

**LEIFHEIT**



JAHRESFINANZBERICHT DER  
LEIFHEIT AKTIENGESELLSCHAFT

**2015**



# Leifheit Aktiengesellschaft, Nassau/Lahn Jahresfinanzbericht

Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2015

## A

### Jahresabschluss

- 2 Bilanz
- 3 Gewinn- und Verlustrechnung
- 4 Anhang
  - 4 Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze
  - 5 Erläuterungen zur Bilanz
  - 12 Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung
  - 14 Sonstige Angaben
  - 19 Organe der Leifheit Aktiengesellschaft

## B

### Lagebericht

- 21 Grundlagen
- 24 Wirtschaftliches Umfeld
- 26 Vermögens-, Finanz- und Ertragslage
- 34 Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren
- 41 Umwelt und Gesellschaft
- 43 Chancen- und Risikobericht
- 53 Nachtragsbericht
- 54 Prognosebericht
- 57 Rechtliche Angaben

## C

### Weitere Informationen

- 61 Versicherung der gesetzlichen Vertreter zum Jahresabschluss und Lagebericht der Leifheit Aktiengesellschaft
- 61 Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers
- 62 Bericht des Aufsichtsrats
- 64 Corporate Governance Bericht
- 67 Disclaimer

# Jahresabschluss: Bilanz

T €	Anhang	31.12.2014	31.12.2015	
<b>Aktiva</b>				
I. Immaterielle Vermögensgegenstände	1	1.492		1.716
II. Sachanlagen	2	17.128		16.439
III. Finanzanlagen	3	51.626		52.562
<b>A. Anlagevermögen</b>		<b>70.246</b>		<b>70.717</b>
I. Vorräte	4	26.045		27.319
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	5	42.620		43.120
III. Wertpapiere	6	4.000		4.000
IV. Flüssige Mittel		55.259		60.256
<b>B. Umlaufvermögen</b>		<b>127.924</b>		<b>134.695</b>
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>		<b>107</b>		<b>125</b>
		<b>198.277</b>		<b>205.537</b>
<b>Passiva</b>				
I. Gezeichnetes Kapital		15.000	15.000	
Absetzung für eigene Anteile		-746	-741	
		14.254		14.259
II. Kapitalrücklage		16.956		16.984
III. Gewinnrücklagen		57.724		57.768
IV. Gewinnvortrag		9.533		12.121
V. Jahresüberschuss		11.140		1.803
<b>A. Eigenkapital</b>	7	<b>109.607</b>		<b>102.935</b>
1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	8	39.066		51.406
2. Steuerrückstellungen		935		944
3. Sonstige Rückstellungen	9	30.222		28.732
<b>B. Rückstellungen</b>		<b>70.223</b>		<b>81.082</b>
<b>C. Verbindlichkeiten</b>	10	<b>18.447</b>		<b>21.520</b>
		<b>198.277</b>		<b>205.537</b>

# Gewinn- und Verlustrechnung

T €	Anhang	2014	2015
Umsatzerlöse	11	173.678	182.448
Kosten der Umsatzerlöse		-95.016	-105.453
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>		<b>78.662</b>	<b>76.995</b>
Vertriebskosten	14	-53.701	-54.834
Allgemeine Verwaltungskosten	15	-12.330	-9.929
Sonstige betriebliche Erträge davon Erträge aus Währungsumrechnung: 9.425 T € (2014: 4.608 T €)	16	7.977	12.548
Sonstige betriebliche Aufwendungen davon Aufwendungen aus Währungsumrechnung: -4.649 T € (2014: -1.439 T €)	17	-5.059	-9.270
<b>Betriebsergebnis</b>		<b>15.549</b>	<b>15.510</b>
Erträge aus Beteiligungen davon aus verbundenen Unternehmen: 3.166 T € (2014: 1.730 T €)	18	1.730	3.166
Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens davon aus verbundenen Unternehmen: 699 T € (2014: 797 T €)		797	699
Zinserträge davon aus verbundenen Unternehmen: 9 T € (2014: 6 T €) davon aus Aufzinsung: 64 T € (2014: 183 T €)		399	123
Abschreibungen auf Finanzanlagen	19	-255	-
Zuschreibungen auf Finanzanlagen	20	-	54
Zinsaufwendungen davon an verbundene Unternehmen: -15 T € (2014: -5 T €) davon aus Aufzinsung: -6.355 T € (2014: -4.307 T €)		-4.373	-6.457
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>		<b>13.847</b>	<b>13.095</b>
Außerordentliche Aufwendungen davon Aufwendungen aus der Anwendung von Übergangsvorschriften zum BilMoG: -8.290 T € (2014: -829 T €)	21	-829	-8.290
<b>Außerordentliches Ergebnis</b>		<b>-829</b>	<b>-8.290</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	22	-1.717	-2.821
Sonstige Steuern		-161	-181
<b>Jahresüberschuss</b>		<b>11.140</b>	<b>1.803</b>
<b>Gewinnverwendung</b>			
Jahresüberschuss		11.140	1.803
Gewinnvortrag		9.533	12.121
<b>Bilanzgewinn</b>		<b>20.673</b>	<b>13.924</b>

# Anhang: Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Die Bilanzierung und Bewertung folgt unverändert den Rechnungsvorschriften des Aktiengesetzes und des Handelsgesetzbuches.

Das Sachanlagevermögen sowie die immateriellen Vermögensgegenstände des Anlagevermögens werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten angesetzt und entsprechend der voraussichtlichen Nutzungsdauer abgeschrieben.

Nutzungsdauer der Sachanlagen sowie der immateriellen Vermögensgegenstände des Anlagevermögens:

	Jahre
Gebäude	25 – 50
Andere Baulichkeiten	10 – 20
Geschäfts- oder Firmenwerte	4
Markenrechte	15
Spritzgussmaschinen	4 – 6
Technische Anlagen und sonstige Maschinen	5 – 10
Spritzguss- und Stanzwerkzeuge	3 – 4
Fahrzeuge	6
EDV-Anlagen	3 – 5
Software	3 – 5
Betriebs- und Geschäftsausstattung	3 – 13
Warenträger und Verkaufsständer	3

Bei den Finanzanlagen werden die Anteilsrechte mit den Anschaffungskosten beziehungsweise dem niedrigeren, am Bilanzstichtag beizulegenden Wert bilanziert. Die Ausleihungen werden grundsätzlich zum Nennwert angesetzt.

Die Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie Handelswaren werden mit den Anschaffungskosten, die fertigen und unfertigen Erzeugnisse mit den Herstellungskosten angesetzt. Die Herstellungskosten enthalten die den Erzeugnissen direkt zurechenbaren Einzelkosten (wie Fertigungsmaterial und -löhne) sowie fixe und variable Produktionsgemeinkosten (wie Material- und Fertigungsgemeinkosten sowie Abschreibungen). Dabei wird das Niederstwertprinzip beachtet. Für Nichtgängigkeiten und Überreichweiten werden Wertberichtigungen vorgenommen.

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände werden zum Nennwert angesetzt. Bei den Forderungen wird allen erkennbaren Risiken durch Bildung von Einzelwertberichtigungen Rechnung getragen. Darüber hinaus erfolgt eine Risikobegrenzung durch eine Warenkreditversicherung für wesentliche Kunden.

Die Wertpapiere des Umlaufvermögens sind zu Anschaffungskosten oder dem niedrigeren Stichtagswert angesetzt. Bei Namenspapieren werden die anhand der Effektivzinsberechnung ermittelten Zinsforderungen hinzuaktiviert. Eigene Anteile werden in Höhe des Nennbetrags vom gezeichneten Kapital abgesetzt. Die über den Nennbetrag hinausgehenden Anschaffungskosten werden mit den Gewinnrücklagen verrechnet.

Für die Ermittlung latenter Steuern aufgrund von temporären oder quasi-permanenten Differenzen zwischen den handelsrechtlichen Wertansätzen von Vermögensgegenständen, Schulden und Rechnungsabgrenzungsposten und ihren steuerlichen Wertansätzen oder aufgrund steuerlicher Verlustvorträge werden diese mit den unternehmensindividuellen Steuersätzen im Zeitpunkt des voraussichtlichen Abbaus der Differenzen bewertet und die Beträge der sich ergebenden Steuerbe- und -entlastung nicht abgezinst. Die Aktivierung eines Überhangs latenter Steuern unterbleibt in Ausübung des dafür bestehenden Ansatzwahlrechts.

Pensionsrückstellungen werden für vertragliche direkte und indirekte Versorgungsansprüche nach versicherungsmathematischen Grundsätzen nach der Projected Unit Credit Methode unter Anwendung des durchschnittlichen Marktzinses der vergangenen sieben Geschäftsjahre und der „Richttafeln 2005 G“ von Heubeck-Richttafeln-GmbH, Köln, berechnet, wobei ein Rechnungszins von 3,89 Prozent (2014: 4,54 Prozent) angewendet wurde. Die ausschließlich der Erfüllung der Altersversorgungsverpflichtungen dienenden, dem Zugriff aller übrigen Gläubiger entzogenen Vermögensgegenstände (Deckungsvermögen i.S.d. § 246 Abs. 2 Satz 2 HGB) wurden mit ihrem beizulegenden Zeitwert mit den Rückstellungen verrechnet. Es handelt sich bei dem Planvermögen um Lebensversicherungen, für die kein aktiver Markt besteht, anhand dessen sich der Marktpreis ermitteln lässt. Für die Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts der Wertpapiere wurde daher der Aktivwert der Rückdeckungsversicherung verwendet.

Die Steuerrückstellungen und die sonstigen Rückstellungen tragen allen erkennbaren Risiken sowie ungewissen Verbindlichkeiten angemessen und ausreichend Rechnung und werden in Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrags bewertet.

Verbindlichkeiten sind unter Beachtung des Imparitätsprinzips zu ihrem Erfüllungsbetrag passiviert. Ferner werden langfristige Rückstellungen unter Beachtung des Einzelbewertungsgrundsatzes abgezinst.

Von der Möglichkeit der Zusammenfassung einzelner Posten der Bilanz gemäß § 265 Abs. 7 Nr. 2 HGB wird Gebrauch gemacht. Die zusammengefassten Posten sind im Anhang erläutert.

Forderungen und Verbindlichkeiten in Fremdwährung mit einer Laufzeit von unter einem Jahr werden mit dem Devisenkassamittelkurs zum Abschlussstichtag bewertet. Die Bewertungsunterschiede werden erfolgswirksam erfasst. Auf fremde Währungen lautende Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten mit einer Laufzeit von mehr als einem Jahr werden am Abschlussstichtag zum Devisenkassamittelkurs unter Berücksichtigung des Realisationsprinzips sowie des Anschaffungskostenprinzips bewertet.

Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Umsatzkostenverfahren aufgestellt worden.

## Erläuterungen zur Bilanz

### (1) Immaterielle Vermögensgegenstände

T €	Markenrechte	Geschäfts- oder Firmenwert (Goodwill)	Sonstige immaterielle Vermögensgegenstände	Geleistete Anzahlungen	<b>Summe</b>
<b>Anschaffungs- und Herstellungskosten</b>					
Stand 1.1.2015	4.324	1.209	14.842	803	21.178
Zugänge	–	–	774	197	971
Abgänge	–	–	883	–	883
Umbuchungen	–	–	799	–799	–
<b>Stand 31.12.2015</b>	<b>4.324</b>	<b>1.209</b>	<b>15.532</b>	<b>201</b>	<b>21.266</b>
<b>Kumulierte Abschreibungen</b>					
Stand 1.1.2015	4.324	1.209	14.153	–	19.686
Zuführungen	–	–	747	–	747
Abgänge	–	–	883	–	883
<b>Stand 31.12.2015</b>	<b>4.324</b>	<b>1.209</b>	<b>14.017</b>	<b>–</b>	<b>19.550</b>
<b>Nettobuchwerte</b>					
Stand 31.12.2014	–	–	689	803	1.492
<b>Stand 31.12.2015</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>1.515</b>	<b>201</b>	<b>1.716</b>

Die Markenrechte betrafen die Marke Soehnle, die 2006 im Rahmen der Verschmelzung der Soehnle-Gruppe übernommen wurde. Die Abschreibung erfolgte im Rahmen der Ertragserwartung über 15 Jahre.

Die sonstigen immateriellen Vermögensgegenstände beinhalteten im Wesentlichen Software.

Der Geschäfts- oder Firmenwert resultierte aus dem zum 31. Dezember 2008 übernommenen Geschäftsfeld Druckdampfbügeln. Die Abschreibung erfolgte über vier Jahre.

Die Zuführungen zu den Abschreibungen der sonstigen immateriellen Vermögensgegenstände beinhalteten außerplanmäßige Abschreibungen auf Software in Höhe von 93 T € (2014: 77 T €).

## (2) Sachanlagen

T €	Grundstücke und Gebäude	Technische Anlagen und Maschinen	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	<b>Summe</b>
<b>Anschaffungs- und Herstellungskosten</b>					
Stand 1.1.2015	32.361	19.368	39.489	43	91.261
Zugänge	196	107	1.687	46	2.036
Abgänge	883	603	3.276	–	4.762
Umbuchungen	6	13	25	–44	–
<b>Stand 31.12.2015</b>	<b>31.680</b>	<b>18.885</b>	<b>37.925</b>	<b>45</b>	<b>88.535</b>
<b>Kumulierte Abschreibungen</b>					
Stand 1.1.2015	21.115	18.790	34.228	–	74.133
Zuführungen	566	82	1.760	–	2.408
Abgänge	691	601	3.153	–	4.445
<b>Stand 31.12.2015</b>	<b>20.990</b>	<b>18.271</b>	<b>32.835</b>	<b>–</b>	<b>72.096</b>
<b>Nettobuchwerte</b>					
Stand 31.12.2014	11.246	578	5.261	43	17.128
<b>Stand 31.12.2015</b>	<b>10.690</b>	<b>614</b>	<b>5.090</b>	<b>45</b>	<b>16.439</b>

Die geleisteten Anzahlungen betrafen im Wesentlichen Anzahlungen für Werkzeuge.

Die Zugänge zu den Abschreibungen beinhalteten keine außerplanmäßigen Abschreibungen. Im Vorjahr enthielten die Zugänge zu den Abschreibungen außerplanmäßige Abschreibungen auf Gebäude, Maschinen und Werkzeuge in Höhe von 114 T €.



### (3) Finanzanlagen

T €	Anteile an verbundenen Unternehmen	Ausleihungen an verbundene Unternehmen	<b>Summe</b>
<b>Anschaffungs- und Herstellungskosten</b>			
Stand 1.1.2015	29.428	31.062	60.490
Zugänge	100	5.066	5.166
Abgänge	–	4.284	4.284
<b>Stand 31.12.2015</b>	<b>29.528</b>	<b>31.844</b>	<b>61.372</b>
<b>Kumulierte Abschreibungen</b>			
Stand 1.1.2015	1.664	7.200	8.864
Zuführungen	–	–	–
Zuschreibungen	54	–	54
<b>Stand 31.12.2015</b>	<b>1.610</b>	<b>7.200</b>	<b>8.810</b>
<b>Nettobuchwerte</b>			
Stand 31.12.2014	27.764	23.862	51.626
<b>Stand 31.12.2015</b>	<b>27.918</b>	<b>24.644</b>	<b>52.562</b>

Die Zugänge bei den Anteilen an verbundenen Unternehmen betrafen die Gründung der Soehnle GmbH, Nassau, Deutschland.

Die Zuschreibungen bei den Anteilen an verbundenen Unternehmen betrafen die Anpassung des Beteiligungsansatzes der nicht mehr operativen Meusch-Wohnen-Bad und Freizeit GmbH, Nassau, Deutschland.

Die Zu- und Abgänge der Ausleihungen an verbundene Unternehmen resultierten hauptsächlich aus der Gewährung sowie Rückführung von ausgegebenen Darlehen an Tochtergesellschaften.

#### (4) Vorräte

T €	31.12.2014	31.12.2015
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	917	821
Unfertige Erzeugnisse	731	670
Fertige Erzeugnisse und Handelswaren	24.397	25.828
	<b>26.045</b>	<b>27.319</b>

#### (5) Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

T €	31.12.2014	31.12.2015
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	31.096	28.640
Forderungen gegenüber verbundene Unternehmen	7.001	10.812
Sonstige Vermögensgegenstände	4.523	3.668
	<b>42.620</b>	<b>43.120</b>

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen beinhalteten überwiegend Forderungen aus Warenlieferungen.

Die wesentlichen Posten im Ausweis sonstige Vermögensgegenstände waren Steuererstattungsansprüche aus dem aktivierten Körperschaftsteuerguthaben von 762 T € (2014: 2.342 T €), Forderungen aus Umsatzsteuer von 2.203 T € (2014: 1.724 T €) und debitorische Kreditoren von 38 T € (2014: 139 T €).

Alle Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände hatten wie im Vorjahr eine Restlaufzeit von unter einem Jahr – mit Ausnahme der Steuererstattungsansprüche in Höhe von 762 T € (2014: 1.520 T €), dessen Restlaufzeit mehr als ein Jahr betrug.

#### (6) Wertpapiere

Die sonstigen Wertpapiere enthielten wie im Vorjahr eine Geldanlage in Form einer Namensschuldverschreibung in Höhe von 4.000 T €.

#### (7) Eigenkapital

Das Gezeichnete Kapital der Leifheit Aktiengesellschaft in Höhe von 15.000 T € (2014: 15.000 T €) lautet auf Euro und ist in 5.000.000 auf den Inhaber lautende Stückaktien eingeteilt. Alle Aktien gewähren die gleichen Rechte. Die Aktionäre sind zum Bezug der beschlossenen Dividenden berechtigt und verfügen bei der Hauptversammlung über ein Stimmrecht je Aktie.

Die Stückaktien sind in einer Dauerglobalurkunde bei der Clearstream Banking AG, Frankfurt am Main, hinterlegt.

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 26. Mai 2011 wurde der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 25. Mai 2016 das Grundkapital gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmal oder mehrmals um bis zu insgesamt 7.500 T € durch Ausgabe neuer auf den Inhaber lautender Stückaktien zu erhöhen. Dabei ist den Aktionären ein Bezugsrecht einzuräumen.

Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre in folgenden Fällen auszuschließen:

- zum Ausgleich von Spitzenbeträgen,
- sofern die Kapitalerhöhung zum Zwecke des Erwerbs von Unternehmen, Unternehmensteilen oder von Beteiligungen an Unternehmen im Wege der Sacheinlage erfolgt,
- wenn die Aktien zu einem Ausgabebetrag ausgegeben werden, der den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien der Gesellschaft zum Zeitpunkt der Festlegung des Ausgabebetrags durch den Vorstand nicht wesentlich unterschreitet (§§ 203 Abs. 1 und 2, 186 Abs. 3 Satz 4 AktG), und der Bezugsrechtsausschluss nur neue Aktien erfasst, deren anteiliger Betrag am Grundkapital 10 Prozent des zum Zeitpunkt der Eintragung der Ermächtigung oder – falls dieser Wert geringer ist – 10 Prozent des zum Zeitpunkt der Ausgabe der neuen Aktien vorhandenen Grundkapitals der Gesellschaft (10 Prozent-Grenze) nicht überschreitet. Für die Frage des Ausnutzens der 10 Prozent-Grenze ist der Ausschluss des Bezugsrechts aufgrund anderer Ermächtigungen nach § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG zu berücksichtigen; als maßgeblicher Börsenpreis gilt dabei der Durchschnitt der Schlusskurse im Xetra-Handelssystem (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an den letzten fünf Börsenhandeltagen vor dem Zeitpunkt der Festlegung des Ausgabebetrags durch den Vorstand.

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Durchführung von Kapitalerhöhungen aus dem genehmigten Kapital festzulegen.

Bei der Kapitalrücklage in Höhe von 16.984 T € (2014: 16.956 T €) handelt es sich um das Agio aus der Kapitalerhöhung vom Herbst 1989 in Höhe von 16.934 T € sowie aus der Ausgabe von Belegschaftsaktien der Jahre 2014 und 2015 in Höhe von 50 T €.

Die Entwicklung der einzelnen Positionen des Eigenkapitals ist in der nachfolgenden Tabelle dargestellt:

T €	31.12.2014	Dividenden- zahlung	Jahresergebnis	Eigene Anteile	31.12.2015
Gezeichnetes Kapital	15.000	–	–	–	15.000
Absetzung für eigene Anteile	–746	–	–	5	–741
	14.254	–	–	5	14.259
Kapitalrücklage	16.956	–	–	28	16.984
Gewinnrücklagen					
Gesetzliche Rücklage	1.023	–	–	–	1.023
Andere Gewinnrücklagen	56.701	–	–	44	56.745
	57.724	–	–	44	57.768
Bilanzgewinn	20.673	–8.552	1.803	–	13.924
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>109.607</b>	<b>–8.552</b>	<b>1.803</b>	<b>77</b>	<b>102.935</b>

## Vorschlag zur Verwendung des Bilanzgewinns

Der Vorstand schlägt der kommenden Hauptversammlung vor, den Bilanzgewinn der Leifheit Aktiengesellschaft aus dem abgelaufenen Geschäftsjahr 2015 in Höhe von 13.924.000,00 € wie folgt zu verwenden:

Ausschüttung einer Dividende von 2,00 € je dividendenberechtigte Stückaktie	9.505.866,00 €
Gewinnvortrag	4.418.134,00 €

## (8) Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

Die Leifheit Aktiengesellschaft hat für zu zahlende Leistungen in Form von Alters- und Hinterbliebenenrenten Rückstellungen für Pensionsverpflichtungen gebildet. Als Bewertungsmethode wurde die projizierte Einmalbeitragsmethode (Projected Unit Credit Methode) angewendet. Hierbei wurden folgende biometrische und ökonomische Annahmen getroffen:

	31.12.2014	31.12.2015
Rechnungszins	4,54 %	3,89 %
Künftiger Einkommenstrend	2,50 %	2,50 %
Künftiger Rententrend	2,00 %	2,00 %
Fluktuationsrate	standard light (bis 2,00 %)	standard light (bis 2,00 %)
Rechnungsmäßiges Endalter	RVAGAnpG 2007	RVAGAnpG 2007
Sterblichkeit Richttafeln Prof. Dr. K. Heubeck	2005 G	2005 G

Beim Planvermögen handelt es sich um Lebensversicherungen, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet wurden. Daher wurde jeweils der Aktivwert der Rückdeckungsversicherung angesetzt.

Gemäß den Übergangsvorschriften für die Einführung des BilMoG für Pensionsverpflichtungen gemäß Art. 67 Abs. 1 und 2 EGHGB erfolgte bislang die Anpassung an die geänderte Bewertung der Pensionsrückstellungen durch Zuführung von mindestens einem Fünftel in jedem Geschäftsjahr. Zum Zeitpunkt der BilMoG-Umstellung am 1. Januar 2010 betrug der gesamte zuzuführende Betrag 12.437 T €. Im Geschäftsjahr 2015 wurde der noch nicht zugeführte Unterschiedsbetrag von 8.290 T € komplett zugeführt (2014: 829 T €).

Bezüglich der unmittelbaren Pensionsverpflichtungen aus den Versorgungsordnungen wurde das Deckungsvermögen mit dem Verpflichtungswert verrechnet. Am 31. Dezember 2015 betrug der beizulegende Zeitwert des Deckungsvermögens (gleich Anschaffungskosten) 183 T € (2014: 177 T €) und der Erfüllungsbetrag 402 T € (2014: 350 T €). Die im Geschäftsjahr 2015 verrechneten Aufwendungen betrugen 52 T € (2014: 32 T €), die verrechneten Erträge 6 T € (2014: 4 T €).

Weiterhin bestanden Pensionsverpflichtungen aus Gehaltsumwandlungen, bei denen ebenfalls das Deckungsvermögen mit dem Verpflichtungswert verrechnet wurde. Am 31. Dezember 2015 betrug der beizulegende Zeitwert des Verpflichtungswerts sowie des Deckungsvermögens (gleich Anschaffungskosten) 811 T € (2014: 756 T €). Die im Geschäftsjahr verrechneten Aufwendungen und Erträge betrugen 56 T € (2014: 46 T €).

## (9) Sonstige Rückstellungen

T €	31.12.2014	31.12.2015
Personalbereich	9.486	8.035
Boni und Skonti	6.487	6.466
Garantieleistungen	4.762	4.667
Werbekosten	3.990	2.865
Ausstehende Rechnungen	2.094	2.122
Schadenersatzansprüche	–	757
Jahresabschlusskosten	411	452
Rücknahmeverpflichtungen	199	259
Abnahmeverpflichtungen	270	210
Provisionen	208	147
Andere Rückstellungen	2.315	2.752
	<b>30.222</b>	<b>28.732</b>

## (10) Verbindlichkeiten

T €	Restlaufzeit bis 1 Jahr	Restlaufzeit 1 bis 5 Jahre	Restlaufzeit mehr als 5 Jahre	31.12.2015
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	14.078	–	–	14.078
Verbindlichkeiten gegenüber verbundene Unternehmen	3.907	–	–	3.907
Verbindlichkeiten gegenüber betrieblichen Unterstützungseinrichtungen	81	278	429	788
Sonstige Verbindlichkeiten	2.747	–	–	2.747
davon aus Steuern	793	–	–	793
davon im Rahmen der sozialen Sicherheit	606	–	–	606
	<b>20.813</b>	<b>278</b>	<b>429</b>	<b>21.520</b>

T €	Restlaufzeit bis 1 Jahr	Restlaufzeit 1 bis 5 Jahre	Restlaufzeit mehr als 5 Jahre	31.12.2014
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	10.494	–	–	10.494
Verbindlichkeiten gegenüber verbundene Unternehmen	4.370	–	–	4.370
Verbindlichkeiten gegenüber betrieblichen Unterstützungseinrichtungen	99	391	386	876
Sonstige Verbindlichkeiten	2.707	–	–	2.707
davon aus Steuern	615	–	–	615
davon im Rahmen der sozialen Sicherheit	450	–	–	450
	<b>17.670</b>	<b>391</b>	<b>386</b>	<b>18.447</b>

Die Pensionsverpflichtungen der Unterstützungseinrichtung Günter Leifheit e. V. betragen am Bilanzstichtag 788 T € (2014: 876 T €) und wurden nach der projizierten Einmalbeitragsmethode (Projected Unit Credit Methode) mit den gleichen biometrischen und ökonomischen Annahmen wie die Pensionsverpflichtungen der Leifheit Aktiengesellschaft bewertet. Das tatsächliche Kassenvermögen betrug 622 T € (2014: 668 T €).

Die gesamten Verbindlichkeiten der Leifheit Aktiengesellschaft waren weder durch Pfandrechte noch durch ähnliche Rechte besichert.

# Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

## (11) Umsatzerlöse

T €	2014	2015
Inland	93.416	97.965
Ausland	80.262	84.483
	<b>173.678</b>	<b>182.448</b>

Die Umsatzerlöse wurden ausschließlich mit Haushaltsprodukten getätigt.

## (12) Materialaufwand

T €	2014	2015
Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	81.209	90.509
Aufwendungen für bezogene Leistungen	3.493	3.897
	<b>84.702</b>	<b>94.406</b>

## (13) Personalaufwand/Mitarbeiter

T €	2014	2015
Löhne und Gehälter	26.390	25.704
Sozialabgaben, davon für Altersversorgung – 77 T € (2014: 309 T €)	4.166	3.860
	<b>30.556</b>	<b>29.564</b>

Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt	2014	2015
Deutschland	399	409
Österreich	24	25
Belgien	8	8
Italien	7	8
	<b>438</b>	<b>450</b>

## (14) Vertriebskosten

T €	2014	2015
Personalkosten	13.334	13.185
Werbeaufwendungen	14.126	12.963
Ausgangsfrachten	7.272	7.695
Provisionen	5.640	6.534
IT-Kosten und sonstige Umlagen	4.997	5.080
Dienstleistungen	3.330	3.697
Verpackungsmaterialien	1.263	1.594
Abschreibungen	981	998
Kfz-, Reise- und Bewirtungskosten	1.046	911
Instandhaltung	454	491
Mieten	323	298
Versicherungen	218	296
Post- und Telefonkosten	115	115
Sonstige Vertriebskosten	602	977
	<b>53.701</b>	<b>54.834</b>

## (15) Allgemeine Verwaltungskosten

T €	2014	2015
Personalkosten	7.520	6.126
Dienstleistungen	2.261	1.628
IT-Kosten und sonstige Umlagen	636	650
Aufsichtsratsvergütung	275	280
Kfz-, Reise- und Bewirtungskosten	205	164
Post- und Telefonkosten	165	136
Mieten	43	128
Abschreibungen	558	120
Instandhaltung	123	115
Sonstige Verwaltungskosten	544	582
	<b>12.330</b>	<b>9.929</b>

## (16) Sonstige betriebliche Erträge

T €	2014	2015
Kursgewinne	4.608	9.425
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	1.264	851
Erträge aus der Konzernumlage	722	760
Provisionserträge	603	632
Lizenzertträge	217	250
Erträge aus der Auflösung von Wertberichtigungen	371	207
Erträge aus dem Abgang von Anlagevermögen	15	120
Andere betriebliche Erträge	177	303
	<b>7.977</b>	<b>12.548</b>

Die periodenfremden Erträge beliefen sich auf 1.058 T € (2014: 1.635 T €).

## (17) Sonstige betriebliche Aufwendungen

T €	2014	2015
Kursverluste	1.439	4.649
Forschungs- und Entwicklungskosten	3.479	4.539
Andere betriebliche Aufwendungen	141	82
	<b>5.059</b>	<b>9.270</b>

## (18) Erträge aus Beteiligungen

Die Erträge aus Beteiligungen betrafen die Gewinnausschüttungen von Tochtergesellschaften in Höhe von 3.166 T € (2014: 1.730 T €).

## (19) Abschreibungen auf Finanzanlagen

Die Abschreibungen auf Finanzanlagen im Vorjahr in Höhe von 255 T € betrafen eine Wertberichtigung auf die Beteiligung an der nicht mehr operativen Meusch-Wohnen-Bad und Freizeit GmbH, Nassau, Deutschland.

## (20) Zuschreibungen auf Finanzanlagen

Die Zuschreibungen auf Finanzanlagen in Höhe von 54 T € betrafen die Anpassung des Beteiligungsansatzes der nicht mehr operativen Meusch-Wohnen-Bad und Freizeit GmbH, Nassau, Deutschland.

## (21) Außerordentliche Aufwendungen

Bei den außerordentlichen Aufwendungen handelte es sich um Aufwendungen aus der Anwendung der Art. 66 und 67 Abs. 1 bis 5 EGHGB hinsichtlich der erforderlichen Zuführung aufgrund der durch das BilMoG geänderten Bewertung der Pensionsrückstellungen von dem verbleibenden Zuführungsbetrag in Höhe von 8.290 T € (2014: 829 T €).

