

# Quartalsmitteilung zum 30. September 2022

## Auf einen Blick

- Konzernumsatz in den ersten neun Monaten 2022 mit 193,2 Mio. € um 14,2 Prozent unter starkem Vorjahreswert, aber weiterhin deutlich über Vor-Corona-Niveau
- Auswirkungen des Russland-Ukraine-Krieges, hohe Energiekosten und Inflation drücken das Konsumklima auf Rekordtief
- Konzern-EBIT weiterhin von drastischem Anstieg der Material- und Energiepreise belastet
- Free Cashflow steigt im dritten Quartal 2022 um 12,5 Mio. € und erreicht 2,0 Mio. €
- Konzernprognose für Gesamtjahr 2022: starker Umsatzrückgang im niedrigen zweistelligen Prozentbereich, EBIT im unteren einstelligen Millionenbereich, positiver Free Cashflow unter dem Vorjahreswert

## Konzernkennzahlen zum 30. September

		2021	2022	Veränderung
<b>Umsatz<sup>1</sup></b>				
Konzern	Mio. €	225,3	193,2	- 14,2 %
Household	Mio. €	182,0	158,9	- 12,7 %
Wellbeing	Mio. €	19,8	11,7	- 40,7 %
Private Label	Mio. €	23,5	22,6	- 3,8 %
Auslandsanteil	%	54,9	58,4	3,5 PP
<b>Rentabilität</b>				
Bruttomarge <sup>1</sup>	%	42,5	38,4	- 4,1 PP
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	Mio. €	11,2	6,1	- 45,5 %
Free Cashflow	Mio. €	7,1	2,0	- 71,3 %
Fremdwährungsergebnis	Mio. €	0,6	3,8	> 100 %
EBIT	Mio. €	16,6	3,2	- 80,8 %
EBIT-Marge <sup>1</sup>	%	7,4	1,6	- 5,8 PP
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	Mio. €	16,0	2,5	- 84,1 %
Periodenergebnis	Mio. €	11,5	2,2	- 81,2 %
Ergebnis je Aktie (EPS)	€	1,21	0,23	- 81,0 %
<b>Investitionen</b>	Mio. €	4,3	4,1	- 4,0 %

<sup>1</sup> 2021 Anpassung aufgrund von Jahresabschlusseffekten.

# Vorwort

## Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

die Rahmenbedingungen für unser Unternehmen haben sich auch im dritten Quartal des Geschäftsjahres 2022 als äußerst herausfordernd erwiesen. In Anbetracht eines schwierigen Marktumfelds, das insbesondere durch ein sich weiter eintrübendes Konsumklima in wichtigen europäischen Zielmärkten geprägt war, haben wir in den ersten neun Monaten 2022 einen Konzernumsatz von 193,2 Mio. € erzielt. Dieser liegt damit deutlich unter dem starken Vorjahreswert von 225,3 Mio. €, aber insgesamt weiterhin auf einem deutlich erhöhten Niveau im Vergleich zu den Geschäftsjahren der Vor-Corona-Zeit.

Auch im dritten Quartal führten die seit 2021 auf extrem hohem Niveau liegenden Rohstoffkosten und die Verteuerung der Energiepreise zu deutlich gestiegenen Herstellkosten. Zusätzlich trüben der hohe Inflationsdruck und die Unsicherheit infolge des Russland-Ukraine-Krieges die allgemeine Kauflaune nachhaltig ein. Die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) prognostizierte für Oktober 2022 mit inzwischen –42,5 Punkten ein neues Allzeittief für das Konsumklima in Deutschland. Gleichzeitig steht unser Heimatmarkt vor einer Rezession.

