

Ich vertrau auf Leifheit



Auf einen Blick

- Markengeschäft wächst wie prognostiziert
- Verstärkter Fokus auf Osteuropa und E-Commerce
- Überproportionale Ergebnissteigerung

Konzerndaten

Januar bis September		2012	2011	Veränderung	
Umsatz	– Konzern	Mio €	164,0	164,8	-0,5 %
	– Markengeschäft	Mio €	132,0	129,3	2,1 %
	– Volumengeschäft	Mio €	32,0	35,5	-10,1 %
Auslandsanteil			56,6 %	56,4 %	0,2 PP
Bruttomarge			44,0 %	42,5 %	1,5 PP
EBIT		Mio €	7,7	7,1	9,4 %
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)		Mio €	6,4	6,1	5,4 %
Periodenergebnis		Mio €	5,2	6,0	-13,3 %
Investitionen in Sachanlagen		Mio €	6,6	2,6	> 100 %
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit		Mio €	1,0	4,5	< 100 %
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt			1.018	1.093	-6,9 %

Vorwort

Sehr geehrte Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionäre,

der Leifheit-Konzern hat die ersten neun Monate 2012 mit einem soliden Ergebnis abgeschlossen. Die durch die Eurokrise angespannte wirtschaftliche Situation in einigen unserer südeuropäischen Fokusbänder beeinflusste jedoch in zunehmendem Maße unsere Geschäftsentwicklung. Im Rahmen unserer Unternehmensstrategie „Leifheit Go!“ werden wir diesen Tendenzen aktiv entgegenwirken.

Im Detail bedeutet dies: Während wir unsere Wachstumsaktivitäten in den mittel- und nordeuropäischen Märkten unverändert weiterverfolgen, werden wir unser Geschäft in den südeuropäischen Staaten auf einem soliden Niveau halten. Demgegenüber wird sich Leifheit verstärkt auf die Region Osteuropa sowie ausgewählte wachstumsstärkere Länder in Asien konzentrieren.

Neben dieser regionalen Betrachtung führen wir aktuell auch bei den Vertriebskanälen eine Anpassung der Schwerpunkte durch. Denn in Abgrenzung zu den klassischen Vertriebskanälen ist für Leifheit der E-Commerce zu einer wichtigen Säule unserer Distribution geworden. Wir planen, dies in Zukunft weiter auszubauen, ohne dabei aber die etablierten Vertriebswege zu schwächen.

Der Konzernumsatz liegt nach den ersten neun Monaten mit 164,0 Mio € leicht unterhalb des Vorjahresniveaus von 164,8 Mio €. Dies lag neben den ungünstigen Wetterbedingungen im Frühling, welche sich negativ auf den Absatz von Wäscheschirmen auswirkten, vor allem an der beschriebenen Situation in Südeuropa und Rückgängen im margenschwächeren Volumengeschäft. Die zum Teil sehr gute Entwicklung in einigen unserer definierten Fokusbänder – wie beispielsweise in den Niederlanden oder Russland – konnte dies nicht vollständig kompensieren. Dennoch erreichten wir beim operativen Ergebnis (EBIT) von Januar bis September 2012 ein Wachstum von 9,4 Prozent auf 7,7 Mio € (Vorjahr: 7,1 Mio €). Damit liegen wir mit Blick auf unsere EBIT-Prognose weiterhin auf Kurs.

Auf der Segmentebene hat unser Markengeschäft in den ersten neun Monaten des Jahres ein solides Umsatzplus von 2,1 Prozent erzielt. Im Volumengeschäft mussten wir hingegen einen Rückgang von 10,1 Prozent hinnehmen. Hierfür zeichnete sich vor allem unser Projektgeschäft in den USA verantwortlich.

Angesichts des aktuellen wirtschaftlichen Umfelds blicken wir verhalten positiv in Richtung viertes Quartal 2012. Sofern sich die Rahmenbedingungen für unser Geschäft und die Einflüsse auf unsere Hauptabsatzmärkte im vierten Quartal nicht wesentlich verändern, gehen wir auf der Konzernebene von einer leichten Umsatzsteigerung gegenüber dem Vorjahr aus. Diese wird ausschließlich vom margenstarken Markengeschäft getragen. Darüber hinaus prognostizieren wir weiterhin eine deutliche Ergebnissteigerung (bezogen auf das bereinigte EBIT) im zweistelligen Prozentbereich.

Die Leifheit-Aktie

Angespannte Lage an den Finanzmärkten

Aufgrund der anhaltenden Staatsschuldenkrise, des schwachen Wirtschaftswachstums in der Eurozone und der daraus resultierenden Unsicherheiten blieb die Stimmung an den Aktienmärkten im dritten Quartal 2012 uneinheitlich. Auf das Gesamtjahr 2012 gesehen, entwickelte sich der SDAX mit einem Plus von knapp 12 Prozent aber positiv und schloss Ende des Quartals mit 5.004 Punkten.

Leifheit-Aktie entwickelt sich weiterhin positiv

Der Kurs der Leifheit-Aktie entwickelte sich parallel zur Marktentwicklung. Ausgehend von einem Kurs von 23,25 € am 2. Juli 2012, erreichte der Kurs mit 25,25 € Mitte September seinen Höchstwert im abgelaufenen Quartal. Die Aktie schloss zum 28. September 2012 mit einem Kurs von 24,15 €. Dies entspricht im Vergleich zum Quartalsbeginn einer Steigerung von 3,9 Prozent.

Damit bestätigt die Aktie der Leifheit AG ihren positiven Kurstrend gegenüber dem Vergleichsindex SDAX. Seit dem Jahresbeginn legte die Leifheit-Aktie um fast 18 Prozent zu.

Handelsvolumen

Im Vergleich zum zweiten Quartal 2012 sank das Handelsvolumen der Leifheit-Aktie auf durchschnittlich 1.817 Stück pro Handelstag (zweites Quartal 2012: 2.206 Stück/Tag). Die Marktkapitalisierung der Leifheit AG lag zum Ende des dritten Quartals bei rund 120,8 Mio € und damit um fast 18 Prozent über dem vergleichbaren Wert zu Anfang des Jahres von 102,3 Mio €.

Analysten setzen auf Wachstum

Im dritten Quartal 2012 wurden verschiedene Analystenbewertungen veröffentlicht. Dabei gaben die Studien Halten- oder Kaufempfehlungen mit Kurszielen zwischen 25,00 € und 30,00 € auf Sicht von zwölf Monaten.

Nur geringfügige Änderungen in der Aktionärsstruktur

Im dritten Quartal 2012 gab es geringe Änderungen in der Leifheit-Aktionärsstruktur. Die Home Beteiligungen GmbH, München hält aktuell 0,69 Prozent mehr Aktien als noch im zweiten Quartal. Im Gegenzug sank der Streubesitz um 0,69 Prozent.