## (22) Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

T €	2014	2015
Körperschaftsteuer	979	2.094
Gewerbesteuer	595	633
Ertragsteuern der ausländischen Niederlassungen	143	94
<b>Steuern vom Einkommen und vom Ertrag</b>	<b>1.717</b>	<b>2.821</b>

Gemäß § 274 Abs. 1 Satz 2 HGB wurde von dem Aktivierungswahlrecht für aktive latente Steuern kein Gebrauch gemacht. Aktive latente Steuern für Differenzen zwischen Handels- und Steuerbilanz – insbesondere aus Verlustvorträgen, Pensionsverpflichtungen und Drohverlusten – wurden demnach nicht gebildet. Der bei der Ermittlung zugrunde gelegte Steuersatz betrug 29,1 Prozent.

## Sonstige Angaben

### (23) Bezüge des Vorstands und des Aufsichtsrats gemäß § 285 Nr. 9a HGB

Die Bezüge des Vorstands betragen 2.594 T € (2014: 4.498 T €), davon entfielen auf variable Bezüge 1.930 T € (2014: 3.865 T €). Für die Wahrnehmung von Aufgaben in Tochterunternehmen wurden dem Vorstand wie im Vorjahr keine Bezüge gezahlt. Den im Geschäftsjahr 2015 aktiven Mitgliedern des Vorstands wurden keine leistungsorientierten Pensionszusagen gewährt. Daher wurden im Berichtsjahr wie im Vorjahr keine Zuführungen zu Pensionsverpflichtungen der aktiven Vorstände vorgenommen.

Die Bezüge des Aufsichtsrats beliefen sich auf 280 T € (2014: 275 T €).

Das Vergütungssystem von Vorstand und Aufsichtsrat sowie die individualisierten Vorstandsbezüge sind im Kapitel „Rechtliche Angaben“ des Lageberichts ausführlich beschrieben.

### (24) Gesamtbezüge und Pensionsrückstellungen früherer Mitglieder von Vorstand und/oder Aufsichtsrat gemäß § 285 Nr. 9b HGB

Die Gesamtbezüge der früheren Mitglieder des Vorstands betragen im Berichtsjahr 714 T € (2014: 761 T €). Die für diese Personengruppe gebildeten Rückstellungen für laufende Pensionen beliefen sich im Geschäftsjahr 2015 auf 6.855 T € (2014: 6.591 T €).

### (25) Vorschüsse und Darlehen an den Vorstand und/oder Aufsichtsrat gemäß § 285 Nr. 9c HGB

Weder im Berichtsjahr noch im Vorjahr bestanden Vorschüsse oder Darlehen zugunsten des oben genannten Personenkreises.

### (26) Haftungsverhältnisse

Es besteht eine selbstschuldnerische Haftung für einen Avalkreditrahmen zugunsten einer Tochtergesellschaft in Höhe von 45 T €. Die Ausnutzung betrug am Bilanzstichtag 16 T €. Darüber hinaus bestanden keine weiteren Haftungsverhältnisse im Sinne des § 251 HGB.

### (27) Außerbilanzielle Geschäfte und sonstige finanzielle Verpflichtungen

Die Gesellschaft hat mehrere Mietverträge für Gebäude, Leasingverträge für Betriebs- und Geschäftsausstattung sowie Lizenzverträge abgeschlossen. Vorteile des Abschlusses solcher Verträge gegenüber dem Kauf der betreffenden Vermögensgegenstände sind die Bilanzneutralität und vor allem die gewonnene Flexibilität. Nachteile bestehen in der Laufzeitbindung. Die Miet-, Leasing- und Lizenzverhältnisse enden zwischen Januar 2016 und Dezember 2018. Die Verpflichtungen hieraus belaufen sich auf insgesamt 1.736 T € (davon 1.656 T € weniger als ein Jahr und 80 T € zwischen einem und fünf Jahren Laufzeit).

Es bestanden Verpflichtungen aus Verträgen über den Erwerb von Gegenständen des Anlagevermögens in Höhe von 708 T € (2014: 1.710 T €), insbesondere für Werkzeuge. Darüber hinaus bestanden Verpflichtungen aus Verträgen für Marketingmaßnahmen in Höhe von 867 T € (2014: 976 T €) sowie aus sonstigen Verträgen in Höhe von 860 T € (2014: 938 T €).

Darüber hinaus bestanden zum 31. Dezember 2015 folgende Verpflichtungen aufgrund von Devisentermingeschäften zur Wechselkursabsicherung:

	Wert der Verpflichtung	Fremdwährung	Beizulegender Zeitwert
Kauf USD/€	96.918 T €	118.400 T USD	105.894 T €
Verkauf USD/€	1.225 T €	1.600 T USD	1.222 T €

Zum Bilanzstichtag des Vorjahres bestanden folgende Verpflichtungen aufgrund von Devisentermingeschäften zur Wechselkursabsicherung:

	Wert der Verpflichtung	Fremdwährung	Beizulegender Zeitwert
Kauf USD/€	98.679 T €	127.500 T USD	103.410 T €
Verkauf USD/€	16.968 T €	21.600 T USD	17.632 T €

Devisentermingeschäfte dienen der Reduzierung des Währungsrisikos in der Zukunft. Es besteht ein Opportunitätsrisiko bei negativer Entwicklung der abgesicherten Fremdwährungskurse.



## (28) Eigene Anteile

Unter Einschluss der in den Vorjahren erworbenen und ausgegebenen eigenen Aktien hat Leifheit damit am 31. Dezember 2015 einen Bestand von 247.067 eigenen Aktien. Dies entspricht 4,94 Prozent des Grundkapitals. Der darauf entfallende Betrag des Grundkapitals beläuft sich auf 741 T €. Hierfür wurden 7.493 T € aufgewendet.

### Angaben über eigene Aktien gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 2 AktG

Auf der Hauptversammlung am 21. Mai 2015 wurde der Vorstand unter Aufhebung der bisherigen Genehmigung erneut ermächtigt, bis zum 20. Mai 2020 eigene Aktien in Höhe von bis zu 10 Prozent des derzeitigen Grundkapitals von 15.000 T € zu erwerben.

Im Berichtsjahr wurden wie im Vorjahr keine eigenen Aktien erworben.

Leifheit verwendete 1.605 eigene Anteile in Form der Ausgabe von Mitarbeiteraktien. Dies entsprach 0,03 Prozent des Grundkapitals. Der darauf entfallende Betrag des Grundkapitals betrug 5 T €.

Es bestehen keine Bezugsrechte für Organmitglieder und Arbeitnehmer entsprechend § 160 Abs. 1 Nr. 5 AktG.

## (29) Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Personen

Alle wesentlichen Geschäfte zu nahestehenden Personen oder nahestehenden Unternehmen – mit mittel- und unmittelbar nicht in 100-prozentigem Anteilsbesitz stehenden Unternehmen – sind zu marktüblichen Bedingungen zustande gekommen.

Bis zum Verkauf ihrer Anteile am 27. April 2015 war die Home Beteiligungen GmbH, München, das Mutterunternehmen der Leifheit Aktiengesellschaft.

Die Leifheit Aktiengesellschaft ist die Gesellschaft, die den Konzernabschluss für den größten und zugleich kleinsten Kreis von Unternehmen aufstellt. Der Konzernabschluss der Leifheit Aktiengesellschaft ist im Bundesanzeiger veröffentlicht und am Sitz der Gesellschaft erhältlich.

## (30) Bestehen einer Beteiligung gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG

Folgende Mitteilungen wurden veröffentlicht:

### November 2015

„Veröffentlichung nach § 26 Abs. 1 WpHG

MainFirst SICAV, Senningerberg, Luxemburg, hat uns am 25. November 2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Leifheit AG am 24. November 2015 die Schwelle von 5 Prozent der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 5,04 Prozent (das entspricht 252.222 Stimmrechten) betragen hat.“

### Oktober 2015

„Veröffentlichung nach § 26 Abs. 1 WpHG

CASO Asset Management S.A., Senningerberg, Luxemburg, hat uns am 7. Oktober 2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Leifheit AG am 28. September 2015 die Schwelle von 3 Prozent der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 3,26 Prozent (das entspricht 163.128 Stimmrechten) betragen hat.

Die gesamten Stimmrechte werden CASO Asset Management S.A. gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG zugerechnet, und zwar von dem folgenden Aktionär, aus dessen Aktien 3 Prozent oder mehr zugerechnet werden: Farringdon I - SICAV.“

### Oktober 2015

„Veröffentlichung nach § 26 Abs. 1 WpHG

Farringdon I - SICAV, Luxemburg, Luxemburg, hat uns am 30. September 2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Leifheit AG am 28.09.2015 die Schwelle von 3 Prozent der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 3,26 Prozent (das entspricht 163.128 Stimmrechten) betragen hat.“

### Juli 2015

„Veröffentlichung nach § 26 Abs. 1 WpHG

- Farringdon Netherlands BV, Amsterdam, Niederlande, hat uns am 10. Juli 2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Leifheit AG am 8. Juli 2015 die Schwelle von 3 Prozent der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 3,01 Prozent (das entspricht 150.694 Stimmrechten) betragen hat. Die gesamten Stimmrechte werden Farringdon Netherlands BV gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG zugerechnet.
- Herr Bram Cornelisse, Niederlande, hat uns am 10. Juli 2015 mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil an der Leifheit AG am 8. Juli 2015 die Schwelle von 3 Prozent der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 3,01 Prozent (das entspricht 150.694 Stimmrechten) betragen hat. Die gesamten Stimmrechte werden Herrn Bram Cornelisse gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG in Verbindung mit § 22 Abs. 1 Satz 2 WpHG zugerechnet.“

### Mai 2015

- „Capital Income Builder, Los Angeles, Kalifornien, USA, hat uns am 6. Mai 2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Leifheit AG am 4. Mai 2015 die Schwelle von 5 Prozent der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 5,60 Prozent (das entspricht 280.000 Stimmrechten) betragen hat.
- Capital Research and Management Company, Los Angeles, Kalifornien, USA, hat uns am 6. Mai 2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Leifheit AG am 4. Mai 2015 die Schwelle von 5 Prozent der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 5,60 Prozent (das entspricht 280.000 Stimmrechten) betragen hat. Die gesamten Stimmrechte werden Capital Research and Management Company gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG zugerechnet, und zwar von dem folgenden Aktionär, aus dessen Aktien 3 Prozent oder mehr zugerechnet werden: Capital Income Builder.
- The Capital Group Companies, Inc., Los Angeles, Kalifornien, USA, hat uns am 6. Mai 2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Leifheit AG am 4. Mai 2015 die Schwelle von 5 Prozent der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 5,60 Prozent (das entspricht 280.000 Stimmrechten) betragen hat. Die gesamten Stimmrechte werden The Capital Group Companies, Inc. gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG in Verbindung mit § 22 Abs. 1 Satz 2 und 3 WpHG zugerechnet, und zwar von dem folgenden Aktionär, aus dessen Aktien 3 Prozent oder mehr zugerechnet werden: Capital Income Builder.“

### Mai 2015

„Carmignac Gestion S.A., Paris, Frankreich, hat uns am 5. Mai 2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Leifheit AG am 27. April 2015 die Schwellen von 3 Prozent und 5 Prozent der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 5,49 Prozent (das entspricht 274.487 Stimmrechten) betragen hat. Von diesen Stimmrechten werden Carmignac Gestion S.A. 0,41 Prozent (das entspricht 20.557 Stimmrechten) gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG in Verbindung mit § 22 Abs. 1 Satz 2 WpHG zugerechnet.“

### April 2015

„Union Investment Privatfonds GmbH, Frankfurt am Main, Deutschland, hat uns am 27. April 2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Leifheit AG am 27. April 2015 die Schwelle von 3 Prozent der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 4,00 Prozent (das entspricht 200.000 Stimmrechten) betragen hat.“

### Juli 2014

„Die Leifheit Aktiengesellschaft, 56377 Nassau, Deutschland, teilt gemäß § 26 Abs. 1 Satz 2 WpHG mit, dass ihr Anteil an eigenen Aktien am 9. Juli 2014 die Schwelle von 5 Prozent der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 4,97 Prozent (das entspricht 248.672 Stimmrechten) betragen hat.“

### Februar 2009

„Herr Manuel Knapp-Voith, Deutschland, hat uns am 4. Februar 2009 nach § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil an unserer Gesellschaft am 23. Juli 2008 die Schwelle von 10 Prozent überschritten hat und zu diesem Tag 10,03 Prozent (dies entspricht 501.432 Stimmrechten) beträgt. Diese 10,03 Prozent (501.432 Stimmrechte) sind ihm nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG von der MKV Verwaltungs GmbH, Grünwald, zuzurechnen.

Die MKV Vermögensverwaltungs GmbH, Grünwald, Deutschland, hat uns am 4. Februar 2009 nach § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an unserer Gesellschaft am 23. Juli 2008 die Schwelle von 10 Prozent überschritten hat und zu diesem Tag 10,03 Prozent (dies entspricht 501.432 Stimmrechten) beträgt.“

### Oktober 2007

„Herr Joachim Loh, Haiger, hat uns am 2. Oktober 2007 nach § 41 Abs. 2 WpHG mitgeteilt, dass ihm am 1. April 2002 mehr als 5 Prozent der Stimmrechte an unserer Gesellschaft zustanden, nämlich 331.051 Aktien entsprechend einem Stimmrechtsanteil von 6,964 Prozent, die Herr Joachim Loh unmittelbar hielt.“

### **(31) Erklärung gemäß § 161 AktG**

Vorstand und Aufsichtsrat hatten im Dezember 2015 die gemäß § 161 AktG geforderte Erklärung abgegeben, dass die vom Bundesministerium der Justiz bekannt gemachten Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ entsprochen wurde und wird, sowie welche Empfehlungen derzeit nicht angewendet wurden oder werden. Die Entsprechenserklärung ist unter [corporate-governance.leifheit-group.com](http://corporate-governance.leifheit-group.com) auf der Internetseite der Gesellschaft dauerhaft zugänglich.

### **(32) Übernahmerechtliche Angaben gemäß § 289 Abs. 4 HGB**

Bezüglich der übernahmerechtlichen Angaben gemäß § 289 Abs. 4 HGB wird auf den Lagebericht verwiesen.

### **(33) Angaben des Honorars für den Abschlussprüfer gemäß § 285 Nr. 17 HGB**

Das für 2015 berechnete Gesamthonorar des Abschlussprüfers Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft belief sich für die Abschlussprüfung auf 284 T € (2014: 270 T €), für Steuerberatungsleistungen auf 77 T € (2014: 127 T €), für sonstige Leistungen auf 87 T € (2014: 67 T €) sowie für andere Bestätigungsleistungen auf 3 T € (2014: 3 T €).

### **(34) Schätzungen und Ermessensausübungen im Rahmen der Rechnungslegung**

Die Erstellung des Abschlusses erfordert die Vornahme von Schätzungen sowie das Treffen von Annahmen durch das Management, wodurch die Höhe der berichteten Beträge und die diesbezüglichen Anhangangaben beeinflusst werden. Alle Schätzungen und Annahmen werden nach bestem Wissen und Gewissen getroffen, um ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Leifheit Aktiengesellschaft zu vermitteln.

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

### (35) Aufstellung des Anteilsbesitzes gemäß § 285 Nr. 11 HGB

	Anteile in %	Währung	Eigenkapital zum 31.12.2015 in 1.000 Währungs- einheiten <sup>1</sup>	davon Jahresergebnis 2015 in 1.000 Währungs- einheiten <sup>1</sup>
<b>Unmittelbare Beteiligungen</b>				
Leifheit CZ a.s., Hostivice – CZ	71,0	CZK	-39.725	8.014
Leifheit España S.A., Madrid – E	100,0	EUR	588	83
Leifheit International U.S.A. Inc., Bay Shore (NY) – USA	100,0	USD	1.810	44
Leifheit France S.A.S., Paris – F	100,0	EUR	30.347	2.331
Leifheit Distribution S.R.L., Bukarest – RO	100,0	RON	250	80
Leifheit s.r.o., Blatná – CZ	100,0	CZK	209.550	15.556
Meusch-Wohnen-Bad und Freizeit GmbH, Nassau – D	100,0	EUR	-7.856	-87
Soehnle GmbH, Nassau – D	100,0	EUR	94	-6
Leifheit Polska Sp. z o.o., Warschau – PL	100,0	PLN	576	178
<b>Mittelbare Beteiligungen<sup>2)</sup></b>				
Birambeau S.A.S., Paris – F	100,0	EUR	2.877	1.788
Leifheit-Birambeau S.A.S., Paris – F	100,0	EUR	1.285	490
Herby Industrie S.A.S., La Loupe – F	100,0	EUR	2.384	1.187

<sup>1)</sup> Angaben zum Eigenkapital und zum Jahresergebnis wurden nach den lokalen Rechnungslegungsvorschriften ermittelt.

<sup>2)</sup> Über Leifheit France S.A.S.

# Organe der Leifheit Aktiengesellschaft

## Mitglieder des Vorstands

<b>Thomas Radke</b>	Vorstand Marketing, Vertrieb, Entwicklung der Leifheit Aktiengesellschaft	Vorsitzender
<b>Dr. Claus-O. Zacharias</b>	Vorstand Finanzen und Operations der Leifheit Aktiengesellschaft	Mitglied

## Mitglieder des Aufsichtsrats

<b>Ulli Gritzuhn</b>	Vorsitzender der Geschäftsführung der Unilever Deutschland GmbH, Hamburg	Mitglied (seit 4. Februar 2016)	Aktionärsvertreter
<b>Baldur Groß</b>	Energieelektroniker der Leifheit Aktiengesellschaft	Mitglied	Arbeitnehmersvertreter
<b>Karsten Schmidt</b>	Vorsitzender des Vorstands der Ravensburger AG, Ravensburg	Stellvertretender Vorsitzender (seit 13. Februar 2016)	Aktionärsvertreter
<b>Thomas Standke</b>	Werkzeugmacher der Leifheit Aktiengesellschaft	Mitglied	Arbeitnehmersvertreter
<b>Sonja Wärtnges</b>	Mitglied des Vorstands/CFO der DIC Asset AG, Frankfurt am Main	Mitglied (seit 4. Februar 2016)	Aktionärsvertreter
<b>Helmut Zahn</b>	Selbstständiger Unternehmensberater, Starnberg	Vorsitzender	Aktionärsvertreter
<b>Dr. jur. Robert Schuler-Voith</b>	Geschäftsführer der Home Beteiligungen GmbH, München	Stellvertretender Vorsitzender (bis 31. Dezember 2015)	Aktionärsvertreter
<b>Dr. rer. pol. Friedrich M. Thomée</b>	Geschäftsführender Gesellschafter der Thomée Vermögensverwaltung GmbH & Co. KG, Wolfsburg	Mitglied (bis 31. Dezember 2015)	Aktionärsvertreter

## Ausschüsse des Aufsichtsrats

### Prüfungsausschuss (Audit Committee)

<b>Karsten Schmidt</b>	Mitglied (seit 13. Februar 2016)
<b>Sonja Wärtnges</b>	Vorsitzende (seit 13. Februar 2016)
<b>Helmut Zahn</b>	Mitglied
<b>Dr. jur. Robert Schuler-Voith</b>	Vorsitzender (bis 31. Dezember 2015)
<b>Dr. rer. pol. Friedrich M. Thomée</b>	Mitglied (bis 31. Dezember 2015)

### Personalausschuss

<b>Ulli Gritzuhn</b>	Mitglied (seit 13. Februar 2016)
<b>Karsten Schmidt</b>	Mitglied
<b>Helmut Zahn</b>	Vorsitzender
<b>Dr. jur. Robert Schuler-Voith</b>	Mitglied (bis 31. Dezember 2015)

## Konzernfremde Mandate der Organe

### Mitgliedschaften in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten (gemäß § 125 Abs. 1 Satz 5 AktG)

<b>Sonja Wärrtges</b>	DIC Real Estate Investments GmbH & Co. KGaA, Frankfurt am Main	Mitglied des Aufsichtsrats
<b>Helmut Zahn</b>	Flossbach von Storch AG, Köln	Stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender

### Mitgliedschaften in vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen (gemäß § 125 Abs. 1 Satz 5 AktG)

<b>Thomas Radke</b>	Böck Silosysteme GmbH, Tacherting	Beiratsvorsitzender
<b>Dr. Claus-O. Zacharias</b>	Peacock Capital GmbH, Düsseldorf	Beiratsmitglied
<b>Helmut Zahn</b>	Maschinenbau Oppenweiler Binder GmbH & Co. KG, Oppenweiler	Beiratsmitglied

Nassau/Lahn, 17. März 2016

Leifheit Aktiengesellschaft  
Der Vorstand



Thomas Radke



Dr. Claus-O. Zacharias

# Lagebericht: Grundlagen

Leifheit ist einer der führenden europäischen Markenanbieter von Haushaltsartikeln. Das Unternehmen steht für hochwertige und innovative Produkte und Lösungen, die das tägliche Leben zuhause leichter und bequemer machen.

## Geschäftstätigkeit und Geschäftsfelder

Wir sind ein europäischer Entwickler und Hersteller von Markenprodukten für ausgewählte Bereiche im Haushalt und vertreiben unsere Produkte unter den zwei bekannten Marken Leifheit und Soehnle.

In den französischen Tochtergesellschaften Birambeau und Herby werden Produktsortimente in mittleren Preislagen angeboten.

Wir konzentrieren uns auf unsere Kernkompetenzen in den Kategorien Reinigen, Wäschepflege, Küche und Wellbeing.

Unsere Produkte konzipieren wir mithilfe einer eigenen Entwicklungsabteilung. Die Fertigung erfolgt sowohl in eigenen Produktionsstätten in Deutschland und in der Produktionsstätte einer Tochtergesellschaft in der Tschechischen Republik als auch bei externen Zulieferern in verschiedenen Ländern Europas und Asiens. Wir vertreiben unsere Produkte vorwiegend in Deutschland und Europa – darüber hinaus in den USA, im Mittleren Osten und in Fernost. Der Vertrieb erfolgt im stationären Handel vor allem über große Handelsketten und den Großhandel. Weiterhin nutzen wir verstärkt moderne Distributionskanäle wie beispielsweise den Distanzhandel beziehungsweise E-Commerce.

## Märkte und Marktpositionen

Leifheit verkauft seine Produkte in mehr als 80 Ländern weltweit. Die wichtigsten Absatzmärkte mit einem Anteil von insgesamt zirka 86 Prozent der Umsatzerlöse sind unser Heimatmarkt Deutschland und die Länder Zentraleuropas. Zur Vertriebsregion Zentraleuropa gehören zum Beispiel die Niederlande, Frankreich und Österreich. Etwa neun Prozent der Umsatzerlöse erzielen wir zurzeit in osteuropäischen Märkten wie Tschechien, Russland und Polen.

Wir konzentrieren unsere Vertriebs- und Marketingaktivitäten auf die europäischen Zielmärkte. Darüber hinaus nutzen wir Wachstumsmöglichkeiten auch außerhalb Europas, wie in den USA, im Mittleren Osten und in Fernost. Hier vertreiben wir unsere Produkte vor allem über Distributoren und sind darüber hinaus mit Spotgeschäften aktiv, um sich bietende Marktchancen zu nutzen. Die außereuropäischen Märkte stehen aktuell für mehr als fünf Prozent der Umsatzerlöse.

Wir vertreiben unsere Produkte da, wo der Konsument sie kaufen möchte, und sind in allen relevanten Absatzkanälen vertreten. Wichtigster Vertriebskanal sind SB-Warenhäuser, gefolgt von Baumärkten und traditionellem Groß- und Einzelhandel. Der Anteil des modernen Distanzhandels (E-Commerce) stieg in den vergangenen Jahren kontinuierlich.

Wir konzentrieren uns auf die Produktkategorien Reinigen, Wäschepflege, Küche und Wellbeing. Bei Reinigungsgeräten, insbesondere bei den Flachwischsystemen, gehört Leifheit zu den führenden Anbietern in Deutschland und in vielen europäischen Märkten. Größte Produktkategorie mit einem Umsatzanteil von rund 41 Prozent sind Produkte für die Wäschepflege. Mit Reinigungsprodukten erzielen wir rund 35 Prozent und mit Küchenprodukten rund 10 Prozent der Umsatzerlöse. Die Produktkategorie Wellbeing umfasst Produkte der Marke Soehnle und steht für rund 13 Prozent der Umsatzerlöse. Soehnle ist Marktführer für Personen- und Küchenwaagen in Deutschland. Hier halten wir mit Soehnle einen Marktanteil von 36,4 Prozent bei Küchenwaagen und 24,2 Prozent bei Personenwaagen. Auch in anderen europäischen Ländern gehört Soehnle zu den führenden Anbietern. Mit der Marke Soehnle sind wir darüber hinaus im Bereich der Aromadiffusoren aktiv. Nach einer Untersuchung der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) aus dem Jahr 2014 ist Soehnle mit einem Anteil von rund 28 Prozent Marktführer im Segment Luftbehandlung und -befeuchtung in Deutschland.

Die Entwicklung und das Ergebnis unserer unternehmerischen Aktivitäten werden auch von externen Faktoren beeinflusst. Dazu gehören die gesamtwirtschaftliche Entwicklung, die ökonomischen Rahmenbedingungen in unseren Kernmärkten, das Konsumklima, die Entwicklung des US Dollars im Vergleich zum Euro und die Witterungsbedingungen im Saisongeschäft mit Wäschespinnen.

## Veränderungen der Beteiligungsstruktur

Wesentliche Veränderungen der Beteiligungsstruktur sowie wesentliche Änderungen der organisatorischen Struktur oder des Geschäftsmodells fanden im Geschäftsjahr 2015 nicht statt. Im Juli 2015 wurde die Soehnle GmbH mit Sitz in Nassau gegründet. Die Soehnle GmbH hat die operative Tätigkeit im Berichtsjahr 2015 nicht aufgenommen.

## Organisation, Unternehmensstruktur und Führungsverantwortung

Die Leifheit Aktiengesellschaft ist seit 1984 eine börsennotierte Aktiengesellschaft nach deutschem Recht. Die Aktien der Leifheit Aktiengesellschaft sind für den Handel im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse zugelassen und werden außerdem an allen deutschen Börsenplätzen gehandelt (ISIN DE0006464506). Zum 31. Dezember 2015 betrug die Marktkapitalisierung rund 248 Mio €. Die Gesellschaft ist im Handelsregister des Amtsgerichts Montabaur unter HRB 2857 eingetragen, Sitz und Verwaltung befinden sich bis heute am Ort der Gründung in Nassau/Lahn. Die wesentlichen Standorte der Leifheit Aktiengesellschaft in Deutschland sind Nassau (Verwaltung und Produktion) und Zuzenhausen (Logistik). Daneben bestehen im Ausland rechtlich nicht selbstständige Niederlassungen – insbesondere Vertriebsniederlassungen – in Brescia, Italien (Gründung 1982), sowie in Aartselaar, Belgien (Gründung 1987), und in Wiener Neudorf, Österreich (Gründung 1995).

Die Leifheit Aktiengesellschaft besitzt zwölf direkte oder indirekte Tochterunternehmen. Die wesentlichen – teilweise indirekten – Beteiligungen der Leifheit Aktiengesellschaft sind die Leifheit s.r.o. in der Tschechischen Republik (Produktion), die Birambeau S.A.S. in Frankreich (Logistik und Vertrieb) sowie die Herby Industrie S.A.S. in Frankreich (Produktion, Logistik und Vertrieb).

Der Vorstand der Leifheit Aktiengesellschaft besteht aus zwei Mitgliedern. Er legt die Strategie des Leifheit-Konzerns fest, verantwortet konzernweite Zentralfunktionen und steuert die Unternehmensbereiche. Jedem Vorstandsmitglied obliegt die Verantwortung für mehrere Funktionen innerhalb des Leifheit-Konzerns. Die Geschäftsordnung für den Vorstand regelt die Zuständigkeit der einzelnen Vorstandsmitglieder. Ihr persönliches Wissen um Produkte und Märkte, kunden- und länder-spezifische Besonderheiten sowie das Fachwissen bezüglich zentraler Konzernfunktionen gewährleisten eine effiziente und professionelle Steuerung des Leifheit-Konzerns. Die Arbeit des Vorstands der Leifheit Aktiengesellschaft wird unterstützt durch 16 Bereichs-beziehungsweise Ressortleiter.

## Strategie und Ziele

Das Jahr 2015 war das erste Geschäftsjahr im Zeichen der neuen Strategie „Leifheit 2020“. Sie umfasst unsere Vision und zehn strategische Leitlinien für eine erfolgreiche Zukunft.

Der Verbraucher ist unsere wichtigste Zielgruppe. Er entscheidet durch sein Kaufverhalten über unseren ökonomischen Erfolg. Daher ist es entscheidend, seine Bedürfnisse zu verstehen und ihn mit unseren Produkten möglichst optimal zu befriedigen. Deshalb lautet unser Anspruch: „Wir sind deine führenden Experten für Lösungen, die dein tägliches Leben zuhause einfacher und bequemer machen.“

Abgeleitet von unserer Vision beantworten zehn strategische Leitlinien die Fragen, wo und wie sich in einer rasch wandelnden Umwelt weitere Wachstumspotenziale nutzen und Chancen realisieren lassen. Zu dem „Wo“ gehören ein geschärfter Konsumenten- und Handelskundenfokus, eine klare Positionierung im Hinblick auf unsere Marken, die Kategorien und Produkte, mit denen wir erfolgreich sein möchten, sowie ein tiefes Verständnis für die relevanten Absatzmärkte und der richtige Zugang zu diesen.

Das „Wie“ definiert verschiedene Felder, in denen wir künftig unsere Anstrengungen und Ressourcen bündeln werden. Allen voran steht der konsequente Fokus auf die Bedürfnisse der Nutzer. Darüber hinaus werden wir unsere Fähigkeiten weiter ausbauen, innovative Lösungen zu realisieren – im Hinblick sowohl auf den Verbraucher als auch die Handelskunden. Dabei bieten wir stets eine überzeugende Produktqualität. Eine schlanke und flexible Wertschöpfungskette hilft uns dabei, diese Produktqualität sicherzustellen. Die Basis des Erfolges bleiben weiterhin unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und ihr Engagement, jeden Tag Besonderes zu leisten.

„Leifheit 2020“ ist die Grundlage für verstärktes organisches Wachstum des Konzerns in der Zukunft. Gleichzeitig wird Leifheit Möglichkeiten für externes Wachstum prüfen, sofern sie sich bieten. Mit einer soliden Bilanz ohne Finanzschulden sind wir gut aufgestellt für mögliche Akquisitionen, die unser Wachstum unterstützen.



## Finanzierungsstrategie

Vorrangiges Ziel unserer Finanzierungsstrategie ist die Erhaltung einer gesunden Kapitalstruktur. Hierbei legen wir besonderen Wert auf eine ausreichende Eigenkapitalausstattung von mindestens 30 Prozent, um das Vertrauen von Investoren, Banken, Lieferanten, Kunden und unseren Mitarbeitern sicherzustellen. Wir konzentrieren uns darauf, eine Kapitalstruktur zu erhalten, die es uns ermöglicht, unseren künftigen potenziellen Finanzierungsbedarf zu angemessenen Bedingungen an den Finanzmärkten zu decken. Wir wollen ein hohes Maß an Unabhängigkeit, Sicherheit und finanzieller Flexibilität erhalten.