Die außerordentliche Marktsituation beeinflusste auch das Ergebnis in den ersten neun Monaten 2022. Im Berichtszeitraum verzeichneten wir ein Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT) von 3,2 Mio. €. Der Rückgang um 13,4 Mio. € resultierte im Wesentlichen aus den fehlenden Deckungsbeiträgen aus dem Umsatzrückgang sowie den drastisch gestiegenen Material- und Energiepreisen. Vor diesem Hintergrund setzen wir weiterhin auf ein striktes Kosten- und Ressourcenmanagement und stehen fortlaufend in Verhandlungen mit unseren Partnern. Erfreulich ist in diesem Zusammenhang, dass die erfolgreich verhandelten Verkaufspreiserhöhungen sukzessive ihre Wirkung entfalten. Diese können die enorm erhöhten Kosten jedoch nur teilweise kompensieren.

Der Leifheit-Konzern verfügt mit 29,8 Mio. € weiterhin über eine solide Liquiditätsausstattung ohne Bankschulden. Der Free Cashflow erreichte nach drei Quartalen 2,0 Mio. €, nachdem er zum 30. Juni 2022 aufgrund des stichtagsbezogenen Anstiegs des Working Capitals noch –10,5 Mio. € betragen hatte. Angesichts anhaltender Engpässe in den Beschaffungsmärkten wirken wir weiterhin proaktiv darauf hin, unsere Lieferfähigkeit durch ein vorausschauendes Sicherheits- und Bestandsmanagement sowie durch eine flexible Steuerung unserer Produktion sicherzustellen.

Des Weiteren legen wir in der aktuellen Marktsituation weiter ein Augenmerk darauf, noch stärker die Kernqualitäten unserer Produkte hervorzuheben. Im Leifheit-Konzern bedienen wir die Trends hin zu nachhaltigeren und energiesparenden Produktalternativen. Viele unserer Produkte sind stromsparend, langlebig und damit von Natur aus nachhaltig. Angesichts steigender Energiepreise suchen viele Haushalte nach Lösungen, ihren Energieverbrauch und somit ihre Stromkosten zu reduzieren. Mit der Aktion „Die Stromsparer“ motivieren wir Verbraucher zum Switch zum stromfreien Wäschetrockner. Für die privaten Haushalte ein nicht unwichtiger Hebel. Durchschnittlich fließen alleine 14 Prozent des verwendeten Haushaltsstroms in das Waschen und Trocknen von Wäsche. Der Wechsel von elektronischen Trocknern auf Wäscheständer wie den Leifheit Pegasus und Wäschespinnen wie die Leifheit Linomatic spart zudem nicht nur Strom und damit bares Geld, sondern ermöglicht gleichzeitig Einsparungen von ca. 150 kg CO<sub>2</sub> im Vergleich zu einem elektrischen Trockner.

Insgesamt sehen wir den Leifheit-Konzern angesichts extrem hoher Beschaffungskosten, der Verschlechterung des konjunkturellen Umfelds sowie eines von Inflationssorgen und Konsumzurückhaltung geprägten Verbraucherverhaltens auch im Schlussquartal des Jahres 2022 mit umfangreichen Herausforderungen konfrontiert.

Auf Basis der Geschäftsergebnisse zum 30. September 2022 rechnen wir für das Geschäftsjahr 2022 weiterhin mit einem starken, voraussichtlich im niedrigen zweistelligen Prozentbereich liegenden Umsatzrückgang gegenüber dem starken Vorjahreswert von 288,3 Mio. €. Daneben erwarten wir aufgrund der deutlichen Kostensteigerungen auf der Beschaffungsseite weiterhin ein Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT), das voraussichtlich im unteren einstelligen Millionenbereich liegen wird. Auf Basis der vorgenannten Einschätzungen rechnen wir mit einem positiven Free Cashflow unter dem Vorjahreswert.

Wir sehen uns mit unserer soliden Basis auch unter den zunehmend schwierigen Rahmenbedingungen gut aufgestellt. Als Vorstandsteam arbeiten wir weiter im Sinne der Aktionäre daran, Leifheit auf einen nachhaltigen Wachstumspfad zurückzuführen.

Wir freuen uns, wenn Sie dem Leifheit-Konzern auf diesem spannenden Weg weiterhin die Treue halten.

