

SCALING UP SUCCESS

Ordentliche Hauptversammlung

30. September 2020



LEIFHEIT

Disclaimer



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.

Erfahrenes Management



Henner Rinsche

CEO + CFO

Erfahrung

- Seit Juni 2019 Vorstandsvorsitzender und CEO der Leifheit AG, seit April 2020 CFO in Personalunion
- Vorher Präsident des Europageschäfts bei SodaStream
- Davor bei Procter & Gamble, Pepsi, Danone und Henkel

Kernkompetenzen

- General Management und Konsumgütermarketing



Igor Iraeta Munduate

COO

Erfahrung

- Langjährige Erfahrung als CTO bei der Igus GmbH und Stoba Präzisionstechnik
- Verschiedene Positionen im Technikmanagement bei der Robert Bosch GmbH

Kernkompetenzen

- Digitalisierung, IoT, Industrie 4.0, Implementierung schlanker Produktionssysteme, agile „Scrum“-Methoden



Marco Keul

Vice President Finance

Erfahrung

- Seit April 2020 verantwortlich für Finanzen, Controlling, IT/Geschäftsprozesse und Vertriebsinnendienst
- 2012 – 2020 Leiter Controlling bei der Leifheit AG

Kernkompetenzen

- IT, Finanzen & Controlling

Herzlich willkommen zur virtuellen Hauptversammlung der Leifheit AG



- Geschäftsjahr 2019
- Wachstumsstrategie „Scaling Up Success“
- Erstes Halbjahr 2020 und Ausblick

Geschäftsjahr 2019

2019 mit Umsatzstagnation und Gewinnrückgang, deshalb neue Strategie und Unternehmenskultur entwickelt und getestet



Stabile Umsatzentwicklung mit
234,0 Mio. EUR Konzernumsatz



Konzern-EBIT mit 9,9 Mio. EUR
am oberen Rand des
Prognosekorridors



Einrichtung eines eigenen
Online-Shops



In ausgewählten Märkten
TV-Kampagnen
erfolgreich getestet



Umsatzwachstum in Zentral-
und Osteuropa sowie in
außereuropäischen Märkten



Einführung der neuen
Unternehmenskultur
„fun, friendly, fast and fearless“

In allen relevanten Vertriebskanälen aktiv

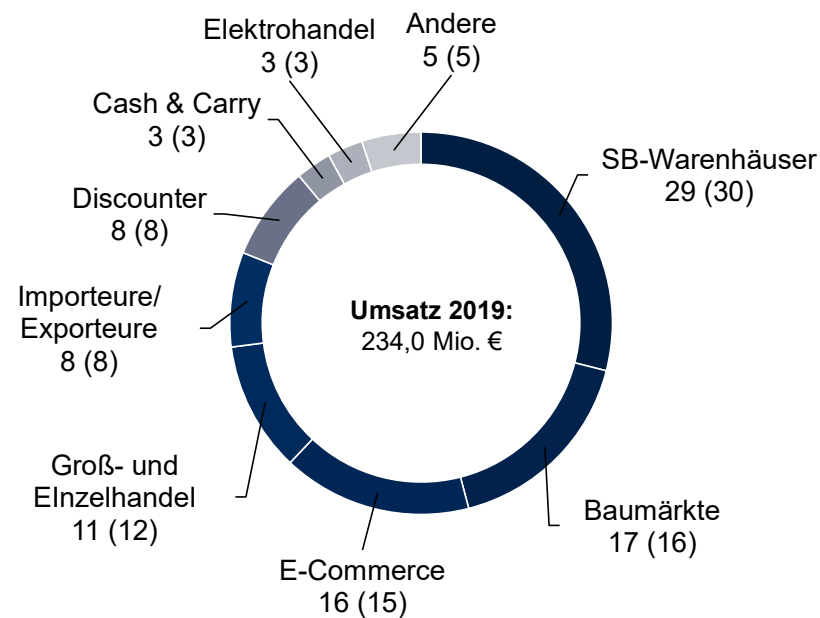


Top-Kunden (Blue Chips)



Umsatz nach Vertriebskanal

Umsatz in % (Vorjahreswert)



Konzernergebnisse auf einen Blick



		2018	2019	Δ
Konzernumsatz	Mio. €	234,2	234,0	-0,1 %
Bruttomarge	%	43,6	43,1	-0,5 PP
Fremdwährungsergebnis	Mio. €	0,3	0,3	22,3 %
Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT)	Mio. €	13,1	9,9	-24,4 %
EBIT-Marge	%	5,6	4,2	-1,4 PP
Ergebnis vor Ertragssteuern (EBT)	Mio. €	11,9	8,5	-28,9 %
Periodenergebnis	Mio. €	8,4	5,8	-30,7 %
Periodenergebnis je Aktie	Mio. €	0,88	0,61	-30,3 %
ROCE	%	10,5	8,2	-2,3 PP

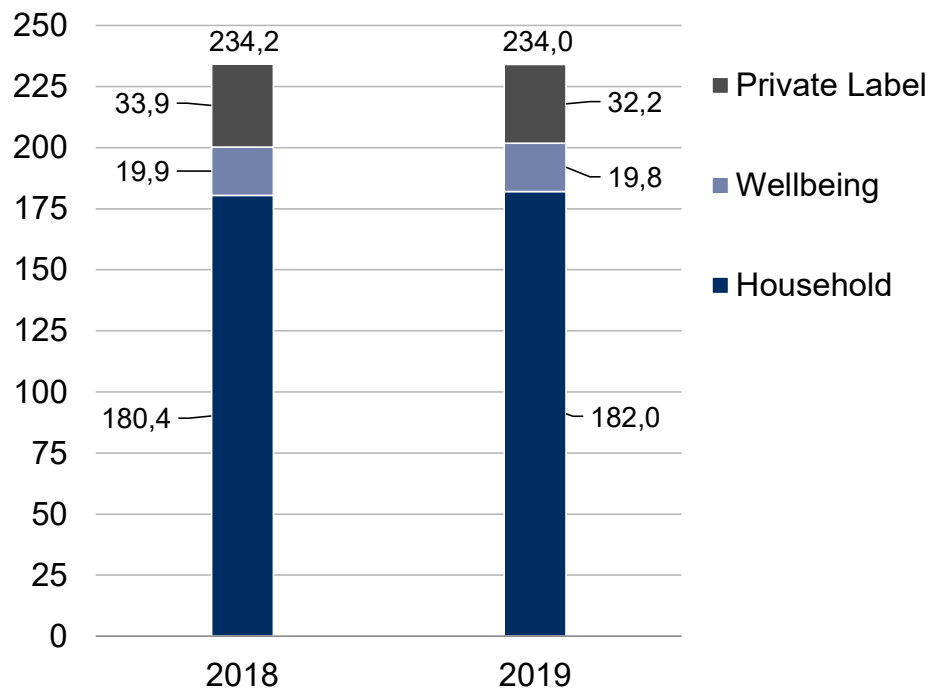
- Marge und Gewinn rückläufig ➡ dringender Veränderungsbedarf