## Grundsätze des Steuerungssystems

Wir steuern Leifheit strategisch zentral und zugleich operativ dezentral. Mit wenigen Einheiten und Hierarchieebenen gewährleisten wir auf diese Weise eine schnelle und effiziente Zusammenarbeit innerhalb der Gruppe. Unsere Organisation ist so ausgerichtet, dass sie unser Kunden- und Markenmanagement im Sinne der Strategie optimal unterstützt. Zu diesem Zweck werden das Markengeschäft und das Volumengeschäft als getrennte Segmente geführt. Sowohl die Aufbau- als auch die Ablauforganisation sind entsprechend strukturiert, sodass wir die Ziele der strategischen Geschäftsausrichtung bestmöglich erreichen können.

Die Steuerung des Unternehmens richten wir an der nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswertes aus. Hierfür nutzen wir ein wertorientiertes Managementsystem. Die Leifheit Aktiengesellschaft ist integriert in das Steuerungssystem des Leifheit-Konzerns. Dabei entspricht der Bereich „Leifheit/Soehnle“ im Wesentlichen der Leifheit Aktiengesellschaft. Die bedeutendsten Steuerungsgrößen sind die Umsatzerlöse, das Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT) beziehungsweise das Betriebsergebnis und der Free Cashflow. Darüber hinaus erfolgt eine Steuerung der Umsatzerlöse nach Regionen. Im Geschäftsjahr 2015 wurden keine wesentlichen Veränderungen im Steuerungssystem vorgenommen.

# Wirtschaftliches Umfeld

Gestützt durch niedrige Rohstoffpreise und den privaten Konsum erreichte die Weltwirtschaft im Jahr 2015 ein Wachstum von 3,1 Prozent. Der Aufschwung in der Eurozone setzte sich mit einem Anstieg des Bruttoinlandsprodukts um 1,5 Prozent fort. Die deutsche Wirtschaft wuchs um 1,7 Prozent. Durch die niedrige Inflation kamen Einkommenssteigerungen direkt der Kaufkraft zugute. Die dadurch begünstigte höhere Nachfrage förderte den Absatz im Einzelhandel.

## Gesamtwirtschaftliche Lage

2015 entwickelte sich die Weltwirtschaft uneinheitlich. Insbesondere die Entwicklung in den Schwellenländern fiel schwächer aus als erwartet. In China befindet sich die Wirtschaft in einem Transformationsprozess. Fallende Preise für Erdöl infolge eines förderungsbedingten Überangebots auf dem Weltmarkt und niedrige Preise für andere Rohstoffe belasteten die wirtschaftliche Entwicklung in den rohstoff-exportierenden Ländern wie Russland oder Brasilien. Die Industrieländer entwickelten im Gegensatz dazu ein recht stabiles Wachstum. Der Internationale Währungsfonds (IWF) schätzt das Wachstum der Weltwirtschaft im Jahr 2015 auf 3,1 Prozent (2014: 3,4 Prozent).

Die wirtschaftliche Erholung in den Euroländern setzte sich 2015 fort. Der IWF schätzt das Wachstum in dem gemeinsamen Währungsraum auf 1,5 Prozent (2014: 0,9 Prozent). Die Europäische Kommission rechnet in ihrer Herbstprognose 2015 mit einer Zunahme des Bruttoinlandsprodukts (BIP) um 1,9 Prozent in der gesamten Europäischen Union. Beeinträchtigt wurde die wirtschaftliche Entwicklung durch Unsicherheiten über die Perspektiven der chinesischen Volkswirtschaft und die damit einhergehenden Turbulenzen an den Finanzmärkten.

Frankreich und Italien trugen nur unterdurchschnittlich zum Wachstum in der Eurozone bei. Für Frankreich erwartet der IWF ein Wachstum um 1,1 Prozent im Jahr 2015 (2014: 0,2 Prozent). Nach einem Rückgang des BIP im Vorjahr sieht der IWF für Italien nun wieder ein Wachstum von 0,8 Prozent (2014: -0,4 Prozent). In Spanien wuchs die Wirtschaftsleistung dagegen kräftig. Hier erwartet der IWF einen Anstieg des BIP um 3,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (2014: 1,4 Prozent).

Positiv auf das Wachstum in der Eurozone wirkten die gestiegenen Exporte, die starke Abwertung des Euros gegenüber dem US Dollar und die sinkenden Preise für Erdölprodukte. Gestützt wurde das Inlandswachstum insbesondere durch den privaten Konsum.

Die deutsche Wirtschaft setzte ihren Wachstumskurs 2015 fort. Das preisbereinigte BIP wuchs nach ersten Berechnungen des Statistischen Bundesamtes im Jahr 2015 um 1,7 Prozent (2014: 1,6 Prozent). Der IWF schätzt das Wachstum etwas niedriger auf 1,5 Prozent (2014: 1,6 Prozent). Den Anstieg der Wirtschaftsleistung haben die günstige Entwicklung am Arbeitsmarkt, der private Konsum, der deutliche Rückgang des Ölpreises, die niedrigen Zinsen und – mit Blick auf den Export – der günstige Wechselkurs des Euros unterstützt.

Der Verfall der Preise für Erdöl und andere Rohstoffe trug maßgeblich zur Verschlechterung der konjunkturellen Lage in Russland bei. Hinzu kamen die Auswirkungen der Wirtschaftssanktionen infolge der Krim-Annexion und des Ukraine-Konflikts. Vor diesem Hintergrund ging das BIP nach Daten des IWF 2015 um 3,7 Prozent zurück (2014: +0,6 Prozent). In den osteuropäischen Staaten der EU hat die Konjunktur im Verlauf des Jahres 2015 angezogen. Dabei kam der Region die Entwicklung im Euroraum zugute. Die polnischen Exporte wurden am stärksten von der Rezession in Russland getroffen.

In den USA setzte sich der moderate wirtschaftliche Aufschwung im Jahr 2015 fort. Der IWF schätzt das Wachstum der Wirtschaft in den USA auf 2,5 Prozent (2014: 2,4 Prozent). Strukturell bedingt lässt die Wachstumsdynamik der chinesischen Wirtschaft seit einigen Jahren nach. Exporte und Importe gingen stärker zurück als erwartet. Nach Daten des IWF ist die chinesische Wirtschaft im Jahr 2015 um 6,9 Prozent gewachsen (2014: 7,3 Prozent).

## Währungsentwicklung

Die Europäische Zentralbank (EZB) setzte 2015 ihre Niedrigzinspolitik fort. Die Geldpolitik der EZB wirkte sich erkennbar auf den Wechselkurs des Euros gegenüber dem US Dollar aus. Zum 31. Dezember 2015 belief sich der EZB-Referenzkurs des US Dollars zum Euro auf 1,09 (2014: 1,21).

## Branchenentwicklung

Nach Daten von Eurostat, dem statistischen Amt der Europäischen Union, nahm das Absatzvolumen im Einzelhandel in den Ländern der Eurozone im Jahr 2015 merklich zu (+1,4 Prozent im Jahresvergleich bis November). Das Vertrauen der Verbraucher in den Euroländern (Consumer Confidence Index der Europäischen Kommission) nahm auf Jahressicht ebenfalls zu. Der Wert von –5,7 Punkten im Dezember 2015 lag leicht über dem Jahresdurchschnitt; mit –6,1 Punkten liegt der Jahresdurchschnitt deutlich über dem langfristigen Mittel von –12,8 Punkten. Nach Angaben der Europäischen Kommission entwickelte sich auch der Geschäftsklimaindikator (Business Climate Indicator) für die Wirtschaft im Euroraum im Verlauf des Jahres 2015 positiv. Im Dezember erreichte er einen Wert von 0,41 Punkten (2014: 0,08 Punkte).

In Deutschland spielte die positive Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt eine zentrale Rolle für die konjunkturelle Entwicklung. Die Arbeitslosenquote ging im Jahresverlauf um 0,3 Prozentpunkte auf 6,4 Prozent zurück. Zunehmende Beschäftigung und gesteigerte Einkommen förderten den Konsum als Tragpfeiler der wirtschaftlichen Entwicklung. Nach Schätzungen des Statistischen Bundesamtes stieg der Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2015 um 2,8 bis 3,1 Prozent. Umsätze mit Einrichtungsgegenständen und Haushaltsgeräten wuchsen dabei um 2,4 Prozent (bei konstanten Preisen) beziehungsweise 2,3 Prozent (in jeweiligen Preisen).

Der private Konsum ist in Deutschland für über 50 Prozent des BIP verantwortlich. Er war nach Angaben des Statistischen Bundesamtes der wichtigste Motor der deutschen Wirtschaft in 2015. Bei einer Inflationsrate von lediglich 0,3 Prozent kamen Einkommenszuwächse nahezu uneingeschränkt der Kaufkraft zugute. Die Konsumausgaben waren preisbereinigt um 1,9 Prozent höher als im Jahr davor.

Zum Jahresende 2015 schwächte sich die Stimmung der Verbraucher in Deutschland ab. Auf Grundlage ihrer regelmäßigen Umfragen errechnete die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) einen Konsumklimaindikator von 9,3 Punkten für den Dezember. Damit befindet er sich weiter auf hohem Niveau (2014: 8,7 Punkte), nachdem er zur Jahresmitte den Höchststand von 10,2 Punkten erreicht hatte.

Auch der Geschäftsklimaindex des ifo Instituts, München, gab zum Ende des Berichtsjahres leicht nach. Seit Jahresanfang hatte er mit leichten Schwankungen bis zum November stetig zugenommen. Während der Indexwert für das verarbeitende Gewerbe im Dezember 2015 nochmals anstieg, ging der für den Einzelhandel leicht zurück. Die Indexwerte für Klima, Lage und Erwartungen der gewerblichen Wirtschaft in Deutschland liegen insgesamt jedoch alle noch um etwa drei Punkte höher als zum Ende des Jahres 2014.

## Regulatorische Rahmenbedingungen

Die für das Geschäftsmodell und die Produkte von Leifheit relevanten regulatorischen Rahmenbedingungen blieben im Geschäftsjahr 2015 weitestgehend unverändert.

# Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Leifheit hat die Erwartungen für 2015 übertroffen. Wir erreichten mit einem Plus von 5,0 Prozent einen Umsatz von 182,4 Mio € und ein Betriebsergebnis in Höhe von 15,5 Mio €.

## Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf

Die Erwartungen für den Geschäftsverlauf des Jahres 2015 wurden zum Teil deutlich übertroffen. Die Umsatzerlöse stiegen um 5,0 Prozent auf 182,4 Mio €. Die ursprüngliche Planung lag bei einem Plus von 3 bis 4 Prozent. Hauptgrund ist vor allem die verstärkte Nachfrage bei Reinigungs- und Wäschepflegeprodukten. Das Betriebsergebnis erreichte 15,5 Mio € und lag damit auf dem Vorjahresniveau. Wir hatten ein Betriebsergebnis auf Höhe des Vorjahresniveaus, bereinigt um das Ergebnis aus der Fremdwährungsumrechnung, von 12,3 Mio € prognostiziert. Damit wurde die Prognose für das Betriebsergebnis deutlich übertroffen. Hierzu trugen vor allem die Deckungsbeiträge aus den gestiegenen Umsatzerlösen sowie das Ergebnis aus der Fremdwährungsumrechnung bei.

Die Investitionen lagen mit 3,0 Mio € innerhalb der Prognose.

Der Free Cashflow erreichte im Berichtsjahr 14,4 Mio € und übertraf ebenfalls die Prognose. Wir hatten einen deutlichen Rückgang der Rückstellungen und Verbindlichkeiten und damit höhere Auszahlungen insbesondere für Kundenboni und Werbekostenzuschüsse geplant.

Prognose- anpassungen	Ist 31.12.2014	Prognose März 2015	Ist 31.12.2015
Umsatz	173,7 Mio €	+3 bis 4 %	182,4 Mio € +5,0 %
Betriebsergebnis	15,5 Mio €	12,3 Mio €	15,5 Mio €
Investitionen	3,5 Mio €	3 bis 4 Mio €	3,0 Mio €
Free Cashflow	19,0 Mio €	2 bis 3 Mio €	14,4 Mio

## Geschäftsverlauf

### Umsatz deutlich über Vorjahr

Leifheit erzielte im Geschäftsjahr 2015 einen Umsatz von 182,4 Mio € (2014: 173,7 Mio €). Dies entspricht einer Steigerung von 5,0 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Das erzielte Wachstum lag damit über der Marktentwicklung in unseren Kernzielregionen, sowohl was die Absatzentwicklung in unseren Kernzielregionen, sowohl was die Einzelhandelsumsätze in Deutschland betrifft. 46,3 Prozent der Umsatzerlöse wurden in ausländischen Märkten realisiert (2014: 46,2 Prozent).

Dazu beigetragen hat das gesunde Wachstum mit Produkten der Marke Leifheit und dabei vor allem die dynamische Entwicklung der Produktkategorie Reinigen. Überdurchschnittliche Zuwächse erreichten wir in einigen zentraleuropäischen Märkten. Einen Beitrag leistete erneut auch die sehr erfreuliche Entwicklung unseres Vertriebskanals E-Commerce.

### Anhaltendes Wachstum in Deutschland

In unserem Heimatmarkt Deutschland erreichten wir im Geschäftsjahr 2015 Umsatzerlöse in Höhe von 98,0 Mio € (2014: 93,4 Mio €) und damit ein Plus von 4,9 Prozent. Im Vorjahr hatte die Wachstumsrate bei 3,1 Prozent gelegen. Damit stammten 53,7 Prozent der Umsatzerlöse aus Deutschland (2014: 53,8 Prozent). Zuwächse konnten wir vor allem in den Produktkategorien Reinigen und Wäschepflege sowie den Vertriebskanälen Baumarkt, E-Commerce, Discounter und SB-Warenhaus realisieren.

## Überdurchschnittliche Umsatzentwicklung in zentraleuropäischen Märkten

In unseren zentraleuropäischen Auslandsmärkten konnten wir um insgesamt 5,4 Prozent wachsen. Die Umsatzerlöse im Berichtsjahr erreichten eine Höhe von 59,1 Mio € (2014: 56,1 Mio €). Im Jahr 2014 betrug die Umsatzsteigerung lediglich 0,4 Prozent. Mit dem Umsatz von 59,1 Mio € erzielte unsere Zielregion Zentraleuropa im Geschäftsjahr 2015 einen Anteil von 32,4 Prozent der Umsatzerlöse. Der Anstieg lag damit über dem unseres Heimatmarktes. Diese Entwicklung unterstreicht unsere Bemühungen, unser Geschäft international kontinuierlich auszubauen.

## Osteuropäische Märkte mit stabilem Umsatz

Trotz der Rezession in Russland und der anhaltenden Krise in der Ukraine konnten wir die Umsätze in der Region Osteuropa insgesamt leicht steigern. Mit 15,5 Mio € fielen sie im Berichtsjahr um 0,6 Prozent höher aus als im Vergleichszeitraum (2014: 15,4 Mio €). Umsatzrückgänge in Russland, der Ukraine und der Slowakei konnten wir durch starkes Wachstum in Tschechien und Polen ausgleichen. Das Wachstum erreichten wir hier mit den Produktkategorien Reinigen und Wäschepflege. Der Umsatzanteil der Zielregion Osteuropa erreichte im Berichtsjahr 8,5 Prozent (2014: 8,9 Prozent).

## Positive Umsatzentwicklung außerhalb Europas

In den außereuropäischen Märkten sind wir im Berichtsjahr unserem Ziel, Absatzchancen in diesen Regionen wieder verstärkt zu nutzen, einen ersten Schritt näher gekommen. Hier erreichten wir Umsatzerlöse von 9,9 Mio € und damit 12,9 Prozent mehr als im Vorjahr (2014: 8,8 Mio €). Während wir im Mittleren Osten und in Fernost erfreuliche Wachstumsraten erzielen konnten, mussten wir aufgrund des schwächeren Projektgeschäfts in den USA einen Umsatzrückgang hinnehmen.

## Stabile Entwicklung der Umsatzerlöse in den Quartalen

Die Umsatzerlöse entwickelten sich im Berichtsjahr weitgehend gleichmäßig. Teilweise zeigten sich im Verlauf des Geschäftsjahres saisonale Einflüsse. So war das zweite Quartal 2015 durch ein später einsetzendes Frühjahrgeschäft mit Wäschespinnen infolge einer Kälteperiode in Deutschland in den ersten Monaten des Jahres gekennzeichnet. Das Wachstum im dritten Quartal 2015 wurde verstärkt durch die gute Entwicklung in Zentraleuropa. Im vierten Quartal wirkte sich vor allem ein Aktionsgeschäft des Vorjahres aus, das im Berichtsjahr nicht wiederholt werden konnte.

### Umsatzentwicklung nach Quartalen

Mio €	2014	2015
Q1	45,6	48,2 (+5,7 %)
Q2	41,7	44,9 (+7,7 %)
Q3	41,9	45,6 (+8,7 %)
Q4	44,5	43,7 (-1,6 %)
	<b>173,7</b>	<b>182,4 (+5,0 %)</b>

## Entwicklung der Ertragslage

### Ergebnis auf Vorjahresniveau

Im Jahr 2015 erreichten wir ein Betriebsergebnis von 15,5 Mio € (2014: 15,5 Mio €). Das Bruttoergebnis fiel um 1,7 Mio €. Die Deckungsbeiträge aus den gestiegenen Umsatzerlösen wurden überkompensiert durch währungsbedingt höhere Preise für Einkäufe von Handelswaren in Fernost. Die gesunkenen Verwaltungskosten glichen aber sowohl das gesunkene Bruttoergebnis als auch die gestiegenen Vertriebskosten weitgehend aus.

Im Berichtsjahr erreichten wir ein Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit von 13,1 Mio € (2014: 13,8 Mio €). Der Rückgang von 0,7 Mio € resultiert vor allem aus dem Anstieg des Zinsaufwands zur Abzinsung der Pensionsverpflichtungen von 2,1 Mio €. Dem wirkte der Anstieg des Beteiligungsergebnisses um 1,5 Mio € auf 3,2 Mio € entgegen (2014: 1,7 Mio €).

Das außerordentliche Ergebnis beinhaltet die einmalige Gesamtauführung des bis zum Ende des Geschäftsjahres 2015 noch nicht zugeführten Unterschiedsbetrags aus der geänderten Bewertung der Pensionsrückstellungen durch das Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz vom 26. März 2009 (BilMoG) in Höhe von 8,3 Mio € (2014: 0,8 Mio €).

Nach Abzug der Steuern ergab sich ein Jahresüberschuss von 1,8 Mio € (2014: 11,1 Mio €).

### Währungsbedingter Rückgang des Bruttoergebnisses

Das Bruttoergebnis fiel im Berichtsjahr um 1,7 Mio € auf 77,0 Mio € (2014: 78,7 Mio €). Es wurde stark durch die hohe Abwertung des Euros gegenüber dem US Dollar beeinflusst. Dadurch verteuerten sich die Einkäufe von Produktionsmaterialien und Handelswaren, die in US Dollar in Fernost eingekauft wurden, um 7,1 Mio €. Demgegenüber steht das positive Ergebnis aus Devisentermingeschäften von 5,6 Mio €, das in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträgen ausgewiesen wird. Bereinigt um den Währungseffekt stieg die Bruttomarge um 0,8 Prozentpunkte auf 46,1 Prozent (2014: 45,3 Prozent). Die Bruttomarge definiert sich als Bruttoergebnis im Verhältnis zu den Umsatzerlösen. Die weitere konsequente Ausrichtung auf margenstarke Produkte und Geschäfte sowie Optimierungen beim Einkauf trugen hierzu bei.

### Vertriebskosten

Die Vertriebskosten betragen im Berichtsjahr 54,8 Mio € (2014: 53,7 Mio €), dies entspricht einem Anstieg um 1,1 Mio €. Diese beinhalteten Werbekosten, Provisionen, Marketingkosten, Ausgangsfrachten, Versandkosten sowie die Kosten des Innen- und Außendienstes.

Die Ausgangsfrachten, Provisionen sowie die Dienstleistungen und Verpackungsmaterialien im Versand stiegen aufgrund des höheren Umsatzes. Dem steht ein Rückgang der Werbeaufwendungen gegenüber, die im Vorjahr überproportional gestiegen waren.

### Allgemeine Verwaltungskosten

Unsere Verwaltungskosten fielen im Berichtsjahr um 2,4 Mio € auf 9,9 Mio € (2014: 12,3 Mio €). Sie beinhalten in erster Linie die Personalaufwendungen und die Dienstleistungen zur Unterstützung unserer Finanz- und Verwaltungsfunktionen.

Die Personalkosten fielen um 1,4 Mio € insbesondere aufgrund der Abnahme einer langfristigen Vorstandsvergütung. Die Aufwendungen für Dienstleistungen fielen um 0,6 Mio €, nachdem diese im Vorjahr im Zusammenhang mit der Überarbeitung unserer Strategie sowie für potenzielle Akquisitionsprojekte um 0,5 Mio € zunahmen.

### Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge stiegen um 4,5 Mio € auf 12,5 Mio € (2014: 8,0 Mio €). Wesentliche Ursache für diesen Anstieg waren die höheren Erträge aus der Währungsumrechnung, die um 4,8 Mio € auf 9,4 Mio € (2014: 4,6 Mio €) anstiegen. Darin enthalten waren Kursgewinne aus Devisentermingeschäften von 8,0 Mio € und Kursgewinne aus der Bewertung und Realisierung von Forderungen und Zahlungsmitteln von 1,4 Mio €.

### Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen um 4,2 Mio € auf 9,3 Mio € (2014: 5,1 Mio €). Der Anstieg war vor allem auf die gestiegenen Aufwendungen aus der Währungsumrechnung um 3,2 Mio € auf 4,6 Mio € (2014: 1,4 Mio €) zurückzuführen. Darin enthalten waren Kursverluste aus Devisentermingeschäften von 2,4 Mio € und Kursverluste aus der Bewertung und Realisierung von Forderungen, Verbindlichkeiten und Zahlungsmitteln von 2,2 Mio €.

In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind die Forschungs- und Entwicklungskosten enthalten, die um 1,0 Mio € auf 4,5 Mio € stiegen (2014: 3,5 Mio €). Der Anstieg resultierte aus unseren Aktivitäten im Zusammenhang mit der neuen Innovationsstrategie „Innovation Factory“. Der Entwicklungsbereich wurde personell zur Ausweitung interner und externer Entwicklungsprojekte verstärkt.

**Ergebnisrechnung (Kurzfassung)**

Mio €	2014	2015
Umsatzerlöse	173,7	182,4
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>15,5</b>	<b>15,5</b>
Zins- und Finanzergebnis	-1,7	-2,4
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>13,8</b>	<b>13,1</b>
Außerordentliches Ergebnis	-0,8	-8,3
Steuern	-1,9	-3,0
<b>Jahresüberschuss</b>	<b>11,1</b>	<b>1,8</b>

**Erträge aus Beteiligungen**

Die Erträge aus Beteiligungen betrafen Gewinnausschüttungen von Tochtergesellschaften in Höhe von 3,2 Mio € (2014: 1,7 Mio €). Es handelte sich um die Dividende der Leifheit France S.A.S., unter der die französischen Tochtergesellschaften zusammengefasst sind.

**Zinserträge und Zinsaufwendungen**

Die Erträge aus der Ausleihung des Finanzanlagevermögens und die sonstigen Zinserträge fielen um 0,4 Mio € auf 0,8 Mio € (2014: 1,2 Mio €), vor allem bedingt durch niedrigere Zinserträge von Tochtergesellschaften und aus Aufzinsungen. Die Zinsaufwendungen stiegen stark um 2,1 Mio € auf 6,5 Mio € (2014: 4,4 Mio €). Diese Veränderung war ausschließlich auf einen höheren Zinsaufwand von 2,1 Mio € aus dem Rückgang des siebenjährigen HGB-Durchschnittszinssatzes um 0,65 Prozentpunkte zurückzuführen, mit dem die Pensionsrückstellungen abgezinst wurden.

**Außerordentliche Aufwendungen**

Bei den außerordentlichen Aufwendungen handelt es sich um die Gesamtzuführung des bis zum Ende des Geschäftsjahres 2015 noch nicht zugeführten Unterschiedsbetrags aus der geänderten Bewertung der Pensionsrückstellungen durch das BilMoG in Höhe von 8,3 Mio € (2014: 0,8 Mio €). Der gesamte Unterschied zum 1. Januar 2010 betrug 12,4 Mio €, wovon in den Geschäftsjahren 2010 bis 2014 jeweils 0,8 Mio € zu den Pensionsrückstellungen zugeführt wurden. Der verbleibende Restbetrag von 8,3 Mio € wurde im Jahr 2015 komplett zugeführt.

**Steuern**

Im Geschäftsjahr 2015 betrug die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag 2,8 Mio € (2014: 1,7 Mio €). Die Steuern waren von vorhandenen Verlustvorträgen in Deutschland und Belgien beeinflusst. Im Vorjahr wurden die körperschaftsteuerlichen Verlustvorträge aufgebraucht, sodass im Geschäftsjahr 2015 nur noch gewerbesteuerliche Verlustvorträge zur Verfügung standen. Vom Aktivierungswahlrecht aktiver latenter Steuern wurde kein Gebrauch gemacht.

## Entwicklung der Finanzlage

### Finanzmanagement

Wir verfügen über ein zentrales Finanzmanagement für die Liquiditätssteuerung und das Währungsmanagement. Ein wichtiges Ziel unseres Finanzmanagements ist es, eine Mindestliquidität sicherzustellen, um jederzeit unseren Zahlungsverpflichtungen nachkommen zu können. Hierzu sind die meisten Tochtergesellschaften von Leifheit in das zentrale Cash Management eingebunden. Die liquiden Mittel werden konzernweit gebündelt, überwacht und nach einheitlichen Grundsätzen investiert. Ein hoher Bestand an liquiden Mitteln verbessert unsere finanzielle Flexibilität und sichert die Zahlungsfähigkeit sowie Unabhängigkeit. Weitere kurzfristig verfügbare Kreditlinien ermöglichen es uns, im Bedarfsfall auf zusätzliche Liquiditätsreserven zuzugreifen.

Unsere Wechselkursrisiken steuern wir ebenfalls konzernweit. Wir sichern diese durch ausgewählte Derivate ab. Der Einsatz von Derivaten erfolgt ausschließlich zur Absicherung entsprechender Grundgeschäfte, nicht aber für Spekulationszwecke. Wir verfügen über klare Regeln für den Einsatz von derivativen Finanzinstrumenten und im Bereich des Finanzrisikomanagements.

Mit der vorhandenen Liquidität und den verfügbaren Kreditlinien sind wir jederzeit in der Lage, unseren Zahlungsverpflichtungen nachzukommen.

Es existieren keine Beschränkungen hinsichtlich der Verfügbarkeit von liquiden Mitteln.

Unser System zur Einhaltung der sich aus § 20 Abs. 1 WpHG ergebenden Anforderungen wurde durch einen Wirtschaftsprüfer für den Zeitraum vom 1. April 2014 bis zum 31. Dezember 2014 geprüft (EMIR-Prüfung) und mit einem uneingeschränkten Testat versehen.

### Liquiditätsmanagement

Unsere betriebliche Tätigkeit ist die primäre Quelle zum Auf- und Ausbau von Zahlungsmitteln, Zahlungsmitteläquivalenten, sonstigen Geldanlagen und kurzfristigen Wertpapieren. Wir haben in der Vergangenheit die Zahlungsmittel im Wesentlichen für unsere Geschäftsaktivitäten und die daraus resultierenden Investitionen, für den Erwerb von Unternehmen oder Unternehmensteilen, die Zahlung von Dividenden und den Rückkauf von eigenen Aktien eingesetzt.

Wir verfolgen das Ziel, auch zukünftig genügend Liquidität zu generieren, um eine Ausschüttung jährlicher Dividenden im Rahmen einer kontinuierlichen Dividendenpolitik sicherzustellen.

Zum 31. Dezember 2015 hielten wir Zahlungsmittel, Zahlungsmitteläquivalente, sonstige Geldanlagen und Wertpapiere hauptsächlich in Euro, US Dollar, Polnischen Zloty und Tschechischen Kronen. Wir verfolgen eine vorsichtige Anlagepolitik. Entsprechend investieren wir grundsätzlich nur in Finanzanlagen von Emittenten, die ein Mindestrating von BBB aufweisen.

### Management der Kapitalstruktur

Unser vorrangiges Ziel beim Management der Kapitalstruktur ist die Aufrechterhaltung eines starken Finanzprofils. Daher legen wir den Schwerpunkt auf eine entsprechende Ausstattung mit Eigenkapital. Wir tun dies, um das Vertrauen von Investoren, Banken, Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern in unser Unternehmen zu stärken. Wir konzentrieren die Ausgestaltung unserer Kapitalstruktur darauf, dass wir den zukünftigen potenziellen Finanzierungsbedarf zu angemessenen Bedingungen am Kapitalmarkt decken können.

### Kapitalstruktur

Die Eigenkapitalquote lag zum Ende des Geschäftsjahres 2015 bei 50,1 Prozent (2014: 55,3 Prozent). Sie errechnet sich aus dem Verhältnis des Eigenkapitals zur Summe aus Eigenkapital und Schulden.

Zum 31. Dezember 2015 stieg unser Verschuldungsgrad im Vergleich zum Vorjahresstichtag um 5,2 Prozentpunkte auf 49,9 Prozent. Die Kennzahl errechnet sich aus dem Verhältnis der Schulden zur Summe aus Eigenkapital und Schulden. Der Anstieg resultierte ausschließlich aus dem Anstieg der Pensionsverpflichtungen von 12,3 Mio €.

Unsere Schulden bestanden zum 31. Dezember 2015 aus Pensionsverpflichtungen in Höhe von 51,4 Mio € (2014: 39,1 Mio €), Rückstellungen mit einem Wert von 29,6 Mio € (2014: 31,2 Mio €) sowie Verbindlichkeiten von 21,5 Mio € (2014: 18,4 Mio €). Wie in den Vorjahren hatten wir keine Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten.

	31.12.2014		31.12.2015	
	Mio €	Anteil in %	Mio €	Anteil in %
Eigenkapital	109,6	55,3	102,9	50,1
Schulden	88,7	44,7	102,6	49,9
<b>Eigenkapital und Schulden</b>	<b>198,3</b>	<b>100,0</b>	<b>205,5</b>	<b>100,0</b>



## Analyse der Liquidität

Die Liquidität belief sich zum 31. Dezember 2015 auf 64,3 Mio € (2014: 59,3 Mio €). Sie umfasst die flüssigen Mittel sowie Wertpapiere.

Die flüssigen Mittel in Höhe von 60,3 Mio € (2014: 55,3 Mio €) beinhalteten Sichteinlagen und innerhalb einer Frist von drei Monaten kündbare Festgelder. Die Wertpapiere in Höhe von 4,0 Mio € (2014: 4,0 Mio €) enthielten wie im Vorjahr eine Namensschuldverschreibung mit einer Laufzeit bis März 2017, die auch vor Ablauf der Laufzeit mit einer Frist von drei Monaten kündbar ist.