Ihr Vorstand

Henner Rinsche

Igor Iraeta Munduate

Marco Keul

# Quartalsmitteilung zum 30. September 2022

## Geschäftsverlauf

Der Leifheit-Konzern hat in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2022 einen Umsatz von 193,2 Mio. € erwirtschaftet, nach einem Vorjahreswert von 225,3 Mio. €. Der Umsatzrückgang von 32,1 Mio. € ist neben dem außerordentlich starken Vergleichszeitraum des Vorjahres vor allem auf ein sich weiter eintrübendes Konsumklima in den Kernmärkten des Leifheit-Konzerns zurückzuführen. Drastische Preissteigerungen in den Sektoren Lebensmittel, Energie und Wohnen sowie die weiterhin andauernde Unsicherheit aufgrund des Russland-Ukraine-Krieges führten insbesondere im Kernmarkt Deutschland zu einer wachsenden Konsumzurückhaltung. Der Non-Food-Sektor, dem auch die Produkte des Leifheits-Konzerns zuzurechnen sind, ist dabei besonders von dem veränderten Verbraucherverhalten betroffen, das sich verstärkt auf die Versorgung mit Produkten des Grundbedarfs konzentriert.

Dem herausfordernden Marktumfeld begegnete der Leifheit-Konzern neben einem weiterhin strikten Kosten- und Ressourcenmanagement auch im dritten Quartal 2022 mit gezielten Vertriebs- und Marketingaktivitäten in ausgewählten Märkten. Insgesamt blieben die Umsätze dabei auf einem vergleichsweise hohen Niveau. So lag der Konzernumsatz in den ersten neun Monaten 2022 noch mit rund 9 Prozent deutlich über dem Vergleichswert im Vor-Corona-Jahr 2019.

Nichtsdestotrotz sind in allen Segmenten die außergewöhnlich schwache Konsumlaune und der allgemeine Frequenzrückgang im Online- und stationären Handel spürbar, wo bestehende hohe Lagerbestände zunächst abverkauft und daher in geringerem Maße Produkte nachbestellt werden. Angesichts der seit 2021

extrem hohen Rohstoffkosten und weiter steigender Energiepreise konnte der Leifheit-Konzern die gestiegenen Einkaufs- und Produktionskosten durch Verkaufspreiserhöhungen nur teilweise kompensieren. Gleichzeitig entfalten diese sukzessive ihre Wirkung.

Sowohl im Heimatmarkt Deutschland als auch in den Regionen Zentraleuropa und Osteuropa führten die weiterhin herausfordernden Marktbedingungen zu zum Teil deutlichen Umsatzrückgängen gegenüber den außerordentlich starken Vorjahreswerten. Die Auslandsumsätze sanken in den ersten neun Monaten 2022 insgesamt um 10,8 Mio. € auf 112,8 Mio. € (Vorjahr: 123,6 Mio. €). Der Auslandsanteil am Konzernumsatz stieg damit angesichts des gleichzeitigen Umsatzrückgangs in Deutschland in den ersten neun Monaten des Jahres 2022 auf 58,4 Prozent (Vorjahr: 54,9 Prozent).