Folgende Aktionäre halten aktuell mehr als fünf Prozent der Aktien an der Leifheit AG:

Home Beteiligungen GmbH, München	49,03 %
MKV Verwaltungs GmbH, München	10,03 %
Joachim Loh, Haiger	6,62 %
Leifheit AG, Nassau	5,08 %
Free Float (Streubesitz)	29,24 %

Zwischenlagebericht und ausgewählte erläuternde Anhangsangaben

Dieser Quartalsfinanzbericht zum 30. September 2012 wurde in Übereinstimmung mit den vom International Accounting Standards Board (IASB) formulierten International Financial Reporting Standards (IFRS), insbesondere nach den Vorschriften des IAS 34, erstellt. Dabei wurden die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wie im Konzernjahresabschluss zum 31. Dezember 2011 sowie die ab dem Geschäftsjahr 2012 für Leifheit relevanten, verpflichtend anzuwendenden Standards und Interpretationen des IASB und des IFRIC angewendet. Diese Anwendung hatte keine wesentlichen Auswirkungen.

Unter Berücksichtigung von Sinn und Zweck der Zwischenberichterstattung als ein auf den Konzernabschluss aufbauendes Informationsinstrument verweisen wir auf den Anhang zum Konzernjahresabschluss. Dort sind die angewandten Bilanzierungs-, Bewertungs- und Konsolidierungsmethoden und die Ausübung von in den IFRS enthaltenen Wahlrechten ausführlich dargestellt. Leifheit nutzt per 30. September 2012 erstmals Devisenterminkontrakte als Sicherungsinstrumente zur Absicherung des Währungsrisikos, welches aus festen Verpflichtungen oder erwarteten hoch wahrscheinlichen Transaktionen (Wareneinkäufe in Fremdwährung) resultiert. Es handelt sich um Absicherungen des Risikos von Schwankungen des Cashflows. Spätestens zu jedem Bilanzstichtag wird die Effektivität der Sicherungsbeziehungen überprüft bzw. hinsichtlich erwarteter Transaktionen untersucht, ob deren Eintritt weiterhin als hoch wahrscheinlich angesehen werden kann. Der wirksame Teil des Gewinns oder Verlusts aus dem Sicherungsinstrument wird im sonstigen Ergebnis (Ergebnisneutrale Bestandteile des Gesamtergebnisses nach Steuern) in der Rücklage zur Absicherung von Cashflows erfasst, während der unwirksame Teil sofort erfolgswirksam im Fremdwährungsergebnis erfasst wird. Die im sonstigen Ergebnis erfassten Beträge werden bei Zugang der abgesicherten Waren als Teil der Anschaffungskosten umgebucht. Eine ergebnistechnische Erfassung erfolgt bei Abgang der Vorräte über die Buchung des Materialeinsatzes.

Dieser verkürzte Konzernzwischenabschluss sowie dieser Zwischenlagebericht sind keiner prüferischen Durchsicht unterzogen worden.

Konzernstruktur und Geschäftstätigkeit

Der Leifheit-Konzern ist einer der führenden europäischen Markenanbieter von Haushaltsartikeln. Wir gliedern unser operatives Geschäft in zwei Segmente: das Markengeschäft und das Volumengeschäft. Über beide Unternehmensbereiche hinweg vertreiben wir Produkte in den Kategorien Reinigen, Wäschepflege, Küche und Wellbeing.

Im Markengeschäft vertreiben wir unsere Produkte unter den drei bekannten Marken Leifheit, Dr. Oetker Backgeräte und Soehnle. Unsere Markenprodukte zeichnen sich durch hochwertige Verarbeitungsqualität in Verbindung mit hohem Verbrauchernutzen aus und werden im mittleren bis gehobenen Preissegment angeboten. Zum Volumengeschäft des Leifheit-Konzerns zählen die französischen Tochterunternehmen Birambeau und Herby sowie das Projektgeschäft. Wir bieten hier Produktsortimente in mittlerer Preislage sowie kundenspezifische Produktentwicklungen und deren Fertigung sowie Lohnfertigungen im Auftrag Dritter an.

Die Leifheit AG ist seit 1984 eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht. Sitz und Verwaltung befinden sich bis heute am Ort der Gründung in Nassau/Lahn. Die wesentlichen Standorte der Leifheit AG befinden sich in Nassau (Verwaltung und Produktion) sowie in Zuzenhausen (Logistik). Daneben bestehen im Ausland drei rechtlich nicht selbstständige Niederlassungen. Die Leifheit AG besitzt 11 direkte oder indirekte Tochterunternehmen.

Konsolidierungskreis

Im Berichtszeitraum fand keine Veränderung im Konsolidierungskreis statt.

Wirtschaftliches Umfeld

Staatsschuldenkrise schwächt Wirtschaftswachstum

Die anhaltende europäische Schuldenkrise verhinderte auch im dritten Quartal 2012 eine Erholung der Weltwirtschaft. Aufgrund der Instabilität der Konjunktur in der Eurozone stieg die Unsicherheit auf den Finanzmärkten. Das Wirtschaftswachstum ging auf ein Minimum zurück. Auch die USA, die selbst bereits mit großen strukturellen Problemen und einem geschwächten Wirtschaftswachstum kämpfen, sind zunehmend von den negativen Auswirkungen der Eurokrise betroffen. Dagegen zeigen einzelne Märkte wie Polen, die Türkei und einige Länder Asiens deutlich positive Wachstumsindikatoren. In Deutschland ist das wirtschaftliche Klima weiterhin positiv, jedoch gibt es vereinzelt Anzeichen für ein Übergreifen der negativen Entwicklungen anderer europäischer Staaten.

Trotz der schwächelnden Weltkonjunktur ist die deutsche Wirtschaft nach Angaben des Bundesfinanzministeriums auch im dritten Quartal 2012 weiter gewachsen, wobei die Industrie als Hauptwachstumstreiber gilt. Das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) geht für Deutschland von einem Wachstum des Bruttoinlandsproduktes um 0,2 Prozent im dritten Quartal 2012 aus.

Nahezu konstant entwickelte sich die Inflationsrate im Euroraum und lag im September 2012 bei einem Wert von 2,6 Prozent. In Deutschland erhöhte sich die Inflationsrate im Vergleich zum Juli dieses Jahres leicht um 0,2 Prozentpunkte auf 2,1 Prozent.