Die Zahlungsmittel setzten sich zum Bilanzstichtag vorwiegend aus Beträgen in Euro in Höhe von 57,1 Mio € (2014: 54,1 Mio €), US Dollar in Höhe von 4,0 Mio € (2014: 0,5 Mio €), Polnischen Zloty von 1,4 Mio € (2014: 0,2 Mio €) und Tschechischen Kronen von 1,1 Mio € (2014: 0,3 Mio €) zusammen.

Der Anstieg unserer Liquidität zum 31. Dezember 2015 um 5,0 Mio € auf 64,3 Mio € ist hauptsächlich auf den Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit von 17,0 Mio € zurückzuführen. Dagegen standen die im Berichtsjahr gezahlte Dividende von 8,6 Mio € und die Investitionen von 3,0 Mio €.

Mio €	Veränderung	31.12.2014	31.12.2015
Guthaben bei Kreditinstituten	+5,0	55,3	60,3
Kurzfristige Wertpapiere	–	4,0	4,0
<b>Liquidität</b>	<b>+5,0</b>	<b>59,3</b>	<b>64,3</b>
Finanzschulden	–	–	–
<b>Nettoliquidität</b>	<b>+5,0</b>	<b>59,3</b>	<b>64,3</b>

## Analyse der Kapitalflussrechnung

Der Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit fiel im Jahr 2015 um 5,4 Mio € auf 17,0 Mio € (2014: 22,4 Mio €). Er ergibt sich aus dem Jahresüberschuss in Höhe von 1,8 Mio € (2014: 11,1 Mio €), den Abschreibungen von 3,2 Mio € (2014: 3,8 Mio €), der Zunahme der Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände um 0,5 Mio € (2014: 2,5 Mio €), dem Anstieg der Vorräte um 1,3 Mio € (2014: 2,5 Mio €), dem Anstieg der Verbindlichkeiten um 3,0 Mio € (2014: 1,9 Mio €) und der Rückstellungen um 10,8 Mio € (2014: 10,6 Mio €). Der starke Anstieg der Rückstellungen resultiert aus dem Anstieg der Pensionsverpflichtungen.

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit im Geschäftsjahr 2015 betrug 3,6 Mio € (2014: 6,5 Mio €). Hierbei betrug die Auszahlungen für den Erwerb von Sachanlagen und immateriellen Vermögensgegenständen insgesamt 3,0 Mio € (2014: 3,5 Mio €) und die Nettoauszahlungen in das Finanzanlagevermögen 0,9 Mio € (2014: 0,1 Mio €).

Der Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit betrug 8,5 Mio € (2014: 7,8 Mio €) und beinhaltete im Wesentlichen die Auszahlung der Dividende von 8,6 Mio € (2014: 7,8 Mio €).

Mio €	Veränderung	2014	2015
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	–5,4	22,4	17,0
Cashflow aus Investitionstätigkeit	+2,9	–6,5	–3,6
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	–0,7	–7,8	–8,5

## Free Cashflow

Im Geschäftsjahr 2015 ging der Free Cashflow auf 14,4 Mio € zurück (2014: 19,0 Mio €). Die Kennzahl gibt an, wie viel Liquidität für die Rückführung von Fremdfinanzierung 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 in Wertpapiere und aus Veräußerungen von Unternehmensbereichen sowie in das Finanzanlagevermögen zur Finanzierung der Beteiligungsgesellschaften. Der Grund für den Rückgang lag hauptsächlich an höheren Inanspruchnahmen von Rückstellungen.

Mio €	Veränderung	2014	2015
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	–5,4	22,4	17,0
Cashflow aus Investitionstätigkeit bereinigt*	+0,8	–3,4	–2,6
Free Cashflow	–4,6	19,0	14,4

\* Bereinigt um Wertpapiere und Veräußerungen von Unternehmensbereichen sowie Ein- und Auszahlungen in das Finanzanlagevermögen.

## Kreditlinien

Im Geschäftsjahr 2015 verfügten wir über kurzfristige revolvingende Kreditlinien von 11,5 Mio € (2014: 11,5 Mio €), wovon 0,5 Mio € am 31. Dezember 2015 durch Avale und Akkreditive genutzt wurden (2014: 0,5 Mio €).

## Entwicklung der Vermögenslage

### Bilanzstruktur

Unsere Bilanzsumme stieg zum 31. Dezember 2015 gegenüber dem Vorjahresstichtag um 7,2 Mio € auf 205,5 Mio € (2014: 198,3 Mio €). Dieser Anstieg resultierte vornehmlich aus höheren Vorräten und Forderungen von 1,8 Mio € und der höheren Liquidität von 5,0 Mio € beziehungsweise dem Anstieg der Pensionsrückstellungen von 12,3 Mio €.

Das Anlagevermögen stieg um 0,5 Mio € auf 70,7 Mio € (2014: 70,2 Mio €). Die Vorräte stiegen um 1,3 Mio € auf 27,3 Mio € (2014: 26,0 Mio €), im Wesentlichen aufgrund einer währungsbedingt höheren Bewertung der Vorräte. Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände stiegen um 0,5 Mio € auf 43,1 Mio € (2014: 42,6 Mio €), vor allem bedingt durch höhere Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen. Die Wertpapiere enthielten Geldanlagen in Form von Namensschuldverschreibungen über 4,0 Mio € (2014: 4,0 Mio €). Die flüssigen Mittel, also die Zahlungsmittel, stiegen um 5,0 Mio € auf 60,3 Mio € (2014: 55,3 Mio €).

Das Eigenkapital fiel um 6,7 Mio € auf 102,9 Mio € (2014: 109,6 Mio €). Die Auszahlung der Dividende von 8,6 Mio € übertraf den Jahresüberschuss von 1,8 Mio € um 7,0 Mio €. Die Eigenkapitalquote betrug 50,1 Prozent (2014: 55,3 Prozent). Die Rückstellungen für Pensionen stiegen um 12,3 Mio € auf 51,4 Mio € (2014: 39,1 Mio €), insbesondere aufgrund der Zuführung des Unterschiedsbetrages aus der Umstellung der Bewertung durch das BilMoG in Höhe von 8,3 Mio € (2014: 0,8 Mio €) und der Aufzinsung aufgrund des Rückgangs des Rechnungszinses, mit dem die Pensionsrückstellungen abgezinst wurden. Die sonstigen Rückstellungen fielen um 1,5 Mio € auf 28,7 Mio € (2014: 30,2 Mio €). Dies war hauptsächlich durch den Rückgang der Rückstellungen für Tantiemen um 1,0 Mio € begründet. Die Verbindlichkeiten stiegen um 3,1 Mio € auf 21,5 Mio € (2014: 18,4 Mio €), im Wesentlichen aufgrund von Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen.

### Investitionen

Im Geschäftsjahr 2015 investierten wir 3,0 Mio € (2014: 3,5 Mio €). Am Stammsitz in Nassau wurde eine nicht mehr benötigte Lagerhalle veräußert. Der Erlös betrug 0,3 Mio €. Darüber hinaus gab es im Berichtsjahr keine weiteren wesentlichen Veräußerungen von Anlagevermögen. Alle Investitionsmaßnahmen des Geschäftsjahres 2015 wurden weitgehend abgeschlossen. Im Berichtsjahr betrugen die Zugänge zum Sachanlagevermögen 2,0 Mio € (2014: 2,5 Mio €) und betrafen im Wesentlichen Werkzeuge für Neuprodukte sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung. Wir investierten 1,0 Mio € in immaterielle Vermögensgegenstände (2014: 1,0 Mio €). Dies betraf hauptsächlich die Anschaffung von Software. In unserem Logistikzentrum wurde im Geschäftsjahr 2015 ein neues Lagermanagementsystem eingeführt.

Die Investitionsquote – die Zugänge zum Anlagevermögen bezogen auf die historischen Anschaffungs- und Herstellungskosten – belief sich im Geschäftsjahr 2015 auf 2,7 Prozent (2014: 3,1 Prozent). Den Investitionen standen Abschreibungen auf Sachanlagen in Höhe von 2,4 Mio € (2014: 2,4 Mio €) und auf immaterielle Vermögensgegenstände von 0,7 Mio € (2014: 1,3 Mio €) gegenüber.

Am 31. Dezember 2015 bestanden Verpflichtungen aus Verträgen über den Erwerb von Gegenständen des Anlagevermögens – hauptsächlich für Software, Werkzeuge, Brandschutz, Montageanlagen sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung – von 0,7 Mio € (2014: 1,7 Mio €). Sie werden aus dem Finanzmittelbestand finanziert.

### Nicht bilanzielle Vermögensgegenstände und außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente

Neben den in der Bilanz ausgewiesenen Vermögensgegenständen nutzen wir in sehr geringem Maße auch nicht bilanzierungsfähige Vermögensgegenstände. Dies betrifft überwiegend geleaste und gemietete Güter.

Wie in den Vorjahren nutzen wir keine außerbilanziellen Finanzierungsinstrumente.

## Gesamtaussage des Managements zur wirtschaftlichen Lage

Das Geschäftsjahr 2015 verlief für Leifheit sehr erfreulich. Wir konnten unsere Leistungsziele erreichen und teilweise sogar übertreffen. Die konsequente Umsetzung unserer Strategie „Leifheit 2020“ zeigte erkennbar erste Ergebnisse. Mit einem Umsatzplus von 5 Prozent auf 182,4 Mio € schwenkten wir auf den von uns angestrebten Wachstumskurs, auch wenn wir noch einen langen Weg vor uns haben. Die Wachstumsrate des Berichtsjahres lag auf jeden Fall auf dem von uns angestrebten mittelfristigen Niveau.

Das Wachstum wird insbesondere von Produkten der Marke Leifheit mit der dynamischen Entwicklung der Produktkategorie Reinigen getragen. Dies entspricht unserem strategischen Fokus auf den Produktbereich Clean & Care. Bei Soehnle haben wir neue Produkte und Initiativen in den Markt gebracht, von denen wir uns zukünftig Erfolg erwarten.

Das von uns im Jahr 2015 erreichte Wachstum übertraf die Marktentwicklung gemäß Schätzung des IWF in unseren Kernzielregionen, sowohl was die Absatzentwicklung in den Ländern der Eurozone, als auch was die Einzelhandelsumsätze in Deutschland anbetrifft. Wir sehen dies als Zeichen dafür, dass wir mit innovativen und verbraucherorientierten Produkten auf dem richtigen Weg sind, unsere Marktpositionen zu verbessern. Unser Auslandsanteil lag auf dem Vorjahresniveau. Über 46 Prozent der Umsatzerlöse wurden in internationalen Märkten realisiert. Mit dem neuen Logistikzentrum in Tschechien werden wir unsere Effizienz und unsere Flexibilität bei der Belieferung unserer osteuropäischen Wachstumsmärkte steigern.

Das Betriebsergebnis lag mit 15,5 Mio € auf dem Vorjahresniveau. Währungsbedingt höhere Preise für Einkäufe in Fernost konnten durch die Deckungsbeiträge der gestiegenen Umsatzerlöse sowie durch die gesunkenen Verwaltungskosten kompensiert werden. Damit sehen wir uns auch bei der Profitabilität auf dem richtigen Weg.

Zum Ende des Geschäftsjahres stieg unsere Liquidität durch den Mittelzufluss auf 64,3 Mio €. Die hohe Liquidität sichert finanzielle Flexibilität und Unabhängigkeit sowie die Möglichkeit, jährlich angemessene Dividenden auszuschütten. Gleichzeitig hatten wir wie bereits im Vorjahr keine Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten. Unsere Eigenkapitalquote beträgt 50,1 Prozent. Mit diesem soliden Finanzprofil sehen wir uns gut gerüstet für die konsequente Fortsetzung unseres Wachstumskurses bei Umsatz und Ertrag.

# Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Die Leistung unseres Unternehmens wird nicht nur durch die Entwicklung der finanziellen Kennzahlen beschrieben. Maßgeblich für den Erfolg sind auch unsere Mitarbeiter, die Beziehungen zu unseren Kunden, die Fähigkeit, regelmäßig neue Produkte und Lösungen zu entwickeln sowie effiziente Logistik- und Produktionsprozesse sicherzustellen. Hinzu kommt verantwortliches Handeln gegenüber Gesellschaft und Umwelt.

## Mitarbeiter

Eine hochqualifizierte und motivierte Belegschaft ist für uns von wesentlicher Bedeutung, um unsere anspruchsvollen strategischen Ziele erreichen zu können. Deshalb fördern wir unsere Mitarbeiter nach Kräften und schaffen eine Arbeitsumgebung, die Leistung begünstigt.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurde im nachfolgenden Text jeweils die männliche Bezeichnung gewählt. Selbstverständlich sind damit nicht nur männliche Personen gemeint.

## Personalstrategie folgt Unternehmensstrategie

Die Unternehmensstrategie „Leifheit 2020“ ist Grundlage unserer strategischen Personalarbeit. So entstand ein Kompetenzmodell, das unsere unternehmensspezifischen fachübergreifenden Erwartungen an Führungskräfte und Mitarbeiter abbildet. Es beinhaltet Kompetenzen, die für die Zusammenarbeit und die Erreichung der strategischen Ziele und somit für den Erfolg unseres Unternehmens wesentlich sind. Sie sollen konkrete Orientierung im Arbeitsalltag bieten. Das Kompetenzmodell wurde sowohl den Führungskräften als auch allen anderen Mitarbeitern in vielen Veranstaltungen, Schulungen und Workshops nahegebracht.

## Mitarbeitervielfalt mit hohem Stellenwert

Für Leifheit als international agierendes Unternehmen ist die Vielfalt der Mitarbeiter mit ihren unterschiedlichen persönlichen Eigenschaften, Talenten und Fähigkeiten ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Einen hohen Stellenwert hat für uns ein angemessenes Verhältnis von Frauen und Männern im Unternehmen sowie in den Managementfunktionen. Die Anteile sind bereits heute nahezu ausgeglichen. Bei der Suche nach neuen Mitarbeitern stehen für uns jedoch stets die Qualifikationen und die Fähigkeiten der Bewerber im Mittelpunkt. Wir haben den Anspruch, jede Stelle mit dem am besten geeigneten Kandidaten zu besetzen.

Im Geschäftsjahr 2015 wurden entsprechend unserer gesetzlichen Verpflichtung als börsennotiertes Unternehmen mit Drittelmitbestimmung die Zielgrößen für die Frauenquote in Vorstand und oberster Managementebene festgelegt und in der Erklärung zur Unternehmensführung veröffentlicht.

## Zahl der Mitarbeiter nahezu stabil

Am 31. Dezember 2015 beschäftigte Leifheit insgesamt 450 Mitarbeiter (2014: 445 Mitarbeiter).

### Mitarbeiter nach Regionen

Standorte	31.12.2014	31.12.2015
Deutschland	405	410
Österreich	25	25
Italien	8	7
Belgien	7	8
<b>Leifheit Aktiengesellschaft</b>	<b>445</b>	<b>450</b>

Die durchschnittliche Zahl der Beschäftigten im Geschäftsjahr 2015 lag bei 450 Mitarbeitern (2014: 438 Mitarbeiter).

### Belegschaft der Leifheit Aktiengesellschaft

	31.12.2014	31.12.2015
Anzahl Mitarbeiter	445	450
davon weiblich	169	164
davon männlich	250	256
davon Auszubildende	26	30

Am 31. Dezember 2015 waren 93 Mitarbeiter teilzeitbeschäftigt (2014: 59 Mitarbeiter).

Zeitarbeitskräfte werden bei Leifheit nur punktuell eingesetzt, um Auftragsspitzen in Produktion und Logistik bewältigen zu können. Im Jahr 2015 war ihr Anteil im Vergleich zur Zahl der festgestellten Mitarbeiter zu vernachlässigen.

## Personalaufwendungen

Die Personalaufwendungen fielen im Berichtsjahr um 3,2 Prozent auf 29,6 Mio € (2014: 30,6 Mio €).

## Konstant hohe Anzahl von langjährigen Mitarbeitern

Ein Beleg für die starke Bindung unserer Belegschaft an das Unternehmen ist die konstant hohe Zahl von langjährigen Mitarbeitern. Im Jahr 2015 konnten wir 31 Beschäftigte aus Anlass verschiedener Jubiläen ehren. Das ausgewogene Verhältnis von Auszubildenden, neu eingestellten Fach- und Führungskräften sowie bereits für viele Jahre aktiven Kollegen ist der Schlüssel zu einem erfolgreichen Wissenstransfer.

### Mitarbeitercharakteristika der Leifheit Aktiengesellschaft

	2014	2015
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit	15,5 Jahre	13,8 Jahre
Altersstruktur Mitarbeiter		
bis 30 Jahre	15,3 %	17,1 %
30 bis 40 Jahre	20,0 %	19,3 %
40 bis 50 Jahre	25,8 %	23,6 %
50 bis 60 Jahre	28,8 %	30,7 %
über 60 Jahre	10,1 %	9,3 %

## Vergütung, Fortbildung und Qualifikation

Die Vergütungsstruktur wurde im Geschäftsjahr 2015 auf der Grundlage des im Jahr 2014 durchgeführten „Global Gradings“ weiter verfeinert. So wollen wir unserem Anspruch gerecht werden, die Mitarbeit in unserem Unternehmen fair und marktgerecht zu vergüten.

Entsprechend unserer Personalstrategie fördern wir die Potenziale und das Fachwissen der Beschäftigten an allen Standorten. In 2015 intensivierte wir erneut unsere Maßnahmen. Wir investierten insgesamt 332 T € (2014: 286 T €) in Aus- und Weiterbildung. Dabei setzen wir neben Trainings, zum Beispiel für unser Kompetenzmodell, auf eine Vielzahl individueller Personalentwicklungsmaßnahmen als Ergebnis der jährlichen Mitarbeitergespräche.

## Moderne Berufsausbildung

Als Arbeitgeber haben wir auch soziale Verantwortung gegenüber den Regionen mit großen Standorten und bieten Jugendlichen die Möglichkeit der beruflichen Ausbildung. Durch verschiedene Ausbildungsgänge finden wir so qualifizierten Nachwuchs für Leifheit. Ende 2015 befanden sich an unseren Standorten Nassau und Zuzenhausen insgesamt 30 junge Menschen in der Ausbildung zum Industriekaufmann, Informatikkaufmann, Mediengestalter, Werkzeug- oder Industriemechaniker, Fachkraft für Lagerlogistik und Elektroniker für Betriebstechnik. Sie werden von uns schon während ihrer Ausbildung in verschiedene Projekte eingebunden. Im Jahr 2012 wurde unsere „Juniorfirma“ ins Leben gerufen: In Zusammenarbeit mit erfahrenen Mitarbeitern leiten unsere Auszubildenden die Werksverkaufsstellen in eigener Verantwortung.

## Gesundheit – ein Thema bei Leifheit

Vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung und insbesondere mit Blick auf die Verlängerung der Lebensarbeitszeit nehmen wir die Gesundheit unserer Mitarbeiter ernst. Eine angemessene Arbeitsumgebung zu gestalten, ist für uns eine Selbstverständlichkeit. Darüber hinaus sensibilisieren wir unsere Mitarbeiter durch unterschiedliche Maßnahmen für das Thema gesundheitliche Prävention. Zum Beispiel bieten wir die Teilnahme an wechselnden sportlichen Aktivitäten. Jenseits von Routine und Büroalltag fördert Leifheit auch Initiativen von Mitarbeitern, wie zum Beispiel eine Drachenboot-Mannschaft oder die Teilnahme an Firmenläufen. So stärken wir den Teamgeist und unterstützen gleichzeitig die Region, in der unsere Mitarbeiter leben und arbeiten.

## Führungskultur und Kommunikation

Wir legen Wert darauf, dass die interne Kommunikation von Offenheit und Vertrauen geprägt ist. Mit Blick auf die erfolgreiche Umsetzung unserer Strategie „Leifheit 2020“ war es erforderlich, jedem Mitarbeiter auf der einen Seite die Bedeutung der Strategie für das Unternehmen zu erklären und auf der anderen Seite Verständnis für seinen individuellen Beitrag zum Erfolg zu schaffen. Vor diesem Hintergrund wurden 2015 umfangreiche Informationsveranstaltungen durchgeführt.

Grundsätzlich bieten wir unseren Mitarbeitern verschiedene Formen der Information und des Dialogs. Von großer Bedeutung ist das jährliche Mitarbeitergespräch. Es bietet nicht nur intensiven Austausch mit dem Vorgesetzten, sondern stellt auch die Basis für individuelle Maßnahmen der Weiterbildung dar. Zusätzlich zu unserem Mitarbeiter-Newsletter führen wir vierteljährliche Mitarbeiterversammlungen durch. Bei dieser Gelegenheit informiert der Vorstand die Belegschaft an den Standorten in Deutschland über die aktuelle geschäftliche Entwicklung.

### Befragung der Mitarbeiter

Wir evaluieren die Wirksamkeit unserer Maßnahmen in festen Abständen. In diesem Zusammenhang ist uns auch die Meinung unserer Mitarbeiter wichtig. Daher führten wir gegen Ende des Jahres 2015 an den Standorten Nassau und Zuzenhausen erneut eine Mitarbeiterbefragung zur allgemeinen Arbeitszufriedenheit sowie zur Führungsqualität und -kultur unserer Führungskräfte durch. Ziel der Erhebung ist es, ein realistisches Meinungsbild zu erhalten und daraus konkrete Veränderungs- und Verbesserungsmaßnahmen zu entwickeln. Die Ergebnisse zeigen insgesamt eine gute Grundstimmung im Unternehmen, vor allem die Informationskultur und die Kommunikation unserer Strategie „Leifheit 2020“ wurden positiv bewertet.

### Erneute Auszeichnung für Leifheit

Im Jahr 2015 erhielt Leifheit erneut die begehrte Zertifizierung als „Top Arbeitgeber Mittelstand Deutschland“, die vom Top Employers Institute (vormals CFR Institute) vergeben wird. Damit wurde uns erneut von unabhängiger Seite bescheinigt, dass wir unseren Mitarbeitern ein optimales Umfeld bieten, um ihre individuellen Stärken zu entwickeln und einzusetzen. Wir freuen uns sehr über diese Bestätigung. Sie unterstreicht unsere Bemühungen im Hinblick auf eine nachhaltige und professionelle Personalarbeit.

## Entwicklung und Innovation

Als Unternehmen haben wir das Ziel, Produkte und Lösungen zu entwickeln, die dem Verbraucher das tägliche Leben zuhause einfacher und bequemer machen. Auf Grundlage der Strategie „Leifheit 2020“ wurde von uns eine Innovationsstrategie entwickelt, die wir unter dem Schlagwort „Innovation Factory“ zusammenfassen. Wesentliche Merkmale sind

- eine stärkere Integration von Konsumenten in den Innovationsprozess,
- die Stärkung unserer Designkompetenz,
- ein ganzheitlicher Innovationsansatz,
- der Aufbau eines strategischen Netzwerkes von Innovationspartnern,
- die effizientere Gestaltung des Ideengenerierungs-, Selektions- und Qualifikationsprozesses und
- das Sicherstellen einer gleichbleibend hohen Produktqualität.

Die neue Innovationsstrategie soll das organische Wachstum unterstützen. Nachdem wir bereits im Jahr 2014 mit der Umsetzung begonnen hatten, wurde die Implementierung im Berichtsjahr konsequent vorangetrieben.

### Kontinuierliche Innovationsleistung

Ergebnis unserer Entwicklungsanstrengungen im Geschäftsjahr 2015 war eine ganze Reihe von Weiterentwicklungen und Produktneuheiten in den vier Produktkategorien: Reinigen, Wäschepflege, Küche und Wellbeing. Stellvertretend sollen hier einige genannt werden.

Ein Schwerpunkt in der Kategorie Reinigen waren die Entwicklungsarbeiten für das neue Modell Dry&Clean unseres erfolgreichen Fenster-saugers und für die Übernahme in unsere eigene Fertigung im tschechischen Blatná. Darüber hinaus konnten wir die Produktfamilie des Click-Systems weiter ausbauen und bieten dem Verbraucher damit zusätzliche Lösungen.

In der Kategorie Wäschepflege galt die Entwicklungsarbeit unter anderem zusätzlichen Bausteinen für das Leifheit Bügeltischsystem Air. Die Produkte der Air-Serie bieten beste Bügelergebnisse durch die optimale Verbindung eines stabilen Untergestells, einer Bügeltischoberfläche aus besonders leichtem Spezialkunststoff (EPP) und Bezügen mit einer Titaniumveredelung. Durch die Reflektion von Dampf und Hitze wird ein um bis zu 33 Prozent schnelleres Arbeiten möglich. Im Geschäftsjahr 2015 konnten die neuen hochwertigen Komplettsysteme Air Active L Advanced und Air Active L Professional zur Marktreife entwickelt und eingeführt werden.

In der Kategorie Wellbeing vertreiben wir Produkte unter unserer Marke Soehnle. Im Geschäftsjahr 2015 bearbeiteten wir eine ganze Reihe an Küchen- und Personenwaagen und statteten diese mit neuen Designs oder neuen Funktionen aus. Neu in den Markt eingeführt wurden die Küchenwaagen Genio, Vintage Style und Roma Plus, die unter anderem aktuelle Designtrends adressieren. Das Besondere an der Küchenwaage Genio: Durch die zusammenklappbaren Wiegearme wird wertvoller Platz im Küchenschrank eingespart und das flexible Messinstrument passt sich jeder Schlüsselgröße an. Neu angeboten wurden darüber hinaus die Soehnle Personenwaagen Multi und Magia.

### Investitionen in die Zukunft

Aufwendungen für Forschung und Entwicklung sind Investitionen in neue Produkte und Lösungen für unsere Kunden. Mit Innovationen schaffen wir so die Voraussetzungen für eine weitere Stärkung unserer Marktposition und eine Fortsetzung unseres erfolgreichen Wachstums. Im Geschäftsjahr 2015 investierten wir 4,5 Mio € (2014: 3,5 Mio €) in Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten. Die F&E-Quote, das Verhältnis von Entwicklungsaufwand zu Umsatz, lag mit 2,5 Prozent leicht über dem Niveau des Vorjahres von 2,0 Prozent. Zum Jahresende 2015 waren bei Leifheit 28 Mitarbeiter (2014: 24 Mitarbeiter) in den Bereichen Entwicklung und Patente beschäftigt.

### Patente sichern Innovationen

Neue Produkte sind das Ergebnis von Ideen und Investitionen. Um ihren wirtschaftlichen Wert für Leifheit zu sichern, melden wir vor der Veröffentlichung neuer Entwicklungen entsprechende Schutzrechte an. Sie sichern das Ergebnis unserer Arbeit vor einer nicht rechtmäßigen Vervielfältigung durch Dritte.

Ob wir unseren Wettbewerbsvorteil durch die Anmeldung von Schutzrechten in einem bestimmten Land sichern, hängt von dem wirtschaftlichen Wert der Innovation ab. Entscheidend sind hierbei die zu erwartenden Umsätze und das jeweilige Wettbewerbsumfeld. In der Regel bewerten wir in diesem Zusammenhang vor allem unsere wichtigsten Absatzmärkte.

Im Berichtsjahr meldeten wir 13 Patente und Gebrauchsmuster an (2014: 20).

### Prämierte Marken und Produkte

Unsere Marken Leifheit und Soehnle erhielten im Berichtsjahr beide erneut die Auszeichnung „Superbrands“. Die gleichnamige weltweite Organisation ist unabhängig und hat ihren Sitz in London. Seit über 20 Jahren zeichnet sie in nunmehr über 85 Ländern die stärksten Produkt- und Unternehmensmarken aus. Die „Superbrands“ in Deutschland wurden zum sechsten Mal von einer hochkarätigen Jury gewählt. Aus über 1.250 nominierten Marken erhielten nur 51 das begehrte Gütesiegel. Mit der Auszeichnung dürfen sich Leifheit und Soehnle zu den besten Marken Deutschlands zählen.

Darüber hinaus wurden viele Produkte der Marken Leifheit und Soehnle erneut mit Auszeichnungen für ihren Innovationsgrad, die Nutzerfreundlichkeit und die Produktqualität gewürdigt. Hier eine Reihe von Beispielen: Die Soehnle Küchenwaagen Baking Star und Page Meteo Center wurden durch Jury und Verbraucher zur „Kücheninnovation des Jahres“ gewählt. Die Küchenwaage Page Meteo Center wurde außerdem mit einem „Plus X-Award“ für Qualität, Design und Bedienkomfort ausgezeichnet.

### Entwicklungsschwerpunkte im Jahr 2016

Wir arbeiten ständig an neuen und verbesserten Produkten für unsere Produktkategorien Reinigen, Wäschepflege, Küche und Wellbeing. Sie sollen unser Produktportfolio stärken und dem Verbraucher ein neues Niveau an Gebrauchsnutzen und Benutzerfreundlichkeit bieten. Wir folgen dabei streng unserer Vision: „Wir sind deine führenden Experten für Lösungen, die dein tägliches Leben zuhause leichter und bequemer machen.“

Im laufenden Jahr fokussieren wir uns stark auf Weiterentwicklungen in folgenden Anwendungsbereichen: Boden- und Fensterreinigung sowie Wäschepflege. Parallel arbeiten wir an neuen Produkten für die Bereiche Soehnle Waagen und Küche, die sich vor allem durch ein ästhetisch ansprechendes und nutzerfreundliches Design auszeichnen werden. Gleichzeitig betrachten und bewerten wir im Rahmen unseres Innovationsprozesses regelmäßig auch neue, bisher nicht im Sortiment vertretene Produktgruppen. Neben einer möglichen Erweiterung des Sortiments steht hier das Ziel im Zentrum, dem Verbraucher komplette Lösungen anbieten zu können.



## Einkauf, Logistik und Produktion

Die Leifheit Aktiengesellschaft verfügt über einen eigenen Produktionsstandort in Nassau und bezieht Produkte vom tschechischen Fertigungsstandort der Tochtergesellschaft Leifheit s.r.o. in Blatná. Neben der Produktion an eigenen Standorten setzen wir auf ein Netzwerk an Zulieferern, vornehmlich in Osteuropa und Asien.

Im Berichtsjahr fertigten wir etwa 49 Prozent (2014: 49 Prozent) der ausgelieferten Waren mit eigenen Produktionskapazitäten innerhalb der Leifheit-Gruppe. Für den Rest griffen wir auf Lieferanten zurück. Auf der Beschaffungsseite kauften wir vornehmlich Material, Energie und Dienstleistungen, teilweise auch Handelsware ein.

### Währungsentwicklung prägt Beschaffung

Das Beschaffungsvolumen für Fertigwaren, Roh- und Halbdteile ist im Berichtsjahr 2015 gestiegen und belief sich auf 90,5 Mio € (2014: 81,2 Mio €). Starke Preisschwankungen prägten die Entwicklung auf den Rohstoffmärkten in 2015. Insbesondere der Bereich der Kunststoffvorprodukte war von der Entwicklung des Rohölpreises und des Eurowechsellkurses gegenüber dem US Dollar gekennzeichnet. Im Gegensatz dazu war im Bereich der metallischen Rohstoffe Aluminium und Stahl bedingt durch Überkapazitäten auf den Märkten ein insgesamt rückläufiges Preisniveau zu verzeichnen.

