

**HV-Bericht**

# **LEIFHEIT AG**

**WKN 646450 ISIN DE0006464506**

am 26.05.2011 in Nassau

***Markengeschäft legt kräftig zu***

## Tagesordnung

1. Bericht über das Geschäftsjahr 2010
2. Verwendung des Bilanzgewinns  
(Vorschlag: 1,00 Euro Dividende plus 2,00 € Sonderdividende  
je dividendenberechtigter Stückaktie)
3. Entlastung des Vorstands für das Geschäftsjahr 2010
4. Entlastung des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2010
5. Beschlussfassung gemäß §§ 286 Abs. 5, 314 Abs. 2 Satz 2,  
315a Abs. 1 HGB zur Befreiung von der Verpflichtung zur  
individualisierten Offenlegung der Vorstandsvergütung
6. Beschlussfassung über die Schaffung eines genehmigten Kapitals  
und einer entsprechenden Satzungsänderung
7. Wahl des Abschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2011  
(Vorschlag: Ernst & Young GmbH, Eschborn/Frankfurt)

## HV-Bericht LEIFHEIT AG

Am 26. Mai 2011 fand in Nassau/Lahn die 27. ordentliche Hauptversammlung der LEIFHEIT AG statt. Rund 200 Aktionäre und Gäste, unter ihnen auch Thorsten Renner für GSC Research, hatten sich im Kunden- und Verwaltungszentrum des Unternehmens eingefunden, um sich nach dem Verkauf des Badbereichs über die weiteren Zukunftsaussichten der Gesellschaft zu informieren. Der Aufsichtsratsvorsitzende Helmut Zahn eröffnete die Hauptversammlung und übergab nach dem Verlesen der üblichen Formalien das Wort an den Vorstandsvorsitzenden Georg Thaller.

### Bericht des Vorstands

Nach den Worten von Herrn Thaller hat LEIFHEIT das vergangene Jahr erfolgreich abgeschlossen. Als er seine Vorstandstätigkeit vor rund 18 Monaten aufgenommen hat, stand das Unternehmen im Umbruch. Dabei sei es unter dem Motto „Fokus - Innovation - Geschwindigkeit“ um zwei bedeutsame strategische Schritte gegangen, erklärte der Vorstandsvorsitzende. Mit dem Restrukturierungsprogramm „Fit für die Zukunft“ sollte die Effizienz gesteigert werden, und darüber hinaus stand die Fokussierung auf Kernkompetenzen auf der Agenda. So hat sich LEIFHEIT vom Leiterngeschäft und vom Badbereich getrennt, auf der anderen Seite wurde die Beteiligung an der französischen Tochtergesellschaft Herby Industrie S.A., der Nr. 1 im französischen Wäschetrocknermarkt, auf 100 Prozent aufgestockt. Aktuell konzentriert man sich bei der Gesellschaft laut Herrn Thaller auf den Ausbau des Geschäfts im Bereich Haushaltswaren.

Trotz der Abgabe des Badbereichs konnte nach Aussage des Vorstandsvorsitzenden im vergangenen Jahr das Ergebnis verbessert werden. Damit wurden bei LEIFHEIT die Voraussetzungen geschaffen, um in einem dritten Schritt ein nachhaltiges Wachstum von 3 bis 5 Prozent jährlich zu erzielen. Wie Herr Thaller mitteilte, soll das Ergebnis gleichzeitig überproportional gesteigert werden. Diese Strategie steht unter dem Motto „LEIFHEIT Growing (by) Opportunities“ und stützt sich auf die Markenstrategie und die internationale Vertriebsstrategie.

In einer umfassenden Studie habe man bei LEIFHEIT festgestellt, welche Anforderungen die Verbraucher an die Produkte haben, informierte der Vorstandsvorsitzende. An diesen Bedürfnissen orientiert sich die Markenstrategie, wobei der Kunde in den Mittelpunkt rückt. Die Produkte sollen einen Mehrwert bieten und die Arbeit vereinfachen. Auch im Bereich Soehnle wurde die Markenstrategie überarbeitet. Seit dem letzten Jahr bietet die Gesellschaft neben Waagen auch Relaxprodukte an, um vom wachsenden Wellnessmarkt zu profitieren.

