

Tradition

Innovation

Vision

LEIFHEIT

Hauptversammlung
2019

Über Leifheit

Tradition – Innovation – Vision



1959



2019



„Wir sind deine führenden Experten für Lösungen, die dein tägliches Leben zuhause einfacher und bequemer machen“



Leifheit-Konzern



Household



Wellbeing



Private Label



- Hochwertige Markenprodukte mit hohem Verbrauchernutzen, mittlere bis höhere Preispositionierung
- Konsequente Markenführung
- Systematische Innovations- und Markeneinführungsprozesse
- Vertrieb in internationalen Märkten

- Vorwiegend Private-Label-Produkte im mittleren Preissegment
- Fokus auf einzelne Kunden und Märkte
- Hohe Servicekomponente

Konzernentwicklung 2018

Erfolgreiche Umsetzung strategischer Kernthemen



**Solides Wachstum
im E-Commerce**



**Deutliches Umsatzwachstum
in Osteuropa**



**Neues Europaweites
Pricing-Konzept**



**Erfolgreiche Einführung
neuer Produkte**



**Kategorie Reinigen
deutlich gewachsen**



**Wellbeing erstmalig wieder mit
Umsatzwachstum**

Konzernergebnisse auf einen Blick



		2017	2018	Δ
Konzernumsatz	Mio. €	236,8	234,2	-1,1 %
Bruttomarge	%	46,4	43,6	-2,8 PP
Fremdwährungsergebnis	Mio. €	-1,5	0,3	>100 %
Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT)	Mio. €	18,8	13,1	-30,7 %
EBIT-Marge	%	8,0	5,6	-2,4 PP
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	Mio. €	17,7	11,9	-32,7 %
Periodenergebnis	Mio. €	12,9	8,4	-34,7 %
ROCE	%	12,7	8,5	-4,2 PP

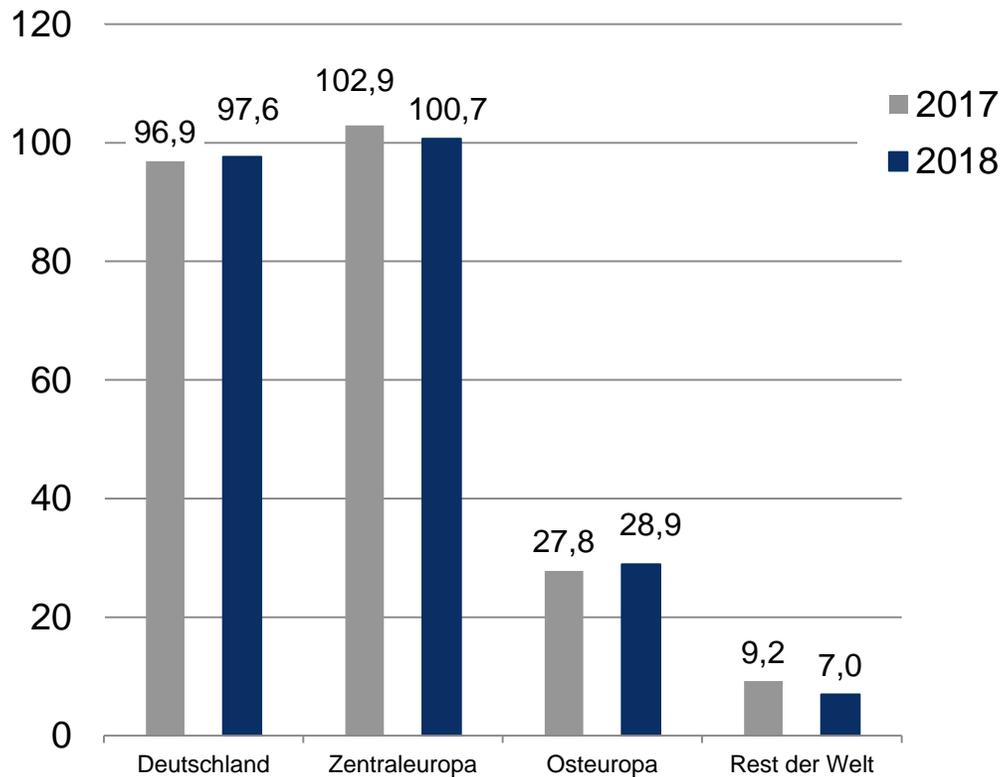
- Bruttoergebnis von Währungseffekten, höheren Materialpreisen, Mixeffekten und niedrigeren Deckungsbeiträgen durch Umsatzrückgänge belastet
- EBIT von Aufwendungen für Veränderungen im Vorstand beeinflusst

Solider Heimatmarkt und Wachstum in Osteuropa



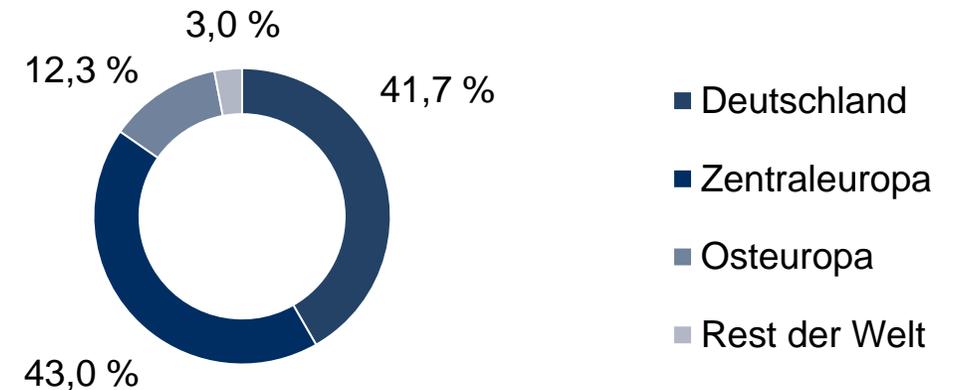
Konzernumsatz nach Regionen

2018 im Vergleich zu 2017 in Mio. €



Konzernumsatz nach Regionen

2018



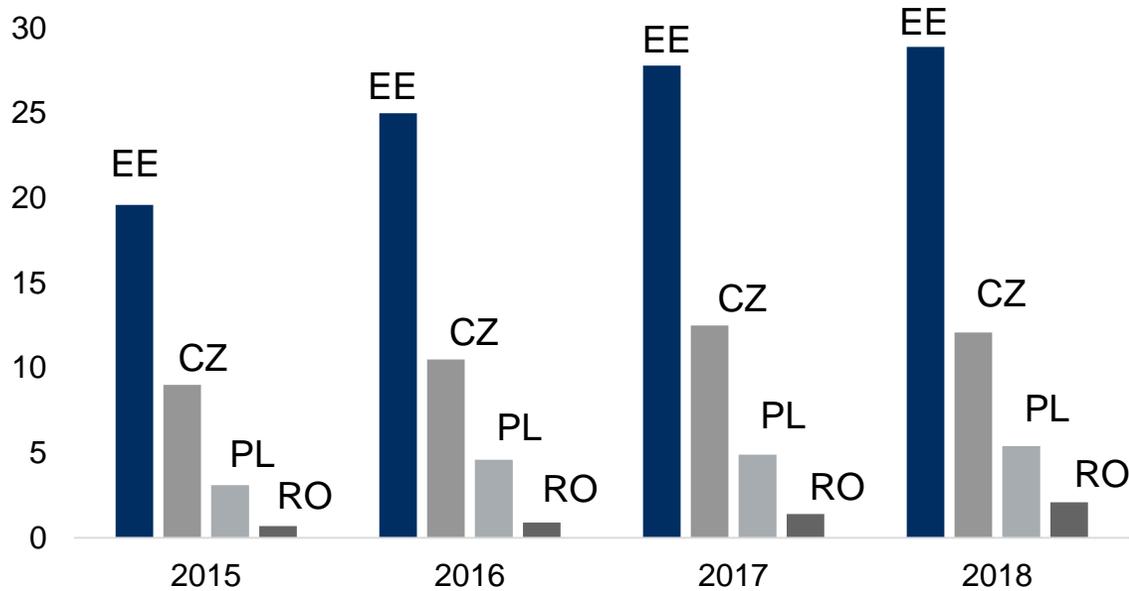
- Geschäftsjahr 2018 blieb hinter den Erwartungen zurück
- Signifikantes Wachstum in Osteuropa erzielt
- Segmente Household und Private Label leicht rückläufig
- Wellbeing mit Umsatzwachstum