Verunsicherung bei den Verbrauchern

Auf die stagnierenden oder sich sogar verschlechternden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und die steigenden Arbeitslosenquoten in vielen europäischen Staaten reagierten auch die Verbraucher. Laut GfK-Konsumklimastudie stieg die Verunsicherung und die Konjunkturerwartung der Verbraucher verschlechterte sich. Auch die Ausfuhren der deutschen Wirtschaft leiden unter dem Umfeld. Die wirtschaftliche Schwäche vieler Eurostaaten bedingte einen spürbaren Rückgang deutscher Exporte in andere europäische Länder. Insbesondere die Exporte nach Spanien, Italien und Griechenland gingen deutlich zurück.

Zwar gehen die deutschen Verbraucher inzwischen davon aus, dass die kriselnde Weltwirtschaft auch Deutschland treffen wird. Dennoch halten sich sowohl die Einkommenserwartung als auch das Konsumentenverhalten aufgrund des konstant stabilen deutschen Arbeitsmarkts weiterhin auf einem hohen Niveau. Aus diesem Grund tendieren die Verbraucher nach wie vor dazu, in größere und werthaltige Anschaffungen wie Immobilien zu investieren.

Ertragslage

Konzernumsatz leicht unter Vorjahresniveau

Der konsolidierte Umsatz des Leifheit-Konzerns blieb in den ersten neun Monaten 2012 mit 164,0 Mio € (Vorjahr: 164,8 Mio €) leicht unterhalb des Vorjahresniveaus.

Der Konzernumsatz verteilt sich im Berichtszeitraum mit 43,4 Prozent auf Deutschland, mit 50,7 Prozent auf das europäische Ausland und mit 5,9 Prozent auf die übrigen Regionen.

Analog zur Entwicklung im ersten Halbjahr verzeichnete das europäische Ausland mit einer Steigerung von 2,0 Prozent auf 83,2 Mio € die höchsten Zuwächse. Die Umsätze in unserem Heimatmarkt Deutschland zeigten sich mit einem Minus von 1,1 Prozent auf 71,1 Mio € im Vergleich zur Vorjahresperiode leicht schwächer. Die übrigen Regionen blieben mit 9,7 Mio € ebenfalls hinter dem Vorjahr zurück. Damit blieb der Auslandsanteil am Umsatz im Vergleich zum Vorjahr mit 56,6 Prozent nahezu konstant (Vorjahr: 56,4 Prozent).

Das dritte Quartal zeigte sich etwas freundlicher. Unser größtes Segment – das Markengeschäft – wuchs im dritten Quartal mit erfreulichen 3,3 Prozent und konnte damit die schwache Entwicklung im Volumengeschäft ausgleichen. Insgesamt führte dies zu einem stabilen Konzernumsatz im dritten Quartal 2012 in Höhe von 53,5 Mio € (Q3/2011: 53,4 Mio €).

Markengeschäft wächst dank Auslandsnachfrage

In den ersten neun Monaten 2012 erzielte das Markengeschäft ein solides Wachstum von 2,1 Prozent im Vergleich zur Vorjahresperiode. Die Marken Leifheit, Dr. Oetker Backgeräte und Soehnle erwirtschafteten zusammen genommen einen Umsatz von 132,0 Mio € (Vorjahr: 129,3 Mio €). Der Anteil des Markengeschäfts am Konzernumsatz stieg entsprechend auf 80,5 Prozent und erhöhte sich damit im Vergleich zum Vorjahr um 2,0 Prozentpunkte (Vorjahr: 78,5 Prozent).

Der Zuwachs konnte vor allem im Ausland erzielt werden. Der Umsatz wuchs dort um 5,3 Prozent auf 65,7 Mio € (Vorjahr: 62,4 Mio €). Unser Heimatmarkt Deutschland blieb hingegen mit einem Rückgang von 0,9 Prozent auf 66,3 Mio € (Vorjahr: 66,9 Mio €) leicht hinter dem Vorjahr zurück.

Die Regionen außerhalb Deutschlands entwickelten sich im Berichtszeitraum entsprechend ihrer individuellen konjunkturellen Lage recht unterschiedlich. In der für den Leifheit-Konzern bedeutenden Region Zentraleuropa wiesen die Länder Frankreich, die Niederlande und die Schweiz hohe Wachstumsraten auf und kompensierten die Schwäche anderer, von der Konsumzurückhaltung stark betroffener Länder, wie zum Beispiel Italien, Spanien oder Griechenland. Insgesamt entwickelte sich die Region Zentraleuropa mit einem Wachstum von 1,0 Prozent auf 46,8 Mio € leicht positiv. Sehr erfreulich zeigte sich die Region Osteuropa mit einem Wachstum in Höhe von 23,1 Prozent auf 12,7 Mio €. Hauptumsatztreiber waren Russland und die Ukraine. In Übersee entwickelte sich vor allem das Geschäft in Asien und Australien erfreulich. Insgesamt erwirtschaftete diese Region einen Zuwachs von 8,1 Prozent auf 6,2 Mio €.

Die vier Produktkategorien des Markengeschäfts entwickelten sich im Detail wie folgt:

- Mit einem Umsatzplus von 3,3 Prozent auf 36,2 Mio € in den ersten neun Monaten des Jahres 2012 hat der Bereich **Reinigen** seinen Wachstumskurs weiter fortgesetzt. Positive Impulse lieferte hier vor allem die Nachfrage im Ausland, vor allem in Russland und Tschechien. Zum Ende des Berichtszeitraumes zogen aber auch die Inlandsumsätze dank der Markteinführung von Produktinnovationen wie dem neuen Clean Twist System wieder an. Auch im Vertriebsweg Internethandel konnten wir Zuwächse verzeichnen.
- Die Kategorie **Wäschepflege** hat von Januar bis September einen leichten Zuwachs von 0,9 Prozent erzielt und damit einen Umsatz von 56,8 Mio € erreicht. Die Wachstumsimpulse kamen auch hier überwiegend aus dem Ausland. Die Vertriebswege SB-Warenhaus, Baumarkt und Internethandel entwickelten sich positiv. Innerhalb dieser Kategorie zeigten unsere Bügelprodukte ein deutliches Umsatzplus.
- Im Bereich **Küche** mussten wir mit einem Minus von 4,3 Prozent einen Rückgang auf 17,4 Mio € hinnehmen. Küchenprodukte der Marke Leifheit wurden in für diese Kategorie wichtigen Ländern wie Italien und Spanien deutlich weniger nachgefragt. Erfreulich zeigte sich allerdings die Entwicklung im Inland mit einem leichten Plus. Wir gehen davon aus, dass sich die begonnene Neupositionierung der Kategorie Küche weiterhin positiv auswirken wird.
- In der Kategorie **Wellbeing** mit der Marke Soehnle stieg der Umsatz um erfreuliche 3,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum und erreichte 21,0 Mio €. Soehnle konnte vor allem im Bereich der Personenwaagen zulegen. Die Nachfrage kam insbesondere aus der Region Mittlerer Osten und den Niederlanden. Auch die neue Produktlinie Soehnle Relax trug zur positiven Umsatzentwicklung bei.

