognose des Internationalen Währungsfonds (IWF) befinden sich die fortgeschrittenen Volkswirtschaften weiterhin im Aufschwung. Für das laufende Jahr prognostiziert der IWF ein Wachstum von 3,6 Prozent – statt 3,4 Prozent zu Jahresanfang. Anhaltender Konsum, positive Zukunftserwartungen der Unternehmen und vorteilhafte Finanzierungsbedingungen fördern das derzeitige Wachstum. Als mögliche Risiken benennt der IWF politische Unsicherheiten und zunehmende Spannungen in wichtigen Regionen. Für die USA nahm der IWF seine Wachstumsprognose für das laufende Jahr auf 2,2 Prozent (–0,1 Prozentpunkte) zurück. In China wird für das Jahr 2017 nun ein Plus von 6,8 Prozent (zuvor 6,5 Prozent) erwartet. In Russland wird ein Wachstum von 1,8 Prozent (zuvor 1,1 Prozent) prognostiziert.

Im Euroraum beschleunigte sich das Wachstum im Lauf des Jahres. Das ifo Institut in München, das Istat in Rom und die Konjunkturforschungsstelle KOF in Zürich erwarten in ihrem Ausblick vom September, dass sich der Aufschwung mit gleichem Tempo fortsetzen wird. Für das Jahr 2017 prognostizieren sie ein Wirtschaftswachstum (kalenderbereinigt) von 2,3 Prozent im Euroraum – eine deutliche Erhöhung gegenüber ihrer Aprilprognose. Die verbesserte Lage auf dem Arbeitsmarkt und steigende Einkommen dürften das Konsumwachstum weiter fördern. Die Aufwertung des Euro dürfte dagegen die Exportnachfrage dämpfen. Die Europäische Kommission rechnet in ihrer

Frühjahrsprognose für das laufende Jahr mit einem Wachstum von 1,7 Prozent im Euroraum bzw. 1,9 Prozent in der gesamten Union.

Die aktuelle Gemeinschaftsdiagnose der deutschen Wirtschaftsforschungsinstitute rechnet mit einem Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von 1,9 Prozent in diesem Jahr – der höchste Wert seit dem Jahr 2010. Im Frühjahr wurde noch eine Wachstumsrate von 1,5 Prozent prognostiziert. Die Institute rechnen damit, dass die privaten Konsumausgaben bei zunehmender Abgabenbelastung und Inflation weniger stark steigen werden.

Konsumlaune der Verbraucher stabilisiert sich

Für den Oktober prognostiziert der Konsumklimaindikator der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) für Deutschland einen Rückgang um 0,1 Zähler auf 10,8 Punkte. Die Konsumlaune der deutschen Verbraucher stabilisiert sich damit auf einem hohen Niveau. In Verbindung mit der guten Arbeitsmarktlage und deutlichen Einkommenszuwächsen erwartet die GfK weiter, dass die privaten Konsumausgaben in Deutschland im laufenden Jahr real um 1,5 Prozent steigen werden. Der von der Europäischen Kommission ermittelte Consumer Confidence Indicator setzte seinen Aufwärtstrend im September fort – um 0,3 Punkte in der Eurozone bzw. 0,8 Punkte in der gesamten Europäischen Union.

Geschäftsklima auf hohem Niveau

Der ifo Geschäftsklimaindex für die gewerbliche Wirtschaft in Deutschland gab nach einem mehrere Monate anhaltenden Anstieg im September leicht nach. Der Index fiel von 115,9 auf 115,2 Punkte. Absolut gesehen bewegt sich das Geschäftsklima in Deutschland weiter auf einem seit vielen Jahren unerreichten Niveau. Der Business Climate Indicator der Europäischen Kommission für den Euroraum stieg im September weiter auf 1,34 Punkte – ein seit April 2011 nicht mehr erreichtes Niveau.