## Konzernumsatz nach Regionen

### Deutschland

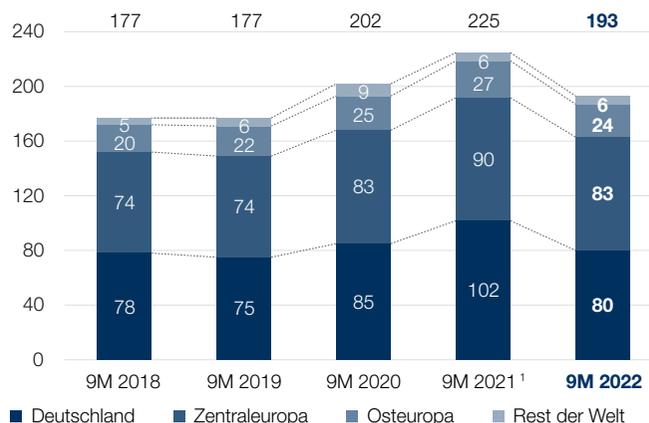
Der Leifheit-Konzern verzeichnete im Heimatmarkt Deutschland in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2022 einen Umsatzrückgang von 20,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Der Gesamtumsatz sank dort auf 80,4 Mio. € (Vorjahr: 101,7 Mio. €). Damit erwirtschaftete der Leifheit-Konzern 41,6 Prozent seines Umsatzes in Deutschland (Vorjahr: 45,1 Prozent). Im Vergleich zu anderen Märkten wirkte sich die in Deutschland außergewöhnlich starke Konsumzurückhaltung vor dem Hintergrund der allgemeinen Unsicherheit deutlich negativ auf die Umsatzentwicklung aus. Der Leifheit-Konzern begegnete dieser Entwicklung unter anderem mit der Aktion „Die Stromparer“, die Verbraucher angesichts der steigenden Energiepreise zum Switch zum stromfreien Wäschetrocknen motiviert.

### Zentraleuropa

In Zentraleuropa verzeichnete der Leifheit-Konzern in den ersten neun Monaten 2022 einen Umsatzrückgang von 7,9 Prozent auf insgesamt 83,0 Mio. € (Vorjahr: 90,1 Mio. €). Hier zeigte sich, dass trotz der Marketingaktivitäten und des erfolgreichen Distributionsausbaus, beispielsweise in Frankreich und Italien, die Umsätze unter dem Vorjahresniveau lagen, da sich die Kauflaune bei Konsumgütern auch hier angesichts der Preissteigerungen und Unsicherheit durch den Russland-Ukraine-Krieg merklich eingetrübt hat. Zuwächse in Spanien sowie ein deutliches Wachstum beim Verkauf der unter der Marke Leifheit vertriebenen Produkte in den Niederlanden konnten den allgemeinen Negativtrend in der Region Zentraleuropa nicht maßgeblich kompensieren.

### Konzernumsatz nach Regionen

in Mio. €



<sup>1</sup> Anpassung aufgrund von Jahresabschlusseffekten.

### Osteuropa

Die Umsatzerlöse in der Region Osteuropa gingen in den ersten neun Monaten 2022 um 11,6 Prozent von 27,4 Mio. € im Vorjahreszeitraum auf nunmehr 24,2 Mio. € zurück. Ein zweistelliges Umsatzwachstum verzeichnete der Leifheit-Konzern in den baltischen Staaten und in der Slowakei. Ansonsten war auch in den wichtigen Absatzmärkten in dieser Region eine spürbar geringere Verbrauchernachfrage festzustellen als noch in den ersten neun Monaten des Vorjahres.

### Rest der Welt

In den Märkten außerhalb Europas verringerte sich der Umsatz in den ersten neun Monaten 2022 um 7,6 Prozent auf 5,6 Mio. € nach 6,1 Mio. € im Vorjahreszeitraum. Einerseits konnte der Leifheit-Konzern in Asien sowie im Mittleren Osten deutliche Umsatzsteigerungen verzeichnen. Dagegen blieb vor allem das USA-Geschäft merklich hinter dem Vorjahreswert zurück. Dort hatten die vorübergehenden Schließungen im stationären Handel im Zuge der COVID-19-Pandemie zu temporär starken Umsatzschüben im Onlinegeschäft geführt und die Performance im Vorjahreszeitraum positiv beeinflusst. Dieser Effekt fiel im Berichtszeitraum weg.

## Konzernumsatz nach Segmenten

Es wird zwischen den berichtspflichtigen Segmenten Household, Wellbeing und Private Label unterschieden.