Im dritten Quartal 2012 wuchs das Markengeschäft im Vergleich zur Vorjahresperiode solide um 3,3 Prozent auf 42,0 Mio € (Q3/2011: 40,6 Mio €).

Rückläufige Tendenzen im Volumengeschäft

Im Volumengeschäft ist der Umsatz in den ersten neun Monaten 2012 um 10,1 Prozent auf 32,0 Mio € (Vorjahr: 35,5 Mio €) gesunken. Der Anteil dieses Segments am Konzernumsatz fiel damit entsprechend von 21,5 Prozent im Vorjahr auf aktuell 19,5 Prozent. Der Umsatz im Volumengeschäft wird in erster Linie im Ausland erzielt, hauptsächlich in Frankreich und den USA. Beide Regionen zeigten sich schwächer als im Vorjahr. Im Inlandsgeschäft entwickelten sich die Umsätze in den vergangenen neun Monaten mit einem Minus von 4,0 Prozent ebenfalls rückläufig.

Die Produktkategorien entwickelten sich im Detail wie folgt:

- Die Kategorie **Reinigen** erzielte im Volumengeschäft in den ersten neun Monaten 2012 planmäßig keine nennenswerten Umsätze.
- Der Bereich **Wäschepflege** verbuchte einen Umsatzrückgang um 6,4 Prozent auf 9,9 Mio €. Die Erlöse repräsentieren knapp ein Drittel der Umsätze im Volumengeschäft. Mit einem Umsatz von 7,3 Mio € trug die französische Tochtergesellschaft Herby wesentlich dazu bei. Die Hauptursache des Rückgangs sind das fehlende Aktionsvolumen bei einer wichtigen französischen Handelskette sowie der generelle Trend vom Leistungs- zum Aktionsgeschäft. Wir planen, hier gezielt gegenzusteuern.
- Mit 61,3 Prozent hält die Produktkategorie **Küche** weiterhin den höchsten Anteil am Umsatz im Volumengeschäft. Die Erlöse verringerten sich in den ersten neun Monaten 2012 um 13,1 Prozent auf 19,6 Mio €. Dies resultiert insbesondere aus dem schwächeren Projektgeschäft mit einem US-amerikanischen Kunden, dessen hohe Lagerbestände zum Ende 2011 nur geringe Neubestellungen in den ersten neun Monaten dieses Jahres nach sich zogen. Darüber hinaus belastete die anhaltend schwache konjunkturelle Lage im Bereich der Konsumgüter vor allem in den USA die Umsatzentwicklung zusätzlich. Neben dem Projektgeschäft realisierte in dieser Kategorie unser Tochterunternehmen Birambeau gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 2,8 Prozent geringere Umsätze in Höhe von 16,4 Mio €. Vor allem der schleppende Verkauf saisonbedingter Artikel infolge der schlechten Witterungslage im Frühling 2012 bremste dort die Entwicklung.
- In der Kategorie **Wellbeing** wurden in den ersten neun Monaten 2012 planmäßig keine nennenswerten Umsätze außerhalb unserer Markennamen erzielt.
- **Lohnfertigungen** aus dem Werk in Blatná/Tschechische Republik erreichten einen Umsatz von 1,7 Mio € (Vorjahr: 2,1 Mio €). Der Anteil am Volumengeschäft reduzierte sich damit auf 5,3 Prozent.

Nach einem schwierigen ersten Halbjahr lag der Umsatz im Volumengeschäft im dritten Quartal 2012 mit 11,5 Mio € um 9,6 Prozent unterhalb des Vorjahreswertes (Q3/2011: 12,7 Mio €).

Entwicklung der Konzern-Bruttomarge

Die Ertragslage des Leifheit-Konzerns zeigte sich in den ersten neun Monaten 2012 weiterhin solide. Die Bruttomarge erhöhte sich um 1,5 Prozentpunkte auf 44,0 Prozent (Vorjahr: 42,5 Prozent).

Innerhalb des Segments Markengeschäft führten Preiseffekte, Innovationen, Sortimentsüberarbeitungen sowie der bewusste Verzicht auf margenschwache Geschäfte zu der um 1,5 Prozentpunkte gestiegenen Bruttomarge von 46,2 Prozent. Der Verbesserung wirkten währungsbedingt höhere Einkaufspreise für Waren in US-Dollar entgegen. Die Bruttomarge im Volumengeschäft blieb stabil bei 34,9 Prozent.

Im Rahmen unserer Strategie „Leifheit Go!“ haben wir in den ersten neun Monaten 2012 weitere Rationalisierungserfolge und Prozessoptimierungen realisiert, um damit unter anderem die Kostenbasis des Konzerns zu entlasten. Demgegenüber standen im Berichtszeitraum erhöhte Marketingaufwendungen, um unsere Dachmarkenstrategie zu forcieren und unsere Vertriebsaktivitäten zu intensivieren.

Konzernergebnis

Das Konzernergebnis (EBIT) stieg in den ersten neun Monaten um 9,4 Prozent auf 7,7 Mio € (Vorjahr: 7,1 Mio €).

Die Aufschlüsselung nach Unternehmensbereichen ergibt für das Markengeschäft einen Anstieg des EBIT auf 5,7 Mio € (Vorjahr: 4,3 Mio €). In diesem Unternehmensbereich werden die Effekte unserer Strategie „Leifheit Go!“ besonders deutlich. Ein anderes Bild zeigt sich im Volumengeschäft. Hier mussten wir einen EBIT-Rückgang auf 2,0 Mio € (Vorjahr: 2,8 Mio €) hinnehmen. Gründe hierfür waren insbesondere deutlich gestiegene Einkaufspreise sowie die genannten niedrigeren Umsatzerlöse.

Erfreulich positiv entwickelte sich unser Vorsteuerergebnis (EBT) auf Konzernebene. Es stieg um 5,4 Prozent auf 6,4 Mio € (Vorjahr: 6,1 Mio €). Die Steuerquote stieg von 2 Prozent auf 19 Prozent aufgrund geringerer zusätzlicher Aktivierung aktiver latenter Steuern auf Verlustvorträge. Das Periodenergebnis ging daher um 0,8 Mio € auf 5,2 Mio € (Vorjahr: 6,0 Mio €) zurück.