Der Rückgang des Eurokurses im Vergleich zum US Dollar, der sich im Berichtsjahr fortsetzte, führte zu erhöhtem Kostendruck beim Bezug von Vorprodukten und Waren aus dem asiatischen Raum. Negative Auswirkungen konnten wir sowohl durch Währungssicherungsmaßnahmen als auch durch ein entsprechendes Lieferantenmanagement vermindern. Auch die politisch getriebene Entwicklung der Lohnkosten in China verlief weiter steigend. Vor diesem Hintergrund folgten wir im Geschäftsjahr 2015 weiter konsequent unserer Strategie, die Abhängigkeit von Beschaffungsregionen mit relevanten Währungsrisiken und langen Lieferzeiten zu verringern und stattdessen auf den europäischen Beschaffungsmarkt zu fokussieren.

In diesem Zusammenhang analysierten wir 2015 intensiv den für uns relevanten internationalen Beschaffungsmarkt. Im nächsten Schritt werden wir potenzielle neue Zulieferer qualifizieren – als Alternative zum bestehenden Portfolio an asiatischen Lieferanten. Wir sind davon überzeugt, dass wir vom weiteren Ausbau unseres Lieferantenspektrums mit Blick auf Wertschöpfung, Service und Qualität nachhaltig profitieren werden.

So stellen wir ein leistungsfähiges Netzwerk von Lieferanten sicher, um die lückenlose Versorgung mit Rohmaterialien, Vorprodukten und ausgewählten Produkten zu gewährleisten. Voraussetzung für eine Zusammenarbeit ist die konsequente Akzeptanz und Einhaltung des Leifheit Social Code of Conduct, mit dem wir die Arbeitsbedingungen bei unseren Zulieferern kontrollieren.

### Investitionen in effiziente Logistik

Unser Distributionszentrum in Zuzenhausen ist die zentrale Logistikdrehscheibe. Es wird Mitte 2016 durch einen Logistiksatelliten am tschechischen Fertigungsstandort Blatná ergänzt. Die Organisationsstruktur des Distributionszentrums ermöglicht uns, flexibel und effizient auf neue Anforderungen von Markt- und Kundenseite zu reagieren. Damit sind wir für weiteres Wachstum gerüstet und können erfolgreich komplexen logistischen Anforderungen entsprechen, die zum Beispiel durch den zunehmenden Anteil des E-Commerce entstehen.

Im Berichtsjahr standen folgende Projekte im Zentrum unserer Aktivitäten im Bereich Logistik:

Effizienz der Logistikprozesse ist eine der zentralen Anforderungen für Leifheit. Um zukünftigen Anforderungen besser gerecht werden zu können, wurden bestehende IT-Lösungen Mitte Mai 2015 durch das neue Logistiksystem SAP EWM (Extended Warehouse Management) ersetzt. Dazu konnte die bestehende SAP-Plattform im Unternehmen genutzt werden. Infolge skalierbarer Prozesse bietet das neue System alle Voraussetzungen für eine kontinuierliche Weiterentwicklung entsprechend dem Bedarf.

Auch wurde das Projekt „Leifheit Distribution Center Eastern Europe“ (LDE) gestartet. Durch die stärkere Einbindung des tschechischen Fertigungsstandorts unserer Tochtergesellschaft Leifheit s.r.o. in Blatná in die europäische Distributionslogistik sollen die Wachstumsmärkte in Osteuropa zukünftig noch schneller und flexibler beliefert werden können. Gleichzeitig ist geplant, alle Logistikprozesse für die Länder Tschechien und Slowakei unserer Tochtergesellschaft in Prag an einem zentralen Standort zu bündeln. Hierfür wurde im Berichtsjahr in Blatná in einem Hallenneubau eine voll funktionsfähige Logistikplattform aufgebaut. Der Start des neuen Distributionszentrums ist für Mitte 2016 vorgesehen.



## Fertigung in Tschechien konzentriert

Die Leifheit-Gruppe verfügt über drei eigene Produktionsstandorte. In unserem größten Werk unserer Tochtergesellschaft Leifheit s.r.o. im tschechischen Blatná beschäftigten wir zum Ende des Berichtsjahres 387 Mitarbeiter (2014: 410 Mitarbeiter). Die Produktionsfläche umfasst etwa 20.000 m<sup>2</sup>. In Blatná werden insbesondere Wäschetrockner, Bügeltische und Reinigungsgeräte produziert. Ende des vierten Quartals 2015 wurde die Fertigung für Dritte beendet. Frei gewordene Kapazitäten wurden genutzt, um weitere Leifheit-Produkte in die Eigenfertigung zu übernehmen, die bisher von Zulieferern bezogen wurden. Schon im Vorjahr war in Blatná die Fertigung von Produkten mit einem hohen Umsatzanteil aus den Kategorien Reinigen und Wäschepflege zentralisiert worden.

An unserem Heimatstandort in Nassau betreiben wir eine hochautomatisierte Fertigung von Wäschespinnen mit 25 Mitarbeitern (2014: 27 Mitarbeiter). Im Berichtsjahr wurden dort fast 250.000 Wäschespinnen produziert. Damit konnte das hervorragende Ergebnis aus dem Vorjahr wiederholt werden. Unser erfahrenes Fertigungsteam und der hohe Automatisierungsgrad der Produktionsanlage ermöglichen uns die termingerechte Auslieferung selbst bei saisonal- und wetterbedingten Nachfrageschwankungen. Weiterhin sind am Standort Nassau 30 Mitarbeiter (2014: 34 Mitarbeiter) in den Abteilungen Spritzguss und Instandhaltung beschäftigt.

Unsere französische Tochtergesellschaft Herby fertigt in La Loupe vor allem Turm-, Stand- und Wandtrockner. Am Standort waren zum Ende des Berichtsjahres 83 Mitarbeiter beschäftigt (2014: 75 Mitarbeiter). Die integrierte Produktion in La Loupe umfasst die Metallumformung, Oberflächenveredelung und eine Spritzgussanlage. Die Produkte von Herby werden vor allem in Frankreich vertrieben.

## Marketing und Vertrieb

Leifheit vertreibt seine Produkte über alle relevanten Vertriebskanäle des Handels, vom klassischen stationären Handel bis zum reinen E-Commerce. Unseren Handelspartnern bieten wir ein umfassendes Serviceangebot und intensive Verkaufsunterstützung am Point of Sale (POS). Die Verbraucher als Endabnehmer unserer Produkte erreichen wir durch die Kombination von klassischen und modernen Vertriebs-, Kommunikations- und Marketingmaßnahmen.

### Online- und Offlinekanäle verschmelzen

Neue Vertriebskanäle gewinnen für uns weiter an Bedeutung. Dabei verschmelzen stationärer Handel und E-Commerce zunehmend zu interaktiven Cross-Channel-Modellen. Getrieben wird diese Entwicklung durch ein verändertes Einkaufsverhalten der Verbraucher, die mehr und mehr Zeitersparnis, Flexibilität und individuelle Beratung wünschen. Dies stellt neue Herausforderungen an Handel und Hersteller. Unsere Investitionen der letzten Jahre in diesem Bereich in Know-how, Produktinformationssysteme und flexible Logistikprozesse ermöglichen auch im Jahr 2015 wieder ein Wachstum im Vertriebskanal E-Commerce. Stationäre Händler sind jedoch nach wie vor wesentliche Partner für uns. Der Umsatzanteil von Discountern erhöhte sich im Vergleich zu 2014 leicht. Hier konnten wir vor allem mit Küchen- und Dampfbügelprodukten attraktive Aktionsgeschäfte gewinnen.

### Unterstützung der Handelspartner

Wir unterstützen unsere Handelspartner beim Verkauf der Waren mit maßgeschneiderten Konzepten am POS. Vor einigen Jahren starteten wir dazu unsere „POS-Excellence“-Initiative. Das Konzept besteht im Kern aus Sortimentsbausteinen und darauf abgestimmten Präsentationslösungen für die unterschiedlichen Vertriebskanäle – sowohl online wie auch für den stationären Handel. Für diesen bieten wir insbesondere Shop-in-Shop-Präsentationen, die sogenannten Markenshops. Im Geschäftsjahr 2015 waren solche Markenshops in Deutschland, Tschechien, Österreich, Italien und Spanien im Einsatz. Die beteiligten Händler konnten mit den individuell abgestimmten Lösungen signifikante Umsatzsteigerungen auf der umgebauten Fläche erzielen.

Zum „POS-Excellence“-Konzept gehören Teststationen am Regal, Produktvorführungen und Videopromotion. Im Jahr 2015 waren mehrere hundert Geräte für die Videopromotion unter anderem in Deutschland, Tschechien, Belgien, Dänemark, Österreich, Spanien und Portugal im Einsatz. Darüber hinaus konnten wir im Geschäftsjahr 2015 in knapp 200 Baumärkten sogenannte Palettenshops realisieren, die aufgrund ihrer strategisch günstigen Platzierung auf frequenzstarken Flächen zu einer besonders hohen Aufmerksamkeit der Konsumenten führten.

### Vermarktungsschwerpunkte in den Produktkategorien

Die Vermarktungsaktivitäten des Jahres 2015 für unsere Produktkategorien Reinigen, Wäschepflege, Küche und Wellbeing standen wie immer im Zeichen von neuen Produkten und aktuellen Trends. Schwerpunkte in der Kategorie Reinigen waren zum Beispiel Aufbau und Vermarktungsstart des Premium-Besenportfolios Xtra Clean für den Innen- wie Außenbereich. Darüber hinaus standen unsere Aktivitäten im Zeichen des Leifheit Fenstersaugers und des umgebenden Leifheit Click-Systems, dessen Markterfolg wir weiter ausbauen konnten.

In der Kategorie Wäschepflege ist die Neugestaltung der Verpackungen besonders zu erwähnen. Sie verbessern die Orientierung für den Verbraucher und fördert eine schnellere Kaufentscheidung für Leifheit am POS. Neu am Markt eingeführt wurde auch ein Komplettsystem für das Druckdampfbügeln. Hinzu kamen die Einführung von neuen Turm- und Hängetrocknern im Preiseinstiegsbereich sowie die Erweiterung des Angebots an Aluminiumtrocknern.

In der Kategorie Küche setzten wir bei unseren Aktivitäten wieder auf den Endverbraucher trend Einkochen. Unter dem Motto „alle lieben MEingemachtes“ boten wir ein erweitertes Produktsortiment an. Für die stärkere Ansprache der Konsumenten am POS wurde ein neuer emotionaler Marktstand in Naturholzoptyk entwickelt. Broschüren für Konsumenten, Gewinnspiele und Rezepte runden das POS-Konzept ab.

In der Kategorie Wellbeing drehten sich alle Aktivitäten um unsere innovativen Soehnle Küchen- und Personenwaagen sowie die Duft Diffusoren. Einen Schwerpunkt bildete die einzigartige und mehrfach ausgezeichnete Küchenwaage Soehnle Genio.

### Markenkommunikation im Zeichen der Besten

Im Berichtsjahr setzten wir auch auf eine intensive Kommunikationskampagne zur Förderung der Wahrnehmung unserer Marken Leifheit und Soehnle am Markt. Grundlage waren unsere regelmäßig ausgezeichneten Produkte. So stand die Kampagne unter dem Motto: „Jetzt wechseln zu unseren Besten!“. Im Handel wurde die Kampagne durch eine Vielzahl an Platzierungsangeboten und verkaufsunterstützenden Maßnahmen wie beispielsweise Vorführaktionen in einheitlichem Markenauftritt unterstützt.

### Teilnahme an führenden Konsumgütermessen

Leifheit präsentierte seine Produkte und Lösungen im Geschäftsjahr 2015 auf 23 nationalen und internationalen Messen (2014: 33 Messen). Wichtige Treffpunkte mit unseren Kunden und Handelspartnern sind zum Beispiel die Ambiente in Frankfurt, die IFA (Internationale Funkausstellung) in Berlin, die EK LIVE und EK HOME in Bielefeld, die International Houseware Show in Chicago und die Futura in Salzburg.

Die größte Bedeutung für uns hat die Präsenz auf der internationalen Konsumgütermesse Ambiente. Sie ist die Leitmesse für unsere Branche, an der im Jahr 2015 über 4.800 Aussteller und rund 135.000 Fachbesucher aus 152 Ländern teilnahmen. Der Leifheit-Messestand war in einem neuen puristischen Design gehalten. Unter dem Motto „Time to Meet“ präsentierten wir unsere Produkte, Innovationen und aktuellen Kommunikationskampagnen. Besonders im Fokus standen der Leifheit Fenstersauger inklusive Click-System und das Xtra Clean Besensortiment sowie die Marke Soehnle mit neuen Küchenwaagen, Duft Diffusoren und der Körperanalysewaage Web Connect Analysis mit der dazu passenden Soehnle Fitness App für iOS und Android.

# Umwelt und Gesellschaft

Verantwortliches Handeln gegenüber unserer Umwelt und der Gesellschaft, in der wir unternehmerisch tätig sind, ist eine der Grundlagen für langfristigen Erfolg. Ökoeffiziente Prozesse senken die Material- und Energieintensität von Produkten, vermindern den Schadstoffausstoß, erhöhen die Recyclingfähigkeit und Wiederverwertung.

Mitarbeiter und Lieferanten verpflichten wir auf ethische und rechtliche Grundsätze.

An unseren Standorten engagieren wir uns für die Region.

## Umwelt und Ressourcen

Die Leifheit Aktiengesellschaft nimmt ihre Verantwortung für Umwelt und Ressourcen ernst und arbeitet kontinuierlich daran, Belastungen zu verringern und die Effizienz zu erhöhen. Wir wollen mit weniger Ressourceneinsatz mehr erreichen und langlebige, umweltverträgliche Produkte von hervorragender Qualität entwickeln. Infolge zunehmender Knappheit ist der effiziente Umgang mit Rohstoffen und fossilen Energien ein Gebot. So schonen wir die Umwelt und senken die Kosten.

Im Rahmen jedes neuen Projekts in den Bereichen Logistik, Produktion und Supply Chain werden von uns Aspekte wie Energiebedarf, Klimawandel, Verknappung von Wasser und anderen begrenzt verfügbaren Ressourcen mit berücksichtigt. Im Jahr 2015 legten wir einen besonderen Schwerpunkt auf klimaschonenden Transport und ressourcensparende Produktion. Vor diesem Hintergrund wurden Beschaffungs- und Transportprozesse angepasst und Produktionsprozesse von Zulieferbetrieben in unser eigenes Werk in Tschechien verlagert. Wir setzen bei der Beschaffung weiterhin stark auf den Transport per Seefracht und kombinierten Verkehr der Container mit der Bahn. Im Jahr 2015 konnten wir weitere Produktionsverlagerungen umsetzen. Im Ergebnis konnte dadurch die Energieeffizienz weiter gesteigert und der CO<sub>2</sub>-Ausstoß weiter vermindert werden.

## Fokus auf Energieverbrauch

Unsere Haushaltsprodukte besitzen häufig einen hohen Anteil an Formteilen aus Kunststoff. Diese werden im sogenannten Spritzgussverfahren hergestellt – ein energieintensives Verfahren wegen des erforderlichen Aufheizens der Aggregate und einer der Kernprozesse in der Produktion bei Leifheit.

In 2015 konnten wir den Energieaufwand, der für das Aufheizen erforderlich ist, in Nassau und in unserem tschechischen Werk durch Isoliermanschetten reduzieren. Parallel dazu wurden umfangreiche Schulungen durchgeführt, wie die Einstellungen der Maschinen mit Blick auf den Energieverbrauch weiter optimiert werden können. Damit konnten wir gleichzeitig das Problembewusstsein der Mitarbeiter schärfen.

Im Berichtsjahr führten wir darüber hinaus an unserem Stammsitz in Nassau und in unserem zentralen Distributionszentrum in Zuzenhausen ein Energieaudit durch. Im Rahmen dieses Audits wurden weitere Verbesserungspotenziale in verschiedenen Bereichen identifiziert, zum Beispiel die Dämmung von Außenflächen, effizientere Schließmechanismen und Abgrenzungen möglicher Kältebrücken durch Torsysteme oder Wärmeregulierung in den Logistikhallen. Die zur Vermeidung von Wärmeverlusten erforderlichen Maßnahmen werden schrittweise umgesetzt und führen zu einem deutlich verminderten Aufwand von Energie für Heizungszwecke.

Daneben wurde in unserem Distributionszentrum in Zuzenhausen die gesamte Beleuchtung der Außenanlagen inklusive Parkflächen und Zufahrtsstraßen auf energiesparende LED-Systeme umgestellt. In allen Logistikhallen ersetzte LED-Technologie sukzessive die vorhandenen Leuchtmittel. Zusätzlich wurden intelligente Steuerungslösungen mit Bewegungsmeldern und Lichtsensoren realisiert. Durch den Einsatz der energiesparenden Leuchtmittel und die verminderte Leuchtdauer konnte der Stromverbrauch in Zuzenhausen signifikant reduziert werden.

## Recyclingquote gesteigert

In Zuzenhausen nahmen wir 2015 auch eine eigene Papierpresse in Betrieb. Damit können Pappreste für die Selbstvermarktung zu Ballen verpresst werden und durch das Ballenformat wird bei der Zusammenstellung zu kompletten Ladungen Transportvolumen eingespart. Auf diese Weise konnten wir die Recyclingquote bei Papier wesentlich steigern. Seit 2015 werden zudem Retourenartikel sowohl in Nassau als auch in Zuzenhausen nach Kunststoffsorten getrennt und sortenrein in den Fertigungsprozess zurückgeführt.

## Gesellschaftliche Verantwortung

Die ethischen und rechtlichen Grundsätze der Unternehmensführung bei Leifheit gehen zum Teil über bestehende gesetzliche Anforderungen hinaus. Wir verpflichten unsere Mitarbeiter daher auf den Leifheit Code of Conduct. Dieser regelt die Verhaltensweisen im Einklang mit geltenden Gesetzen und Normen. Unsere Mitarbeiter sind angehalten, bei Verstößen ihre Vorgesetzten, den Betriebsrat oder die Verantwortlichen der Personalabteilung zu informieren.

An unsere Lieferanten stellen wir ähnlich hohe Anforderungen. Auch für sie haben wir einen Social Code of Conduct aufgestellt. Er schreibt die Einhaltung von einheitlichen Arbeitsbedingungen vor, sowohl im Inland als auch im Ausland. Wir wollen damit sicherstellen, dass die Arbeitsbedingungen für alle Menschen, die unsere Produkte oder Vorprodukte herstellen, an allen Orten angemessen und menschenwürdig sind. Durch Kontrollen bei unseren Lieferanten vor Ort überprüfen wir regelmäßig die Einhaltung unserer Richtlinien.

## Verantwortung für unsere Produkte

Wir haben das Ziel, durch sichere Produkte weder Mensch noch Umwelt zu gefährden. Vor diesem Hintergrund betreiben wir ein umfassendes Qualitätsmanagement, das sowohl die Produktqualität als auch die Produktionsprozesse umfasst. Wir stehen für Produkte von hoher Qualität mit überdurchschnittlicher Langlebigkeit. Wir verzichten selbstverständlich auf jegliche geplante feste Produktlebensdauer. Dieser Grundsatz spiegelt sich in den Garantiezeiten unserer Produkte wider. Wir verwenden keine fest eingebauten Akkus und setzen – wo es sinnvoll ist – auf den Betrieb mit Solarzellen.

## Dialog mit unseren Stakeholdern

Für Leifheit als Markenanbieter sind die Reputation der Marken und die Wahrnehmung der Produkte bei den Kunden von größter Wichtigkeit. Wir streben daher einen kontinuierlichen Dialog mit den Verbrauchern und unseren Handelspartnern an.

Konsumenten bieten wir die Möglichkeit, unseren telefonischen Verbraucherservice in der Zentrale in Nassau zu nutzen. Dieser ist eng mit unserem Qualitätsmanagement verzahnt. Damit stellen wir sicher, dass Anregungen oder Kritik auf direktem Weg in die Organisation getragen werden. Weitere Rückmeldungen zu unseren Produkten und unseren Marken erhalten wir über Marktforschungsinstitute. Außerdem stehen wir in Kontakt mit Branchen- und Interessenverbänden, zum Beispiel dem Markenverband oder Vertretern der Parkettindustrie. Dieser Dialog fördert das Verständnis für die Anforderungen und Bedürfnisse aller Interessengruppen.

Wir sind auf verschiedenen Ausstellungen und Messen präsent. Eine der wichtigsten Messen ist für uns die Ambiente in Frankfurt am Main, auf der wir auch im Jahr 2015 mit einem repräsentativen Stand vertreten waren.

Als börsennotierte Aktiengesellschaft pflegen wir auch einen aktiven Dialog mit dem Kapitalmarkt. In der Finanz- und Unternehmenskommunikation orientieren wir uns an den kapitalmarktrechtlichen Vorschriften, den Transparenzrichtlinien des Deutschen Corporate Governance Kodex und an den darüber hinausgehenden Transparenzanforderungen des Prime Standard-Segments der Deutschen Börse, in dem die Aktien der Leifheit Aktiengesellschaft gehandelt werden. Den Fragen der Wirtschafts-, Finanz- und Fachmedien sowie der lokalen Presse stellen wir uns in der Regel jährlich im Rahmen von zwei Pressekonferenzen und zusätzlichen Pressegesprächen. Die Präsenz in den Medien fördert die Bekanntheit unserer Marken Leifheit und Soehnle sowie die Reputation unseres Unternehmens.

## Gesellschaftliches Engagement

Wir sind uns unserer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und fühlen uns mit dem Umfeld unserer Standorte verbunden. Deshalb unterstützen wir regelmäßig soziale, sportliche oder kulturelle Projekte vor Ort. Auch im Jahr 2015 förderte Leifheit wieder verschiedene größere und kleinere Aktivitäten.

Insbesondere erweiterten wir unser Engagement zur Förderung von Bildung und Ausbildung an unserem Stammsitz um eine Komponente: Leifheit ist Wirtschaftspartner des im Jahr 2015 gegründeten Privatschulwesens Leifheit-Campus in Nassau. Die aus privater Initiative entstandene Schule ermöglicht Jugendlichen eine exzellente weiterführende Schulbildung in der Region und wirkt den negativen Effekten der Schließung öffentlicher Schulen vor Ort entgegen. Das Gymnasium steht allen begabten Jugendlichen offen, unabhängig vom Einkommen der Eltern. Größter Unterstützer der Schule ist die G. und I. Leifheit Stiftung, die aus dem Erbe unseres Firmengründers Günter Leifheit gespeist wird. Die Partnerschaft zwischen dem Leifheit Campus und der Leifheit Aktiengesellschaft umfasst vor allem die finanzielle Unterstützung durch ein Stipendienprogramm. Zusätzlich statten wir die Schule mit unseren Produkten aus und bieten Schülerpraktika, Berufsorientierungsmaßnahmen und Vorträge unserer Spezialisten in jeweils passenden Schulfächern an.

In Jahr 2015 hat uns die Situation der Flüchtlinge sehr bewegt. Wir entschlossen uns daher, die Malteser Flüchtlingshilfe mit einer Sachspende zu unterstützen. Die Malteser erhielten von uns Leifheit-Produkte im Wert von rund 35.000 Euro. Darüber hinaus organisierten unsere Auszubildenden bereits zum sechsten Mal in Folge Basare zugunsten eines gemeinnützigen Projekts. 2015 kam auch dieser Erlös den Flüchtlingen zugute und wurde an eine Initiative vor Ort spendet.

# Chancen- und Risikobericht

Chancen frühzeitig zu erkennen und konsequent zu nutzen, ermöglicht es Leifheit, weiter profitabel zu wachsen. Deshalb behalten wir Trends und Marktentwicklungen ständig im Blick.

Wir investieren in Prozesse, Kooperationen und Technologien und damit in die Chancen der Zukunft. Gleichzeitig bewerten wir regelmäßig mögliche Risiken, um diese frühzeitig zu identifizieren und ihnen aktiv entgegenwirken zu können.

## Chancen

Es ist ein wesentlicher Teil unternehmerischen Handelns, Chancen frühzeitig zu erkennen und konsequent zu nutzen. Wir berücksichtigen bestehende Chancen in unserer kurz- und mittelfristigen Planung. Sie können über unsere Erwartungen hinaus in der Zukunft zu einer positiven Abweichung von unserer Prognose oder von den gesetzten Zielen führen. Die im Folgenden dargestellten geschäftlichen Chancen sind nicht unbedingt die einzigen, die sich uns bieten. Außerdem kann sich unsere Einschätzung der einzelnen Chancen ändern, da sich unser Umfeld, unsere Märkte, wichtige Trends oder Technologien ständig weiterentwickeln.

So können sich neue Chancen für uns ergeben, bestehende Chancen ihre Bedeutung verlieren, oder die Bedeutung einer einzelnen Chance kann sich verändern. Bei uns werden unternehmerische Chancen nicht innerhalb des Risikomanagements erfasst, sondern in der Mittelfrist- und der Budgetplanung berücksichtigt und im Zusammenhang mit der periodischen Berichterstattung verfolgt. Die Verantwortung für das frühzeitige Identifizieren, Analysieren und Nutzen sich bietender Chancen liegt im Aufgabenbereich des Vorstands sowie beim Management des jeweils betroffenen Funktionsbereichs. Wir befassen uns regelmäßig mit detaillierten Markt- und Wettbewerbsanalysen, relevanten Kostengrößen und kritischen Erfolgsfaktoren, die wir im Anschluss bei unseren strategischen Überlegungen berücksichtigen. Unser übergeordnetes Ziel ist es, für ein ausgewogenes Verhältnis von Chancen und Risiken zu sorgen. Das Chancenmanagement blieb im Berichtsjahr im Vergleich zum Vorjahr unverändert. Nach unserer Einschätzung veränderte sich auch die allgemeine Chancenlandschaft für unser Unternehmen im Berichtsjahr nicht wesentlich.

## Gesamtwirtschaftliche Chancen

Unser Geschäft wird von verschiedenen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen beeinflusst. Dementsprechend beruhen unsere finanziellen Ziele sowie die Mittelfristplanung auf den im Prognosebericht beschriebenen Einschätzungen zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung. Sollten sich die Rahmenbedingungen und die Konsumneigung, speziell in den für uns wichtigen Märkten in Europa, positiver entwickeln als in der Prognose dargestellt, könnte die Chance bestehen, dass wir unsere Umsatz- und Ergebniserwartung übertreffen.

## Branchenspezifische Chancen

Als europäischer Markenanbieter für Haushaltsprodukte können wir von Trends und Marktentwicklungen im Bereich dieser Produkte profitieren. Um Markt- und Kundenbedürfnissen aktiv zu begegnen, legen wir in unserem Produktportfolio einen besonderen Schwerpunkt auf die Konzeption und Entwicklung von Systemlösungen, die das Leben zuhause leichter und bequemer machen. Aus unserer Sicht werden die folgenden Trends in den kommenden Jahren für unser Unternehmen von Bedeutung sein und das Potenzial haben, sich positiv auf unsere Geschäftsentwicklung auszuwirken.

### Verbraucher nutzen verstärkt das Internet

Die Konsumenten nutzen in ständig wachsendem Umfang die Möglichkeiten des Internets. Dies beginnt bei der Suche nach Informationen und endet beim Kauf von Waren in Online-Shops und ähnlichen Angeboten. Für Leifheit ergeben sich hieraus mehrere Chancen, ein überdurchschnittliches Wachstumspotenzial zu realisieren.

Der Ausbau unserer Aktivitäten im E-Commerce soll die Bindung zu bestehenden Konsumenten stärken und ermöglicht uns gleichzeitig, neue Kundengruppen zu erschließen. Dazu nutzen wir insbesondere die intelligente Verzahnung von E-Commerce und stationärem Handel. Die Sortimente von Leifheit und Soehnle sind bestens für den Onlinevertrieb geeignet: Während niedrigpreisige Artikel primär im stationären Handel gekauft werden, bieten wir viele Produkte in den für den Internethandel relevanten mittleren bis gehobenen Preislagen an. Außerdem schätzen es die Verbraucher zunehmend, sich gerade große und dadurch schwerer zu transportierende Waren wie unsere Wäschetrockner oder Reinigungsgeräte bis vor die Haustür liefern zu lassen. Nicht zuletzt bietet der Onlinehandel dem Verbraucher die Möglichkeit, rund um die Uhr und an praktisch jedem Ort der Welt Kaufentscheidungen völlig unabhängig von Ladenöffnungszeiten oder -standorten zu treffen. Durch die Kooperation mit Onlinedistributoren können wir zudem unsere Präsenz in den von uns bisher weniger stark erschlossenen internationalen Märkten steigern. Dementsprechend investieren wir in den Ausbau unserer Zusammenarbeit mit entsprechenden Anbietern, vor allem auf personeller und technischer Ebene. Alle diese Effekte können sich schneller oder stärker als geplant positiv auf unser Umsatzvolumen im E-Commerce und damit außerplanmäßig positiv auf das Geschäftsergebnis auswirken.

#### **Das Bewusstsein für Qualität steigt**

Neben Preis und Funktionalität entscheiden heute wieder verstärkt Faktoren wie Qualität und Langlebigkeit über den Kauf eines Produkts – und zunehmend auch die Produktionsbedingungen. Diese Entwicklung, die sich vor allem bei der jüngeren Generation unserer Zielgruppe beobachten lässt, dürfte in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen. Wir sind Markenanbieter mit einem Portfolio von qualitativ hochwertigen und dadurch langlebigen Produkten, die in unseren eigenen Produktionsstätten oder kontrolliert – unter Beachtung des Leifheit Social Code of Conduct – von unseren Lieferanten hergestellt werden. So haben wir die Möglichkeit, vor dem Hintergrund dieser Entwicklung unsere Marktstellung weiter zu verbessern und auch zukünftige Käufergenerationen zu überzeugen.

#### **Konsumenten wünschen einfache und bequeme Lösungen**

Generationsübergreifend lassen sich heute ein erhöhter Arbeitsdruck und eine gestiegene Arbeitsbelastung beobachten. Wir sehen in dieser immer schnelllebigeren Zeit Chancen für unsere Systemlösungen und Produkte, die das Leben zuhause ein Stück einfacher und bequemer machen.

#### **Steigende Anzahl von Haushalten**

Prognosen sagen für Deutschland eine wachsende Anzahl von Haushalten voraus – insbesondere von Ein- und Zweipersonenhaushalten. Dies kann zu einem höheren Bedarf an Haushaltsprodukten führen. Wir gehen daher davon aus, dass sich diese Entwicklung in der Zukunft positiv auf Leifheit auswirken wird, und sehen darin eine Chance für weiteres Wachstum.