### Household

Im Segment Household erzielte der Leifheit-Konzern in den ersten neun Monaten 2022 einen Umsatzrückgang von 12,7 Prozent auf insgesamt 158,9 Mio. € (Vorjahr: 182,0 Mio. €). Der Anteil des Segments am Konzernumsatz belief sich im Berichtszeitraum entsprechend auf 82,2 Prozent nach 80,8 Prozent im Vorjahr. Insbesondere die Kategorie Küche blieb deutlich hinter dem Umsatzniveau des Vorjahres zurück. Nachdem zu Beginn des Geschäftsjahres 2021 viele Menschen durch die angesichts der Pandemie verordneten Einschränkungen und Restaurant-schließungen vermehrt Zeit mit Kochen und Backen zuhause verbrachten, zeigt sich inzwischen wieder ein verändertes Verbraucherverhalten. In den Kategorien Reinigen und Wäschepflege konnte der Leifheit-Konzern von Marketingkampagnen profitieren, wenngleich auch hier die Umsätze angesichts des allgemein nachlassenden privaten Konsums hinter den außerordentlich starken Vorjahreswerten zurückblieben.

### Wellbeing

Im Segment Wellbeing mit der Marke Soehnle verbuchte der Leifheit-Konzern einen Umsatz von 11,7 Mio. € (Vorjahr: 19,8 Mio. €). Dies entspricht einem signifikanten Rückgang von 40,7 Prozent gegenüber den ersten neun Monaten des Vorjahres. Entsprechend ist der Anteil am Konzernumsatz auf 6,1 Prozent gesunken (Vorjahr: 8,8 Prozent). In den ersten neun Monaten des Vorjahres hatten sowohl das starke Wachstum bei Soehnle Waagen, die erstmals im TV beworben wurden, als auch die verstärkte Nachfrage nach Soehnle Luftreinigern angesichts eines pandemiebedingt erhöhten Hygienebedürfnisses zu einem signifikanten Umsatzanstieg in diesem Segment geführt. Diese Effekte fielen in 2022 weg. Stattdessen belasten seit dem zweiten

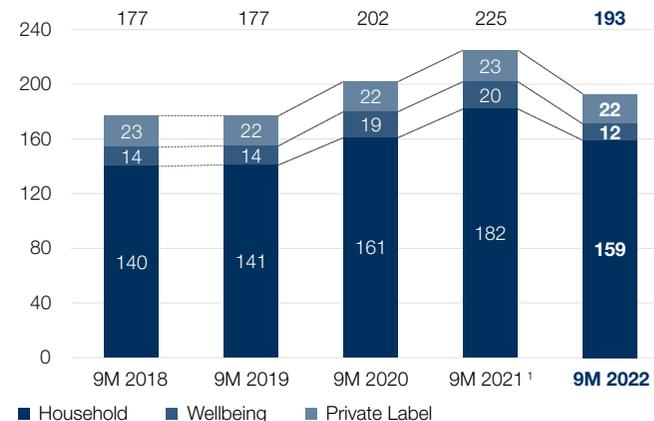
Halbjahr 2021 erschwerte Rahmenbedingungen und Lieferengpässe das Geschäft in diesem Segment, was sich durch die Auswirkungen des Russland-Ukraine-Krieges im laufenden Geschäftsjahr weiter verschärfte. Gleichzeitig bleibt Soehnle jedoch klarer Marktführer für Personen- und Küchenwaagen in Deutschland.

### Private Label

Im Segment Private Label, in dem hauptsächlich Handelsmarken durch die französischen Tochtergesellschaften Birambeau und Herby vertrieben werden, verringerte sich der Umsatz in den ersten neun Monaten 2022 um 3,8 Prozent auf 22,6 Mio. € (Vorjahr: 23,5 Mio. €). Entsprechend erhöhte sich der Anteil am Konzernumsatz auf 11,7 Prozent (Vorjahr: 10,4 Prozent). Auch wenn die Umsatzzahlen nach neun Monaten nicht ganz an das Vorjahresniveau heranreichten, war im dritten Quartal 2022 die Nachfrage nach den Produkten der Handelsmarken in Frankreich als Kernmarkt des Segments erfreulich.