Strukturierter „Go-to-Market“-Ansatz treibt weiterhin Wachstum in Osteuropa



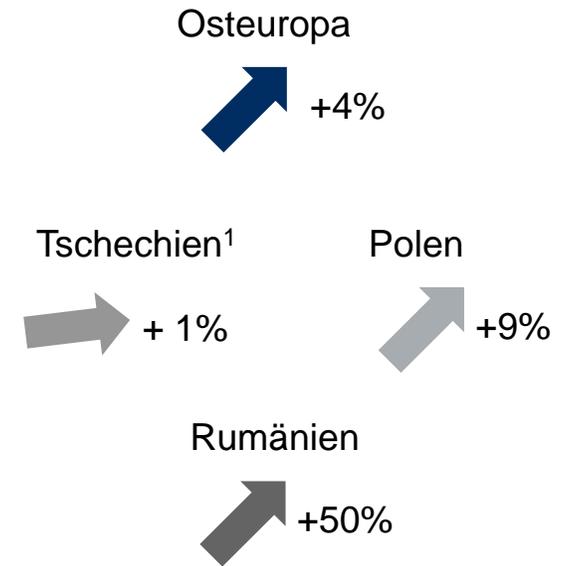
Umsatz Osteuropa (EE) und ausgewählte Einzelmärkte

2015 bis 2018 in Mio. €



Wachstum

2017 ggü. 2018



¹ bereinigt um Lohnfertigung für Dritte an unserem tschechischen Produktionsstandort, die 2017 plangemäß auslief.

Household – Wachstum Reinigen kann Einbußen bei Wäschepflege nicht kompensieren



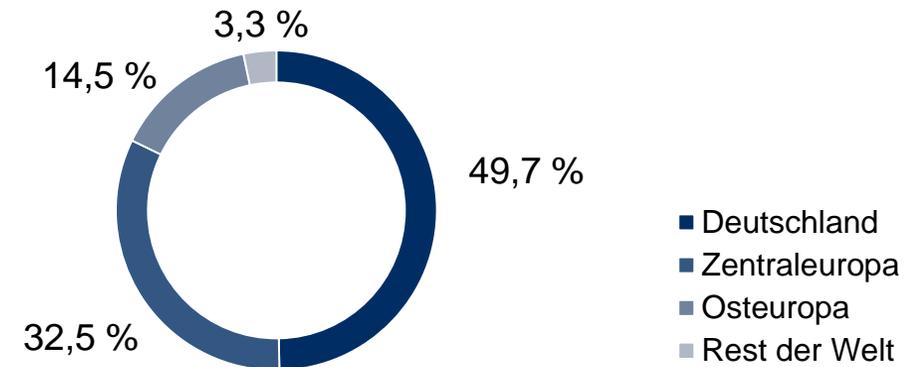
Ergebnisse im Segment Household

2018 im Vergleich zu 2017

		2017	2018	Δ
Umsatzerlöse	Mio. €	182,9	180,4	-1,4 %
Bruttoergebnis	Mio. €	88,7	82,8	-6,7 %
Segment-EBIT	Mio. €	13,3	10,2	-23,3 %

Umsatz Household

2018 / nach Regionen



Umsatzstärkstes Segment des Konzerns

Deutlich gesteigerter Umsatz in der Produktkategorie Reinigen

Ergebnis u.a. von Währungseffekten und höheren Einkaufs- und Materialpreisen belastet

Wellbeing – neue Soehnle Sortimente als Umsatztreiber



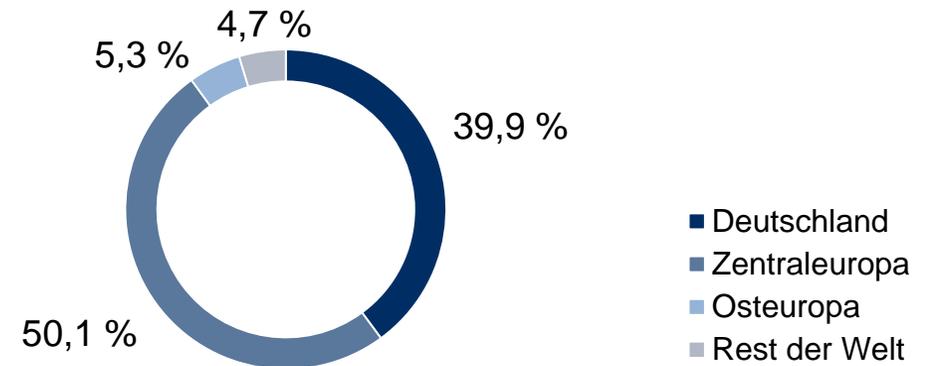
Ergebnisse im Segment Wellbeing

2018 im Vergleich zu 2017

		2017	2018	Δ
Umsatzerlöse	Mio. €	19,6	19,9	+1,2 %
Bruttoergebnis	Mio. €	9,8	8,6	-12,4 %
Segment-EBIT	Mio. €	2,2	-0,3	-113,6%

Umsatz Wellbeing

2018 / nach Regionen



Wellbeing erstmalig wieder mit Umsatzwachstum

EBIT-Rückgang durch einmalig höhere Aufwendungen für Soehnle-App und Wechselkurseffekte

Starkes Wachstum im Heimatmarkt Deutschland und in Osteuropa

Private Label – Fokus auf internationale Accounts



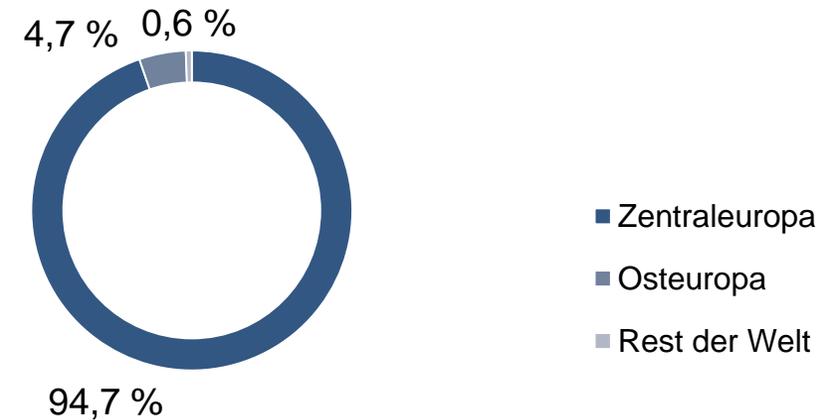
Ergebnisse im Segment Private Label

2018 im Vergleich zu 2017

		2017	2018	Δ
Umsatzerlöse	Mio. €	34,3	33,9	-1,0 %
Bruttoergebnis	Mio. €	11,4	10,7	-6,0 %
Segment-EBIT	Mio. €	3,3	3,2	-3,1 %