#### **Unternehmensstrategische Chancen**

Für Leifheit bieten sich unternehmensstrategische Chancen aus seiner Position als eines der führenden Unternehmen für Haushaltsprodukte in Europa – mit einem Fokus auf Systemlösungen und Produkte, die das Leben zuhause einfacher und bequemer machen. Um die Chancen zu nutzen, die aus Produktinnovationen und Weiterentwicklungen entstehen, setzen wir auf eine eigene Entwicklungsabteilung und investieren in den Aufbau von interner und externer Expertise, auch in Form von Kooperationen. Hieraus entsteht unsere Pipeline an mittel- und langfristigen Innovationsprojekten. Wir investieren gleichzeitig in neue Verfahren und Technologien, um stetig neue und innovative Produkte entwickeln zu können, die dem Konsumenten einen Mehrwert bieten. Gleichzeitig richten wir unsere Organisation darauf aus, zusätzlich flexibel zu reagieren, wenn sich aus Markttrends und Kundenbedürfnissen Chancen ergeben. Die Fähigkeit, aus dem Verständnis von Konsumenten und Kunden heraus zusätzliche Chancen zu entwickeln, wird durch die Strategie „Leifheit 2020“ fest in unserer Organisation und in unseren Prozessen verankert.

Außerdem sehen wir unternehmensstrategische Chancen im Ausbau unserer Marktpräsenz – sowohl im stationären Handel wie auch im E-Commerce. Um die daraus entstehenden Chancen nutzen zu können, werden wir auch in Zukunft in verschiedene Distributionskanäle investieren und diese mit intelligenten Kommunikationskonzepten unterstützen.

Für uns bieten sich Chancen durch eine stärkere Penetration bestehender Märkte und zusätzliche regionale Diversifikation. Leifheit konzentriert seine Geschäftsaktivitäten auf Europa. Wir wollen unsere starken Positionen in der DACH-Region, in Frankreich, Belgien, Luxemburg, in den Niederlanden und der Tschechischen Republik festigen und weiter ausbauen. Interessante Wachstumschancen sehen wir zudem vor allem in Spanien, den nordischen Ländern sowie in Polen und weiteren osteuropäischen Märkten. Diese fördern wir gezielt, um unsere Marktpräsenz zu stärken. Länderspezifische Vertriebsprogramme sollen uns dabei helfen, unsere Distribution auszuweiten und internationale Schlüsselkunden noch effektiver zu betreuen.

Darüber hinaus werden wir weiterhin sich bietende Chancen außerhalb Europas nutzen. Dort haben wir die Möglichkeit, durch die Zusammenarbeit mit unseren Distributoren von der Dynamik der großen und schnell wachsenden Märkte, insbesondere der Schwellenländer, überproportional zu profitieren – und dies weitgehend ohne eigene Investitionen. Zudem bewerten wir kontinuierlich die potenzielle Erschließung von Märkten, in denen wir bisher noch nicht präsent sind. Im Falle von unerwartet positiven wirtschaftlichen Entwicklungen in den genannten Märkten bietet sich daher ein permanentes Potenzial für eine Übererfüllung unserer Ziele.

Auf der Suche nach Möglichkeiten für strategische Akquisitionen oder Partnerschaften beobachten wir kontinuierlich unsere aktuellen und zukünftigen Märkte. Unser Unternehmen verfügt über die für Akquisitionen erforderliche gute Finanzlage und Liquidität. Dies versetzt uns in die Lage, Akquisitionschancen zu nutzen, die beispielsweise unser Produktportfolio sinnvoll ergänzen, unsere Marktposition stärken und letztlich unsere Umsatz- und Ertragssituation überproportional und damit stärker als prognostiziert steigern könnten.

## Leistungswirtschaftliche Chancen

Leistungswirtschaftliche Chancen ergeben sich für Leifheit vor allem aus dem operativen Geschäft, dem Kostenmanagement und der Effizienzsteigerung. Im operativen Geschäft bestehen wesentliche Chancen darin, dass wir durch eine erfolgreiche Kombination unseres Produktportfolios mit innovativen Vertriebsmaßnahmen zusätzliche Erfolge erzielen, zum Beispiel durch integrierte verbraucherorientierte Kommunikation mit Fokus auf den POS – sowohl online wie im stationären Handel.

Im Rahmen des Kostenmanagements und der Effizienzsteigerung bietet sich die Chance, die langfristige Ertragskraft von Leifheit zu steigern. Neben der Reduzierung nicht wertschöpfender Kosten haben wir hier vor allem die Effizienz der Produktentwicklungsprozesse sowie verschiedener Prozesse in Produktion und Vertrieb entlang der gesamten Wertschöpfungskette im Blick. Im Rahmen unserer Strategie „Leifheit 2020“ gilt dies insbesondere für den Ausbau unseres tschechischen Produktionsstandorts Blatná oder unseres Distributionszentrums in Zuzenhausen. Wir prüfen regelmäßig, ob Produkte von Lieferanten alternativ an unseren eigenen Standorten effizienter produziert werden können. Dabei kann eine gezielte Verlagerung der Produktion bestimmter Produkte unsere Flexibilität und Wettbewerbsfähigkeit stärken und eventuell Kosten senken.

## Sonstige Chancen

Unsere Mitarbeiter sind Quelle für neue Produktentwicklungen und ein Grundpfeiler für langfristig erfolgreiches Wachstum. Wir investieren regelmäßig in ihr Know-how, um Wachstumschancen jederzeit nutzen zu können. In diesem Zusammenhang fördern wir auch verschiedene Maßnahmen, um das Engagement und die Motivation unserer Mitarbeiter weiter zu steigern.

Weitere Chancen ergeben sich für Leifheit aus der Zusammenarbeit mit unseren Vertriebspartnern. Der stationäre Handel setzt immer stärker auf Kompetenzen seiner Lieferanten im Bereich Category Management. Im Rahmen unserer „POS-Excellence“-Initiative reagieren wir auf diese Entwicklung, die uns ermöglicht, unser Produktportfolio optimal zu platzieren und die Chance für zusätzliches Umsatzwachstum zu nutzen.



## Risiken

Wir sind im Rahmen unserer Geschäftstätigkeit verschiedenen Risiken ausgesetzt. Daher haben wir ein Risikomanagementsystem eingerichtet, das es uns ermöglicht, Risiken frühzeitig zu erkennen, zu analysieren und geeignete Gegenmaßnahmen zu ergreifen. Dieses System dient dazu, potenzielle Ereignisse zu erkennen, die erhebliche nachteilige Auswirkungen auf unsere Geschäfts-, Vermögens-, Finanz- und Ertragslage sowie unsere Reputation haben können oder gar den Fortbestand des Unternehmens gefährden könnten. Um die Effektivität des Risikomanagements sicherzustellen und die Aggregation von Risiken sowie eine transparente Berichterstattung zu ermöglichen, nutzen wir einen unternehmensweit einheitlichen Ansatz zum Management von Unternehmensrisiken. Als börsennotierte Aktiengesellschaft mit Sitz in Deutschland hat der Vorstand gemäß § 91 Abs. 2 AktG ein Überwachungssystem eingerichtet, um die Einhaltung der Rechtsvorschriften sowie ein effektives Management von Risiken sicherzustellen. Darüber hinaus ist er für die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems verantwortlich.

### Risikomanagementsystem

Das vom Vorstand veröffentlichte Handbuch zum Risikomanagement regelt den Umgang mit Risiken innerhalb des Leifheit-Konzerns und definiert eine konzerneinheitliche Methodik, die in allen Bereichen des Unternehmens gültig ist. Darin werden Verantwortlichkeiten für die Durchführung von Aufgaben im Risikomanagement sowie Berichtsstrukturen festgelegt. Die Effektivität des Risikomanagementsystems wird durch regelmäßige Prüfungen der internen Revision kontrolliert. Außerdem prüft der Abschlussprüfer jährlich, ob unser Risikofrüherkennungssystem geeignet ist, bestandsgefährdende Risiken frühzeitig zu erkennen.

Unsere Risikostrategie basiert auf dem globalen Ziel, den Fortbestand der Geschäftstätigkeit sicherzustellen.

Unsere Risikomanagementorganisation besteht aus einem konzernweit agierenden Risikomanager und Risikoverantwortlichen in den einzelnen Funktionsbereichen. Der Risikomanager ist für die Aktualisierung des Risikomanagementhandbuchs sowie für die einheitliche Umsetzung der darin beschriebenen Maßnahmen, für die Risikoaggregation und für die standardisierte Risikoberichterstattung an die verschiedenen Unternehmensebenen verantwortlich. Die Unternehmensbereiche Markengeschäft und Volumengeschäft sind vollständig in Risikobereiche aufgeteilt.

Das Management der Risiken innerhalb der Risikobereiche obliegt den jeweiligen Risikoverantwortlichen. Die Aufgabe der Risikoverantwortlichen ist es, kontinuierlich alle Risiken zu identifizieren, zu bewerten, zu kommunizieren und die Umsetzung der Gegensteuerungsmaßnahmen zu überwachen. Chancen werden im Rahmen des Risikomanagements nicht erfasst.

Zentrales Element des Risikomanagementsystems ist der systematische Risikomanagementprozess, der regelmäßig durchlaufen wird. Er beinhaltet die Phasen Risikoidentifikation, Risikobewertung, Risikoaggregation, Risikosteuerung, Risikoüberwachung und Risikoberichterstattung. Am Anfang dieses Prozesses steht die Risikoidentifikation, bei der halbjährlich alle Risiken, Gefahrenquellen, Schadenursachen und Störpotenziale in einheitlichen Risikotabellen systematisch dokumentiert und anschließend analysiert werden. Treten neue Risiken auf, die einen wesentlichen Einfluss auf die wirtschaftlichen Ergebnisse oder die weitere Entwicklung des Unternehmens haben könnten, informiert der Risikoverantwortliche im Rahmen der Ad-hoc-Berichterstattung unverzüglich alle zuständigen Stellen.

Die identifizierten Risiken werden nach ihrem Grad der Auswirkung sowie ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit bewertet und eingestuft. Darüber hinaus werden Einzelrisiken untereinander systematisch auf Abhängigkeiten analysiert und gegebenenfalls zu neuen Risiken zusammengefasst. Die dabei entstehende aggregierte Form aller einzelnen Risikotabellen stellt das sogenannte Risikoinventar dar.

Dieses wird grafisch in einer Risikokarte dargestellt und an Vorstand sowie Aufsichtsrat kommuniziert. Zur Risikosteuerung werden von den jeweiligen Risikoverantwortlichen zu jedem Risiko Maßnahmen zur Vermeidung, Verminderung oder Überwälzung des Risikos in der Risikotabelle definiert, dokumentiert, aktiv umgesetzt und überwacht. Der jeweilige Status der Gegenmaßnahme wird ebenfalls vom Risikoverantwortlichen in der Risikotabelle dokumentiert.

Zur Risikoüberwachung sind allgemeine Warnindikatoren sowie fallspezifische Indikatoren für konkrete Einzelrisiken definiert. Alle Indikatoren werden regelmäßig beobachtet, um Risiken und die Wirksamkeit von eingeleiteten Gegenmaßnahmen besser steuern zu können.

Im Geschäftsjahr 2015 wurden keine wesentlichen Änderungen am Risikomanagementsystem im Vergleich zum Vorjahr vorgenommen.



## Internes Kontroll- und Risikomanagementsystem im Rechnungslegungsprozess

Das interne Kontrollsystem (IKS) ist ein integraler Bestandteil des Risikomanagementsystems. Unser Handbuch zum IKS definiert die Gestaltung des internen Kontroll-, Steuerungs- und Überwachungssystems für alle wesentlichen Geschäftsprozesse im Unternehmen und beschreibt die Aufbauorganisation. Unser Ziel ist die systematische Gestaltung und Dokumentation von Kontrollmaßnahmen in den Prozessen zur Einhaltung von Gesetzen, Normen und Richtlinien, zur Vermeidung von Vermögensschäden sowie zur Sicherstellung der Funktionsfähigkeit und Wirtschaftlichkeit der Geschäftsprozesse. Dem IKS-Beauftragten obliegt die inhaltliche Ausgestaltung des Systems. Er koordiniert die IKS-Aufgaben und stellt die zentrale Dokumentation sicher. Die Prozessverantwortlichen sorgen für die durchgängig korrekte und vollständige Dokumentation der wesentlichen Prozessrisiken sowie für die Wirksamkeit, Effektivität und Durchführung der adäquaten definierten Kontrollen. Neben Richtlinien und Arbeitsanweisungen sind Risikokontrollmatrizen das zentrale Element der risikorelevanten Prozesse. Sie definieren die wesentlichen Risiken in den Prozessen, die Risikoanalyse sowie die nötigen Kontrollen und Kontrollverantwortlichkeiten. Dabei werden das Prinzip der Funktionstrennung und das Vieraugenprinzip streng beachtet.

Mit dem internen Kontroll- und Risikomanagementsystem für die Rechnungslegung verfolgen wir das Ziel, die gesetzlichen Vorgaben, die Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung sowie die Regeln der International Financial Reporting Standards (IFRS) sowie des IKS zu gewährleisten und einheitlich umzusetzen. Unser internes Kontroll- und Risikomanagementsystem für die Rechnungslegung ist in das unternehmensweite Risikomanagementsystem eingebettet. Mit den Organisations-, Kontroll- und Überwachungsstrukturen stellen wir sicher, dass unternehmerische Sachverhalte gesetzmäßig erfasst, aufbereitet und analysiert sowie in den Jahresabschluss übernommen werden.

Darüber hinaus umfasst unser System Richtlinien, Vorgehensweisen und Maßnahmen, die sicherstellen sollen, dass unsere Rechnungslegung den Gesetzen und Normen entspricht. Hierzu analysieren wir neue Gesetze, Rechnungslegungsstandards und andere Verlautbarungen, deren Nichtbeachtung ein wesentliches Risiko für die Ordnungsmäßigkeit unserer Rechnungslegung darstellen würde. Die Abteilung Rechnungswesen gibt einheitliche Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden zur Rechnungslegung vor. Diese Richtlinien bilden gemeinsam mit dem Terminplan zur Abschlusserstellung die Grundlagen für den Abschlusserstellungsprozess.

Entsprechend diesem müssen alle Buchungskreise ihre Abschlüsse dem Rechnungswesen in der eingesetzten Konsolidierungssoftware vorlegen. Die Buchungskreise sind für die Einhaltung der gültigen Rechnungslegungsvorschriften in ihren Abschlüssen zuständig und werden hierbei vom Rechnungswesen unterstützt und überwacht. Sie führen die Abstimmung interner Forderungen und Verbindlichkeiten sowie Liefer- und Leistungsbeziehungen gemäß den Richtlinien durch.

Die Konsolidierung der Buchungskreise wird vom Rechnungswesen durchgeführt. Darüber hinaus greifen wir auf externe Dienstleister zurück, beispielsweise für die Bewertung von Pensionsverpflichtungen oder Long-Term-Incentive-Vergütungen. Die mit der Finanzberichterstattung beauftragten Mitarbeiter sind mit unseren internen Richtlinien und Prozessen vertraut und werden regelmäßig geschult. Unser IKS umfasst separat den Prozess der Abschlusserstellung. In den entsprechenden Risikokontrollmatrizen sind die Risiken und Kontrollen definiert. Hierzu gehören Maßnahmen wie IT-gestützte und manuelle Kontrollen und Abstimmungen, die Einrichtung von Funktionstrennung und Vieraugenprinzip, Zugriffsregelungen in den IT-Systemen sowie Überwachung.

Zweck des IKS für die Rechnungslegung und Finanzberichterstattung ist es, mit hinreichender Sicherheit zu gewährleisten, dass die Finanzberichterstattung zuverlässig ist und dass der Jahresabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage vermittelt.

Im Rahmen von internen Revisionsprojekten werden prozess- und funktionsbezogene Elemente des IKS jeweils mit einbezogen.

## Risikobewertung

Unser Ziel ist es, zu ermitteln, welche nachteiligen Auswirkungen Risiken auf definierte Risikofelder wie unsere Geschäfts-, Vermögens-, Finanz- und Ertragslage oder unser Image haben könnten sowie welche Risiken am ehesten bestandsgefährdenden Charakter für Leifheit haben. Hierfür werden die Einzelrisiken gemäß ihrer geschätzten Eintrittswahrscheinlichkeit und ihren Auswirkungen bezogen auf unsere Geschäftsziele als kritisch, mittel oder gering klassifiziert. Dabei werden die Auswirkungen jeweils vor den ergriffenen Maßnahmen zur Risikobegrenzung dargestellt. Die Skalen zur Messung dieser beiden Indikatoren sind in den nachfolgenden Tabellen dargestellt.

Eintrittswahrscheinlichkeit	Beschreibung
1 % – 20 %	sehr gering
21 % – 40 %	gering
41 % – 60 %	mittel
61 % – 80 %	hoch
81 % – 99 %	sehr hoch

Gemäß dieser Einteilung definieren wir ein sehr geringes Risiko als eines, das nur unter außergewöhnlichen Umständen eintritt, und ein sehr hohes Risiko als eines, mit dessen Eintritt innerhalb einer bestimmten Zeitspanne zu rechnen ist.

Grad der Auswirkung	Definition der Auswirkung
sehr gering	geringe Risiken, die Geschäftstätigkeit, Finanz- und Ertragslage, Cashflows, Unternehmensziel und Außenwirkung nicht spürbar beeinflussen (< 1 Mio €)
gering	mittlere Risiken, die Geschäftstätigkeit, Finanz- und Ertragslage, Cashflows, Unternehmensziel und Außenwirkung spürbar beeinflussen (1–2 Mio €)
mittel	bedeutende Risiken, die Geschäftstätigkeit, Finanz- und Ertragslage, Cashflows, Unternehmensziel und Außenwirkung stark beeinflussen (2–5 Mio €)
hoch	schwerwiegende Risiken, die Geschäftstätigkeit, Finanz- und Ertragslage, Cashflows, Unternehmensziel und Außenwirkung erheblich beeinflussen (5–25 Mio €)
sehr hoch	bestandsgefährdende Risiken, die den Fortbestand des Unternehmens gefährden (> 25 Mio €)

Gemäß ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit und dem Grad ihrer Auswirkungen bezogen auf unsere Geschäftstätigkeit, unsere Finanz- und Ertragslage, unsere Cashflows sowie unsere Außenwirkung klassifizieren wir die Risiken in Form einer Risikokarte als kritisch, mittel oder gering.

Eintrittswahrscheinlichkeit/ Auswirkung	Grad der Auswirkung				
	sehr gering	gering	mittel	hoch	sehr hoch
sehr gering	gering	gering	gering	gering	gering
gering	gering	gering	gering	mittel	mittel
mittel	gering	mittel	mittel	mittel	kritisch
hoch	mittel	mittel	kritisch	kritisch	kritisch
sehr hoch	kritisch	kritisch	kritisch	kritisch	kritisch

## Risikofaktoren

Im Folgenden führen wir Risikofaktoren auf, die wir mithilfe unseres Risikomanagements ermitteln und verfolgen. Sie werden in der nachfolgenden Beschreibung stärker aggregiert, als sie zur internen Steuerung verwendet werden.

### Gesamtwirtschaftliche, politische, gesellschaftliche und regulatorische Risiken

Die Unsicherheit in der globalen Wirtschaft, den Finanzmärkten oder den politischen Rahmenbedingungen könnte sich negativ auf unsere Geschäftstätigkeit, unsere Finanz- und Ertragslage sowie unsere Cashflows auswirken und den Druck auf unser EBIT erhöhen. Vor allem durch weitere Terroranschläge, Gewalteskalationen in Krisenregionen oder andere exogene Schocks sind größere Einflüsse auf die Konjunktur denkbar, denen wir uns nicht entziehen könnten. Geopolitische Unsicherheiten können unser Geschäft in Osteuropa weiter belasten. Ungelöste Schuldenkrisen im Euroraum könnten unsere Marktperspektiven vor allem in den südeuropäischen Ländern mindern.

Das Wachstum in der Konsumgüterbranche ist in hohem Umfang von Konsumentenvertrauen und Konsumausgaben abhängig. Konjunkturell bedingte Rückgänge oder gesellschaftspolitische Faktoren besonders in Regionen, in denen wir stark vertreten sind, stellen daher ein Risiko für die Umsatzentwicklung dar. Darüber hinaus können auch Veränderungen im regulatorischen Umfeld (zum Beispiel Handelspolitik, Steuergesetzgebung, Produktqualitäts- und Sicherheitsstandards) mögliche Umsatzausfälle und Kostenerhöhungen nach sich ziehen.

Wir beobachten die gesamtwirtschaftliche, politische und regulatorische Lage in den für uns wesentlichen Märkten, um so potenzielle Problembereiche frühzeitig zu erkennen und unsere Geschäftsaktivität entsprechend schnell anpassen zu können. Um die gesamtwirtschaftlichen, politischen, gesellschaftlichen und regulatorischen Risiken zu vermindern, streben wir eine ausgewogene Verteilung des Umsatzes zwischen den wichtigen Regionen an und reagieren auf aktuelle Veränderungen kurzfristig mit diversen Maßnahmen zur Abfederung der möglichen potenziellen negativen Auswirkungen.

Wir schätzen die Eintrittswahrscheinlichkeit dieses Risikos als mittel ein und erwarten eine mittlere Auswirkung auf unsere Geschäftstätigkeit, Finanz- und Ertragslage sowie Cashflows.

### Umsatz- und Preisgestaltungsrisiken

Um unsere Umsatz- und Profitabilitätsziele zu erreichen, müssen wir Umsatzwachstum generieren, den Abverkauf am POS fördern sowie auf unsere Produktpreise achten, die im jeweiligen Land wettbewerbsfähig sein müssen. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, dass steigende Produktkosten nicht durch höhere Preise auf dem Markt kompensiert werden können. Dies würde sich negativ auf unsere Margen auswirken. Ferner könnten eventuell niedrigere Umsatzerlöse zu fehlenden Deckungsbeiträgen führen.

Wir begegnen diesen Risiken mit unserer internationalen Vertriebsstrategie, länderspezifischen Umsetzungsplänen und der Intensivierung der Maßnahmen unserer POS-Excellence Initiative sowie unserer E-Commerce Aktivitäten.

Nach unserer Auffassung schätzen wir aktuell die potenziellen Auswirkungen dieser Risiken in Verbindung mit Umsatz- und Preisgestaltung sowie die Eintrittswahrscheinlichkeit als gering ein.

### Abhängigkeitsrisiken

Die Abhängigkeit von bestimmten Zulieferern, Kunden, Produkten oder auch Märkten birgt Risiken. Konzentriert sich ein großer Teil unseres Produktvolumens bei einem Lieferanten oder besteht eine zu hohe Abhängigkeit von einem bestimmten Kunden, würde dies die Anfälligkeit gegenüber Liefer- und Umsatzausfällen oder Geschäftsunterbrechungen erhöhen. Eine starke Abhängigkeit von einzelnen Produkten, Produktgruppen oder Märkten könnte bei Schwankungen zu Umsatz- und Margenreduzierungen führen.

Zur Minimierung dieser Risiken setzen wir auf ein breites Lieferantennetzwerk sowie ein ausgewogenes Kunden- und Produktportfolio.

Obwohl wir mit unserer Diversifizierung die mögliche Abhängigkeit reduzieren, bleiben wir anfällig für negative Entwicklungen in wichtigen Beschaffungsländern wie China sowie auf wichtigen Absatzmärkten wie Deutschland, Frankreich, Österreich oder den Niederlanden. Daher schätzen wir die potenziellen Auswirkungen der Abhängigkeitsrisiken als hoch ein, bei einer sehr geringen Eintrittswahrscheinlichkeit.

### Risiken bei Produktinnovation und -entwicklung

Innovative Produkte und Lösungen mit hohem Gebrauchsnutzen für den Verbraucher, attraktivem Design und hohen Standards in Sachen Produktqualität und Sicherheit generieren attraktive Umsätze und auskömmliche Margen für uns als Markenartikler. Es ist entscheidend, neue, innovative Produkte in guter Qualität schnell auf den Markt zu bringen.

Falls wir über einen längeren Zeitraum nicht in der Lage sein sollten, kontinuierlich innovative Produkte zu entwickeln, könnte uns das einem beträchtlichen Umsatz- und Margenrückgang aussetzen. Ferner könnte eine schlechte Produktqualität zu Umsatzausfällen und höheren Kosten führen.

Um unsere Produkte schneller auf den Markt bringen zu können, haben wir unseren Produktentwicklungsprozess grundlegend überarbeitet und unsere Teams verstärkt. Zur Ideenfindung arbeiten Produktmanagement und -entwicklung in einem klar definierten Ideenfindungsprozess eng zusammen und nutzen hierbei auch externe Dienstleister.

Innovation ist ein wichtiger Erfolgsfaktor. Wir schätzen aufgrund unserer Innovationsstärke die potenziellen Auswirkungen von Risiken bei Produktinnovation und -entwicklung als hoch und die Eintrittswahrscheinlichkeit als mittel ein.

### Produktqualitätsrisiken

Das Risiko möglicher Produktmängel könnte zu Verletzungen bei Konsumenten führen beziehungsweise dem Ansehen unserer Marken und Produkte schaden. Zur Verringerung solcher Risiken haben wir interdisziplinäre Teams gegründet, die sich um die Produktqualität entlang der gesamten Beschaffungskette kümmern. Wir führen intensive Qualitätskontrollen sowohl in eigenen Laboren als auch bei externen Dienstleistern durch und arbeiten eng mit Zulieferern zusammen. Eventuell trotzdem auftretenden Schadenersatzansprüchen begegnen wir mit Produkthaftpflichtversicherungen.

Die potenziellen Auswirkungen von Produkthaftpflichtfällen und Produktrückrufen stufen wir als mittel, die Eintrittswahrscheinlichkeit hingegen als gering ein.

### Risiken durch steigende Beschaffungskosten

Lohnkosten und Rohstoffe machen einen großen Teil der Kosten der Umsatzerlöse aus. Vor allem Materialien wie Kunststoffe, Aluminium, Baumwolle und Stahl unterliegen dem Risiko von Preisschwankungen. Steigende Lohnkosten bei den Zulieferern insbesondere in Fernost erhöhen das Risiko von Preissteigerungen bei Handelswaren. Wir reduzieren die finanziellen Auswirkungen höherer Beschaffungskosten auf unsere Produktmargen durch längerfristige Lieferverträge sowie Maßnahmen zur Zeit- und Kosteneinsparung bei der Beschaffung. Wir überarbeiten unsere Produkte und reagieren mit Preiserhöhungen. Der strategische Einkauf hat die Aufgabe, die Beschaffungskette vor dem Hintergrund steigender Einstandskosten wettbewerbsfähig zu halten.

Angesichts der ergriffenen Maßnahmen und der aktuellen Marktsituation betrachten wir die Auswirkungen potenziell steigender Beschaffungskosten als geringes Risiko bei geringer Eintrittswahrscheinlichkeit.

#### Risiken durch außergewöhnliche externe Störfälle

Wir sind externen Risiken wie beispielsweise Naturkatastrophen, Feuer, Unfällen und böswilligen Handlungen ausgesetzt. Derartige Ereignisse können zu Sachschäden an Gebäuden, Produktionsanlagen, Lagern oder zu Unterbrechungen der Geschäftsaktivität sowohl bei uns als auch bei Zulieferern führen.

Wir wirken Risiken durch außergewöhnliche externe Störfälle auf verschiedene Weise entgegen. Beispielsweise arbeiten wir mit zuverlässigen Zulieferern und Dienstleistern zusammen. Neben einem Versicherungsschutz haben wir präventive Maßnahmen wie Brandmelde- und Feuerlöschanlagen in Gebäuden und Notfallpläne zur schnelleren Wiederaufnahme der Geschäftsaktivitäten eingerichtet. Dies soll die potenziellen Auswirkungen von externen Störfällen verringern.

Ein Eintritt solcher Risiken könnte hohe finanzielle Auswirkungen haben. Wir schätzen die Eintrittswahrscheinlichkeit jedoch als sehr gering ein.

#### Risiken im Risiko- und Kontrollumfeld

Das Versäumnis, erhebliche Risiken zu identifizieren, ihnen aktiv zu begegnen sowie innerhalb der Gruppe angemessene interne Kontrollsysteme einzuführen und aufrechtzuerhalten, könnte unangemessene Entscheidungen, höhere Kosten, Complianceverstöße, Betrug, Korruption oder Reputationsschäden nach sich ziehen. Es besteht weiterhin die Gefahr, dass Mitarbeiter gegen Richtlinien und Standards verstoßen.

Wir mindern diese Risiken im Risiko- und Kontrollumfeld durch Anweisungen und Richtlinien, die im Intranet für alle Mitarbeiter verfügbar sind. Darüber hinaus nutzen wir ein Risikomanagementsystem bestehend aus Früherkennung, internem Kontrollsystem und interner Revision. Mit Richtlinien wie dem Leifheit Code of Conduct oder der Leifheit Kartellrecht-Compliance sind klare Regeln und Grundsätze für das Verhalten unserer Mitarbeiter in wichtigen Bereichen geregelt. Dennoch könnten potenzielle Auswirkungen dieser Risiken hoch sein. Wir schätzen die Eintrittswahrscheinlichkeit als sehr gering ein.

#### Rechtliche Risiken

Leifheit ist als international agierendes Unternehmen verschiedenen rechtlichen Risiken ausgesetzt. Hierzu zählen Vertragsrisiken, Haftungsrisiken oder das Risiko, dass Dritte Forderungen oder Klagen wegen Verletzung von Marken-, Patent- oder sonstigen Rechten geltend machen. Zur Verminderung etwaiger Vertragsverletzungen überwachen wir die Einhaltung unserer vertraglichen Verpflichtungen und ziehen interne sowie externe Rechtsberater hinzu. Wir minimieren das Risiko einer Verletzung von Schutzrechten von Dritten, indem wir Konstruktionen, Designs und Produktnamen sorgfältig prüfen. Unsere Abteilung Recht & Patente optimiert unser Patentportfolio und prüft und analysiert die Patentrechte Dritter. Im Jahresabschluss wurden Rückstellungen für potenzielle Exklusivitätsverstöße im Ausland von 0,4 Mio € und für Prozess- und Anwaltskosten aus Aktivprozessen von 0,3 Mio € berücksichtigt. Darüber hinaus bestanden keine wesentlichen Rechtsstreitigkeiten oder Prozessrisiken.

Trotz der getroffenen Schutzmaßnahmen schätzen wir die potenziellen Auswirkungen als mittel und die Eintrittswahrscheinlichkeit als gering ein.

#### Ausfallrisiken

Ausfallrisiken entstehen, wenn ein Kunde oder eine andere Gegenpartei eines Finanzinstruments nicht ihren vertraglichen Verpflichtungen nachkommt. Ausfallrisiken ergeben sich aufgrund von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und anderen vertraglichen Verpflichtungen einer Gegenpartei wie zum Beispiel bei Bankguthaben und Finanzanlagen.

Gemäß unseren Kreditrichtlinien werden neue Kunden auf ihre Bonität geprüft und Forderungsobergrenzen festgelegt. Bonität, Forderungsobergrenzen und Überfälligkeiten werden ständig überwacht. Zur Reduzierung des Ausfallrisikos setzen wir selektiv Kreditversicherungen sowie Bankgarantien ein.