## Konzernumsatz nach Segmenten

in Mio. €



<sup>1</sup> Anpassung aufgrund von Jahresabschlusseffekten.

## Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2022 erreichte der Leifheit-Konzern ein Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT) von 3,2 Mio. € (Vorjahr: 16,6 Mio. €). Der Rückgang um 13,4 Mio. € resultierte im Wesentlichen aus den fehlenden Deckungsbeiträgen aus dem Umsatzrückgang sowie dem drastischen Anstieg der Material- und Energiepreise, die durch Verkaufspreiserhöhungen nicht in vollem Umfang kompensiert werden konnten. Während die Umsatzerlöse um 14,2 Prozent oder 32,0 Mio. € zurückgingen, fielen die Kosten der Umsatzerlöse aufgrund der Material- und Energiepreissteigerungen nur um 8,1 Prozent oder 10,5 Mio. €. Die Bruttomarge verringerte sich im Vorjahresvergleich um 4,1 Prozentpunkte auf 38,4 Prozent. Im dritten Quartal 2022 zeigten die Verkaufspreiserhöhungen insbesondere in den Unternehmensbereichen Household und Private Label positive Effekte auf die Bruttomarge. Abverkaufseffekte für auslaufende Sortimente im Bereich Wellbeing wirkten dem entgegen.

Die Vertriebskosten fielen um 5,3 Mio. € auf 59,7 Mio. €. Dies lag hauptsächlich an niedrigeren Werbeaufwendungen und Werbekostenzuschüssen sowie gesunkenen Ausgangsfrachten aufgrund des deutlichen Umsatzrückgangs. Der Rückgang der Verwaltungskosten um 0,5 Mio. € auf 10,9 Mio. € war maßgeblich von der Auflösung von Rückstellungen für die langfristigen anteilsbasierten Vergütungen für den Vorstand geprägt. Das Fremdwährungsergebnis stieg deutlich um 3,2 Mio. € auf 3,8 Mio. € und enthielt einen Betrag von 1,8 Mio. € aufgrund von positiven Effekten aus Devisentermingeschäften, die nicht mehr im Hedge Accounting bilanziert wurden.

Das Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT) in den ersten neun Monaten 2022 betrug 2,5 Mio. € (Vorjahr: 16,0 Mio. €). Nach Abzug der Steuern ergab sich für die ersten neun Monate 2022 ein Periodenergebnis in Höhe von 2,2 Mio. € (Vorjahr: 11,5 Mio. €).

Der Leifheit-Konzern verfügt weiterhin über eine solide Liquiditätsausstattung, auch wenn die Konzernliquidität in den ersten neun Monaten 2022 um 8,3 Mio. € auf 29,8 Mio. € gesunken ist. Der Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit betrug im Berichtszeitraum 6,1 Mio. € (Vorjahr: 11,2 Mio. €). Der Rückgang in Höhe von 5,1 Mio. € resultierte im Wesentlichen aus dem deutlich niedrigeren Periodenergebnis, das im Vorjahresvergleich um 9,3 Mio. € gesunken ist. Die Investitionen lagen in den ersten drei Quartalen 2022 mit 4,1 Mio. € um 0,2 Mio. € unter dem Vorjahresvergleichswert von 4,3 Mio. €. Der Free Cashflow erreichte 2,0 Mio. € (Vorjahr: 7,1 Mio. €), was aus dem Rückgang des Mittelzuflusses aus der betrieblichen Tätigkeit resultierte. Aufgrund des stichtagsbezogenen Anstiegs des Working Capitals hatte der Free Cashflow zum 30. Juni 2022 noch –10,5 Mio. € betragen. Des Weiteren belief sich der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit auf –10,5 Mio. €, was im Wesentlichen durch die Auszahlung der Dividende bedingt war.