Umsatz Private Label

2018 / nach Regionen



Anhaltende Schwäche einzelner Handelspartner sowie Proteste in Frankreich

Deutliches Wachstum in Italien, Spanien und Portugal

EBIT auf stabilem Niveau

Free Cashflow deutlich verbessert, jedoch von Working Capital belastet



in Mio. €	2017	2018	Δ
Cashflow aus betrieblicher Geschäftstätigkeit	7,2	10,2	3,0
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-10,7	22,5	33,2
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-13,8	-10,0	3,8
Nettoveränderung von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	-17,3	22,7	40,0
Finanzmittelbestand am Ende der Berichtsperiode	28,2	50,9	22,7
Free Cashflow ¹	1,5	3,7	2,2

in Mio. €	31.12.2017	31.12.2018	Δ
Finanzmittelbestand am Ende der Berichtsperiode	28,2	50,9	80,5 %
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	29,0	-	>-100 %
Konzernliquidität	57,2	50,9	-11,0 %
Finanzschulden	-	-	-
	57,2	50,9	-11,0 %

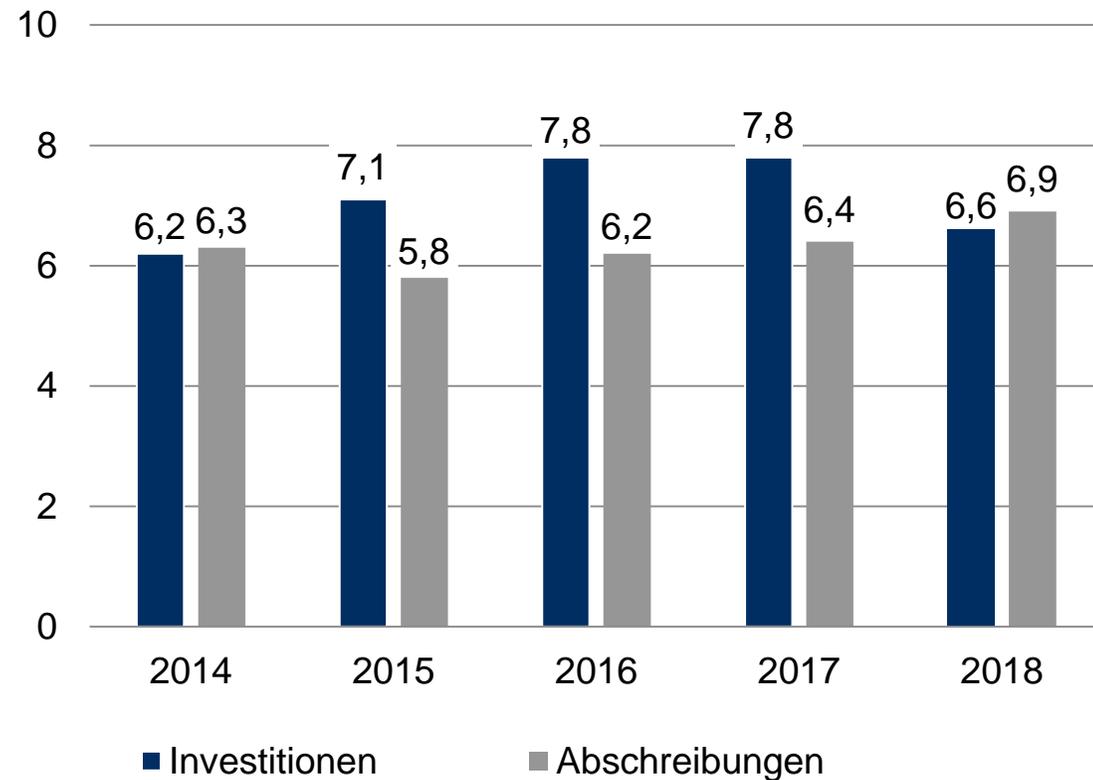
¹ Summe des Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit und aus Investitionstätigkeit, bereinigt um finanzielle Vermögenswerte.