Währungssicherungsgeschäfte und Anlagen flüssiger Mittel werden nur mit Banken mit hoher Kreditwürdigkeit getätigt. Es ist ausschließlich erlaubt, mit Banken zusammenzuarbeiten, die ein Rating von BBB oder besser haben. Flüssige Mittel werden nur in Instrumenten angelegt, die dem Einlagensicherungsfonds unterliegen. Weiterhin werden für jeden Kontrahenten Höchstanlagebeträge festgelegt. Im Geschäftsjahr 2015 betrug das höchste einzelne Kontrahentenlimit 40 Mio €.

Die potenziellen finanziellen Auswirkungen von Ausfallrisiken könnten sehr hoch sein. Wir stufen dieses Risiko als kritisches Risiko ein, schätzen die Eintrittswahrscheinlichkeit jedoch als sehr gering ein.

### Finanzierungs- und Liquiditätsrisiken

Liquiditätsrisiken ergeben sich aus einem eventuellen Mangel an Mitteln, um fällige Verbindlichkeiten in Bezug auf Fristigkeit, Volumen und Währungsstruktur bedienen zu können. Zum 31. Dezember 2015 beliefen sich die flüssigen Mittel und Wertpapiere auf 64,3 Mio €. Verzinsliche Finanzverbindlichkeiten wie Bankkredite bestanden nicht. Kurzfristige Kreditlinien stehen in Höhe von 11,5 Mio € zur Verfügung – sie werden zum Teil für Avale und Derivate genutzt. Die Liquidität wird gruppenweit durch Mitarbeiter der Abteilung Treasury in der Zentrale gesteuert.

Aufgrund unserer derzeitigen Finanzierungsstruktur schätzen wir sowohl die Eintrittswahrscheinlichkeit als auch die potenzielle Auswirkung von Finanzierungs- und Liquiditätsrisiken als sehr gering ein.

### Währungsrisiken

Leifheit ist Währungsrisiken ausgesetzt, da Cashflows in verschiedenen Währungen anfallen. Risiken entstehen insbesondere aufgrund der Tatsache, dass Beschaffung und Verkauf unserer Produkte in unterschiedlichen Währungen in ungleicher Höhe zu unterschiedlichen Terminen erfolgen. Ein großer Anteil unserer Beschaffungskosten fällt in US Dollar und Tschechischen Kronen an, während der Großteil der Umsatzerlöse in Euro entsteht.

Leifheit unterhält ein zentralisiertes System für das Management von Währungsrisiken. Wir sichern Anteile des geplanten Währungsbedarfs im Voraus für bis zu zwei Geschäftsjahre, in Ausnahmefällen für bis zu drei Jahre, ab. Gemäß den Treasury-Grundsätzen können Hedging-Instrumente wie Devisentermingeschäfte, Währungsoptionen, Währungsswaps oder Kombinationen von Optionen eingesetzt werden, die Schutz vor negativen Währungsschwankungen und gleichzeitig das Potenzial bieten, von künftigen Wechselkursentwicklungen auf den Finanzmärkten zu profitieren. Der Umfang der Währungsabsicherung wird regelmäßig evaluiert.

Am 31. Dezember 2015 bestanden folgende Absicherungen:

	Wert der Verpflichtung	Fremd- währung	Nominalwert
Kauf USD/€	96,9 Mio €	118,4 Mio USD	105,9 Mio €
Verkauf USD/€	1,2 Mio €	1,6 Mio USD	1,2 Mio €

Für die Jahre 2016 bis 2017 haben wir zirka 95 bis 100 Prozent des US Dollar Bedarfs durch Devisentermingeschäfte abgesichert, für das Jahr 2018 zirka 60 bis 70 Prozent.

Aufgrund der Entwicklung des US Dollar Kurses im Jahr 2015 stufen wir die Eintrittswahrscheinlichkeit und die potenziellen finanziellen Auswirkungen von Währungsrisiken insbesondere ab 2018 als hoch ein.

### Zinsrisiken

Veränderungen der Marktzinsen wirken sich auf zukünftige Zinszahlungen für Finanzanlagen und für variabel verzinsliche Verbindlichkeiten aus. Da Leifheit nach der derzeitigen Finanzierungsstruktur keine Bankkredite und sonstige verzinslichen Verbindlichkeiten hat, beeinflussen Zinsänderungen die Profitabilität, die Liquidität und die Finanzlage nicht. Der weitere Rückgang des Rechnungszinses zur Abzinsung der Pensionsverpflichtungen wird sich negativ auf das Betriebsergebnis auswirken. Weiterhin besteht das Risiko, dass potenzielle Negativzinsen auf die Guthaben bei Kreditinstituten anfallen können.

Daher schätzen wir sowohl die Eintrittswahrscheinlichkeit als auch die potenziellen finanziellen Auswirkungen von Zinsrisiken als mittel ein.

### Steuerliche Risiken

Steuerliche Risiken ergeben sich insbesondere durch Feststellungen steuerlicher Betriebsprüfungen. Die Finanzverwaltungen prüfen zunehmend die internationalen Konzernverrechnungspreise. Die umsatzsteuerlichen Vorschriften im europäischen Lieferungs- und Leistungsverkehr sind sehr komplex. Korrekturen von Steuerzahlungen haben Einfluss auf die Liquidität und das Periodenergebnis nach Steuern. Wir begegnen diesen Risiken durch die Unterstützung international tätiger Steuerberater.

Wir schätzen die potenziellen finanziellen Auswirkungen der steuerlichen Risiken als mittel und die Eintrittswahrscheinlichkeit als gering ein.

### Risiken der Informationssicherheit

Unsere IT-gestützten Geschäftsprozesse sind verschiedenen Risiken der Informationssicherheit ausgesetzt. Aus menschlichen Fehlern, organisatorischen oder technischen Verfahren und/oder Sicherheitslücken bei der Informationsverarbeitung können Risiken entstehen, die die Vertraulichkeit, Verfügbarkeit und Integrität von Informationen gefährden. In Zusammenarbeit mit unseren Dienstleistern und Outsourcing-Partnern werden die Risiken durch organisatorische und technische Vorkehrungen sowie professionelles Projektmanagement begrenzt. Die IT-Sicherheitsstruktur wird regelmäßig verifiziert und gegebenenfalls nachgebessert.

Wir schätzen die potenziellen Auswirkungen von Risiken der Informationssicherheit als hoch und die Eintrittswahrscheinlichkeit als gering ein.

## Gesamtbeurteilung der Chancen und Risiken

Unter Berücksichtigung der jeweiligen Eintrittswahrscheinlichkeiten und der potenziellen finanziellen Auswirkungen der erläuterten Risiken sowie angesichts der soliden Bilanzstruktur und der gegenwärtigen Geschäftsaussichten erwartet der Vorstand keine substanzielle Gefährdung der Unternehmensfortführung. Wir sind nach wie vor zuversichtlich, dass unsere Ertragskraft und Bilanzstruktur eine gute Grundlage für unsere zukünftige Geschäftsentwicklung bilden und die notwendigen Ressourcen beinhalten, um mögliche Chancen zu nutzen.

Die Veränderungen der individuellen Risiken im Vergleich zum Vorjahr haben keine wesentliche Auswirkung auf das Gesamtrisikoprofil. Diese Situation sehen wir im Vergleich zum Vorjahr als unverändert.

# Nachtragsbericht

An dieser Stelle berichtet Leifheit über Sachverhalte, die nach Ablauf des Geschäftsjahres eingetreten sind.

## **Keine wesentlichen Veränderungen seit dem Ende des Berichtszeitraums**

Vorgänge, die für die Beurteilung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage von besonderer Bedeutung wären, sind nach dem Ablauf des Geschäftsjahres nicht eingetreten.

# Prognosebericht

Wir rechnen im Jahr 2016 mit einem moderaten wirtschaftlichen Wachstum in unseren wichtigsten Absatzmärkten. Gleichzeitig wollen wir unsere Marktpositionen in den europäischen Ländern ausbauen und zusätzliche Zielgruppen gewinnen. Dem stehen Unsicherheitsfaktoren wie die Flüchtlingskrise und ungelöste geopolitische Konflikte gegenüber. Vor diesem Hintergrund erwarten wir ein Umsatzwachstum von vier bis fünf Prozent und eine Steigerung beim Ergebnis im Vergleich zum Geschäftsjahr 2015.

## Strategische Ausrichtung

Wir werden im Geschäftsjahr 2016 unsere Strategie „Leifheit 2020“ weiter vorantreiben. Ein wesentlicher Aspekt wird dabei sein, unsere Marktpositionen in den europäischen Ländern weiter auszubauen. Mit Blick auf unsere Marken und Produktportfolios planen wir, Leifheit und Soehnle gezielt weiterzuentwickeln und ihre Positionierung im Wettbewerb zu schärfen. Mit einem ganzheitlichen Kategorieansatz für unsere bedeutenden Sortimente wollen wir neue Preissegmente und damit zusätzliche Zielgruppen erschließen. Unsere übergeordneten Ziele bleiben eine hohe Effizienz in der Wertschöpfungskette und eine kontinuierliche Verbesserung unserer operativen Ergebnisse.

Unsere Finanzlage gibt uns die strategische Option, Chancen für externes Wachstum durch Akquisitionen zu nutzen, sofern sie sich wirtschaftlich sinnvoll ergeben.

## Prognosen sehen ein weiteres Jahr mit moderatem Wirtschaftswachstum

Die Weltwirtschaft wuchs 2015 nach Angaben des Internationalen Währungsfonds (IWF) um 3,1 Prozent – die niedrigste Wachstumsrate seit der Finanz- und Wirtschaftskrise in den Jahren 2008/2009. Die Erwartung, dass die weltweite Entwicklung von fallenden Ölpreisen profitieren könnte, bestätigte sich nicht. Hinzu kommen niedrigere Wachstumsraten in China und den Emerging Markets. Der IWF geht zwar von einer Fortsetzung des Wachstums aus, hat jedoch seine Erwartungen für 2016 und 2017 im Vergleich zur letzten Prognose aus dem Herbst 2015 leicht um jeweils 0,2 Prozentpunkte herabgesetzt. Für 2016 wird jetzt ein Wachstum der Weltwirtschaft um 3,4 Prozent, für 2017 ein Plus von 3,6 Prozent prognostiziert.

In den USA wird die Wirtschaft im Jahr 2016 aus Sicht des IWF um 2,1 Prozent wachsen: Ein Minus von 0,2 Prozentpunkten gegenüber der letzten Prognose. Die aktuelle Wachstumsprognose des IWF für China liegt unverändert bei 6,3 Prozent. Für Russland wird dagegen ein Rückgang um 1,0 Prozent erwartet (–0,4 Prozentpunkte gegenüber der letzten Schätzung). Für Osteuropa erwartet der IWF nun ein Wachstum von 3,1 Prozent (+0,1 Prozentpunkte).

Nach der jüngsten Prognose der Europäischen Kommission geht die europäische Wirtschaft in ein weiteres Jahr mit moderatem Wachstum. Die Schätzungen wurden gegenüber der Herbstprognose 2015 kaum verändert. Angesichts der Herausforderungen, denen die Weltwirtschaft gegenübersteht, erkennt die Kommission jedoch auch steigende Risiken für die wirtschaftliche Entwicklung in der Europäischen Union. Die Kommission sieht im privaten Konsum den entscheidenden Treiber wirtschaftlichen Wachstums in den nächsten beiden Jahren. Für die Eurozone wird eine Wachstumsrate von 1,7 Prozent für 2016 und 1,9 Prozent für 2017 prognostiziert (2015: 1,6 Prozent). In der gesamten Europäischen Union soll die Wirtschaftsleistung im Jahr 2016 um 1,9 Prozent (2015: 1,9 Prozent) und im folgenden Jahr um 2,0 Prozent wachsen.

Vergleichbare Wachstumserwartungen für die Eurozone in den ersten sechs Monaten des laufenden Jahres 2016 wurden von den drei Wirtschaftsforschungsinstituten ifo (München), Insee (Paris) und Istat (Rom) veröffentlicht. Sie betonten allerdings das Risiko, das von den politischen Spannungen im Nahen Osten ausgeht. Eine weitere Eskalation dort könnte Konsumenten, Produzenten und Investoren verunsichern und die konjunkturelle Entwicklung spürbar dämpfen.

Der Internationale Währungsfonds erwartet aktuell für Frankreich ein Wachstum von 1,3 Prozent in 2016 (–0,2 Prozentpunkte gegenüber der letzten Prognose). Die Schätzung für das Wirtschaftswachstum in Italien blieb unverändert bei ebenfalls 1,3 Prozent. Die spanische Wirtschaft wird 2016 dagegen aus Sicht des IWF um 2,7 Prozent wachsen; damit wurde die Prognose nochmals um 0,2 Prozentpunkte erhöht. Die im Januar 2016 veröffentlichte Jahresprognose der Bundesregierung erwartet für das laufende Jahr ein Wachstum des Bruttoinlandsprodukts (BIP) von 1,7 Prozent. Das wirtschaftliche Wachstum des Jahres 2015 in Deutschland soll sich danach unverändert fortsetzen (2015: 1,7 Prozent).



## Konsumneigung der Verbraucher bleibt weitgehend stabil

Die Stimmung der deutschen Verbraucher hat sich nach Erhebungen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) Anfang des Jahres 2016 im Vergleich zum Vorjahr kaum verändert. Für den Februar wurde ein Konsumklimaindikator von 9,4 Punkten prognostiziert. Damit ist die Konsumlaune seit vier Monaten weitgehend stabil. Lediglich im Dezember 2015 ging der Indikator leicht auf 9,3 Punkte zurück. Die Verbraucher sind noch immer positiver gestimmt als zu Anfang des Vorjahres. Im Januar 2015 hatte der Konsumklimaindex bei 9,3 Punkten gelegen. Die Konsumenten gehen trotz des aktuellen Umfelds mit Terroranschlägen und Flüchtlingskrise davon aus, dass die deutsche Wirtschaft weiter wächst. Eine wesentliche Ursache für den Optimismus ist die gute Lage auf dem Arbeitsmarkt. Sinkende Benzin- und Heizölpreise bieten zusätzlichen finanziellen Spielraum und wegen der niedrigen Zinsen bleibt die Sparneigung gering.

Auch die GfK geht deshalb davon aus, dass der private Konsum im laufenden Geschäftsjahr eine wesentliche Stütze wirtschaftlichen Wachstums bleiben wird. Dies gilt für Deutschland und Europa. Für Deutschland prognostiziert sie einen Anstieg der privaten Konsumausgaben um 2,0 Prozent real; für die Europäische Union erwartet sie ein Ausgabenwachstum von 1,5 bis 2,0 Prozent. 2015 waren die Konsumausgaben der Deutschen preisbereinigt um 1,9 Prozent gewachsen.

Auf europäischer Ebene trübte sich die Konsumneigung der Verbraucher in den ersten beiden Monaten des laufenden Jahres ein. Im Februar fiel der Consumer Confidence Indicator für die Eurozone um 2,5 Punkte auf –8,8 Punkte, für die gesamte Europäische Union fiel der Indikator um 2,4 Punkte auf –6,6 Punkte. Wie in Deutschland liegt der Indikator damit jedoch weiterhin über dem langfristigen Mittel.

## Stimmung der deutschen und europäischen Wirtschaft leicht eingetrübt

Der vom ifo Institut erhobene Geschäftsklimaindex für die gewerbliche Wirtschaft in Deutschland ist im Januar 2016 merklich gesunken. Von einer Spitze mit 109,0 Punkten im November 2015 ging er über 108,6 Punkte im Dezember 2015 auf 107,3 Punkte zurück. Ursache sind vorsichtigere Zukunftserwartungen der Befragten. Allerdings liegt der Index immer noch über seinem Vergleichswert von Januar 2015 (106,7 Punkte). Im Einzelhandel blieb der Geschäftsklimaindex nahezu unverändert.

Im Januar 2016 verlor auch der Business Climate Indicator der Europäischen Kommission für die Eurozone 0,1 Punkte. Auf europäischer Ebene ging die Stimmung in der Wirtschaft damit von einem Hoch bei 0,43 Punkten im Oktober 2015 über 0,39 Punkte im Dezember 2015 auf nunmehr 0,29 Zähler zurück. Der Indikator liegt auf diesem Niveau noch immer über seinem Wert von Januar 2015. Damals hatte er 0,17 Punkte erreicht.

## Weitere Aufwertung des US Dollars zu erwarten

Die Entwicklung des Wechselkurses von Euro zu US Dollar wurde in den vergangenen Monaten stark durch die Entscheidungen der Notenbanken beeinflusst. Während die US Federal Reserve nach sieben Jahren zum ersten Mal die Leitzinsen wieder leicht an hob, setzte die Europäische Zentralbank (EZB) ihre expansive Geldpolitik fort. In Erwartung einer weiteren Lockerung durch die EZB erreichte der Wechselkurs Ende November 2015 einen Stand von 1,06 US Dollar. Da die im Dezember vom EZB-Rat beschlossenen Maßnahmen schwächer als vom Markt erwartet ausfielen, wertete der Euro in kurzer Zeit wieder auf. Mitte Februar 2016 notierte der Euro bei 1,12 US Dollar. Der Markt rechnet jedoch damit, dass die EZB angesichts der anhaltend niedrigen Inflation im Euroraum ihre Anleihekäufe ausweiten und den Einlagenzinssatz weiter absenken wird. Gleichzeitig wird damit gerechnet, dass die US Federal Reserve im Herbst eine zweite Anhebung beschließen wird. Vor diesem Hintergrund liegt der Mittelwert der Prognosen von 52 durch Reuters im Dezember 2015 befragten Banken zum Jahreswechsel 2016/2017 bei 1,05 US Dollar.

## Prognose: Solides Umsatz- und Ergebniswachstum

Unserer Prognose für das Geschäftsjahr 2016 liegen folgende Annahmen zugrunde: Wir rechnen mit einem moderaten wirtschaftlichen Wachstum in unseren größten europäischen Absatzmärkten. Auf der anderen Seite bleiben eine Reihe von Unsicherheitsfaktoren wie die Flüchtlingskrise und die Konflikte in Südosteuropa und dem Nahen Osten.

Auf Basis dieser Annahmen rechnen wir für 2016 mit einem Umsatzwachstum von vier bis fünf Prozent. Wir werden unsere Umsatzprognose im Verlauf des Jahres weiter konkretisieren.

Wir rechnen im Geschäftsjahr 2016 mit einem Betriebsergebnis in Höhe von 16 bis 17 Mio €. Dies ist das Resultat steigender Deckungsbeiträge aus erhöhten Umsatzerlösen sowie aus den positiven Ergebniseffekten des neuen Distributionszentrums in Tschechien.

## Investitionen für weiteres Wachstum

Im Jahr 2016 planen wir mit Investitionen von 3,0 Mio €, die aus eigenen Mitteln finanziert werden. Wir werden vor allem in Werkzeuge, Maschinen und Produktionsanlagen für neue Produkte, Warenträger und IT-Lösungen sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung investieren.

## Solide Finanz- und Liquiditätslage

Wir werden auch im Geschäftsjahr 2016 unsere konservative Finanzpolitik beibehalten. Der Free Cashflow im Geschäftsjahr 2015 betrug 14,4 Mio €. Für das Jahr 2016 planen wir einen Free Cashflow von 16 bis 17 Mio €.

## Gesamtaussage zur voraussichtlichen Entwicklung

Leifheit erwartet für das Jahr 2016 erneut ein solides Umsatz- und Ergebniswachstum. Mit unserer Strategie „Leifheit 2020“ werden wir bestehende Marktchancen konsequent ergreifen und damit unsere Marktpositionen verbessern. Die dafür erforderlichen Investitionen werden wir mit Augenmaß vornehmen.

## Prognose 2016

	2015	<b>Prognose 2016</b>
Umsatz	182,4 Mio €	+4 bis 5 %
Betriebsergebnis	15,5 Mio €	16 bis 17 Mio €

# Rechtliche Angaben

## Übernahmerechtliche Angaben und erläuternder Bericht

Im Folgenden sind die nach § 289 Abs. 4 HGB geforderten übernahmerechtlichen Angaben zum 31. Dezember 2015 dargestellt:

Das Gezeichnete Kapital (Grundkapital) der Leifheit Aktiengesellschaft beträgt zum 31. Dezember 2015 unverändert 15.000 T € und ist in 5.000.000 auf den Inhaber lautende Stückaktien eingeteilt. Jede Aktie gewährt gleiche Rechte und in der Hauptversammlung eine Stimme.

Für die von der Leifheit Aktiengesellschaft im Rahmen des Belegschaftsaktienprogramms ausgegebenen Aktien besteht eine Haltefrist – und damit eine Beschränkung der Übertragbarkeit dieser Aktien – von mindestens zwei Jahren. Die Haltefrist beginnt mit Einbuchung der erworbenen Aktien in das Depot des Berechtigten und endet mit Ablauf des 30. Juni desjenigen Jahres, in dem der 30. Juni in den Zeitraum von 24 vollen Monaten bis 35 vollen Monaten seit Einbuchung der erworbenen Aktien in das Depot des Berechtigten fällt. Weitere Beschränkungen, die Stimmrechte oder die Übertragung von Aktien betreffen, sind dem Vorstand nicht bekannt. Es bestehen allerdings die gesetzlichen Stimmrechtsbeschränkungen nach § 28 Satz 1 WpHG (Verletzung von Stimmrechtsmitteilungspflichten), § 71b AktG (keine Rechte aus eigenen Aktien) und § 136 Abs. 1 AktG (Stimmrechtsabschluss bei bestimmten Interessenkollisionen).

Es bestehen direkte und indirekte Beteiligungen am Kapital der Leifheit Aktiengesellschaft, die 10 Prozent der Stimmrechte überschreiten: Die MKV Verwaltungs GmbH in Grünwald hat im Februar 2009 gemeldet, dass sie 10,03 Prozent der Stimmrechtsanteile an der Leifheit Aktiengesellschaft hält.

Es liegen keine Aktien mit Sonderrechten der Leifheit Aktiengesellschaft vor. Ebenso liegen keine Arbeitnehmerbeteiligungen mit Kontrollrechten vor.

Die Ernennung und die Abberufung der Mitglieder des Vorstands der Leifheit Aktiengesellschaft erfolgen nach Maßgabe von § 84 und § 85 AktG. Ergänzend regelt die Satzung in § 6 Abs. 1, dass der Vorstand aus einem oder mehreren Mitgliedern besteht, und in § 6 Abs. 2, dass der Aufsichtsrat die Vorstandsmitglieder bestellt, ihre Zahl bestimmt, stellvertretende Vorstandsmitglieder bestellen und ein Vorstandsmitglied zum Vorsitzenden des Vorstands ernennen kann.

Satzungsänderungen werden nach § 179 AktG von der Hauptversammlung beschlossen. Sofern es sich nicht um eine Änderung des Unternehmensgegenstands handelt (für die eine Mehrheit von drei Viertel des bei der Beschlussfassung vertretenen Grundkapitals erforderlich ist), bedarf der satzungsändernde Hauptversammlungsbeschluss gemäß § 18 Abs. 1 der Satzung der einfachen Mehrheit des bei der Beschlussfassung vertretenen Grundkapitals. Nach § 18 Abs. 3 der Satzung ist der Aufsichtsrat ermächtigt, Satzungsänderungen zu beschließen, die nur die Fassung betreffen.

Nach den Beschlüssen der ordentlichen Hauptversammlung 2011 ist der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats ermächtigt, bis zum 25. Mai 2016 das Grundkapital gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmal oder mehrmals um bis zu insgesamt 7.500 T € durch Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautender Stückaktien zu erhöhen. Der Vorstand ist weiterhin nach den Beschlüssen der ordentlichen Hauptversammlung 2015 ermächtigt, eigene Aktien von insgesamt bis zu 10 Prozent des Grundkapitals bis zum 20. Mai 2020 zu erwerben und zu verwenden. Die Bestimmungen beider Beschlüsse sind der jeweiligen Tagesordnung der Hauptversammlung auf unserer Internetseite zu entnehmen.

Es existieren keine wesentlichen Vereinbarungen, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels stehen. Ein Kreditvertrag über eine Kreditlinie enthält lediglich eine Vereinbarung, dass bei einem Change of Control die Parteien eine zufriedenstellende Einigung über die Fortführung des Kreditvertrags erzielen.

Ein Vorstandsvertrag enthält eine Change of Control Klausel die besagt, dass bei einem Change of Control Fall bei Verlust der Vorstandsposition und einer damit einhergehenden vorzeitigen Beendigung des Dienstverhältnisses oder bei Niederlegung des Vorstandsamtes durch den Vorstand die bis zum regulären Vertragsende zu zahlende Festvergütung ungekürzt als Abfindung zu zahlen ist und die variablen Vergütungsbestandteile auf Basis der regulären Beendigung des Dienstverhältnisses gezahlt werden.

Weitere Vereinbarungen mit Vorständen und Arbeitnehmern, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels stehen, existierten zum Bilanzstichtag nicht.

## Erklärung zur Unternehmensführung

Die Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289a HGB ist auf unserer Internetseite zugänglich. Sie beinhaltet die Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex, die Erläuterung unserer relevanten Unternehmensführungspraktiken, die Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat sowie der Zusammensetzung und Arbeitsweise von deren Ausschüssen und die Erklärung zu den festgelegten Zielgrößen gemäß des Gesetzes für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen.

## Bericht des Vorstands über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen

Der Vorstand hat gemäß § 312 AktG einen Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen erstellt, der folgende Schlusserklärung enthält:

„Unsere Gesellschaft hat und wird bei den im Bericht über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen aufgeführten Rechtsgeschäften nach den Umständen, die uns zum Zeitpunkt bekannt waren, in dem die Rechtsgeschäfte vorgenommen wurden, bei jedem Rechtsgeschäft eine angemessene Gegenleistung erhalten. Berichtspflichtige Maßnahmen, durch die die Gesellschaft benachteiligt wurde, haben im Berichtszeitraum nicht stattgefunden.“

## Vergütungsbericht

Der Vergütungsbericht ist nach den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) aufgestellt und beinhaltet die Angaben, die nach dem deutschen Handelsgesetzbuch (HGB) beziehungsweise den International Financial Reporting Standards (IFRS) erforderlich sind. Er beschreibt die Grundzüge des Vergütungssystems für den Vorstand sowie die Bestandteile der Aufsichtsratsvergütung.

## Vergütung des Vorstands

Für die Festlegung der individuellen Vorstandsvergütung ist das Aufsichtsratsplenium nach Vorbereitung durch den Personalausschuss des Aufsichtsrats zuständig. Die Vergütungsstruktur ist auf eine nachhaltige Unternehmensentwicklung ausgerichtet.

Die Mitglieder des Vorstands erhalten derzeit Bezüge, die sich aus einer festen jährlichen Grundvergütung, einer jährlichen variablen Vergütung und einer längerfristigen variablen Vergütung zusammensetzen.

Die feste jährliche Grundvergütung, die monatlich ausgezahlt wird, ist am Verantwortungsbereich und der individuellen Leistung des jeweiligen Vorstandsmitglieds ausgerichtet und wird in regelmäßigen Abständen daraufhin überprüft, ob sie marktüblich und angemessen ist.

Der Auszahlungsbetrag der kurzfristigen variablen Vergütung bemisst sich am Ergebnis vor Ertragsteuern des Leifheit-Konzerns. Die Auszahlungsbeträge sind in beiden Vorstandsverträgen nach oben begrenzt. Die Auszahlung erfolgt binnen vier Wochen nach Fassung der Gewinnverwendungsbeschlüsse durch die Hauptversammlung.

Der Auszahlungsbetrag der langfristigen variablen Vergütung ergibt sich aus einem EBIT-Multiplikator und einem Börsenwertmultiplikator. Der Börsenwertmultiplikator beläuft sich auf 2,5 Prozent des Zuwachses des Börsenwerts der Leifheit Aktiengesellschaft auf der Grundlage der Durchschnittskurse an den letzten 90 Börsentagen vor Vertragsbeginn und an den letzten 90 Börsentagen vor Vertragsende. Der EBIT-Multiplikator ist von dem durchschnittlichen Zielerreichungsgrad hinsichtlich des ausgewiesenen Konzern-EBIT der jeweiligen Vertragsjahre abhängig. Sowohl der EBIT-Multiplikator als auch der Auszahlungsbetrag sind nach oben begrenzt. Der Wert der gewährten langfristigen variablen Vergütung wird innerhalb des Erdienungszeitraums jährlich anhand von Bewertungsanalysen eines externen Gutachters unter Einbeziehung der Monte-Carlo-Simulation ermittelt und pro rata temporis über den jeweiligen Erdienungszeitraum zurückgestellt.

Am Ende des Erdienungszeitraums wird der Wert anhand historischer Daten ermittelt. Die Auszahlung erfolgt binnen vier Wochen nach Fassung des Gewinnverwendungsbeschlusses durch die Hauptversammlung des letzten Vertragsjahres. Der Aufsichtsrat kann angemessene Abschlagszahlungen festlegen. Die bilanzierte Rückstellung belief sich auf 2.627 T €, der Zeitwert auf 2.560 T €.

Die Mitglieder des Vorstands erhalten neben der Vergütung ihrer Tätigkeit als Vorstand der Leifheit Aktiengesellschaft keine Vergütungen für Geschäftsführungs- und Verwaltungs- beziehungsweise Aufsichtsratsaktivitäten in Tochtergesellschaften.

Es existieren keine Aktienoptionsprogramme oder ähnliche wertpapierorientierte Anreizsysteme. Die amtierenden Mitglieder des Vorstands haben keine leistungsorientierten Pensionszusagen (Defined Benefit Obligations nach IFRS) erhalten.

Nebenleistungen, die über Firmenwagennutzung hinausgehen, werden vom Unternehmen nicht erbracht.

Für den Fall der vorzeitigen Beendigung des Dienstverhältnisses enthalten die Vorstandsverträge keine ausdrückliche Abfindungszusage. Eine Abfindung kann sich aber aus einer individuell getroffenen Aufhebungsvereinbarung ergeben. Ein Vorstandsvertrag enthält eine Change of Control Klausel die besagt, dass bei einem Change of Control Fall bei Verlust der Vorstandposition und einer damit einhergehenden vorzeitigen Beendigung des Dienstverhältnisses oder bei Niederlegung des Vorstandsamtes durch den Vorstand die bis zum regulären Vertragsende zu zahlende Festvergütung ungekürzt als Abfindung zu zahlen ist und die variablen Vergütungsbestandteile auf Basis der regulären Beendigung des Dienstverhältnisses gezahlt werden.