US-Dollar wertete gegenüber dem Euro ab

In den ersten neun Monaten verlor der US-Dollar deutlich an Wert. Im Januar hatte der durchschnittliche Wechselkurs bei 1,06 US-Dollar je Euro gelegen. Am 29. September war ein Euro 1,18 US-Dollar wert. Nach mehreren Zinserhöhungen in den USA war ursprünglich wegen der zunehmenden Zinsdifferenz zum Euro mit einer Aufwertung des US-Dollars gerechnet worden – unterstützt durch die Ankündigung von handelspolitischen Maßnahmen. Zum Jahresende 2016 hatte der Durchschnitt der Wechselkursprognosen für den Jahreswechsel 2017/2018 bei 1,05 US-Dollar je Euro gelegen. Aktuell liegen die Prognosen für den Wechselkurs zum 31. Dezember 2017 bei 1,13 US-Dollar je Euro, obwohl noch in diesem Jahr ein weiterer Zinsschritt der amerikanischen Zentralbank erwartet wird.

Umsatz- und Ergebnisprognose für das laufende Geschäftsjahr

Bei unserer Umsatz- und Ergebnisprognose für das laufende Geschäftsjahr gingen wir von mehreren Voraussetzungen aus: Das Wirtschaftswachstum in unseren wichtigsten Absatzmärkten setzt sich mit Wachstumsraten ähnlich dem Vorjahr fort, und der private Konsum bleibt unverändert Treiber des Wachstums. Aktuelle Prognosen stützen diese von uns erwarteten Rahmenbedingungen unverändert. Die Risikofaktoren veränderten sich ebenfalls nicht wesentlich. Dazu zählen wirtschaftspolitische Maßnahmen der neuen amerikanischen Regierung, ein Anziehen der Inflation im Euroraum, geopolitische Spannungen und Konflikte sowie die Wechselkursentwicklung des US-Dollars.

Die zu erwartende Entwicklung des Dollarkurses im weiteren Verlauf des Jahres war von Bedeutung für unsere Ergebnisprognose, da sie das Fremdwährungsergebnis beeinflusst. Anfang des Jahres waren wir davon ausgegangen, dass der US-Dollar gegenüber dem Euro weitgehend stabil bleibt oder leicht aufwertet. Tatsächlich wertete der US-Dollar jedoch ab, was zu negativen Fremdwährungseffekten führte. Gleichzeitig machten die Geschäftsentwicklung im bisherigen Verlauf des Jahres und die Planungen für die restlichen Monate eine Anpassung der Umsatzprognose erforderlich. Auf dieser Basis haben wir Mitte September eine angepasste Prognose für das Geschäftsjahr 2017 veröffentlicht.

Vor dem Hintergrund des weiteren Geschäftsverlaufs im September und Oktober und der aktualisierten Planung für die restlichen Wochen des Jahres rechnen wir heute mit einem Konzernumsatz auf dem Niveau des Vorjahres. Im September waren wir von einem Wachstum leicht unter unserer bisherigen Prognose von 3,5 bis 4,5 Prozent ausgegangen. Im Markengeschäft rechnen wir nun mit einem leichten Wachstum. In dem deutlich kleineren und volatilen Volumengeschäft gehen wir nun von einem Umsatz unter dem Vorjahreswert aus.

Unter Berücksichtigung von Einmalaufwendungen für die Neuordnung des Vertriebs im Markengeschäft planten wir zu Beginn des Geschäftsjahres mit einem Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT) auf dem Niveau des Jahres 2016 (22,1 Mio €). Im Rahmen der Anpassung unserer Prognose gingen wir Mitte September von einem um 1 bis 2,5 Mio € reduzierten EBIT aus. Auf Basis der aktuellen Umsatzprognose und der negativen Währungseffekte rechnen wir nun mit einem gegenüber der ursprünglichen Planung um 2 bis 3 Mio € reduzierten EBIT.

Der ausführliche Prognosebericht für das laufende Geschäftsjahr findet sich im zuletzt veröffentlichten Jahresfinanzbericht des Leifheit-Konzerns für das Geschäftsjahr 2016. Für Erläuterungen zur strategischen Ausrichtung des Unternehmens sowie zu Chancen und Risiken verweisen wir ebenfalls auf diesen Bericht. Er steht auf unserer Homepage unter finanzberichte.leifheit-group.com zur Verfügung.