Investitionen auf stabilem Niveau



Investitionen vs. Abschreibungen

in Mio. €



Investitionen 2018

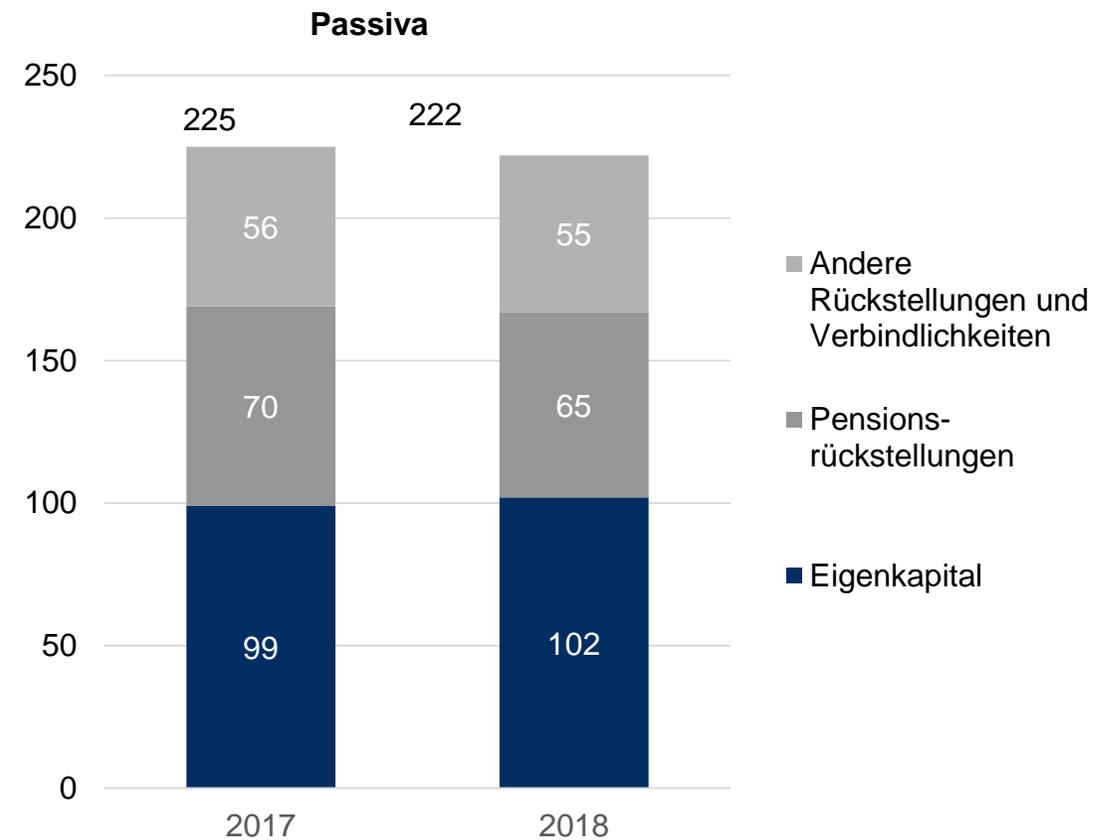
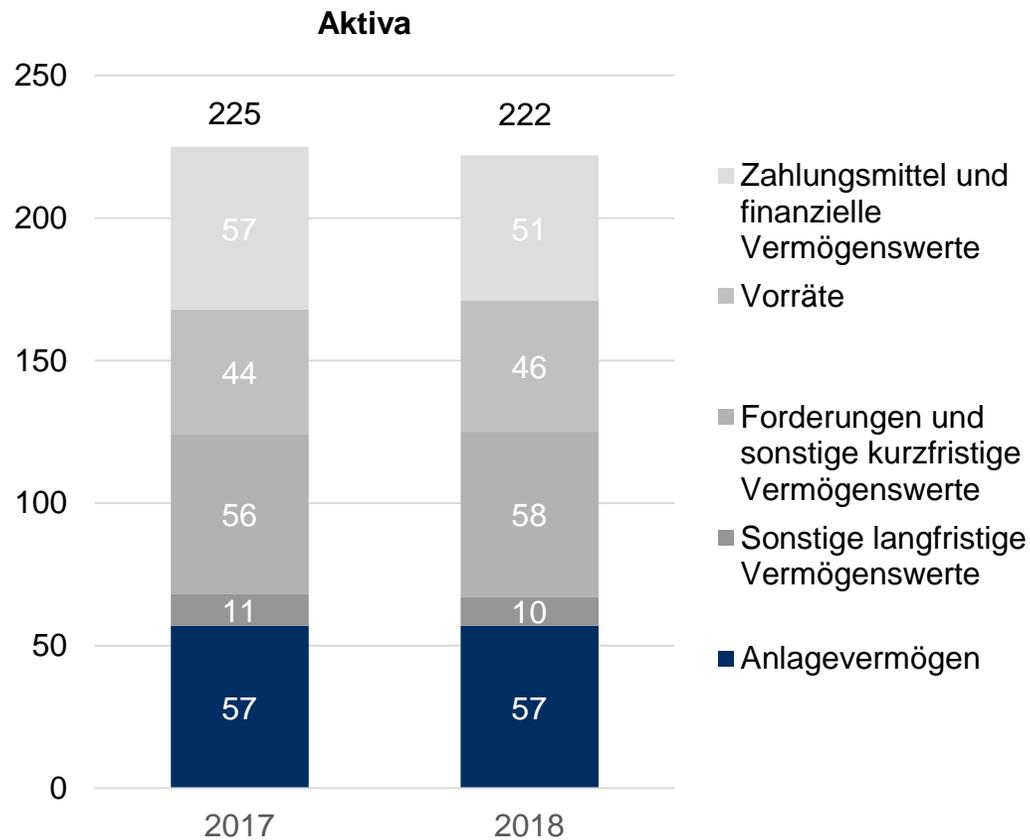
- 6,3 Mio. € (2017: 6,7 Mio. €) in Sachanlagevermögen v.a. in Werkzeuge investiert
- 0,3 Mio. € (2017: 1,1 Mio. €) in immaterielle Vermögenswerte (haupts. Software/produkt- und kundenorientierte Systeme)
- Investitionsrate: 3,6 % (2017: 4,5 %)