Finanz- und Vermögenslage

Liquidität

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit erreichte 1,0 Mio € (Vorjahr: 4,5 Mio €). Dazu trugen das Periodenergebnis von 5,2 Mio € (Vorjahr: 6,0 Mio €), die Abschreibungen von 4,8 Mio € (Vorjahr: 5,0 Mio €), die Abnahme von Verbindlichkeiten und anderer Passiva von 3,9 Mio € (Vorjahr: 6,6 Mio €) und die Zunahme der Forderungen und anderer Aktiva von 4,9 Mio € (Vorjahr: 0,1 Mio €) bei.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit fiel auf 4,0 Mio € (Vorjahr: 11,7 Mio €). Die Auszahlungen für Investitionen stiegen um 4,0 Mio € auf 6,7 Mio €. Demgegenüber standen Einzahlungen von 4,0 Mio € aus einer Kaufpreisforderung aus dem Verkauf des Badbereichs im Jahr 2010 sowie Einzahlungen aus Finanziellen Vermögenswerten von 6,7 Mio € (Vorjahr: 15,0 Mio €), bedingt durch den Verkauf von Schuldscheindarlehen von 10,0 Mio € und den Kauf einer Inhaberschuldverschreibung von 3,3 Mio €.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit beinhaltete im Wesentlichen die ausgezahlte Dividende und betrug -6,1 Mio € (Vorjahr: -14,4 Mio €).

Investitionen

Die Zugänge zum Sachanlagevermögen betragen 6,6 Mio € (Vorjahr: 2,6 Mio €) und betrafen Erweiterungen der Produktionsstätte in der Tschechischen Republik, weitere Lagerautomatisierungen in Zuzenhausen, Werkzeuge für Neuprodukte, Maschinen, Rationalisierungsinvestitionen für Produktionsanlagen, Warenträger sowie Betriebs- und Geschäftsausstattungen. Die Zugänge zu den Immateriellen Vermögenswerten erreichten wie im Vorjahr 0,1 Mio €.

Die Investitionsquote belief sich auf 4,0 Prozent, bezogen auf die historischen Anschaffungs- und Herstellungskosten des Anlagevermögens. Im Markengeschäft investierten wir 6,3 Mio € und im Volumengeschäft 0,4 Mio €. Den Investitionen standen Abschreibungen auf Sachanlagen in Höhe von 3,8 Mio € und auf Immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 1,0 Mio € entgegen.

Bilanzstruktur

Die Bilanzsumme fiel von 198,9 Mio € am 31. Dezember 2011 um 4,7 Mio € auf 194,2 Mio €. Die Zahlungsmittel reduzierten sich um 1,2 Mio € auf 28,3 Mio €, die Finanziellen Vermögenswerte gingen, bedingt durch eine Anlage in Form einer Inhaberschuldverschreibung und Einzahlungen von Schuldscheindarlehen, um 6,7 Mio € auf 3,3 Mio € zurück.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen stiegen im Vergleich zum 31. Dezember 2011 um 1,0 Mio € auf 47,1 Mio €, die Vorräte stiegen umsatzbedingt um 4,5 Mio € auf 42,9 Mio €. Die Sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte fielen um 5,2 Mio € auf 2,0 Mio €. Dies betraf im Wesentlichen die restliche Kaufpreiszahlung aus dem Verkauf des Badbereichs von 4,0 Mio € sowie den Rückgang der Umsatzsteuerforderungen. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen fielen im Vergleich zum 31. Dezember 2011 um 3,7 Mio € auf 43,2 Mio €.

Das Eigenkapital fiel von 98,9 Mio € am 31. Dezember 2011 auf 98,3 Mio €. Dies resultiert im Wesentlichen aus der Auszahlung der Dividende von 6,2 Mio €. Dem wirkte das Periodenergebnis der ersten neun Monate 2012 in Höhe von 5,2 Mio € entgegen. Die Eigenkapitalquote betrug 50,6 Prozent.

Im Vergleich zum Jahresende 2011 haben sich beim nicht bilanzierungsfähigen Vermögen (hauptsächlich geleaste und gemietete Güter) keine wesentlichen Veränderungen ergeben. Es wurden auch keine neuen außerbilanziellen Finanzierungsinstrumente eingesetzt. Unternehmenskäufe oder Verkäufe wurden im Berichtszeitraum nicht getätigt.

Eigene Aktien

Im Berichtszeitraum verwendete Leifheit 3.646 eigene Anteile in Form der Ausgabe von Mitarbeiteraktien. Dies entsprach 0,07 Prozent des Grundkapitals. Der darauf entfallende Betrag des Grundkapitals betrug 11 T €. In den ersten neun Monaten 2012 wurden keine eigenen Anteile erworben. Unter Einschluss der in den Vorjahren erworbenen und ausgegebenen eigenen Aktien halten wir am 30. September 2012 einen Bestand in Höhe von 7.750 T €, entsprechend 253.954 Stückaktien (5,08 Prozent des Aktienkapitals).

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

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Es bestehen Miet- und Leasingverträge für Geschäftsräume, EDV- und Telefonanlagen, Fahrzeuge und Ähnliches sowie Lizenzverträge in Höhe von 3,2 Mio € (Vorjahr: 3,7 Mio €). Die zukünftigen Mindestzahlungen aufgrund von unkündbaren Leasing- oder Mietverträgen betragen bis zu einem Jahr 0,7 Mio € (Vorjahr: 0,8 Mio €), zwischen einem und fünf Jahren 2,1 Mio € (Vorjahr: 2,4 Mio €) und länger als fünf Jahre 0,4 Mio € (Vorjahr: 0,5 Mio €). Bei den Miet- und Leasingverträgen handelt es sich um Operating-Leasingverhältnisse im Sinne von IAS 17.

Zum 30. September 2012 bestehen Abnahmeverpflichtungen im Wert von 1,2 Mio € (Vorjahr: 0,9 Mio €).

Es bestehen Verpflichtungen aus Verträgen über den Erwerb von Gegenständen des Sachanlagevermögens in Höhe von 2,7 Mio €, insbesondere für Werkzeuge.

Darüber hinaus bestehen Auszahlungsverpflichtungen aufgrund von Devisentermingeschäften zur Wechselkursabsicherung in USD in Höhe von 28,6 Mio €, denen vertragliche Einzahlungen in Höhe von 36,7 Mio USD gegenüberstehen (Nominalwert am 30. September 2012: 28,5 Mio €), sowie in Höhe von 18,1 Mio USD, denen vertragliche Einzahlungen in Höhe von 14,3 Mio € gegenüberstehen (Nominalwert am 30. September 2012: 14,0 Mio €). Weiterhin bestehen Auszahlungsverpflichtungen aufgrund von Devisentermingeschäften zur Wechselkursabsicherung in HKD in Höhe von 0,7 Mio €, denen vertragliche Einzahlungen in Höhe von 7,4 Mio HKD gegenüberstehen (Nominalwert am 30. September 2012: 0,7 Mio €).