Als zweiten Pfeiler nannte Herr Thaller die international ausgerichtete Vertriebsstrategie. Dabei wurden die Länder entsprechend den Wachstums- und Gewinnpotenzialen in verschiedene Kategorien eingeteilt. Zu den Fokus 1-Ländern zählen Deutschland, Österreich, Schweiz, Frankreich, Spanien, Italien, Polen und Benelux sowie die Metropolen in Russland. Unter die Fokus 2-Länder fallen Skandinavien, Tschechien, Slowakei, Ungarn, USA und die Großstädte in China. Entsprechend musste auch die Organisation hin zu einem strategiegetriebenen Kunden- und Markenmanagement geformt werden, wie der Vorstandsvorsitzende erklärte. Zunächst soll das Wachstum organisch erzielt werden, Zukäufe wollte Herr Thaller aber auch nicht ausschließen. Angesichts der soliden Finanzierung von LEIFHEIT kann diese Wachstumsstrategie auch problemlos umgesetzt werden.

Im vergangenen Jahr steigerte die Gesellschaft ihren Umsatz von 207 auf 211 Mio. Euro. Das EBIT stieg ohne den Badbereich deutlich auf 8,8 Mio. Euro, wovon 6,0 Mio. Euro auf das Volumengeschäft und 2,8 Mio. Euro auf das Markengeschäft entfielen. Herr Thaller war zwar mit dem Ergebnis im Markengeschäft noch nicht zufrieden, allerdings gab er auch zu bedenken, dass dieses Segment das EBIT um 5,3 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr verbessert hat. Beim Vorsteuerergebnis verzeichnete LEIFHEIT einen Anstieg von 1,1 auf 6,0 Mio. Euro. Angesichts der positiven Entwicklung wurde eine Dividendenerhöhung von 0,60 Euro auf 1,00 Euro je Aktie vorgeschlagen. Zudem soll eine Sonderdividende von 2,00 Euro nach 2,40 Euro je Aktie im Vorjahr gezahlt werden. Selbst nach dieser Ausschüttung verfügt das Unternehmen laut Herrn Thaller noch über liquide Mittel von rund 20 Mio. Euro.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr steigerte LEIFHEIT den Umsatz um 2 Prozent auf 211 Mio. Euro, wovon 58 Prozent auf das Ausland entfielen. Nach Aussage von Herrn Thaller waren aber speziell in Ost- und Südeuropa noch die Auswirkungen der allgemeinen Wirtschaftskrise spürbar. Gegen Jahresende kam es aber auch dort zu einer deutlichen Belebung. In Deutschland gelang es, den Umsatz um 3 Prozent auf 89 Mio. Euro auszuweiten.

Das Markengeschäft mit den Marken LEIFHEIT, Dr. Oetker Backgeräte und Soehnle trug mit 164 Mio. Euro oder 78 Prozent zum Umsatz bei. Im Markengeschäft fokussiert sich die Gesellschaft auf die Bereiche Reinigen, Wäschepflege, Küche sowie Waagen und Wellness. Wie Herr Thaller mitteilte, stieg der Umsatz in der Reinigungssparte um 10 Prozent auf 44 Mio. Euro. So konnte auch erstmals in Deutschland die Marktführerschaft bei den Flachwischgeräten Feucht und bei der Fensterreinigung erreicht werden.

Auch bedingt durch Aktionsgeschäfte stieg der Umsatz in der Kategorie Wäschepflege um 7 Prozent auf 68 Mio. Euro. Bei den Küchenartikeln konnte ebenfalls ein Wachstum von 7 Prozent auf 26 Mio. Euro erwirtschaftet werden. Wie der Vorstandsvorsitzende weiter ausführte, musste im Bereich Waagen ein Umsatzrückgang von 4 Prozent hingenommen werden. Damit gelang es aufgrund der negativen Marktentwicklung, die Marktführerschaft dennoch weiter auszubauen. Positiv aufgenommen wurde auch der Relaunch der Zweitmarke Exacta im niedrigeren Preissegment. Erfolgreich starteten nach den Worten von Herrn Thaller ebenfalls die Wärme- und Massageprodukte der Linie „Relax“. Hierbei konnte die ehemalige Biathletin Kati Wilhelm als Markenbotschafterin gewonnen werden.