Marke Leifheit mit wenig Wachstum, Soehnle und Private Label rückläufig



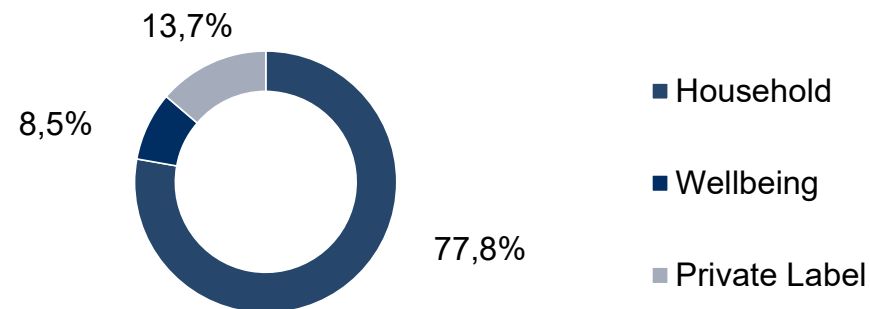
Konzernumsatz nach Segment

in Mio. €



Konzernumsatz nach Segment

2019

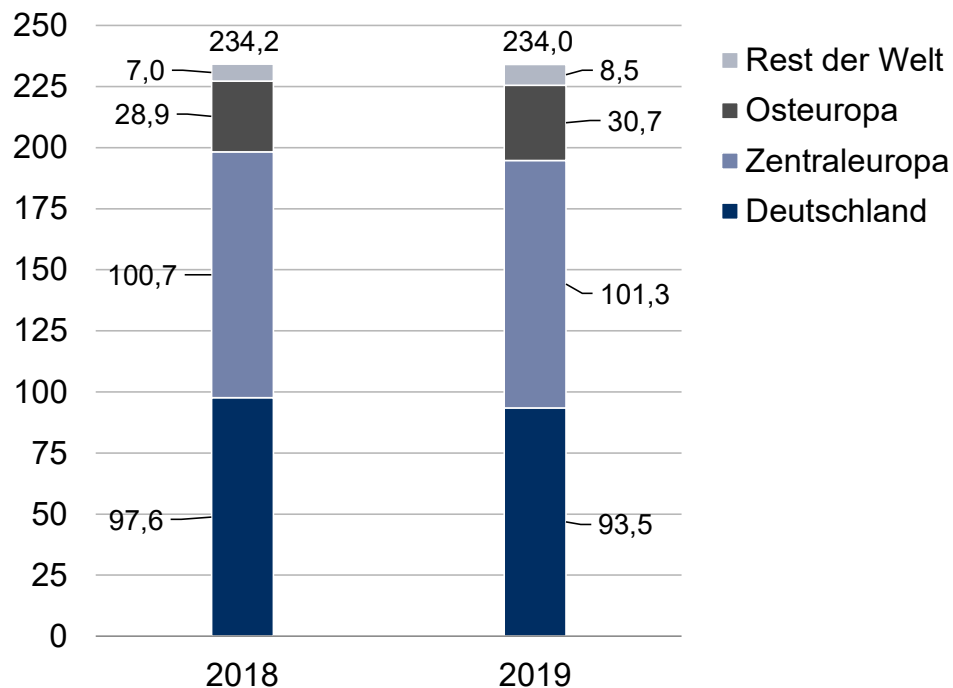


Mehrjähriges Wachstum in Osteuropa unter anderem durch TV-Werbung



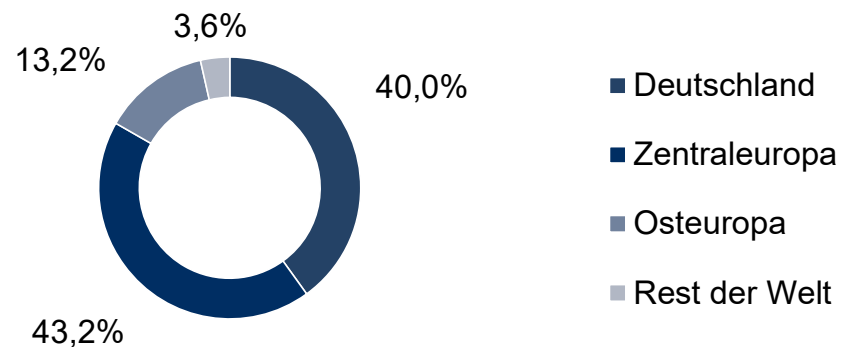
Konzernumsatz nach Region

in Mio. €



Konzernumsatz nach Region

2019

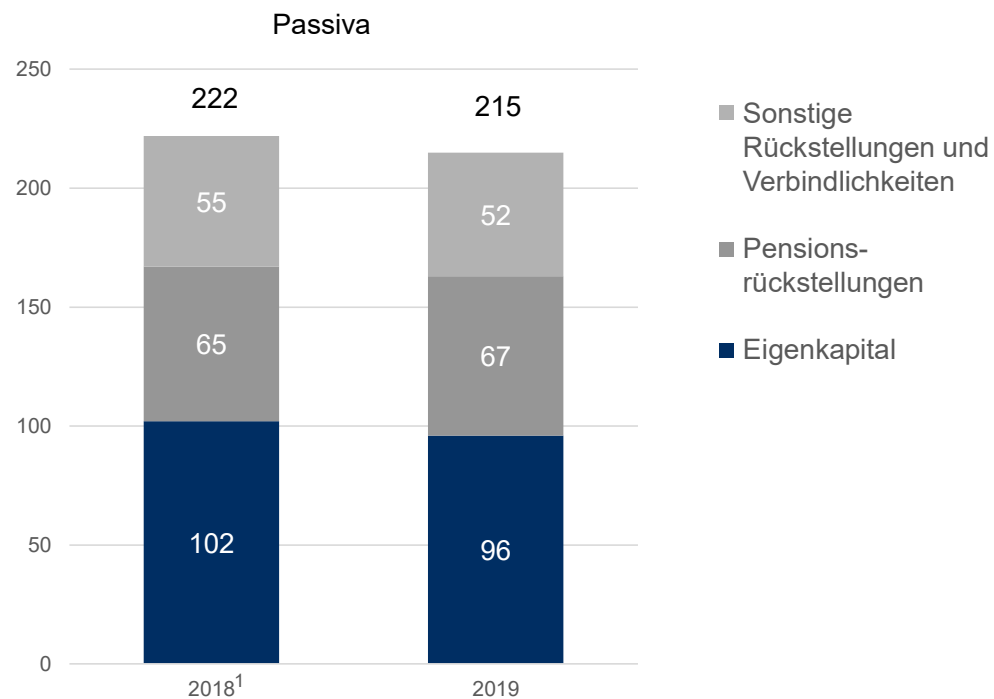
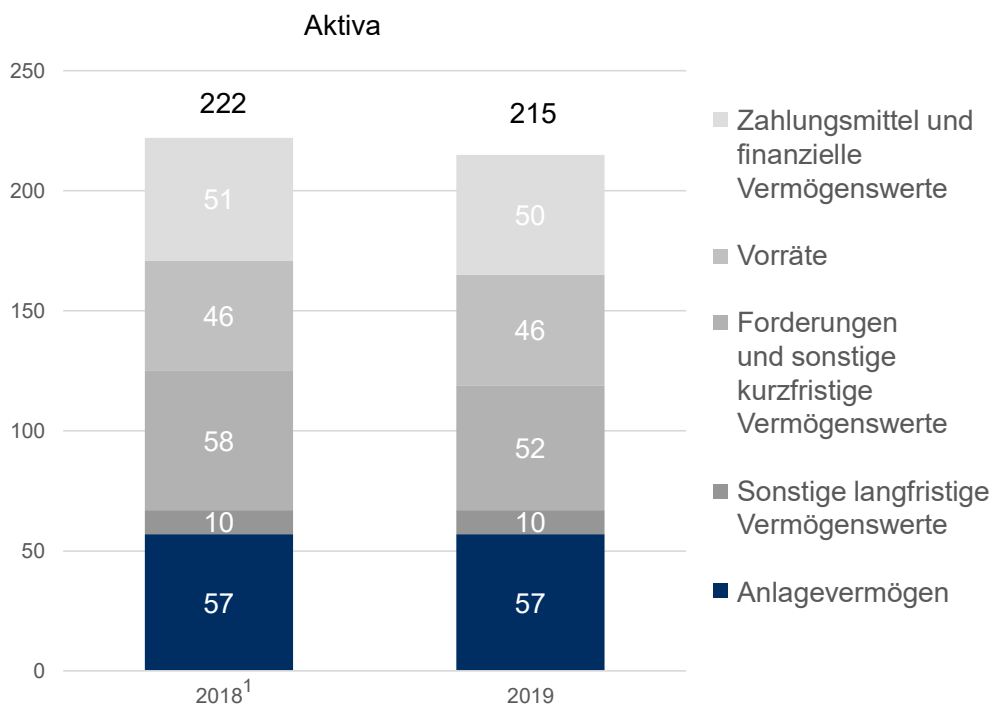


Solide Finanzstruktur des Konzerns