Solide Finanzstruktur des Konzerns



Bilanzrelationen

in Mio. €

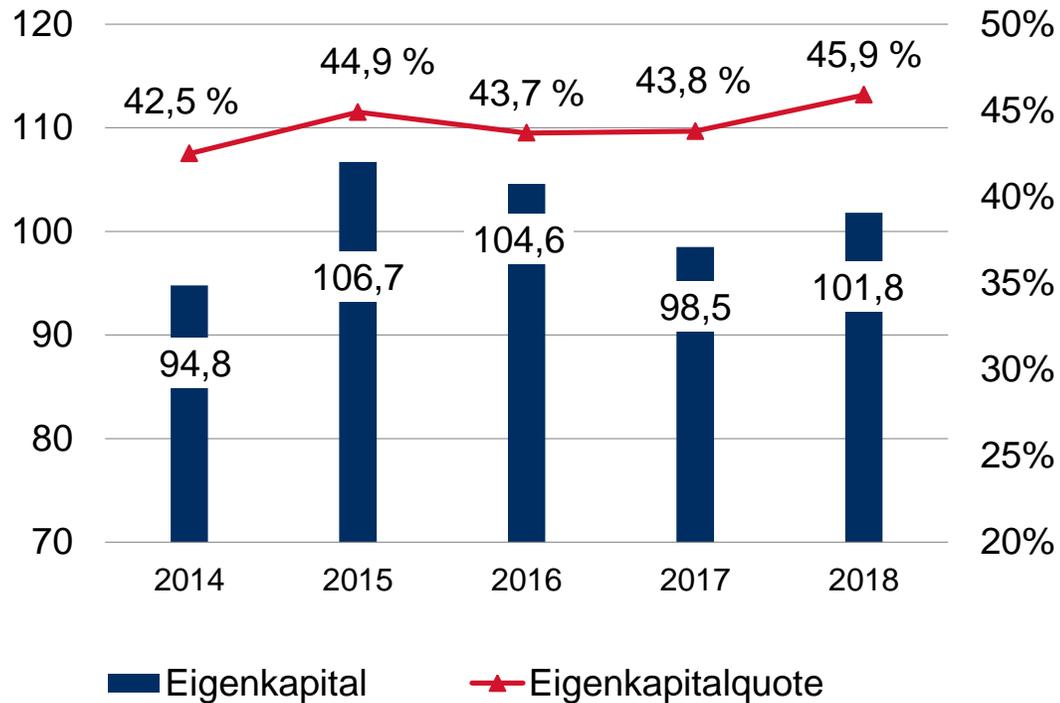


Weiterhin starke Kapitalstruktur und finanzielle Flexibilität



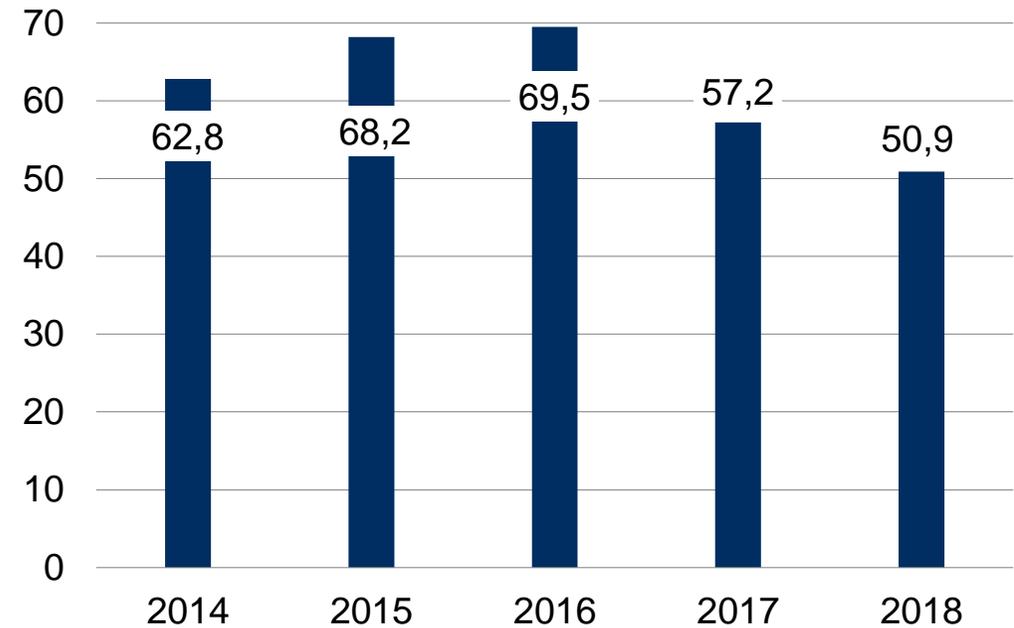
Eigenkapital/-quote

zum 31. Dez., in Mio. €



Zahlungsmittel und kurzfristige finanzielle Vermögenswerte

in Mio. €

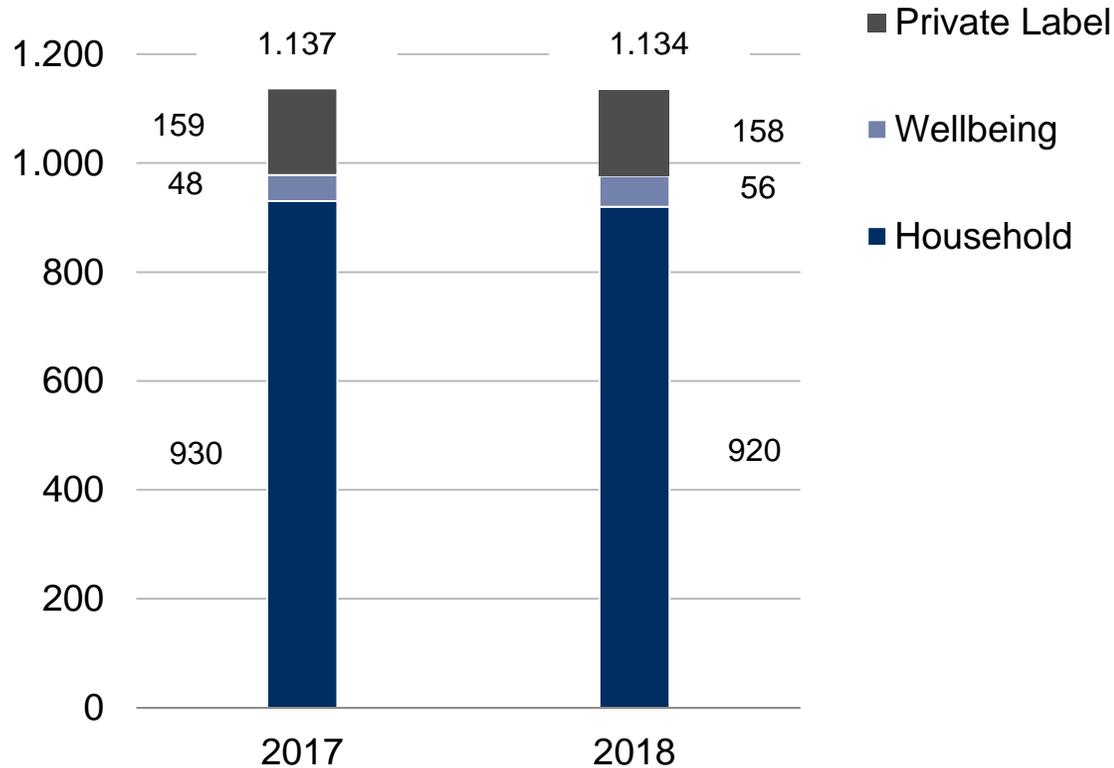


Mitarbeiterzahl auf stabilem Niveau



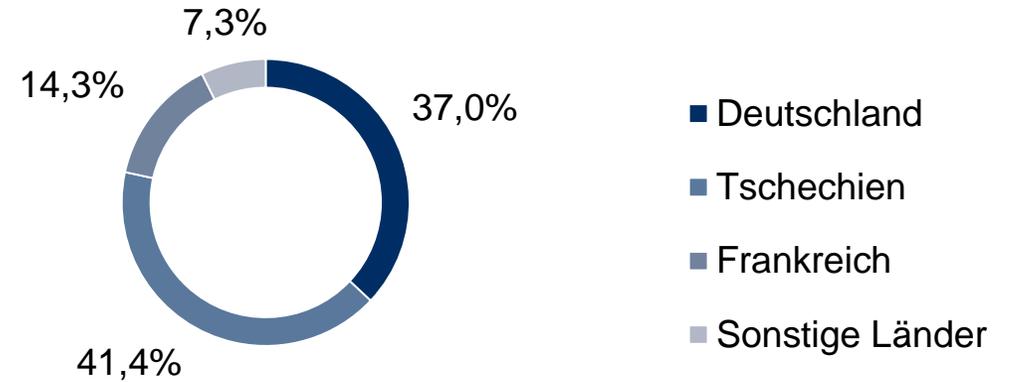
Mitarbeiterentwicklung

zum 31. Dez. 2018



Mitarbeiter

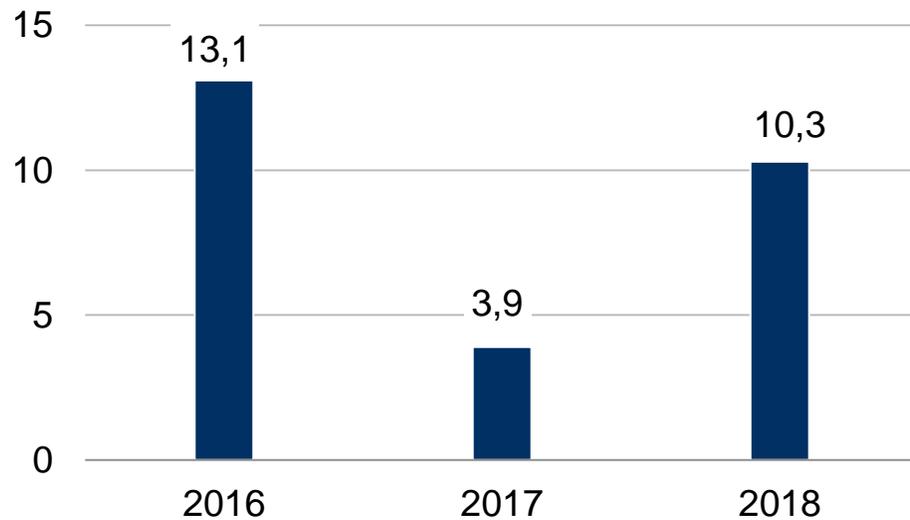
nach Regionen / zum 31. Dez. 2018





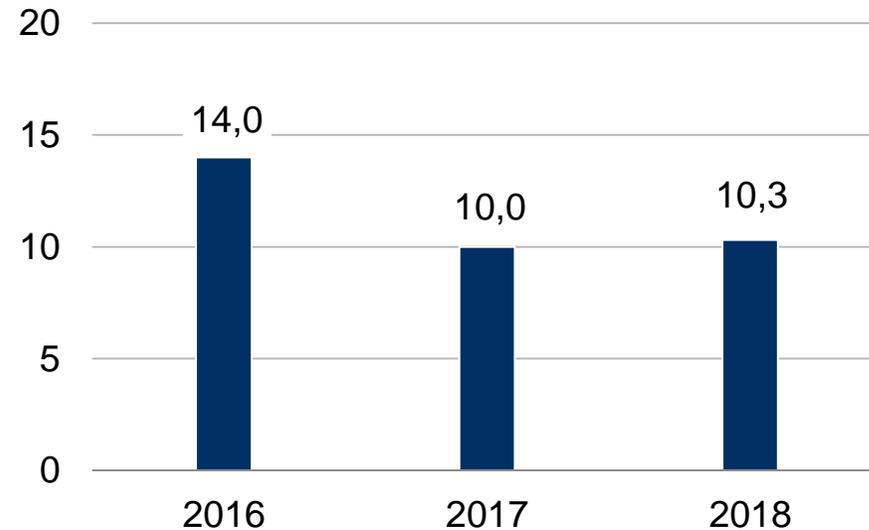
Jahresüberschuss

in Mio. €



Bilanzgewinn

in Mio. €



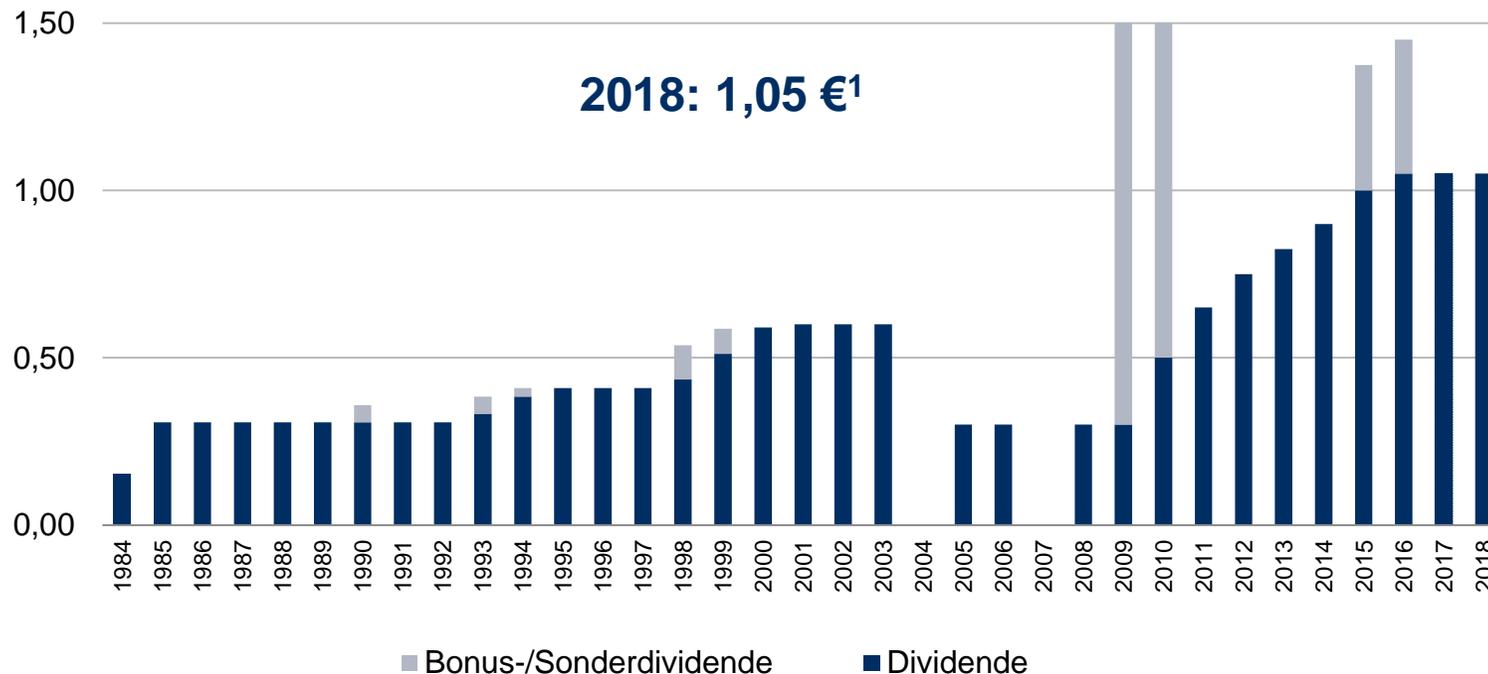
- Vorstand und Aufsichtsrat schlagen vor, den Bilanzgewinn der Leifheit AG aus dem abgelaufenen Geschäftsjahr in Höhe von 10.285.000 € für die **Ausschüttung einer Dividende von 1,05 € je** dividendenberechtigter Stückaktie zu verwenden.

Aktionärsorientierte Dividendenpolitik – 1,05 € Dividendenvorschlag an die HV



Langfristige Entwicklung

Dividende je Aktie in €



Dividendenrendite ²

2018: 5,9 %	2014: 3,9 %
2017: 3,8 %	2013: 5,3 %
2016: 5,1 %	2012: 5,2 %
2015: 5,6 %	2011: 6,3 %

Eigene Aktien am 31.12.2018

Anzahl:	490.970 Stück
Anteil am Grundkapital:	4,91 %

Kein Erwerb oder Verwendung
im Geschäftsjahr 2018

¹ Vorschlag an die Hauptversammlung
² Basierend auf dem jeweiligen Jahresendkurs