Zum 30. September 2012 bestanden weiterhin Devisenterminkontrakte über den Kauf von USD, die zur Absicherung erwarteter und mit hoher Wahrscheinlichkeit eintretender künftiger Warenkäufe in den Monaten Januar bis Dezember 2013 bei Lieferanten in Fernost in Höhe von 15,0 Mio USD designiert wurden. Die Sicherungsbeziehungen wurden als in hohem Maße wirksam eingestuft. Aus den Sicherungsinstrumenten wurde zum 30. September 2012 ein nicht realisierter Verlust von 80 T € (davon 31 T € aus latenten Steuern) ergebnisneutral im Eigenkapital erfasst.

Haftungsverhältnisse

Die Konzerngesellschaften sind keine Haftungsverpflichtungen eingegangen.

Gesamtaussage

Mit gemischten Gefühlen blicken wir auf die ersten neun Monate 2012 zurück. Die Konsumneigung der Verbraucher insbesondere im europäischen Ausland ist weiter zurückgegangen. Dieser Entwicklung konnten auch wir uns nicht vollständig entziehen. Hinzu kamen ungünstige Bedingungen durch ein sehr wechselhaftes Wetter im Frühling – dieser Effekt wirkt sich regelmäßig spürbar auf unser Geschäft mit Wäscheschirmen aus – sowie das schwächere Projektgeschäft in den USA. In der Summe spiegeln sich diese Entwicklungen in unseren leicht gesunkenen Umsatzerlösen wider. Trotzdem konnten wir im dritten Quartal auch positive Impulse setzen. So hat sich unser Markengeschäft wieder deutlich stärker entwickelt als noch im ersten Halbjahr. Des Weiteren haben wir wesentliche Kennzahlen wie die Bruttomarge und das EBIT weiter verbessert. Dies zeigt uns, dass wir den richtigen Weg eingeschlagen haben.

Mitarbeiter

In den ersten neun Monaten waren im Leifheit-Konzern durchschnittlich 1.018 Mitarbeiter beschäftigt (Vorjahr: 1.093) – davon 722 Mitarbeiter im Markengeschäft und 296 Mitarbeiter im Volumengeschäft.

Standorte	1. Januar bis 30. Sept. 2012	1. Januar bis 30. Sept. 2011
Deutschland	403	416
Tschechische Republik	376	417
Frankreich	174	182
Sonstige Länder	65	78
Konzern	1.018	1.093

Der Mitarbeiterrückgang um 6,9 Prozent ist im Wesentlichen auf zwei Effekte zurückzuführen: den Rückgang der Lohnfertigung im Auftrag Dritter im tschechischen Werk und die Schließung der tunesischen Produktionsstätte im Jahr 2011. Beides erfolgte im Rahmen unserer Unternehmensstrategie.

Mit 39,6 Prozent beschäftigen wir den größten Teil unserer Mitarbeiter in Deutschland, gefolgt von 36,9 Prozent in der Tschechischen Republik und 17,1 Prozent in Frankreich. Die verbleibenden 6,4 Prozent der Beschäftigten verteilen sich auf verschiedene Länder innerhalb Europas und die USA.

Personelle Veränderungen in den Organen

Im Berichtszeitraum gab es keine personellen Veränderungen in den Organen.

Chancen und Risiken

Zu den Chancen und Risiken für Leifheit verweisen wir auf den Konzernlagebericht zum 31. Dezember 2011, in dem diese ausführlich beschrieben werden. Wesentliche Änderungen haben sich im Berichtszeitraum nicht ergeben. Weiterhin erwarten wir keine einzelnen oder aggregierten Risiken, welche die Unternehmensfortführung wesentlich gefährden.

Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Personen

Im Berichtszeitraum gab es keine Beziehungen zu oder Geschäfte mit nahestehenden Personen oder nahestehenden konzernfremden Unternehmen.

Das Mutterunternehmen, in dessen Konzernabschluss die Leifheit AG einbezogen wird, ist die Home Beteiligungen GmbH, München.

Ereignisse nach Ablauf des Berichtszeitraumes

Seit dem 30. September 2012 sind keine Vorgänge von besonderer Bedeutung eingetreten, von denen ein wesentlicher Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Leifheit-Konzerns erwartet wird.

Gezahlte Dividende

Am 25. Mai 2012 wurde aus dem Bilanzgewinn der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2011 eine Dividende von 1,30 € je dividendenberechtigter Stückaktie – das sind bei 4.746.046 Stückaktien insgesamt 6.169.859,80 € – an die Aktionäre ausgeschüttet.

Prognosebericht

Anhaltende Erholung auf geringerem Niveau

Für das Gesamtjahr 2012 hat der Internationale Währungsfonds (IWF) seine Prognose im Oktober leicht nach unten korrigiert. Die Weltwirtschaftsleistung wird voraussichtlich mit 3,3 Prozent wachsen. Damit korrigiert der IWF seine Annahmen im Vergleich zum Juli um 0,2 Prozentpunkte nach unten. Für die Schwellenländer prognostiziert der Währungsfonds ebenfalls eine leicht rückläufige Steigerungsrate von 5,3 Prozent. Dies liegt nach Angaben des IWF vor allem an dem geringeren Wachstum und der anhaltenden Ungewissheit in den Industrienationen. Die Vorhersage für die USA zeigt sich mit 2,2 Prozent stabil. Europa bleibt aufgrund der anhaltenden Wirtschaftskrise weiter hinter der globalen Entwicklung zurück. Das BIP der europäischen Länder wird 2012 voraussichtlich um 0,4 Prozent sinken. Positiv werten die Währungshüter die anhaltenden Anstrengungen auf politischer Ebene zur Überwindung der Krise. Deutschland bleibt mit Blick auf die letzte Schätzung im Juli mit einem Plus von 0,9 Prozent stabil.

Europäische Verbraucher blicken verhalten in die Zukunft

Die Verbraucher in vielen europäischen Ländern blicken negativ auf das vierte Quartal 2012. Es wird mit einer weiter rückläufigen Wirtschaftsleistung und anhaltender Arbeitslosigkeit gerechnet. Insbesondere in den Krisenstaaten Griechenland, Portugal, Spanien und Italien können große Teile der Bevölkerung keine weiteren Einschnitte mehr verkraften und schauen entsprechend verhalten in die Zukunft.

Umfragen zufolge ist die Verbraucherstimmung in Deutschland weiterhin gut, obwohl die mehrheitliche Meinung besagt, dass die europaweite Wirtschaftskrise auch Deutschland in den nächsten Monaten zunehmend treffen wird. Der Grund für die anhaltend stabile Konsumentenstimmung ist die gesicherte Einkommenssituation in Verbindung mit dem stabilen Arbeitsmarkt.