Bilanzrelationen

in Mio. €



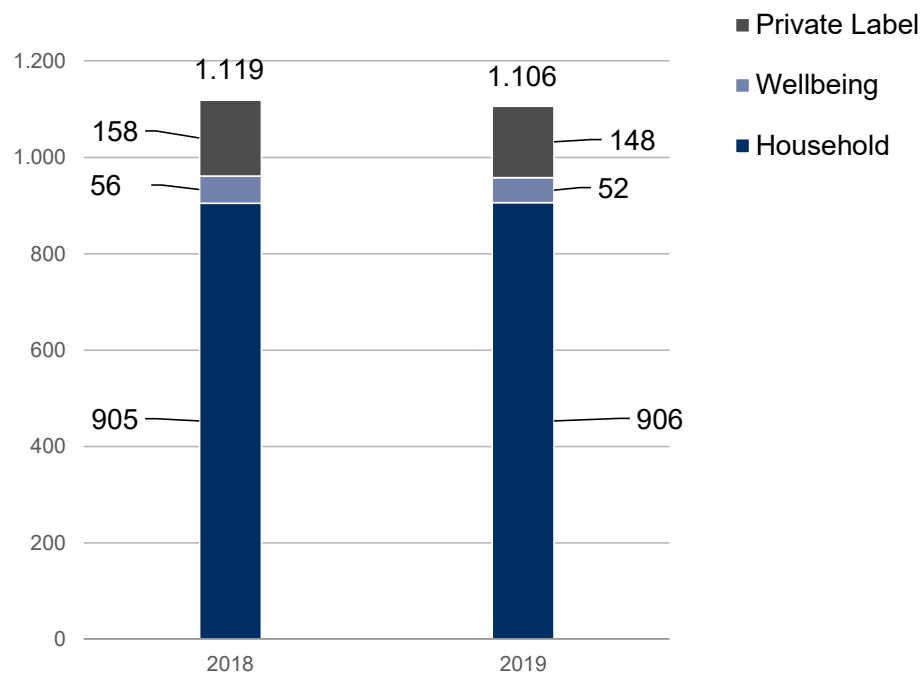
¹ IFRS 16 wurde erstmals zum 1. Januar 2019 angewendet. IFRS 16 wurde modifiziert retrospektiv angewendet, wobei die Vorjahresvergleichswerte nicht angepasst wurden.

Mitarbeiterzahl auf stabilem Niveau



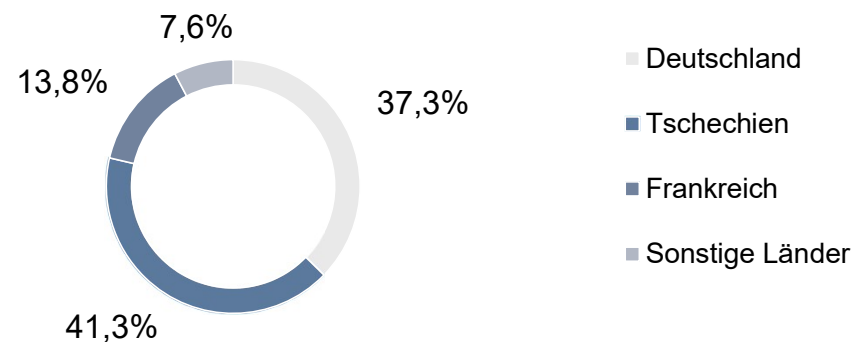
Mitarbeiterentwicklung

zum 31. Dezember 2019



Mitarbeiter

nach Regionen / zum 31. Dezember 2019



Kursentwicklung der Leifheit-Aktie

im Vergleich zum SDAX in % (indiziert auf 100)