Strategische Initiativen 2019

Trends und Marktumfeld bieten attraktive Wachstumschancen



Demografischer Wandel

Mehr private Haushalte, steigender Anteil der älteren Bevölkerung und höhere Qualitätsorientierung junger Haushalte

E-Commerce

Hohe Wachstumsraten bei Haushaltswaren und -geräten (2016/2017: +26,5%)

Convenience

Bedarfsorientierte Produktinnovation durch systematische Innovations- und Markteinführungsprozesse

Gesundheit

Nachfrage nach Wellness- und Gesundheitsprodukten aufgrund des wachsenden Gesundheitsbewusstseins

Umwelt

Nachfrage nach langlebigen, qualitativ hochwertigen Produkten

Digitalisierung und Konnektivität

Hohe Nachfrage nach batteriebetriebenen Geräten
Vernetzung von Produkten und Services

„Wir sind deine führenden Experten für Lösungen, die dein tägliches Leben zuhause einfacher und bequemer machen.“



Digitalisierung: näher am Kunden, schneller lernen, schneller umsetzen



Internationalisierung: Marke weiter in Osteuropa ausbauen



- Ausbau der Marken durch gezielte Vertriebsaktivitäten
- Fokussierung auf ausgewählte osteuropäische Märkte mit attraktiven Wachstumschancen
- Verstärkte Investitionen in Polen, Tschechien, Rumänien und Slowakei
- Gründung einer Tochtergesellschaft in China für Vertrieb im Asien-Pazifik-Raum



Produkt- und Markeninitiativen 2019



Produktinitiativen im Leifheit-Jubiläumsjahr



LEIFHEIT
So geht Haushalt heute.