Strategische Anpassungen

Vor dem Hintergrund der anhaltend unsicheren Wirtschaftsentwicklung vor allem in Südeuropa werden wir den Länderfokus im Rahmen unserer Strategie „Leifheit Go!“ gezielt anpassen. Wachstumspotenzial sehen wir aktuell insbesondere in der Region Osteuropa und in ausgewählten Ländern Asiens.

In Verbindung mit unserer Vertriebsstrategie haben wir unsere Präsenz am Point of Sale, beispielsweise in Baumärkten und SB-Warenhäusern, erfolgreich intensiviert. Zusätzlich werden wir in Zukunft verstärkt den Absatzkanal E-Commerce ausbauen. Mit innovativen Konzepten im Hinblick auf die speziellen Bedürfnisse des Internethandels planen wir unsere Produkte über diesen Vertriebskanal noch stärker als bisher zu vertreiben. Hierfür setzen wir insbesondere auf bestehende Partnerschaften im Multi-Channel-Handel und werden auch neue internationale Kooperationsmöglichkeiten forcieren.

Darüber hinaus planen wir, durch Organisationsanpassungen und Prozessoptimierungen insbesondere in den Bereichen Marketing und Produktentwicklung weitere Effizienzsteigerungen zu erzielen. Auf diese Weise sind wir gut aufgestellt, um den zukünftigen Anforderungen an die Entwicklung und Vermarktung innovativer Produkte für die internationalen Märkte und den E-Commerce-Handel optimal zu begegnen.

Mithilfe weiterer Produktinnovationen, auf die der Handel bereits wartet, stärken wir unsere Position im Wettbewerbsumfeld zusätzlich. Dabei streben wir innerhalb unserer Produktkategorien führende Marktpositionen an.

Leifheit erwartet deutliches Ergebniswachstum für 2012

Für das Gesamtjahr 2012 planen wir auf Konzernebene eine leichte Umsatzsteigerung gegenüber dem Vorjahr. Dies setzt voraus, dass sich die Rahmenbedingungen für unser Geschäft und die Einflüsse auf unsere Hauptabsatzmärkte im vierten Quartal nicht wesentlich verändern.

Das Markengeschäft als unser größter Unternehmensbereich bildet mit seinem soliden Wachstum und stabilen Margen die Basis für diese Entwicklung. In diesem Segment werden wir die für 2012 gesetzten Ziele vollständig erreichen. Auch in Zukunft wird das Markengeschäft im Fokus unserer Aktivitäten stehen. Im Gegensatz dazu wird unser Volumengeschäft im Vergleich zum Vorjahr deutlich hinter unseren Erwartungen zurückbleiben.

Wir gehen weiterhin davon aus, dass sich unser Konzern-EBIT im Gesamtjahr positiv entwickeln wird. Unverändert planen wir eine überproportionale Ergebnissteigerung (bezogen auf das um den positiven Einmaleffekt aus der Erlangung des beherrschenden Einflusses an der Leifheit CZ a.s. bereinigte EBIT 2011) von mindestens zehn Prozent. Trotz herausfordernder Marktbedingungen bestätigen wir damit unsere Ergebnisprognose für das Gesamtjahr 2012.

Wir arbeiten weiterhin daran, ein nachhaltiges Umsatz- und Ergebniswachstum zu erzielen und unsere Profitabilität langfristig weiter zu steigern.

Zwischenabschluss (verkürzt)

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

T €	1. Juli bis 30. Sept. 2012	1. Juli bis 30. Sept. 2011	1. Januar bis 30. Sept. 2012	1. Januar bis 30. Sept. 2011
Umsatzerlöse	53.485	53.362	163.950	164.787
Kosten der Umsatzerlöse	-30.556	-31.289	-91.811	-94.774
Bruttoergebnis	22.929	22.073	72.139	70.013
Forschungs- und Entwicklungskosten	-872	-803	-2.496	-2.600
Vertriebskosten	-16.153	-14.828	-51.692	-50.202
Verwaltungskosten	-3.757	-3.213	-10.145	-9.618
Sonstige betriebliche Erträge	424	137	939	1.158
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-36	-463	-841	-891
Fremdwährungsergebnis	44	769	-188	-805
Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT)	2.579	3.672	7.716	7.055
Zinsergebnis/Sonstiges Finanzergebnis	-433	-123	-1.299	-966
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	2.146	3.549	6.417	6.089
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-439	745	-1.234	-109
Periodenergebnis	1.707	4.294	5.183	5.980
Ergebnisneutrale Bestandteile des Gesamtergebnisses nach Steuern				
Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	48	-18	118	53
Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	112	-169	197	169
Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	-80	-	-80	-
Gesamtergebnis nach Steuern	1.787	4.107	5.418	6.202
Vom Periodenergebnis entfallen auf				
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	1	2	-15	-
Anteilseigner des Mutterunternehmens	1.706	4.292	5.198	5.980
Periodenergebnis	1.707	4.294	5.183	5.980
Vom Gesamtergebnis entfallen auf				
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-	2	-18	-
Anteilseigner des Mutterunternehmens	1.787	4.105	5.436	6.202
Gesamtergebnis nach Steuern	1.787	4.107	5.418	6.202
Ergebnis je Aktie (unverwässert und verwässert)	0,36 €	0,91 €	1,09 €	1,26 €

Konzernbilanz

T €	30. Sept. 2012	31. Dez. 2011
Kurzfristige Vermögenswerte		
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	28.280	29.511
Finanzielle Vermögenswerte	3.265	10.000
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	47.052	46.067
Vorräte	42.901	38.382
Forderungen aus Ertragsteuern	1.186	433
Derivative Finanzinstrumente	435	46
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	1.975	7.183
Summe kurzfristige Vermögenswerte	125.094	131.622
Langfristige Vermögenswerte		
Finanzielle Vermögenswerte	5	5
Sachanlagevermögen	38.239	35.175
Immaterielle Vermögenswerte	19.471	20.398
Latente Steueransprüche	7.597	8.031
Forderungen aus Ertragsteuern	3.599	3.465
Sonstige langfristige Vermögenswerte	185	184
Summe langfristige Vermögenswerte	69.096	67.258
Summe Vermögenswerte	194.190	198.880
Kurzfristige Schulden		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	43.201	46.910
Derivative Finanzinstrumente	313	585
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	638	241
Rückstellungen	4.633	5.061
Sonstige kurzfristige Schulden	–	31
Summe kurzfristige Schulden	48.785	52.828
Langfristige Schulden		
Rückstellungen	2.333	2.524
Verpflichtungen aus Leistungen an Arbeitnehmer	42.719	42.274
Latente Steuerschulden	2.014	2.228
Sonstige langfristige Schulden	87	85
Summe langfristige Schulden	47.153	47.111
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	15.000	15.000
Kapitalrücklage	16.934	16.934
Eigene Anteile	-7.750	-7.813
Gewinnrücklagen	71.240	72.212
Umrechnungsrücklage	2.759	2.521
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	69	87
Summe Eigenkapital	98.252	98.941
Summe Eigenkapital und Schulden	194.190	198.880

Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals

Das auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallende Eigenkapital entwickelte sich wie folgt:

T €	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Eigene Anteile	Gewinnrücklagen	Umrückerücklage	Summe
Stand zum 1.1.2011	15.000	16.934	-7.685	74.364	2.813	101.426
Erwerb von eigenen Anteilen	-	-	-128	-	-	-128
Dividenden	-	-	-	-14.227	-	-14.227
Gesamtergebnis	-	-	-	5.980	222	6.202
davon Periodenergebnis	-	-	-	5.980	-	5.980
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	53	53
davon Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausl. Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	169	169
Stand zum 30.9.2011	15.000	16.934	-7.813	66.117	3.035	93.273
Stand zum 1.1.2012	15.000	16.934	-7.813	72.212	2.521	98.854
Ausgabe von eigenen Anteilen	-	-	63	-	-	63
Dividenden	-	-	-	-6.170	-	-6.170
Gesamtergebnis	-	-	-	5.198	238	5.436
davon Periodenergebnis	-	-	-	5.198	-	5.198
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	121	121
davon Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausl. Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	197	197
davon Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	-	-	-	-	-80	-80
Stand zum 30.9.2012	15.000	16.934	-7.750	71.240	2.759	98.183

Die Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals stellt sich wie folgt dar:

T €	Anteile Eigner Mutterunternehmen	Anteile ohne beherrschenden Einfluss	Summe Eigenkapital
Stand zum 1.1.2011	101.426	90	101.516
Erwerb von eigenen Anteilen	-128	-	-128
Dividenden	-14.227	-	-14.227
Gesamtergebnis	6.202	-	6.202
davon Periodenergebnis	5.980	-	5.980
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	53	-	53
davon Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausl. Geschäftsbetriebe	169	-	169
Stand zum 30.9.2011	93.273	90	93.363
Stand zum 1.1.2012	98.854	87	98.941
Ausgabe von eigenen Anteilen	63	-	63
Dividenden	-6.170	-	-6.170
Gesamtergebnis	5.436	-18	5.418
davon Periodenergebnis	5.198	-15	5.183
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	121	-3	118
davon Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausl. Geschäftsbetriebe	197	-	197
davon Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	-80	-	-80
Stand zum 30.9.2012	98.183	69	98.252

Konzern-Kapitalflussrechnung

T €	1. Januar bis 30. Sept. 2012	1. Januar bis 30. Sept. 2011
Periodenergebnis	5.183	5.980
Berichtigungen für Abschreibungen	4.831	4.953
Abnahme/Zunahme der Rückstellungen	-179	222
Gewinn/Verlust aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	-9	40
Zunahme der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-4.892	-142
Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-3.921	-6.592
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	1.013	4.461
Einzahlungen aus der Veräußerung eines Unternehmensbereiches	4.000	–
Erwerb von Sachanlagen und Immateriellen Vermögenswerten	-6.719	-2.675
Investitionen in das Finanzanlagevermögen	–	-668
Einzahlungen aus Finanziellen Vermögenswerten	6.735	15.000
Einzahlungen aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	29	75
Cashflow aus Investitionstätigkeit	4.045	11.732
Ausgabe/Erwerb von eigenen Anteilen	63	-128
Gezahlte Dividende an die Aktionäre der Muttergesellschaft	-6.170	-14.227
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-6.107	-14.355
Effekte aus Wechselkursdifferenzen	-182	8
Nettoveränderung von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	-1.231	1.846
Finanzmittelbestand am Anfang der Berichtsperiode	29.511	26.256
Finanzmittelbestand am Ende der Berichtsperiode	28.280	28.102

Konzern-Segmentberichterstattung

Kennzahlen nach Unternehmensbereichen zum 30.9.2012		Marken- geschäft	Volumen- geschäft	Summe
Umsatzerlöse	Mio €	132,0	32,0	164,0
Bruttomarge	Mio €	61,0	11,1	72,1
Deckungsbeitrag	Mio €	49,5	9,9	59,4
Ergebnis (EBIT)	Mio €	5,7	2,0	7,7
Abschreibungen	Mio €	3,8	1,0	4,8
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt		722	296	1.018

Kennzahlen nach Unternehmensbereichen zum 30.9.2011		Marken- geschäft	Volumen- geschäft	Summe
Umsatzerlöse	Mio €	129,3	35,5	164,8
Bruttomarge	Mio €	57,7	12,3	70,0
Deckungsbeitrag	Mio €	46,4	11,1	57,5
Ergebnis (EBIT)	Mio €	4,3	2,8	7,1
Abschreibungen	Mio €	4,1	0,9	5,0
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt		742	351	1.093

Erklärung des Vorstands

Der Vorstand versichert nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Zwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Zwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Nassau/Lahn, im November 2012

Leifheit Aktiengesellschaft
Der Vorstand



Georg Thaller



Dr. Claus-O. Zacharias

Disclaimer

Zukunftsbezogene Aussagen

Dieser Quartalsfinanzbericht 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 (z. B. Umwandlung von elektronischen Formaten) kann es zu Abweichungen zwischen den in diesem Quartalsfinanzbericht enthaltenen und den beim Bundesanzeiger eingereichten Rechnungslegungsunterlagen kommen. In diesem Fall gilt die beim Bundesanzeiger eingereichte Fassung als die verbindliche Fassung.

Der Quartalsfinanzbericht liegt ebenfalls in englischer Übersetzung vor; bei Abweichungen geht die deutsche Fassung des Quartalsfinanzberichtes der englischen Übersetzung vor.

Termine

- **13. November 2012**
Präsentation auf dem Deutschen Eigenkapitalforum, Frankfurt/Main
- **14. Februar 2013**
Pressekonferenz zur Internationalen Frankfurter Messe Ambiente, Frankfurt/Main
- **9. April 2013**
Analystenkonferenz, Frankfurt/Main
- **9. April 2013**
Jahresfinanzberichte 2012
- **14. Mai 2013**
Quartalsfinanzbericht zum 31. März 2013
- **6. Juni 2013**
Hauptversammlung, 10:30 Uhr, Kunden- und Verwaltungszentrum der Leifheit AG, Nassau/Lahn
- **13. August 2013**
Halbjahresfinanzbericht zum 30. Juni 2013
- **11. November 2013**
Quartalsfinanzbericht zum 30. September 2013



Aktiengesellschaft

Postfach 11 65

D-56371 Nassau/Lahn

Telefon: +49 2604 977-0

Telefax: +49 2604 977-300

www.leifheit.com

ir@leifheit.com