Jan. 2019 – Sep. 2020



— Schlusskurs Leifheit Aktie
— Schlusskurs SDAX

10-Jahresentwicklung



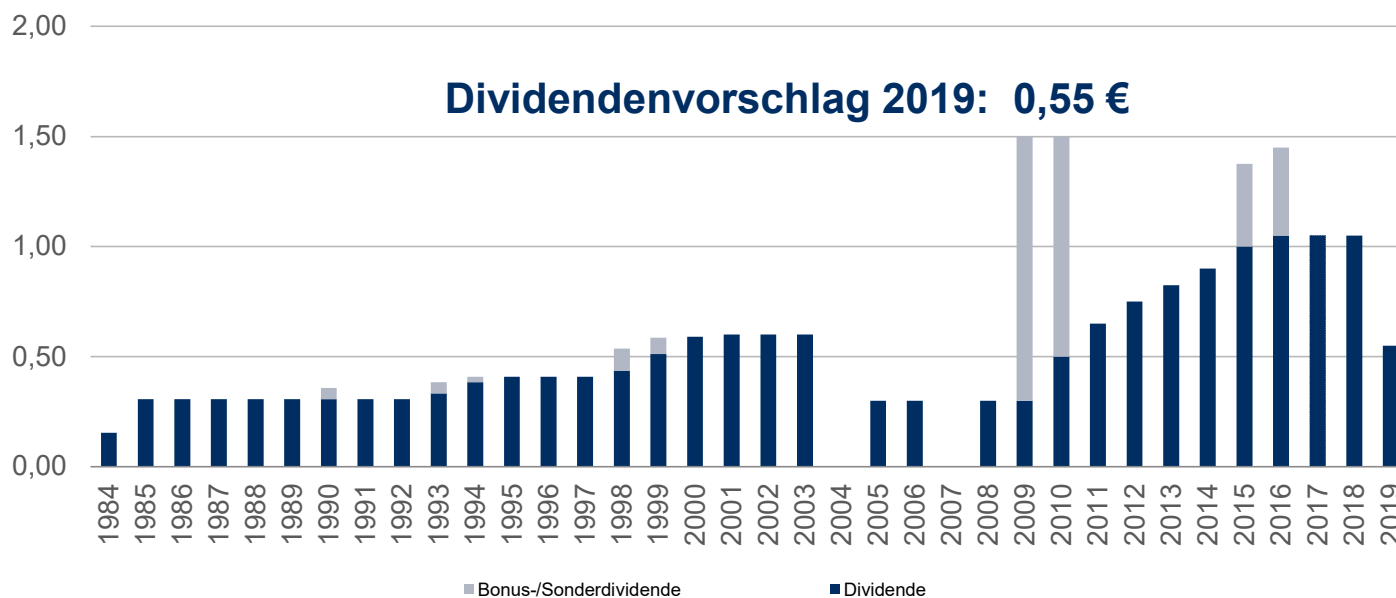
— Schlusskurs Leifheit Aktie
— Schlusskurs SDAX

Aktionärsorientierte Dividendenpolitik



Langfristige Dividendenentwicklung

Dividende je Aktie / in €



Dividendenrendite¹

2019: 2,3%	2015: 5,6%
2018: 5,9%	2014: 3,9%
2017: 3,8%	2013: 5,3%
2016: 5,1%	2012: 5,2%

Eigene Aktie am 31.12.2019

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

Kein Erwerb oder Verwendung
im Geschäftsjahr 2019

¹ Auf Basis der Schlusskurse zum Jahresende
Hauptversammlung

Wachstumsstrategie „Scaling Up Success“

Unsere Mission? Zufriedene Verbraucher!

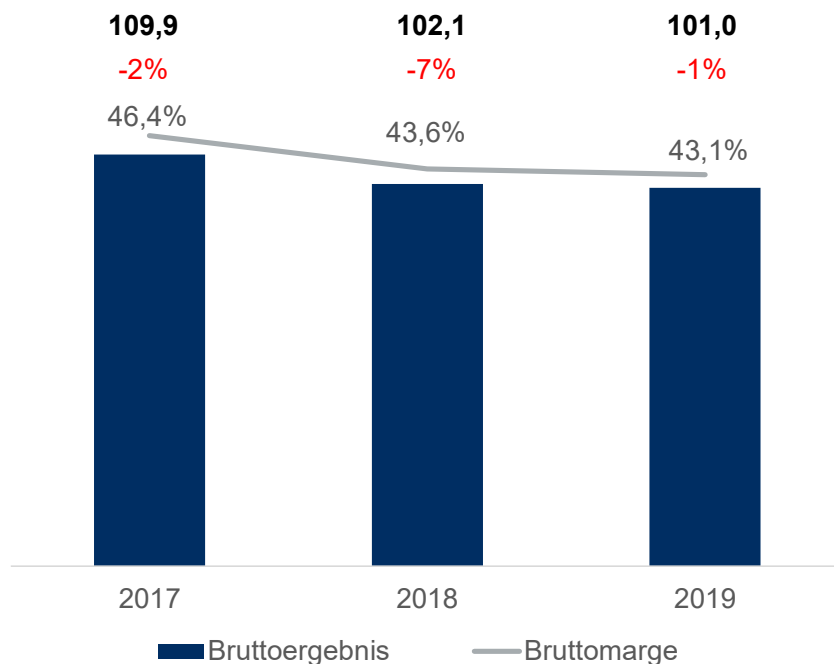


Can we change this?