Der variabel ausziehbare Standtrockner mit XL-Trockenstangen.

Classic Extensible 230 Solid

LEIFHEIT
So geht Haushalt heute.

www.leifheit.de

Extra lang extra long
117-184 cm

Produktinitiativen im Leifheit-Jubiläumsjahr



LEIFHEIT
So geht Haushalt heute.

Genial einfach: sprühen, wischen, fertig.



Komfort-Sprühwischer
**Easy
Spray XL**

Die einfachste &
komfortabelste Art
zwischendurch zu reinigen.



LEIFHEIT

So geht Haushalt heute.

www.leifheit.de

Bewährte Leifheit Features - besser und günstiger.



Fenstersauger

**Aquanta
Click**



LEIFHEIT

So geht Haushalt heute.

www.leifheit.de

Produktinitiativen im Leifheit-Jubiläumsjahr



LEIFHEIT
So geht Haushalt heute.



Auf Knopfdruck: Wäscheständer!

Standwäschespinne
LinoPop-Up

Mit einer Hand
aufgebaut.
Kompakt
verstaut.

NEU

LEIFHEIT
So geht Haushalt heute.

www.leifheit.de



Bügelbrett einschalten, Kopf ausschalten. Fertig.

**Bügelbrett mit
Aufblasfunktion**
Air Flow

Dank Luftkissen
stress- und
faltenfrei bügeln.

NEU

LEIFHEIT
So geht Haushalt heute.

www.leifheit.de

Soehnle Produktinitiativen 2019



Sortimentserweiterung
Connect Waagen
Shape Sense
Connect



Personenwaagen
Style Sense
Compact 200
Küchenwaagen
Page Compact 300

Soehnle Produktinitiativen 2019



Sortimentserweiterung
Blutdruck-Messgeräte
Systo Monitor 180

LIFE IN BALANCE
SOEHNLE



Sortimentserweiterung
Luftbehandlung
Bari Design
Aroma Diffuser

LIFE IN BALANCE
SOEHNLE

1. Quartal und Ausblick 2019

Ausblick 2019: Leifheit strebt Umsatzwachstum von 3 bis 4 Prozent an

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen 2019

- ▶ Eintrübung des Wachstums aufgrund zunehmender globaler und wirtschaftlicher Spannungen
- ▶ Abschwächung Konjunktur in der EU trotz guter Binnennachfrage
- ▶ Einzelhandelswachstum in Deutschland geschwächt
- ▶ Verschlechterung Konsumneigung der europäischen Verbraucher

Ausblick Konzernentwicklung 2019

- ▶ Konzern: Umsatzwachstum um rund 3 bis 4 Prozent
- Household: Umsatzwachstum um rund 2 bis 3 Prozent
- Wellbeing: Umsatzwachstum um rund 11 bis 12 Prozent
- Private Label: Umsatzwachstum um rund 3 bis 4 Prozent
- ▶ Ergebnis vor Zinsen und Ertragssteuern (EBIT) von etwa 9 bis 10 Mio. €
- ▶ Free Cashflow von etwa 3,5 bis 4,5 Mio. €

Positiver Start in das Geschäftsjahr 2019 - Kennzahlen im Rahmen der Erwartungen



		3M 2018	3M 2019	Δ
Umsatz	Mio. €	62,2	64,2	3,4 %
Bruttomarge	%	44,6	42,9	-1,7 PP
Fremdwährungsergebnis	Mio. €	-0,1	0,5	>100 %
EBIT	Mio. €	4,7	3,9	-17,2 %
EBIT-Marge	%	7,5	6,0	-1,5 PP
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	Mio. €	4,3	3,5	-18,4 %
Periodenergebnis	Mio. €	3,1	2,5	-18,7 %
Ergebnis je Aktie (EPS)	%	0,32	0,26	-18,8 %

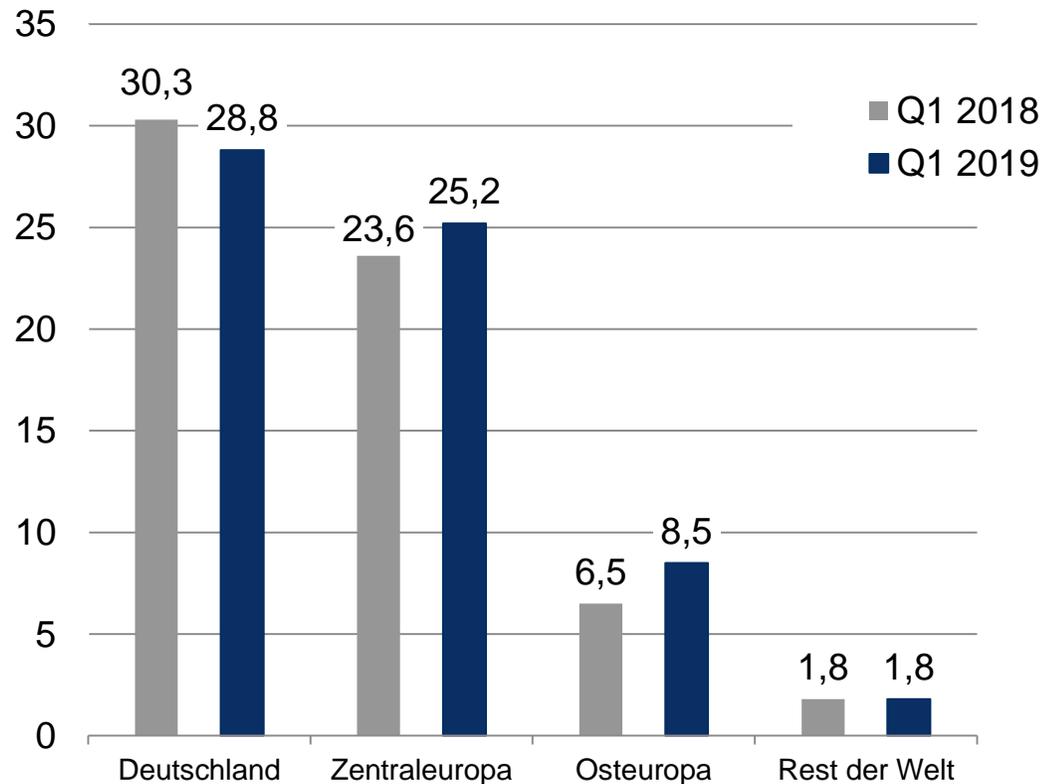
- Zusätzliche Deckungsbeiträge aus dem Umsatzanstieg durch negative Kunden- und Produktmixeffekte überkompensiert
- Forschungs- und Entwicklungs- sowie die Verwaltungs- und Vertriebskosten in Summe um 1,1 Mio. € gestiegen, insbesondere aufgrund gesteigerter Ausgangsfrachten und Dienstleistungen innerhalb der Verwaltungskosten