Zum Stichtag 30. September 2022 belief sich die Bilanzsumme auf 213,0 Mio. € nach 238,8 Mio. € zum Jahresende 2021. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen fielen im Vergleich zum Stichtag 31. Dezember 2021 um 2,5 Mio. € auf 50,2 Mio. €. Ebenso sanken die Vorräte um 3,4 Mio. € auf 66,8 Mio. €. Bei den sonstigen kurzfristigen Vermögenswerten fielen die Umsatzsteuerforderungen saisonbedingt um 3,0 Mio. €.

Ebenso fielen die kurzfristigen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten um 8,1 Mio. €, maßgeblich aus niedrigeren Verbindlichkeiten gegenüber Lieferanten. Die Pensionsverpflichtungen nahmen aufgrund des drastischen Anstiegs des Rechnungszinses um 24,8 Mio. € auf 38,1 Mio. € ab. Dies ist auch der wesentliche Grund für den Rückgang der aktiven latenten Steuern um 7,1 Mio. € auf 1,2 Mio. €.

Das Eigenkapital stieg zum 30. September 2022 im Vergleich zum 31. Dezember 2021 um 9,2 Mio. € auf 120,5 Mio. €. Zum Periodenergebnis von 2,2 Mio. € kam ein Anstieg der sonstigen Rücklagen um 17,0 Mio. € hinzu, hauptsächlich aus den versicherungsmathematischen Gewinnen aus den Pensionsplänen. Die Ausschüttung der Dividende im Mai dieses Jahres reduzierte das Eigenkapital um 10,0 Mio. €. In Verbindung mit dem deutlichen Rückgang der Schulden erhöhte sich die Eigenkapitalquote auf 56,6 Prozent (31. Dezember 2021: 46,6 Prozent).

## Chancen und Risiken

Die Chancen und Risiken für den Leifheit-Konzern wurden im zusammengefassten Lagebericht zum 31. Dezember 2021 ausführlich beschrieben. Auf diese Darstellung wird an dieser Stelle verwiesen. Wir beziehen einen signifikanten Anteil unserer Handelswaren aus der Volksrepublik China. Eine Eskalation des Taiwan-China Konflikts könnte unsere Versorgungssicherheit gefährden. Demgegenüber haben die weiter andauernde COVID-19-Krise sowie der Russland-Ukraine-Krieg nicht zu einer wesentlichen Änderung der Risikoeinschätzung in diesem Zusammenhang geführt. Unter Berücksichtigung der jeweiligen Eintrittswahrscheinlichkeiten und der möglichen finanziellen Auswirkungen der erläuterten Risiken sowie angesichts der soliden Bilanzstruktur und der gegenwärtigen Geschäftsaussichten erwartet der Vorstand keine substanzielle Gefährdung der Unternehmensfortführung.

## Umsatz- und Ergebnisprognose für das laufende Geschäftsjahr 2022

Die Rahmenbedingungen für unser Unternehmen haben sich in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2022 als äußerst anspruchsvoll erwiesen. Angesichts extrem hoher Material-, Fracht- und Energiekosten, einer deutlichen Verschlechterung des konjunkturellen Umfelds sowie eines Verbraucherverhaltens, das von Inflations Sorgen und Konsumzurückhaltung geprägt ist, sehen wir uns auch in den kommenden Monaten mit umfangreichen Herausforderungen konfrontiert.

Nichtsdestotrotz werden wir unsere strategischen Initiativen fortführen. Dazu gehören auch im Schlussquartal gezielte Kampagnen in ausgewählten Märkten für unsere hochqualitativen Produkte, aber vor allem ein striktes Kosten- und Ressourcenmanagement sowie Maßnahmen zur Verbesserung der Effizienz sowie der Margen- und Kostensituation.

Angesichts anhaltender Engpässe in den Beschaffungsmärkten und der drohenden Gasknappheit wirken wir zudem weiterhin proaktiv darauf hin, unsere Produktion und Lieferfähigkeit sicherzustellen.