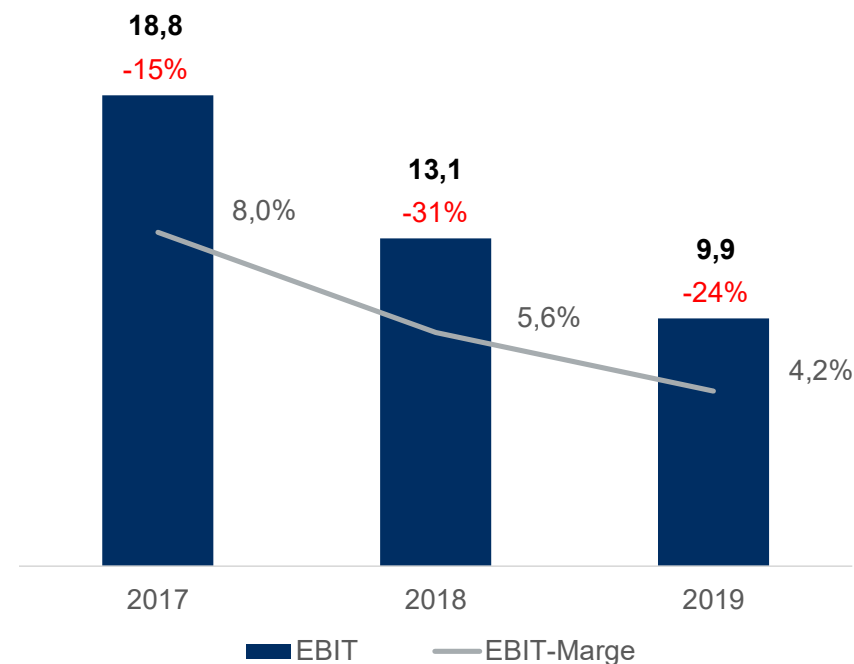
Bruttoergebnis

in Mio. €



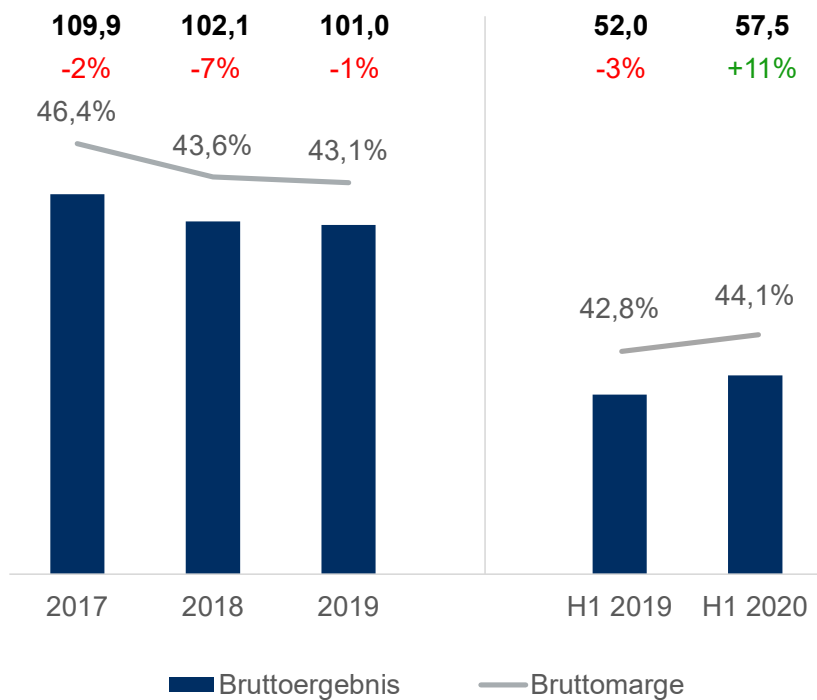
EBIT

in Mio. €



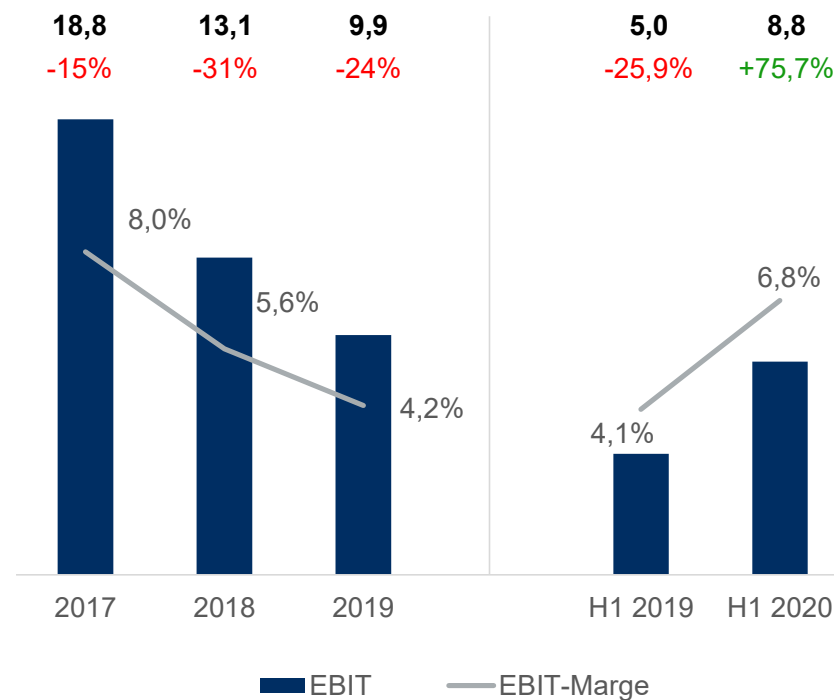
Bruttoergebnis

in Mio. €

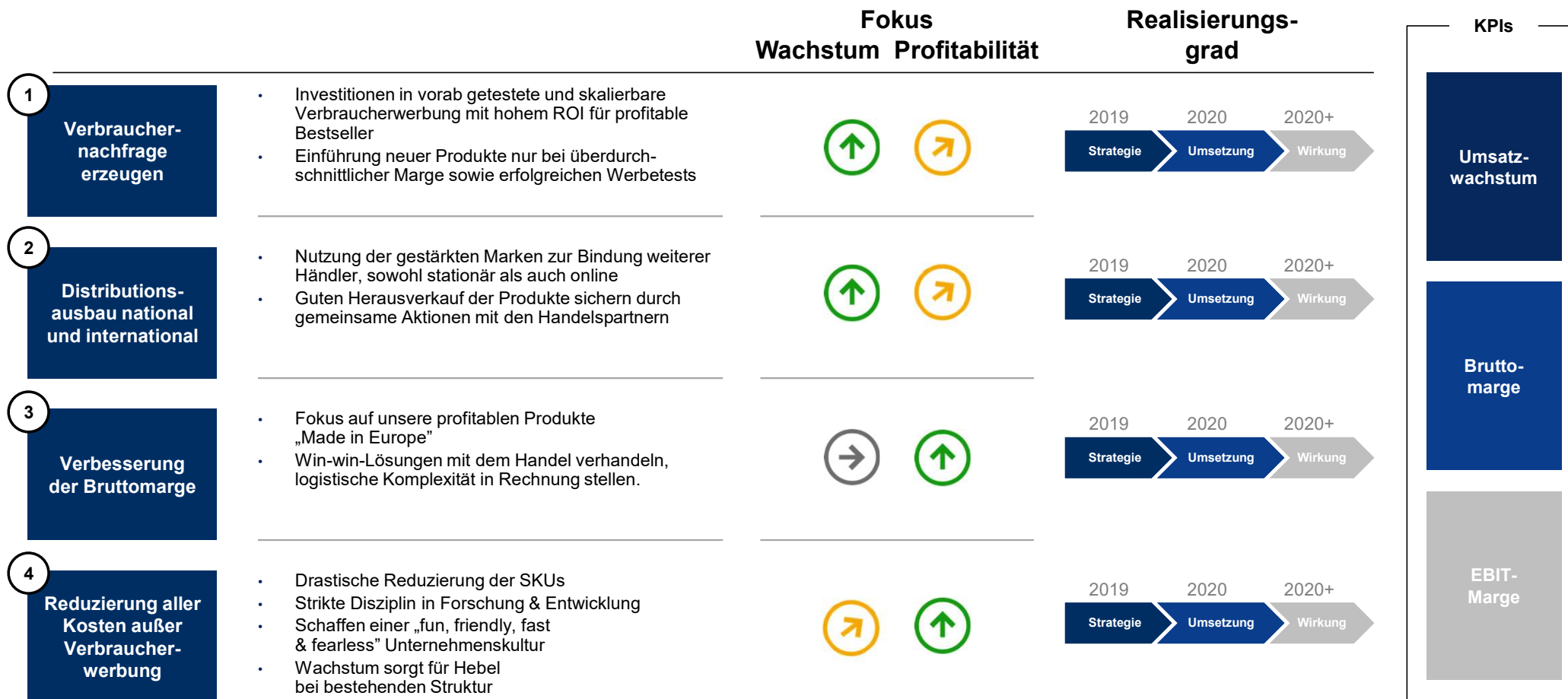


EBIT

in Mio. €



Strategie „Scaling Up Success“ für langfristig profitables Wachstum



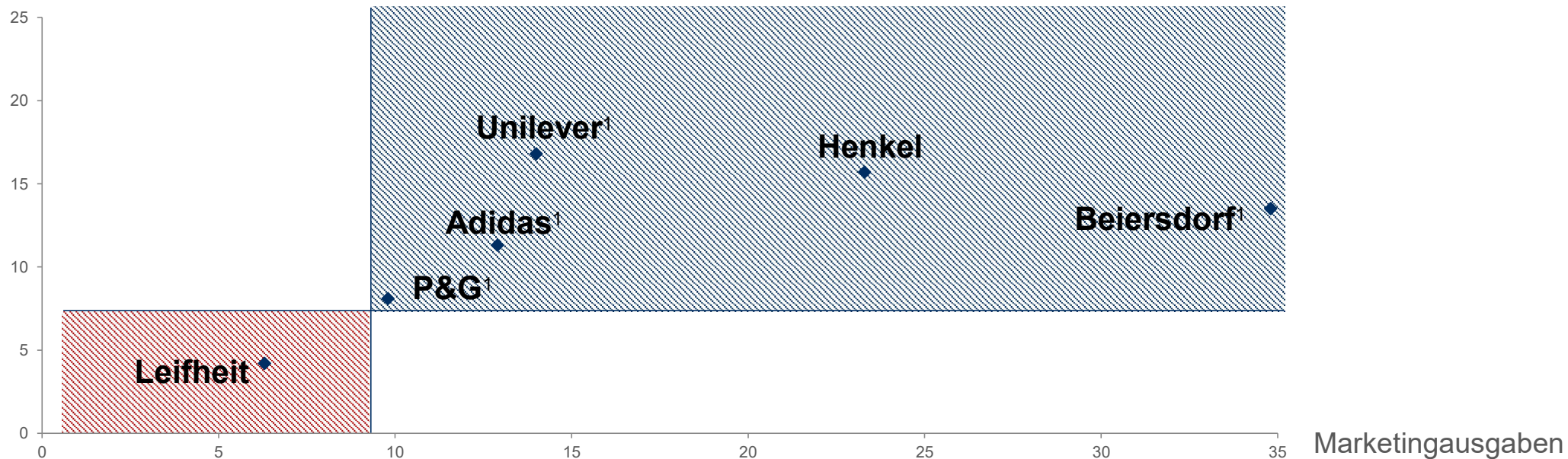
① Verbrauchernachfrage erzeugen



Marketingausgaben

2019 in % des Umsatzes

EBIT-Marge



¹ Quelle: Geschäftsberichte 2019
Hauptversammlung

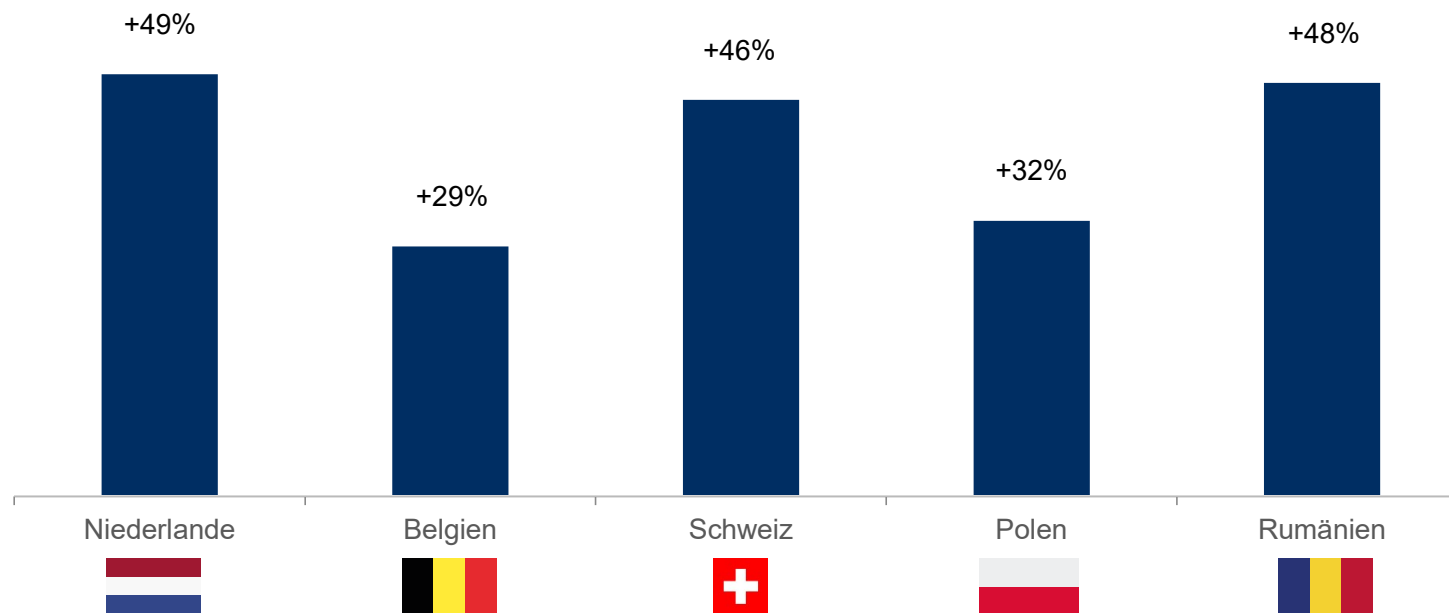
Strategie „Scaling Up Success“

① Erfolgreiche TV-Kampagnen kurbeln Umsatzwachstum in wesentlichen Märkten an



Umsatzentwicklung in ausgewählten TV-Märkten

Konzernumsatz H1 2020 in Mio. €