Signifikantes Wachstum in Zentral- und Osteuropa



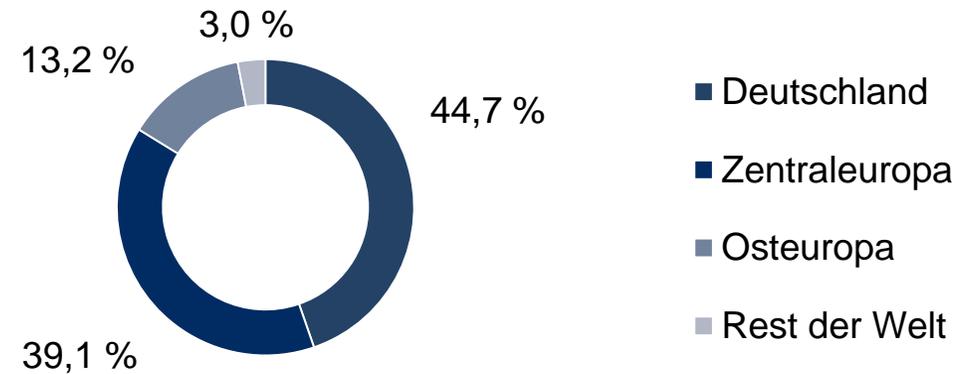
Konzernumsatz nach Regionen

Q1 2018 vs Q1 2019 in Mio. €



Konzernumsatz nach Regionen

Q1 2019



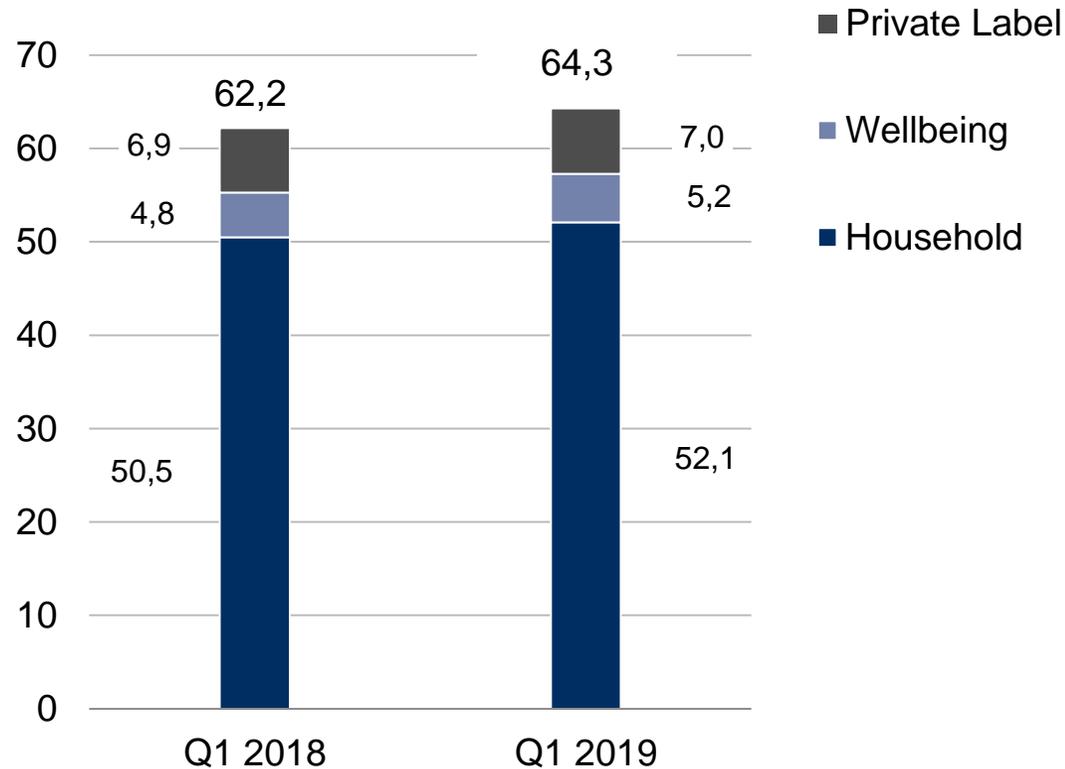
- Region Zentraleuropa um 6,7 % gewachsen
- Osteuropa mit deutlichem Wachstum von 30,0 %
- Umsatzerlöse in Deutschland um 5,0 % gesunken aufgrund von Aktionsverschiebungen in das zweite Quartal 2019
- E-Commerce gewinnt mit Wachstum von 19 % weiter an Bedeutung

Wachstum in allen Geschäftssegmenten



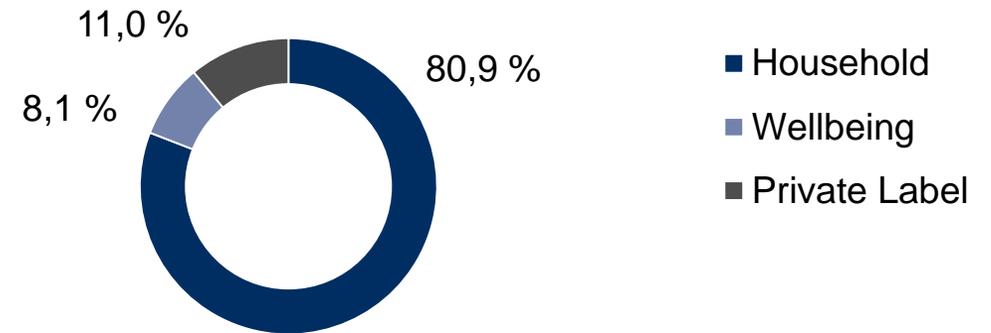
Konzernumsatz nach Segmenten

Q1 2018 vs Q1 2019 in Mio. €



Group turnover by segment

Q1 2019



- Solides Wachstum von 3,4 % im Segment Household durch Produktkategorie Reinigen getrieben
- Wellbeing mit Wachstum von 8,6 % aufgrund des neuen Sortiments an Waagen und Soehnle Medical
- Private Label mit Wachstum von 2,4 %, Birambeau-Küchenprodukte mit positiver Entwicklung, Rückgang bei Wäschepflegeprodukten von Herby

Investment Highlights



Langjährige Erfolgsgeschichte

Seit 60 Jahren einer der führenden Anbieter von Haushaltsprodukten in Europa.



Hervorragende Produktqualität

Hochwertige innovative Produkte für Reinigung, Wäschepflege, Küche und Wellbeing mit hohem Nutzen und funktionellem Design.



Nicht-zyklisches Geschäft

Leifheit-Produkte täglich im Einsatz



Starke Marken Leifheit und Soehnle

Hoher Bekanntheitsgrad und Verbrauchervertrauen



Innovationsfähigkeit

Bedarfsorientierte Produktinnovation durch systematische Innovations- und Markteinführungsprozesse



Veränderter Markt

Digitalisierung, E-Commerce und Convenience schaffen attraktive Wachstumschancen



Internationales Vertriebsnetz

Fördert die Marktdurchdringung und weitere Internationalisierung



Finanzierungsstruktur

Effiziente Kostenstruktur und solide Finanzlage



Aktionärsorientierte Dividendenpolitik

Ausschüttung von ca. 75% des angestrebten Maximalbetrages



Starke langfristige Aktienkursentwicklung

Seit 2008 +450% und damit über dem SDAX (+240%)

Zukunftsbezogene Aussagen

Diese Präsentation 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 dieser Präsentation anzupassen.

Tradition

Innovation

Vision

LEIFHEIT

Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit.

Tradition

Innovation

Vision

LEIFHEIT

Hauptversammlung
2019