Nach Aussage des Vorstandsvorsitzenden umfasst das Volumengeschäft Birambeau und Herby, wobei vor allem Produkte in mittleren Preislagen vorwiegend auf internationalen Märkten angeboten werden. Hinzu kommen das Projektgeschäft mit kundenspezifischen Produktentwicklungen und deren Fertigung sowie Lohnfertigung im Werk Blatná. Insgesamt verbesserte sich der Umsatz im Volumengeschäft von 45 auf 47 Mio. Euro. Davon entfielen 29 Mio. Euro auf Küchenprodukte, 13 Mio. Euro auf Wäschepflege und 4 Mio. Euro auf Lohnfertigungen. Die nicht unter dem Markennamen vertriebenen Waagen trugen laut Herrn Thaller nur einen geringen Umsatzanteil zum Gesamtgeschäft bei.

Zufrieden zeigte sich der Vorstandsvorsitzende mit der Ergebnisentwicklung. Durch weitere Effizienzsteigerungen stieg das EBIT von 8,1 auf 8,8 Mio. Euro, obwohl im Vorjahr noch der Badbereich mit einem EBIT-Anteil von 5,0 Mio. Euro enthalten war. Bezogen auf die fortgeführten Bereiche konnte LEIFHEIT somit das EBIT von 3,1 auf 8,8 Mio. Euro mehr als verdoppeln. Dabei verbesserte sich das EBIT im Markengeschäft von minus 2,5 auf plus 2,8 Mio. Euro und im Volumengeschäft von 5,6 auf 6,0 Mio. Euro.

Bei einem negativen Finanzergebnis von minus 2,8 Mio. Euro belief sich das Ergebnis vor Steuern auf 6,0 Mio. Euro. Auch durch einen Ertrag aus der Neubewertung aktivierter latenter Steuern fiel der Steuerausweis mit 0,6 Mio. Euro gering aus, so dass ein Überschuss von 5,4 Mio. Euro erzielt wurde. Inklusive des Gewinns aus dem Verkauf des Badbereichs habe LEIFHEIT ein Periodenergebnis von 16,4 Mio. Euro ausgewiesen, so Herr Thaller. Mit dem Gewinnanstieg verbesserten sich auch alle maßgeblichen Rentabilitätskennzahlen. Zum Jahresende verfügte die Gesellschaft über liquide Mittel und finanzielle Vermögenswerte in Höhe von 46,3 Mio. Euro, die laut Herrn Thaller als Grundlage bei der Finanzierung der Wachstumsziele dienen.

Im vergangenen Jahr beliefen sich die Investitionen auf 6,1 Mio. Euro. Denen standen Abschreibungen auf Sachanlagen von 5,4 Mio. Euro und immaterielle Vermögenswerte von 2,2 Mio. Euro gegenüber. Wie Herr Thaller weiter ausführte, lag die Eigenkapitalquote zum Jahresende bei 49 Prozent. Im Zusammenhang mit dem Erfolg des vergangenen Jahres bedankte sich der Vorstandsvorsitzende bei allen Mitarbeitern. Besonders stolz war er auf die Auszeichnung als „Top Arbeitgeber Deutschland 2011“, für den sich aus über 1.000 Bewerbern lediglich 101 Unternehmen qualifiziert haben.

Im Einzelabschluss erhöhten sich die Umsätze um 5,5 Prozent auf 173 Mio. Euro. Bei einem Jahresüberschuss von 16,1 Mio. Euro stieg der ausgewiesene Bilanzgewinn auf 19,3 Mio. Euro. Laut Herrn Thaller legte der Aktienkurs im Jahr 2010 um 28 Prozent auf 18 Euro zu. Seit Jahresbeginn hat sich der Kurs noch einmal um fast 50 Prozent auf über 26 Euro erhöht. Die Gesellschaft hält aktuell 257.600 eigene Aktien, was nach den Worten von Herrn Thaller einem Anteil am Grundkapital von 5,15 Prozent entspricht.