Gewinn- und Verlustrechnung sowie Gesamtergebnisrechnung

T €	1. Juli bis 30. Sept. 2016	1. Juli bis 30. Sept. 2017	1. Jan. bis 30. Sept. 2016	1. Jan. bis 30. Sept. 2017
Umsatzerlöse	58.390	56.640	179.498	177.525
Kosten der Umsatzerlöse	-31.136	-31.572	-94.641	-95.498
Bruttoergebnis	27.254	25.068	84.857	82.027
Forschungs- und Entwicklungskosten	-1.429	-1.254	-3.707	-3.890
Vertriebskosten	-16.207	-16.358	-51.921	-55.141
Verwaltungskosten	-3.909	-2.944	-12.950	-11.821
Sonstige betriebliche Erträge	176	478	829	1.895
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-85	102	-206	-135
Fremdwährungsergebnis	-225	-497	-1.179	-1.586
Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT)	5.575	4.595	15.723	11.349
Zinserträge	25	29	69	60
Zinsaufwendungen	-391	-303	-1.176	-922
Sonstiges Finanzergebnis	-3	-	-6	22
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	5.206	4.321	14.610	10.509
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-1.556	-1.275	-4.368	-3.100
Periodenergebnis	3.650	3.046	10.242	7.409
Beiträge, die nicht in künftigen Perioden in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden				
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen	-1.542	5	-9.869	1.678
Ertragsteuer aus versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen	449	-	2.872	-487
Beiträge, die gegebenenfalls in künftigen Perioden in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden				
Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	14	1	-47	136
Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	48	139	4	640
Ertragsteuer aus Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	-14	-40	-1	-186
Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	-1.573	-2.146	-4.487	-7.916
Ertragsteuer aus der Absicherung von Cashflows	466	634	1.320	2.343
Nettoergebnis aus zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten	-	10	-	39
Ertragsteuer aus zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten	-	-3	-	-11
Sonstiges Ergebnis	-2.152	-1.400	-10.208	-3.764
Gesamtergebnis nach Steuern	1.498	1.646	34	3.645
Ergebnis je Aktie auf Grundlage Periodenergebnis (unverwässert und verwässert) ¹	0,38 €	0,32 €	1,08 €	0,78 €

¹ Bezogen auf 10 Mio Stückaktien.

Bilanz

T €	31. Dez. 2016	30. Sept. 2017
Kurzfristige Vermögenswerte		
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	45.507	33.452
Finanzielle Vermögenswerte	23.994	19.038
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	48.703	52.086
Vorräte	42.294	46.379
Forderungen aus Ertragsteuern	525	1.471
Derivative Finanzinstrumente	6.405	550
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	3.138	812
Summe kurzfristige Vermögenswerte	170.566	153.788
Langfristige Vermögenswerte		
Sachanlagevermögen	36.911	36.992
Immaterielle Vermögenswerte	19.261	19.252
Latente Steueransprüche	10.616	10.029
Forderungen aus Ertragsteuern	–	–
Derivative Finanzinstrumente	1.914	34
Sonstige langfristige Vermögenswerte	148	154
Summe langfristige Vermögenswerte	68.850	66.461
Summe Vermögenswerte	239.416	220.249
Kurzfristige Schulden		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	51.166	45.755
Derivative Finanzinstrumente	–	1.122
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	299	603
Sonstige Rückstellungen	6.544	6.397
Summe kurzfristige Schulden	58.009	53.877
Langfristige Schulden		
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	70.218	68.134
Sonstige Rückstellungen	3.434	2.026
Latente Steuerschulden	3.132	1.076
Derivative Finanzinstrumente	7	663
Sonstige langfristige Schulden	–	–
Summe langfristige Schulden	76.791	71.899
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	15.000	30.000
Kapitalrücklage	17.026	17.026
Eigene Anteile	–7.445	–7.445
Gewinnrücklagen	91.991	70.612
Sonstige Rücklagen	–11.956	–15.720
Summe Eigenkapital	104.616	94.473
Summe Eigenkapital und Schulden	239.416	220.249