	Thomas Radke CEO Eintritt 1. Januar 2014				Dr. Claus-O. Zacharias CFO Eintritt 1. Dezember 2008			
	2014	2015	2015 (Min)	2015 (Max)	2014	2015	2015 (Min)	2015 (Max)
Gewährte Zuwendungen in T €								
Festvergütung	330	330	–	–	270	300	–	–
Nebenleistungen	24	25	–	–	9	9	–	–
<b>Summe</b>	<b>354</b>	<b>355</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>279</b>	<b>309</b>	<b>–</b>	<b>–</b>
Einjährige variable Vergütung	200	210	0	250	250	210	0	250
Mehrfährige variable Vergütung								
LTI 2014–2016	1.050	1.030	0	4.000	–	–	–	–
LTI 2011–2014	–	–	–	–	2.065	–	–	–
LTI 2015–2017	–	–	–	–	–	480	0	4.000
Sonstiges	–	–	–	–	300	–	–	–
<b>Summe</b>	<b>1.250</b>	<b>1.240</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>2.615</b>	<b>690</b>	<b>–</b>	<b>–</b>
Versorgungsaufwand	–	–	–	–	–	–	–	–
<b>Gesamtvergütung</b>	<b>1.604</b>	<b>1.595</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>2.894</b>	<b>999</b>	<b>–</b>	<b>–</b>

Zufluss/Auszahlung in T €	Thomas Radke CEO Eintritt 1. Januar 2014		Dr. Claus-O. Zacharias CFO Eintritt 1. Dezember 2008	
	2014	2015	2014	2015
Festvergütung	330	330	270	300
Nebenleistungen	24	25	9	9
<b>Summe</b>	<b>354</b>	<b>355</b>	<b>279</b>	<b>309</b>
Einjährige variable Vergütung	0	198	0	250
Mehrfährige variable Vergütung				
LTI 2014–2016	0	0	–	–
LTI 2011–2014	–	–	835	2.749
LTI 2015–2017	–	–	–	–
Sonstiges	–	–	300	–
<b>Summe</b>	<b>0</b>	<b>198</b>	<b>1.135</b>	<b>2.999</b>
Versorgungsaufwand	–	–	–	–
<b>Gesamtvergütung</b>	<b>354</b>	<b>553</b>	<b>1.414</b>	<b>3.308</b>

## Vergütung des Aufsichtsrats

Die Vergütung des Aufsichtsrats wird durch die Satzung der Leifheit Aktiengesellschaft geregelt. Sie trägt der Verantwortung und dem Tätigkeitsumfang der Aufsichtsratsmitglieder Rechnung.

Jedes Mitglied des Aufsichtsrats erhält neben dem Ersatz seiner Auslagen und einer ihm für die Aufsichtsrats Tätigkeit zur Last fallenden Umsatzsteuer ein Sitzungsgeld in Höhe von 2.500,00 € je Aufsichtsratssitzungstag sowie eine nach Ablauf des Geschäftsjahres auszahlende jährliche Vergütung in Höhe von 20.000,00 €. Der Vorsitzende erhält das 3-Fache, sein Stellvertreter das 1,5-Fache.

Gehört ein Mitglied dem Aufsichtsrat nur einen Teil eines Geschäftsjahres an, wird die jährliche Vergütung nur zeitanteilig gewährt. Jedes Aufsichtsratsmitglied erhält für seine Mitgliedschaft in einem Ausschuss des Aufsichtsrats zusätzlich ein Sitzungsgeld in Höhe von 2.500,00 € je Ausschusssitzungstag. Der Vorsitzende eines Ausschusses erhält das Doppelte. Finden an einem Tag mehrere Aufsichtsrats- und/oder Ausschusssitzungen statt, kann ein an mehreren Sitzungen teilnehmendes Mitglied des Aufsichtsrats insgesamt nicht mehr als 2.500,00 € beanspruchen.

Für individuell erbrachte Leistungen der Mitglieder des Aufsichtsrats wurden keine Vergütungen gezahlt.

Die Bezüge des Aufsichtsrats im Geschäftsjahr 2015 beliefen sich auf 280,0 T € und unterteilten sich wie folgt:

T €	2015
Helmut Zahn	100,0
Dr. Robert Schuler-Voith	57,5
Baldur Groß	30,0
Karsten Schmidt	32,5
Thomas Standke	30,0
Dr. Friedrich M. Thomée	30,0

Nassau/Lahn, 17. März 2016

Leifheit Aktiengesellschaft  
Der Vorstand



Thomas Radke



Dr. Claus-O. Zacharias

## Versicherung der gesetzlichen Vertreter zum Jahresabschluss und Lagebericht der Leifheit Aktiengesellschaft

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Jahresabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Leifheit Aktiengesellschaft vermittelt und im Lagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage der Leifheit Aktiengesellschaft so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung der Leifheit Aktiengesellschaft beschrieben sind.

Nassau/Lahn, 17. März 2016

Leifheit Aktiengesellschaft  
Der Vorstand



Thomas Radke



Dr. Claus-O. Zacharias

## Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Zu dem Jahresabschluss und dem Lagebericht haben wir folgenden Bestätigungsvermerk erteilt:

„Wir haben den Jahresabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang – unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der Leifheit Aktiengesellschaft, Nassau/Lahn, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2015 bis 31. Dezember 2015 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegen in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.“

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt.

Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Jahresabschluss den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft. Der Lagebericht steht in Einklang mit dem Jahresabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.“

Eschborn/Frankfurt am Main, 17. März 2016

Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft  
gez. Knappe  
Wirtschaftsprüfer

gez. Vöhl  
Wirtschaftsprüfer

# Bericht des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat hat im Geschäftsjahr 2015 die ihm nach Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung obliegenden Aufgaben wahrgenommen und den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens regelmäßig beraten sowie die Geschäftsführung der Gesellschaft kontinuierlich überwacht. Der Aufsichtsrat konnte sich dabei stets von deren Recht- und Zweckmäßigkeit überzeugen. In alle Entscheidungen von grundlegender Bedeutung für das Unternehmen war der Aufsichtsrat unmittelbar und frühzeitig eingebunden.

Der Vorstand ist seinen Informationsverpflichtungen nachgekommen und hat den Aufsichtsrat schriftlich wie mündlich regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle relevanten Fragen der Unternehmensplanung, der strategischen Weiterentwicklung, über den Gang der Geschäfte, über die für das Unternehmen relevanten Vorkommnisse und Maßnahmen, über die Lage des Konzerns, über die Risikolage und das Risikomanagement sowie über die Compliance unterrichtet. Abweichungen des Geschäftsverlaufs von der Planung wurden dem Aufsichtsrat detailliert erläutert und im Aufsichtsrat intensiv behandelt. Die Mitglieder des Aufsichtsrats hatten stets ausreichend Gelegenheit, sich mit den vorgelegten Berichten und Beschlussvorschlägen kritisch auseinanderzusetzen. Die strategische Ausrichtung des Unternehmens wurde ebenso wie alle bedeutsamen Geschäftsvorfälle ausführlich mit dem Vorstand erörtert. Insbesondere zustimmungsbedürftige Geschäfte wurden vom Aufsichtsrat eingehend überprüft und entschieden.

Der Aufsichtsratsvorsitzende stand auch zwischen den Aufsichtsratssitzungen in engem und regelmäßigem Informations- und Gedankenaustausch mit dem Vorstand und erörterte mit ihm Fragen der Strategie, der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage, des Risikomanagements und der Compliance des Unternehmens.

Über Projekte und Vorhaben, die für das Unternehmen von besonderer Bedeutung oder eilbedürftig waren, wurde der Aufsichtsrat auch zwischen den Aufsichtsratssitzungen informiert und schriftlich um Genehmigung gebeten, sofern dies erforderlich war.

Im Geschäftsjahr 2015 fanden vier Aufsichtsratssitzungen und drei Ausschusssitzungen statt. Die Präsenz bei den Sitzungen des Aufsichtsrats und seiner Ausschüsse lag bei durchschnittlich 93 Prozent. Herr Dr. Thomée war bei einer Sitzung des Aufsichtsrats sowie bei der Sitzung des Prüfungsausschusses verhindert. Im Übrigen haben alle Mitglieder des Aufsichtsrats an allen Sitzungen des Aufsichtsrats und seiner Ausschüsse teilgenommen. Somit hat kein Mitglied des Aufsichtsrats nur an der Hälfte oder weniger der Sitzungen des Aufsichtsrats und der Ausschüsse, denen es angehört, teilgenommen. Die Mitglieder des Vorstands haben an Aufsichtsratssitzungen teilgenommen, soweit der Aufsichtsratsvorsitzende nichts anderes bestimmt hatte.

Gegenstand regelmäßiger Beratung in den Aufsichtsratssitzungen waren die Umsatz-, Ergebnis- und Beschäftigungsentwicklung des Konzerns und der Segmente, die Finanzlage, die wesentlichen Beteiligungen, die strategische Ausrichtung des Unternehmens, mögliche Akquisitionen sowie die Risikolage.

In der Sitzung am 25. März 2015 befasste sich der Aufsichtsrat in Anwesenheit des Abschlussprüfers intensiv mit der Erörterung und der Prüfung des Konzern- und des Jahresabschlusses, der Lageberichte des Leifheit-Konzerns und der Leifheit Aktiengesellschaft, des Berichts über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen, mit der Erörterung und der Beschlussfassung über den Bericht des Aufsichtsrats sowie über die Tagesordnung für die Hauptversammlung am 21. Mai 2015. Weiterhin wurde eine Distributionsanalyse für Produkte der Marken Leifheit und Soehne vorgestellt und diskutiert. Daneben wurden die Ergebnisse der Selbstevaluation des Aufsichtsrats vom Dezember 2014 vorgestellt.

Schwerpunktthema der Aufsichtsratssitzung am 21. Mai 2015 war – neben den Vorbereitungen für die Hauptversammlung – die Marketingkommunikation.

In der Sitzung am 17. September 2015 wurde die Mittelfristplanung für die Jahre 2016 bis 2018 eingehend behandelt. Daneben befasste sich der Aufsichtsrat mit der Währungssicherung, Benchmarkanalysen, der Nachfolgeregelung im Management, den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex sowie der Anpassung der Geschäftsordnungen für Aufsichtsrat und Vorstand. Weiterhin wurden die Zielgrößen des Frauenanteils in Vorstand und Aufsichtsrat beschlossen.

Gegenstand der Sitzung am 9. Dezember 2015 waren die Planung 2016, die Produktqualität, das Initiativenprogramm der Entwicklung 2017 bis 2020, aktuelle Produktneuheiten und die strategische Ausrichtung des Volumengeschäfts in Frankreich.

Weitere Themen waren die Durchführung der Selbstevaluation des Aufsichtsrats sowie die Beschlussfassung über die Corporate Governance Entsprechenserklärung.

Der Aufsichtsrat hat einen Prüfungs- und einen Personalausschuss gebildet. Der Prüfungsausschuss (Audit Committee) kam zweimal zusammen, um sich mit der Überwachung des Rechnungslegungsprozesses, der Wirksamkeit des internen Kontrollsystems, des Risikomanagementsystems und des internen Revisionsystems, der Abschlussprüfung – hier insbesondere der Unabhängigkeit des Abschlussprüfers, der vom Abschlussprüfer zusätzlich erbrachten Leistungen, der Erteilung des Prüfungsauftrags an den Abschlussprüfer, der Bestimmung von Prüfungsschwerpunkten und der



Honorarvereinbarung – sowie der Compliance zu befassen. Die Abschlussprüfer waren bei beiden Sitzungen des Prüfungsausschusses anwesend und berichteten ausführlich über alle für die Aufgaben des Aufsichtsrats wesentlichen Vorkommnisse, die sich bei der Durchführung der Abschlussprüfung ergeben haben. Der Personalausschuss trat einmal zusammen. Im Personalausschuss werden die Anstellungsverträge für die Vorstandsmitglieder einschließlich der Vergütung und des Vergütungssystems sowie sonstige Vorstandsangelegenheiten behandelt. Besonderen Raum nahm im Geschäftsjahr 2015 die Nachfolgeplanung ein.

Anhaltspunkte für Interessenkonflikte von Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern, die dem Aufsichtsrat gegenüber unverzüglich offenzulegen sind und über die die Hauptversammlung informiert werden soll, hat es im Berichtsjahr nicht gegeben.

Der Abschluss und der Lagebericht des Leifheit-Konzerns für das Geschäftsjahr 2015, die gemäß § 315a HGB auf der Grundlage der internationalen Rechnungslegungsstandards IFRS aufgestellt sind, sowie der Jahresabschluss und der Lagebericht der Leifheit AG für das Geschäftsjahr 2015, die nach den Regeln des Handelsgesetzbuchs (HGB) aufgestellt sind, wurden von dem Abschlussprüfer, der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Eschborn/Frankfurt am Main, geprüft und mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Die Prüfung ergab – wie aus den Prüfungsberichten hervorgeht – keinen Anlass zur Beanstandung.

Die Jahresabschlussunterlagen sowie die Prüfungsberichte und der Vorschlag des Vorstands für die Verwendung des Bilanzgewinns wurden allen Aufsichtsratsmitgliedern ausgehändigt. Die Jahresabschlussunterlagen sowie die Prüfungsberichte wurden in der Sitzung des Prüfungsausschusses vom 29. März 2016 unter besonderer Berücksichtigung der festgelegten Prüfungsschwerpunkte umfassend erörtert. In der Bilanzsitzung des Aufsichtsrats am 30. März 2016 haben der Prüfungsausschuss und dessen Vorsitzender allen Aufsichtsratsmitgliedern eingehend berichtet. Die Abschlussprüfer nahmen an den Sitzungen teil und berichteten über die wesentlichen Ergebnisse ihrer Prüfung. Sie informierten ferner über ihre Feststellungen zum internen Kontroll- und Risikomanagement bezogen auf den Rechnungslegungsprozess und haben festgestellt, dass der Vorstand ein angemessenes Informations- und Überwachungssystem eingerichtet hat, das geeignet ist, den Fortbestand der Gesellschaft gefährdende Entwicklungen frühzeitig zu erkennen. Die Abschlussprüfer standen für ergänzende Fragen und Auskünfte zur Verfügung.

Weiterhin hat der Aufsichtsrat den vom Vorstand vorgelegten Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen geprüft. Dieser Bericht wurde ebenfalls vom Abschlussprüfer geprüft und mit folgendem Vermerk versehen: „Nach unserer pflichtmäßigen Prüfung und Beurteilung bestätigen wir, dass 1. die tatsächlichen Angaben des Berichts richtig sind und 2. bei den im Bericht aufgeführten Rechtsgeschäften die Leistung der Gesellschaft nicht unangemessen hoch war.“

Nach eigener Prüfung des Jahresabschlusses, des Konzernabschlusses, der Lageberichte und des Abhängigkeitsberichts einschließlich der Schlusserklärung des Vorstands sowie auf der Basis des Berichts und der Empfehlungen des Prüfungsausschusses hat der Aufsichtsrat dem Ergebnis der Prüfung durch den Abschlussprüfer zugestimmt. Der Aufsichtsrat erhebt nach dem abschließenden Ergebnis der Prüfungen keine Einwände. Der Aufsichtsrat hat sowohl den Jahresabschluss als auch den Konzernabschluss gebilligt; damit ist der Jahresabschluss gemäß § 172 AktG festgestellt. Vorstand und Aufsichtsrat haben in der Sitzung am 30. März 2016 den Vorschlag des Vorstands zur Verwendung des Bilanzgewinns beraten. Aufgrund der guten Liquiditätssituation des Unternehmens haben Vorstand und Aufsichtsrat beschlossen, zusätzlich zu einer Dividende von 2,00 € eine Sonderdividende von 0,75 € je dividendenberechtigte Stückaktie vorzuschlagen und den Restbetrag auf neue Rechnung vorzutragen.

Der Aufsichtsrat dankt allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Konzerns, dem Vorstand sowie den Belegschaftsvertretern für ihren engagierten Einsatz und die geleistete Arbeit im vergangenen Geschäftsjahr. Ebenfalls danken wir unseren Kunden und Aktionären für ihr Vertrauen und ihre Unterstützung.

Nassau/München, 30. März 2016

Der Aufsichtsrat



Helmut Zahn  
Vorsitzender

# Corporate Governance Bericht

Der Begriff Corporate Governance steht bei Leifheit für eine verantwortungsbewusste und an nachhaltiger Wertschöpfung orientierte Unternehmensleitung. Für uns sind eine vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat, effiziente interne und externe Kontrollmechanismen und eine hohe Transparenz in der Unternehmenskommunikation von zentraler Bedeutung. Auf diese Weise wollen wir das Vertrauen der Anleger, Kunden, Mitarbeiter und der Öffentlichkeit in unser Unternehmen dauerhaft festigen.

Wir messen der Corporate Governance einen hohen Stellenwert bei und orientieren uns an den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK). Dieser stellt wesentliche gesetzliche Vorschriften zur Leitung und Überwachung deutscher börsennotierter Gesellschaften dar und enthält international und national anerkannte Standards guter und verantwortungsvoller Unternehmensführung.

Die Leifheit Aktiengesellschaft ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft mit Sitz in Deutschland. Den Gestaltungsrahmen für die Corporate Governance geben neben dem DCGK das deutsche Recht, insbesondere das Aktien- und Kapitalmarktrecht, sowie die Satzung der Leifheit Aktiengesellschaft vor. Der Vorstand berichtet – zugleich auch für den Aufsichtsrat – gemäß Ziffer 3.10 des DCGK im nachfolgenden Kapitel über die Corporate Governance bei Leifheit.

## Weite Teile der Kodexempfehlungen umgesetzt

Vorstand und Aufsichtsrat haben sich im abgelaufenen Berichtsjahr mit den Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 5. Mai 2015 auseinandergesetzt und auf Basis dieser Beratungen im Dezember 2015 die Entsprechenserklärung nach § 161 Abs. 1 AktG aktualisiert. Die Leifheit Aktiengesellschaft wendet aktuell die meisten der Empfehlungen der Regierungskommission an. Alle bisher abgegebenen Entsprechenserklärungen sind auf der Internetseite des Unternehmens öffentlich zugänglich.

## Aktionäre und Hauptversammlung

Die Aktionäre der Leifheit Aktiengesellschaft nehmen ihre Rechte in der Hauptversammlung der Gesellschaft wahr, in welcher satzungsgemäß der Vorsitzende des Aufsichtsrats den Vorsitz führt. Die ordentliche Hauptversammlung findet einmal jährlich statt. Jede Aktie repräsentiert dabei ein Stimmrecht.

Ihr Stimmrecht können die Anteilseigner in der Hauptversammlung entweder selbst ausüben oder es durch einen Bevollmächtigten ihrer Wahl beziehungsweise durch einen weisungsgebundenen Stimmrechtsvertreter der Gesellschaft ausüben lassen. Weisungen zur

Stimmrechtsausübung an den Stimmrechtsvertreter der Gesellschaft können vor sowie während der Hauptversammlung bis zum Ende der Generaldebatte erteilt werden. Die Aktionäre haben zudem die Möglichkeit, ihre Stimmen – ohne Bevollmächtigung eines Vertreters – schriftlich durch Briefwahl abzugeben. Alle Dokumente und Informationen zur Hauptversammlung stehen den Aktionären frühzeitig auf unserer Internetseite zur Verfügung. Die Einberufung der Hauptversammlung mit den anstehenden Tagesordnungspunkten und die Erläuterung der Teilnahmebedingungen werden gemäß den Bestimmungen von Gesetz und Satzung bekannt gemacht. Direkt im Anschluss an die Hauptversammlung veröffentlichen wir die Präsenz und die Abstimmungsergebnisse im Internet.

## Zusammenwirken von Vorstand und Aufsichtsrat

Als deutsche Aktiengesellschaft verfügt die Leifheit Aktiengesellschaft über drei Organe: Vorstand, Aufsichtsrat und Hauptversammlung. Deren Aufgaben und Befugnisse ergeben sich insbesondere aus dem Aktiengesetz und der Satzung der Leifheit Aktiengesellschaft.

Das deutsche Aktienrecht sieht eine klare personelle Trennung zwischen Führungs- und Kontrollorganen vor. Leitungsorgan ist der Vorstand, der vom Aufsichtsrat bei der Unternehmensführung überwacht und beraten wird.

Vorstand und Aufsichtsrat der Leifheit Aktiengesellschaft pflegen eine offene Kommunikation und enge Kooperation. Geschäfte und Entscheidungen, die für das Unternehmen von grundlegender Bedeutung sind, werden in enger Abstimmung des Vorstands mit dem Aufsichtsrat abgewickelt. Zustimmungsvorbehalte zugunsten des Aufsichtsrats sind in der Satzung der Leifheit Aktiengesellschaft festgelegt.

Durch ein systematisches internes Kontroll- und Risikomanagement werden Risiken frühzeitig erkannt, bewertet und überwacht. Über die bestehenden Risiken und deren Entwicklung berichtet der Vorstand in regelmäßigen Abständen dem Aufsichtsrat.

Die Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat sowie die Zusammensetzung und Arbeitsweise von deren Ausschüssen ist ausführlich in der Erklärung zur Unternehmensführung beschrieben, die auf unserer Internetseite öffentlich zugänglich ist.

Unter Berücksichtigung der gesetzlichen Vorgaben hat Leifheit für die Mitglieder des Vorstandes eine Vermögensschadenhaftpflichtversicherung (sogenannte D&O-Versicherung) mit einem angemessenen Selbstbehalt gemäß § 93 Abs. 2 Satz 3 AktG abgeschlossen. Für die Mitglieder des Aufsichtsrats besteht ebenfalls eine D&O-Versicherung, jedoch ohne Selbstbehalt.

## Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat

Die Grundzüge des Vergütungssystems für den Vorstand sowie die Bestandteile der Aufsichtsratsvergütung werden ausführlich im Vergütungsbericht beschrieben. Er ist Teil der geprüften Lageberichte des Konzerns und der Leifheit Aktiengesellschaft.

## Compliance

Compliance als konzernweite Maßnahme zur Einhaltung von Recht, Gesetz und unternehmensinternen Richtlinien ist bei Leifheit eine wesentliche Leitungs- und Überwachungsaufgabe.

Mit dem Leifheit Code of Conduct haben wir Basisregeln formuliert, die dabei helfen sollen, stets nach diesen Grundsätzen zu handeln. Er soll alle Leifheit-Mitarbeiter bei ihrer täglichen Arbeit unterstützen und dabei als Orientierungshilfe dienen bei der Bewältigung rechtlicher und ethischer Herausforderungen. Das Management bekennt sich uneingeschränkt zur Compliance und trägt die unternehmerische Verantwortung zur Einhaltung von Recht, Gesetz sowie der internen Richtlinien.

## Angemessenes Kontroll- und Risikomanagement

Ein verantwortungsbewusster Umgang mit Risiken gehört zur Corporate Governance bei Leifheit. Für eine professionelle Unternehmensführung ist ein kontinuierliches und systematisches Management der unternehmerischen Risiken von grundsätzlicher Bedeutung. Es trägt dazu bei, Risiken frühzeitig zu identifizieren, zu bewerten und durch Maßnahmen zu steuern. Der Vorstand berichtet dem Aufsichtsrat regelmäßig über die aktuelle Entwicklung der wesentlichen Risiken. Im Prüfungsausschuss werden die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses sowie die Wirksamkeit des internen Kontroll-, Risikomanagement- und internen Revisionssystems wie auch die Abschlussprüfung und die Unabhängigkeit des Abschlussprüfers regelmäßig behandelt.

## Interessenkonflikte

Interessenkonflikte von Vorstands- oder Aufsichtsratsmitgliedern, die dem Aufsichtsrat unverzüglich offenzulegen sind, traten nicht auf.

Zwischen Aufsichtsratsmitgliedern und der Gesellschaft bestanden im Berichtsjahr keine Berater- oder sonstigen Dienstleistungs- und Werkverträge. Die von den Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern wahrgenommenen Mandate in gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten bzw. vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschafts-

unternehmen können dem Kapitel „Organe“ des Jahresfinanzberichts entnommen werden.

Kein Vorstandsmitglied nimmt derzeit Aufsichtsratsmandate in konzernexternen börsennotierten Gesellschaften wahr. Im Berichtsjahr gab es keine angabepflichtigen Beziehungen oder Geschäfte zu nahestehenden Unternehmen und Personen.

## Ziele des Aufsichtsrats hinsichtlich seiner Zusammensetzung

Der Aufsichtsrat hat in seiner Sitzung im Dezember 2015 vereinbart, die zuletzt im Dezember 2012 festgelegten Ziele für die Zusammensetzung des Aufsichtsrats anzupassen. Im Einzelnen wurden folgende konkrete Ziele beschlossen:

1. Potenzielle Interessenkonflikte muss jedes Aufsichtsratsmitglied unverzüglich offenlegen.
2. Dem Aufsichtsrat sollen mindestens zwei unabhängige Mitglieder im Sinne des DCGK Nr. 5.4.2 angehören.
3. Dem Aufsichtsrat muss mindestens ein unabhängiges Mitglied mit Sachverstand auf den Gebieten Rechnungslegung oder Abschlussprüfung (§ 100 Abs. 5 AktG) angehören.
4. Dem Aufsichtsrat sollte mindestens ein Mitglied mit juristischem Sachverstand angehören.
5. Dem Aufsichtsrat sollte mindestens ein Mitglied mit Sachverstand auf dem Gebiet der Konsumgüterwirtschaft bzw. eines Markenartiklers, auch im internationalen Umfeld, angehören.
6. Dem Aufsichtsrat sollte mindestens ein Mitglied mit Sachverstand auf dem Gebiet der Betriebswirtschaftslehre angehören.
7. Um ein möglichst vielfältiges Spektrum an Lebenserfahrung zu repräsentieren, sollte zwischen dem Lebensalter des jüngsten und des ältesten Aufsichtsratsmitglieds eine Differenz von mindestens 10 Jahren bestehen. Kein Mitglied des Aufsichtsrats sollte älter als 70 Jahre sein.
8. Die Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat sollte auf 25 Jahre begrenzt sein.

Alle Ziele sind derzeit umgesetzt.

## Transparenz zugunsten von Aktionären und Öffentlichkeit

Um größtmögliche Transparenz und gleiche Chancen zu gewährleisten, haben wir es uns zum Ziel gesetzt, alle unsere Zielgruppen umfassend, zeitnah und gleichberechtigt zu informieren. Zu diesem Zweck finden Interessierte wesentliche wiederkehrende Termine in unserem Finanzkalender, der im Jahresfinanzbericht, in unseren Quartalsfinanzberichten sowie auf der Leifheit-Internetseite veröffentlicht ist.

Wir informieren zeitnah und regelmäßig über die Strategie, die Lage des Konzerns, alle wesentlichen geschäftlichen Veränderungen und über die Geschäftsentwicklung sowie über die Finanz- und Ertragslage unseres Unternehmens in den Quartalsfinanzberichten und ausführlich im Jahresfinanzbericht. Diese Berichte werden ebenfalls in englischer Sprache auf unserer Internetseite veröffentlicht.

Vorstand und Investor-Relations-Abteilung stehen durch unsere Investor-Relations-Tätigkeiten, zu denen beispielsweise Kapitalmarktkonferenzen gehören, regelmäßig in Kontakt mit Privatanlegern und institutionellen Investoren. Weitere Informationen zu unseren Kapitalmarktaktivitäten finden Sie im Kapitel „Die Leifheit-Aktie“ des Jahresfinanzberichts.

Auf unserer Internetseite veröffentlichen wir weiterhin sämtliche Presse- und Ad-hoc-Mitteilungen sowie Präsentationen zu Presse- und Analystenkonferenzen ebenso wie zur Hauptversammlung.

## Wertpapiergeschäfte sowie Aktienbesitz von Vorstand und Aufsichtsrat

Nach § 15a WpHG sind die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats oder ihnen nahestehende Personen gesetzlich verpflichtet, den Erwerb und die Veräußerung von Aktien der Leifheit Aktiengesellschaft oder sich darauf beziehender Finanzinstrumente offenzulegen, wenn der Wert der Geschäfte, die sie innerhalb eines Kalenderjahres getätigt haben, die Summe von 5.000 € erreicht oder übersteigt. Der Leifheit Aktiengesellschaft zugegangene Meldungen für das Geschäftsjahr 2015 sind auf der Internetseite veröffentlicht.

Der Gesamtbesitz aller Vorstandsmitglieder an Aktien der Leifheit Aktiengesellschaft betrug am 31. Dezember 2015 insgesamt 37.290 Stück. Die Mitglieder des Aufsichtsrats hielten direkt und indirekt am 31. Dezember 2015 insgesamt 4.197 Stückaktien der Leifheit Aktiengesellschaft.

## Rechnungslegung und Abschlussprüfung

Grundlage für den Konzernabschluss und Konzernlagebericht sowie für den Halbjahresfinanzbericht und die Quartalsfinanzberichte sind die International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind. Der gesetzlich vorgeschriebene und für die Dividendenzahlung maßgebliche Einzelabschluss der Leifheit Aktiengesellschaft wird nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuchs erstellt.

Mit den Wirtschaftsprüfern wurde vereinbart, dass der Vorsitzende des Aufsichtsrats über während der Prüfung auftretende mögliche Ausschluss- oder Befangenheitsgründe unverzüglich unterrichtet wird, soweit diese nicht umgehend beseitigt werden.

Der Abschlussprüfer soll ferner unverzüglich über alle für die Aufgabe des Aufsichtsrats wesentlichen Feststellungen und Vorkommnisse berichten, die sich bei der Durchführung der Abschlussprüfung ergeben. Außerdem hat der Abschlussprüfer den Aufsichtsrat zu informieren bzw. dies im Prüfungsbericht zu vermerken, wenn er bei der Durchführung der Abschlussprüfung Tatsachen feststellt, die eine Unrichtigkeit der von Vorstand und Aufsichtsrat nach § 161 AktG abgegebenen Entsprechenserklärung zum Corporate Governance Kodex ergeben.

Die Hauptversammlung am 21. Mai 2015 folgte dem Vorschlag des Aufsichtsrats nach den Empfehlungen des Prüfungsausschusses und wählte die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Eschborn/Frankfurt am Main, zum Abschlussprüfer und Konzernabschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2015. Ernst & Young ist seit dem Geschäftsjahr 2002 Abschlussprüfer und Konzernabschlussprüfer der Leifheit Aktiengesellschaft. Die unterzeichnenden Wirtschaftsprüfer sind Rembert Knappe (seit dem Geschäftsjahr 2009) und Holger Vöhl (seit dem Geschäftsjahr 2009). Die gesetzlichen Vorgaben und Rotationsverpflichtungen aus den §§ 319 und 319a HGB werden erfüllt.

## Erklärung zur Unternehmensführung

Die Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289a HGB ist auf unserer Internetseite öffentlich zugänglich. Sie umfasst die Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG, relevante Angaben zu Unternehmensführungspraktiken, eine Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat sowie der Zusammensetzung und Arbeitsweise von deren Ausschüssen und die Erklärung zu den festgelegten Zielgrößen gemäß des Gesetzes für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen.

# Disclaimer

## Zukunftsbezogene Aussagen

Dieser Finanzbericht 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 dieses Berichts anzupassen.

## Abweichungen aus technischen Gründen

Aus technischen Gründen (zum Beispiel Umwandlung von elektronischen Formaten) kann es zu Abweichungen zwischen den in diesem Finanzbericht enthaltenen und den beim Bundesanzeiger eingereichten Rechnungslegungsunterlagen kommen. In diesem Fall gilt die beim Bundesanzeiger eingereichte Fassung als die verbindliche Fassung.

## Rundungshinweis

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



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)