Anschließend kam der Vorstandsvorsitzende auf die Entwicklung im ersten Quartal 2011 zu sprechen. Hier erzielte LEIFHEIT einen Umsatzanstieg von rund 5 Prozent auf 59 Mio. Euro. Zur Erreichung der Ziele muss nach Meinung von Herrn Thaller die Wachstumsstrategie weiter konsequent vorangetrieben werden. So hat die Gesellschaft auf der Messe Ambiente rund 100 innovative Ideen für den Haushalt präsentiert, die sowohl beim Handel als auch bei den Verbrauchern hervorragend angekommen sind. Besonders Augenmerk soll dabei auch auf das Sortiment Soehnle Relax gelegt werden, um im Bereich Wellness weitere Marktanteile zu gewinnen.

Insgesamt soll damit im laufenden Jahr ein Umsatzwachstum von 3 bis 5 Prozent generiert werden. Auch beim Ergebnis ging Herr Thaller von einem weiteren Anstieg aus. Weiter anziehende Rohstoffpreise und

eine negative Währungsentwicklung könnten jedoch auf den Ergebnisausweis drücken. Trotzdem sollen zumindest währungsbereinigt ein Ergebniswachstum erzielt und damit der eingeschlagene Wachstumskurs untermauert werden, betonte Herr Thaller zum Ende seiner Ausführungen.

## Allgemeine Diskussion

Als erster Redner bescheinigte Erhard Braun von der Schutzgemeinschaft der Kapitalanleger (SdK) der Gesellschaft im abgelaufenen Geschäftsjahr eine überwiegend positive Entwicklung. Dabei sah er das Unternehmen finanziell stark aufgestellt, allerdings vermisste er etwas die Wachstumsperspektiven. Die Renditekennzahlen hielt er ebenfalls noch für zu gering. Herr Braun begrüßte auch die Strategie, sich als MarkenhHersteller von den Massen Anbietern abzusetzen. Allerdings verdiene die Gesellschaft das Geld im Bereich Volumen- und nicht Markengeschäft, so der Aktionärsvertreter. „LEIFHEIT ist und bleibt ein Markenartikler“, stellte Herr Thaller klar. Auch er war mit dem Ergebnis im Bereich Markengeschäft noch nicht zufrieden, mit einer Verbesserung des Ergebnisses im letzten Jahr um über 5 Mio. Euro sah er die Gesellschaft hier aber auf einem sehr guten Weg.

Anschließend bat Herr Braun um Angabe, welcher Umsatzanteil auf neue oder weiterentwickelte Produkte entfällt. Artikel gelten nach Auskunft von Herrn Thaller als Neuprodukte bis drei Jahre nach der Markteinführung. Mit diesen Produkten wurde im vergangenen Jahr ein Umsatzanteil von 30,2 Prozent erwirtschaftet. Der SdK-Sprecher vermisste im Produktsortiment Artikel für Senioren. Hierauf erklärte der Vorstandsvorsitzende, bei LEIFHEIT habe man sich zum Ziel gesetzt, die Produkte so einfach wie möglich zu gestalten, was für Senioren, aber auch für die Jugend wichtig sei. LEIFHEIT werde aber ganz sicher nicht explizite Seniorenprodukte auf den Markt bringen, betonte Herr Thaller.

Nicht ganz nachvollziehen konnte Herr Braun die Ländereinteilung in verschiedene Kategorien. Da Herr Thaller vor der eigenen Haustür noch ein großes Potenzial sieht, wurde die Erschließung weiterer Länder mit Prioritäten versehen. Wichtig war dabei, was in den einzelnen Ländern für das Thema Haushalt ausgegeben wird und wie sich der Zugang zum Handel darstellt. Länder mit großen Chancen wurden dabei mit Fokus 1 versehen.

Befragt nach möglichen Übernahmen erklärte der Finanzvorstand Dr. Claus-Otto Zacharias, LEIFHEIT unterliege hierbei keinerlei Beschränkungen. Jedoch werde nur das umgesetzt, was auch wirtschaftlich sinnvoll ist. Im Rahmen der Strategie gibt es strenge Anforderungen an mögliche Kandidaten, so dass wohl auch im laufenden Jahr mit keiner Akquisition zu rechnen ist. Allerdings ist geplant, in Fertigungskapazitäten zu investieren.

Nähere Auskünfte verlangte Herr Braun dann zu den jetzt im ersten Quartal angefallenen Währungsverlusten. Nach Auskunft von Dr. Zacharias wurde der US-Dollar im letzten Jahr komplett für das Jahr 2011 abgesichert. Angesichts der jetzigen Kursentwicklung mussten im ersten Quartal Verluste ausgewiesen werden. Im Gesamtjahr werden sich diese Effekte aber wieder komplett aufheben.