① Entwicklung und Test effektiver Verbraucherwerbung



- Ausbau der TV-Kampagnen in Deutschland und ausgewählten europäischen Märkten im zweiten Halbjahr 2020

- Fokus auf Top-Produkten wie das CLEAN TWIST Set oder den Pegasus Wäscheständer, welche im Test das Prädikat „sehr gut“ erhalten haben

- Ein Großteil der geplanten Marketing Investitionen für 2020 wurden im 3. Quartal getätigt

① Entwicklung und Test effektiver Verbraucherwerbung



Groß angelegte Soehnle Print-Kampagne

- Kampagne konzentriert sich auf Soehnle Page Profi 300 digitale Küchenwaagen, kürzlich mit Testurteil „sehr gut“ ausgezeichnet
- Soehnle Page Profi beliebteste Küchenwaagen-Serie in Deutschland
- Zielgruppenrelevante Hochglanzmagazine mit hoher Reichweite von September bis Dezember 2020: 8 Millionen Exemplare, 2,74 Millionen Zielgruppenkontakte



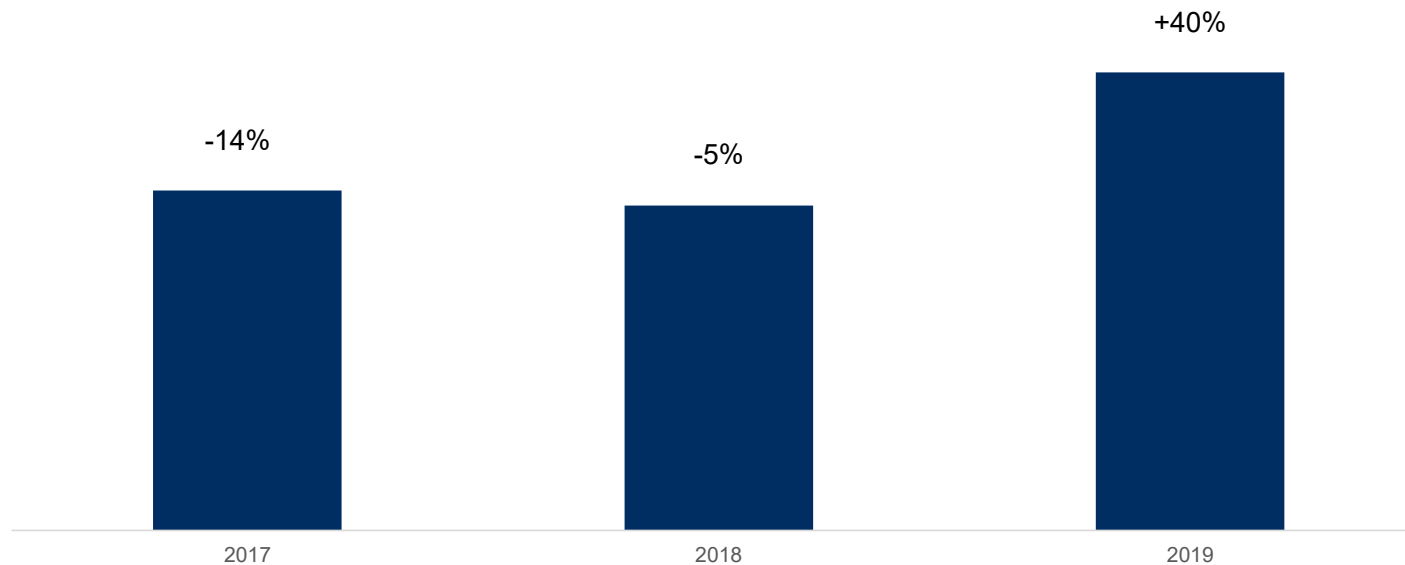
Strategie „Scaling Up Success“

② Distributionsausbau national und international



Umsatzentwicklung Italien

Household und Wellbeing in Mio. €



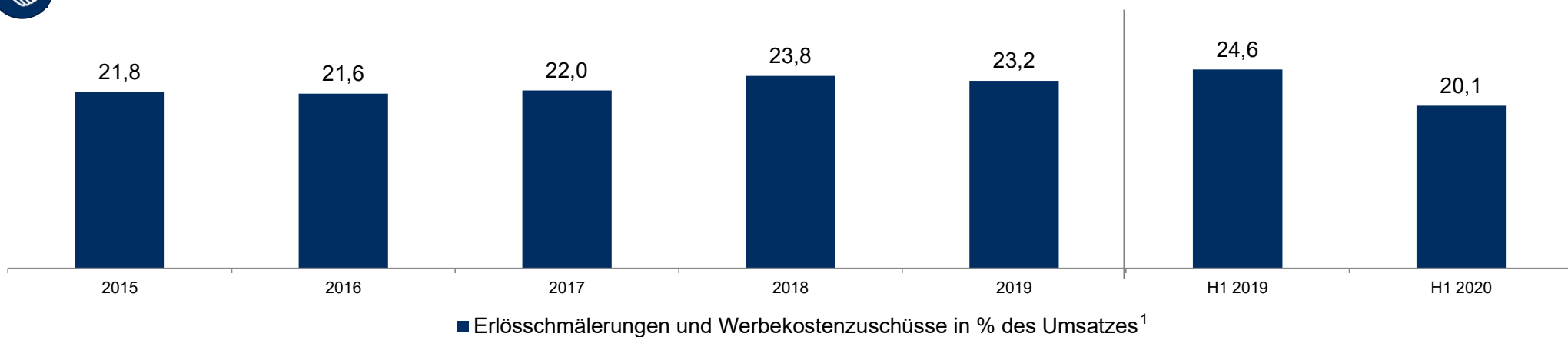
3 Verbesserung der Bruttomarge



Fokus auf profitable Produkte “Made in Europe”



Win-win mit Händlern verhandeln



¹ Household und Wellbeing Segmente
Hauptversammlung

3 Hohe Kundenzufriedenheit mit Leifheit's Top-Produkten



Bodenwischer Profi XL 4,7 Sterne



Leifheit rüchenschonender Bodenwischer Profi XL micro Duo, effektiver Schrubber mit Bezug aus Mikrofaser, Wischer für Fliesen un...