Kapitalflussrechnung

T €	1. Jan. bis 30. Sept. 2016	1. Jan. bis 30. Sept. 2017
Periodenergebnis	10.242	7.409
Berichtigungen für Abschreibungen	4.430	4.840
Veränderung der Rückstellungen	-64	-1.965
Ergebnis aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	-25	-1.061
Veränderung der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	549	-6.666
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-2.656	-4.353
Sonstige zahlungsunwirksame Erträge	1.298	1.866
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	13.774	70
Erwerb von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	-5.241	-5.368
Erlöse aus der Veräußerung von Sachanlagen und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	220	2.086
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-5.021	-3.282
Gezahlte Dividende an die Aktionäre der Muttergesellschaft	-13.071	-13.788
Veränderung der finanziellen Vermögenswerte	-	4.956
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-13.071	-8.832
Veränderung von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	-4.318	-12.044
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestands	-39	-11
Finanzmittelbestand am Anfang der Berichtsperiode	64.200	45.507
Finanzmittelbestand am Ende der Berichtsperiode	59.843	33.452

Segmentberichterstattung

Kennzahlen nach Unternehmensbereichen zum 30. September 2017		Marken- geschäft	Volumen- geschäft	Summe
Umsatzerlöse	Mio €	149,6	27,9	177,5
Bruttomarge	%	48,9	31,6	46,2
Deckungsbeitrag	Mio €	60,4	7,8	68,2
Segmentergebnis (EBIT)	Mio €	9,0	2,3	11,3
Abschreibungen	Mio €	4,1	0,7	4,8

Kennzahlen nach Unternehmensbereichen zum 30. September 2016		Marken- geschäft	Volumen- geschäft	Summe
Umsatzerlöse	Mio €	150,4	29,1	179,5
Bruttomarge	%	49,9	33,8	47,3
Deckungsbeitrag	Mio €	63,3	8,6	71,9
Segmentergebnis (EBIT)	Mio €	12,9	2,8	15,7
Abschreibungen	Mio €	3,7	0,7	4,4

Informationen über die Segmente und deren Steuerung sind dem Jahresfinanzbericht 2016 zu entnehmen.

Ergänzende Informationen

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

Die von Leifheit angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden entsprechen, mit Ausnahme eventuell erstmals anzuwendender Rechnungslegungsvorschriften, denen des letzten veröffentlichten Konzernabschlusses zum Ende des vergangenen Geschäftsjahres. Eine detaillierte Beschreibung findet sich im Anhang des Jahresfinanzberichts 2016 des Leifheit-Konzerns.

Er steht unter finanzberichte.leifheit-group.com auf unserer Homepage zur Verfügung.

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

Disclaimer

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.

Finanzkalender

27. – 29. NOVEMBER 2017

INVESTOREN- UND ANALYSTENPRÄSENTATION

Deutsches Eigenkapitalforum, Frankfurt am Main



27. MÄRZ 2018

JAHRESFINANZBERICHTE 2017



15. MAI 2018

QUARTALSMITTEILUNG

zum 31. März 2018



30. MAI 2018

HAUPTVERSAMMLUNG

Deutsche Nationalbibliothek, Frankfurt am Main



14. AUGUST 2018

HALBJAHRESFINANZBERICHT

zum 30. Juni 2018



14. NOVEMBER 2018

QUARTALSMITTEILUNG

zum 30. September 2018

Kontakte

Leifheit AG
Postfach 11 65
56371 Nassau/Lahn

Investor Relations:
Telefon: +49 2604 977-218
Telefax: +49 2604 977-340

Leifheit im Internet:
www.leifheit-group.com
E-Mail: ir@leifheit.com



Aktiengesellschaft

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