Im weiteren Verlauf interessierte Herrn Mühlrel, ob auch Praktikanten bei LEIFHEIT eingestellt werden und aus welcher Region die Auszubildenden stammen. Genau aufschlüsseln konnte Dr. Zacharias die Herkunft der Auszubildenden nicht, allerdings stammten sie sämtlich aus der Region. Wie er weiter mitteilte, beschäftigt LEIFHEIT rund 50 Praktikanten, die auch tatsächlich nur für temporäre Arbeiten und Aufgaben eingesetzt werden. Der Aktionär bat dann noch um Information, ob auch Arbeitslose eingestellt werden. LEIFHEIT stelle nach Qualifikation ein und nicht danach, ob der Bewerber arbeitslos war oder nicht, stellte Dr. Zacharias fest.

## Abstimmungen

Nach dem Ende der Aussprache gab Herr Zahn die Präsenz auf der Hauptversammlung bekannt. Vom Grundkapital der Gesellschaft in Höhe von 15 Mio. Euro, eingeteilt in 5 Millionen Aktien, waren demnach 3.411.133 Aktien entsprechend 68,22 Prozent vertreten. Die Beschlüsse wurden alle bei wenigen Gegenstimmen im Sinne der Verwaltung gefasst.

Im Einzelnen abgestimmt wurde über die Verwendung des Bilanzgewinns zur Ausschüttung einer Dividende von 1 Euro zuzüglich einer Sonderdividende von 2 Euro je Aktie (TOP 2), die Entlastung von Vorstand (TOP 3) und Aufsichtsrat (TOP 4), die Befreiung von der Verpflichtung zur individualisierten Offenlegung der Vorstands-

vergütung (TOP 5), die Schaffung eines genehmigten Kapitals (TOP 6) sowie über die Wahl der Ernst & Young GmbH zum Abschlussprüfer und Konzernabschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2011 (TOP 7).

## **Fazit und eigene Meinung**

Die LEIFHEIT AG hat sich im vergangenen Geschäftsjahr nach dem Verkauf des Badbereichs hervorragend entwickelt. Bei einem leichten Umsatzanstieg konnte das operative Ergebnis mehr als verdoppelt werden. Zudem vereinnahmte die Gesellschaft noch einen Sonderertrag aus dem Verkauf, weshalb sich die Aktionäre neben einer auf 1,00 Euro je Aktie angehobenen Dividende auch noch über eine Sonderausschüttung in Höhe von 2,00 Euro je Aktie freuen durften.

Der Start ins Jahr 2011 verlief ebenfalls erfolgreich, immerhin konnte die Gesellschaft einen Umsatzzuwachs von 5 Prozent erzielen. Auch für das Gesamtjahr zeigte sich der Vorstand durchaus zuversichtlich, den Wachstumstrend fortsetzen zu können. Allerdings hat sich die positive Geschäftsentwicklung auch schon im Aktienkurs niedergeschlagen, der sich speziell im laufenden Jahr sehr stark präsentiert hat. Angesichts des positiven Wachstumstrends sollten Sie die Aktie aber wohl weiterhin in ihrem Depot belassen.

## **Kontaktadresse**

LEIFHEIT AG  
Leifheitstraße 1  
D-56377 Nassau/Lahn

Tel.: +49 (0) 2604 / 977 - 0  
Fax: +49 (0) 2604 / 977 - 300

E-Mail: [info@leifheit.com](mailto:info@leifheit.com)  
Internet: <http://www.leifheit.com>

## **Ansprechpartner Investor Relations**

Petra Dombrowsky

Tel.: +49 (0) 2604 / 977 - 218  
Fax: +49 (0) 2604 / 977 - 340  
E-Mail: [ir@leifheit.com](mailto:ir@leifheit.com)



GSC Research GmbH  
Pempelforter Str. 47  
D-40211 Düsseldorf

Tel.: 0211 / 17 93 74 - 0  
Fax: 0211 / 17 93 74 - 44

Email: [info@gsc-research.de](mailto:info@gsc-research.de)  
Internet: [www.gsc-research.de](http://www.gsc-research.de)