★★★★☆ 4,7 von 5

911 Sternebewertungen



Clean Twist 4,6 Sterne



Leifheit Set Clean Twist Disc Mop Wischer für nebelfeuchte Reinigung, Wischmop mit effizienter Schleudertechnologie,

★★★★☆ 4,6 von 5

2.148 Sternebewertungen



Pegasus 150 4,6 Sterne



Dieser Artikel Leifheit Standrockner Pegasus 150 Solid Slim, standfester Wäscheständer mit Flügeln auch für lange Kleidungsstücke, besonders schmaler Flügelwäschetrockner passt auch durch enge Türen

Bestseller Nr. 1

★★★★☆ 4,6 von 5

3.208 Sternebewertungen



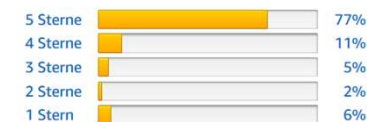
Linomatic 500 Deluxe 4,5 Sterne



Leifheit Wäscheschirm Linomatic 500 Deluxe mit Leineneinzug für saubere Wäsche, Wäschespinn für die ganze Familie, Wäscheständer

★★★★☆ 4,5 von 5

2.114 Sternebewertungen



4 Reduzierung aller Kosten außer Verbraucherwerbung



in % vom Konzernumsatz	GJ 2018	GJ 2019	H1 2019	H1 2020	Veränderung
Verbraucherwerbung	0,7%	1,7%	1,3%	3,8%	+2,5pp ✓
Weiteres Marketing	5,4%	4,6%	4,7%	3,5%	-1,2pp ✓
F&E	2,3%	2,4%	2,4%	2,0%	-0,4pp ✓
Logistik ¹	11,0%	11,5%	11,1%	10,0%	-1,1pp ✓
Verwaltung	6,1%	6,4%	6,7%	6,5%	-0,2pp ✓
Kosten der Umsatzerlöse	56,4%	56,8%	57,2%	55,9%	-1,4pp ✓
OPEX ² adjustiert um Verbraucherwerbung	94,2%	94,7%	94,9%	89,9%	-5,0pp ✓
OPEX ²	94,9%	96,4%	96,3%	93,7%	-2,6pp ✓

¹ Exkl. eingehender Logistikkosten ² Exkl. sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen
Hauptversammlung

④ Reduzierung aller Kosten außer Verbraucherwerbung



Wir arbeiten kontinuierlich an einem **Exzellenzprogramm** zur Reduzierung unnötiger Komplexität und Kosten:

- **Operationale Exzellenz**

- Projekte zur Reduzierung der Logistikkosten
- Verschlankung des Portfolios and substantielle Verringerung der SKUs
- Projekte zur Verschlankung der Produktionsprozesse und zur Effizienzsteigerung an den Produktionsstätten
- Verbesserte Konditionen beim Kauf von Rohstoffen
- Kosteneinsparung durch Digitalisierung, erhöhte Effizienz von Meetings, Reisekosten, etc.

- **Strukturelle Exzellenz**

- Vertriebsstrukturen in Deutschland optimiert
- Neue Innovationsstrategie verringert erforderliche Mitarbeiterzahl in F&E
- Ausscheidende Mitarbeiter werden für gewöhnlich nicht ersetzt

Erstes Halbjahr 2020 und Ausblick

H1 2020: Umsatz und Ergebnis trotz COVID-19 gesteigert



		6M 2019	6M 2020	Δ
Konzernumsatz	Mio. €	121,5	130,4	7,3 %
Bruttomarge	%	42,8	44,1	1,3 PP
EBIT bereinigt um Fremdwährungsergebnis	Mio. €	4,8	8,9	85,6 %
Fremdwährungsergebnis	Mio. €	0,2	-0,1	>- 100 %
EBIT	Mio. €	5,0	8,8	75,7 %
EBIT-Marge	%	4,1	6,8	2.7 PP
Ergebnis vor Steuern (EBT)	Mio. €	4,3	8,3	91,8 %
Periodenergebnis	Mio. €	3,0	6,0	> 100 %
EPS	€	0,32	0,63	96,9 %

Wirtschaftliche Erholung nach dem Shutdown: Optimistischer Ausblick für das restliche Geschäftsjahr 2020



Wirtschaftliches Umfeld 2020

- IWF: Weltwirtschaft steht vor schlimmster Wirtschaftskrise seit Rezession der 1930er Jahre. Erholung wird verhaltender ausfallen als anfänglich erwartet.
- Europäische Kommission: EU Wirtschaft wird eine tiefe und uneinheitliche Rezession erleben. Mit einer Erholung wird erst 2021 gerechnet.
- Konjunkturbarometer des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) mit deutlicher Erholung im Juli und einem Anstieg vom 2-Punkte-Rekordtief im Juni auf solide 90 Punkte
- GfK: Gleichmäßige Erholung des Konsumklimas in Deutschland nach Aufhebung des COVID-19-Lockdowns

Ausblick Konzernentwicklung 2020

- Erwartetes Konzern-Umsatzwachstum zwischen 7% und 9%
- Erwartetes Umsatzwachstum nach Segmenten: Household 8,5% bis 10,5%, Wellbeing 11% bis 13%, Private Label leichter Umsatzrückgang
- Konzern-EBIT zwischen 12 Mio. € und 15 Mio. €
- Periodenergebnis je Aktie zwischen ca. 0,83 € und 1,05 €
- Free Cashflow von ca. 1 Mio. € bis 3 Mio. €, ROCE zwischen 9% und 12%
- Prognose basiert auf der Annahme, dass es keine weiteren signifikanten Einschränkungen durch die COVID-19-Pandemie in den für Leifheit wesentlichen Märkten und Vertriebskanälen geben wird.

SCALING UP SUCCESS

LEIFHEIT

**Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit!**

30. September 2020