Verkaufspreiserhöhungen werden schrittweise ihre Wirkung entfalten, diese werden jedoch Kostensteigerungen auf der Beschaffungsseite nur teilweise kompensieren können.

Vor diesem Hintergrund rechnen wir für das Geschäftsjahr 2022 mit einem starken, voraussichtlich im niedrigen zweistelligen Prozentbereich liegenden Umsatzrückgang gegenüber dem starken Vorjahreswert (2021: 288,3 Mio. €). Im Juli dieses Jahres waren wir bereits von einem starken, jedoch noch im einstelligen Prozentbereich liegenden Umsatzrückgang ausgegangen.

Im Segment Household rechnen wir auf Jahressicht nun mit einem im niedrigen zweistelligen Prozentbereich liegenden Umsatzrückgang gegenüber dem Vorjahreswert. Unverändert erwarten wir im Wellbeing-Segment einen Rückgang im deutlich zweistelligen Prozentbereich. Im Segment Private Label gehen wir weiterhin von einem Umsatz leicht unter dem Niveau des Vorjahres aus.

Der Vorstand geht unverändert von einem EBIT im unteren einstelligen Millionenbereich aus. Auf Basis der vorgenannten Einschätzungen rechnen wir mit einem positiven Free Cashflow unter dem Vorjahreswert. Auch im laufenden Geschäftsjahr werden wir unsere grundsätzlich konservative Finanzpolitik weiter fortsetzen.

Weitergehende Informationen finden sich im zuletzt veröffentlichten Geschäftsbericht des Leifheit-Konzerns für das Geschäftsjahr 2021. Der Bericht steht unter [finanzberichte.leifheit-group.com](https://finanzberichte.leifheit-group.com) auf der Homepage zur Verfügung.

# Gesamtergebnisrechnung

T €	1. Juli bis 30. Sept. 2021	1. Juli bis 30. Sept. 2022	1. Jan. bis 30. Sept. 2021	1. Jan. bis 30. Sept. 2022
Umsatzerlöse <sup>1</sup>	69.450	56.970	225.244	193.243
Kosten der Umsatzerlöse	-41.928	-35.399	-129.577	-119.119
<b>Bruttoergebnis <sup>1</sup></b>	<b>27.522</b>	<b>21.571</b>	<b>95.667</b>	<b>74.124</b>
Forschungs- und Entwicklungskosten	-1.450	-1.469	-4.315	-4.617
Vertriebskosten <sup>1</sup>	-21.411	-18.215	-65.029	-59.744
Verwaltungskosten	-2.015	-3.454	-11.392	-10.920
Sonstige betriebliche Erträge	255	238	1.260	835
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-60	-48	-244	-327
Fremdwährungsergebnis	118	2.423	649	3.837
<b>Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT)</b>	<b>2.959</b>	<b>1.046</b>	<b>16.596</b>	<b>3.188</b>
Zinserträge	10	7	19	28
Zinsaufwendungen	-211	-222	-601	-667
Sonstiges Finanzergebnis	6	-	6	-
<b>Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)</b>	<b>2.764</b>	<b>831</b>	<b>16.020</b>	<b>2.549</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-784	47	-4.525	-392
<b>Periodenergebnis</b>	<b>1.980</b>	<b>878</b>	<b>11.495</b>	<b>2.157</b>
Beiträge, die nicht in künftigen Perioden in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden				
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen	-751	6.224	2.915	23.833
Ertragsteuer aus versicherungsmathematischen Gewinnen/Verlusten aus leistungsorientierten Pensionsplänen	220	-1.943	-854	-7.102
Beiträge, die gegebenenfalls in künftigen Perioden in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden				
Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	41	158	477	394
Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	-5	186	446	146
Ertragsteuer aus der Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	-8	-54	-140	-43
Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	797	-867	2.182	-300
Ertragsteuer aus der Absicherung von Cashflows	-226	263	-626	116
<b>Sonstiges Ergebnis</b>	<b>68</b>	<b>3.967</b>	<b>4.400</b>	<b>17.044</b>
<b>Gesamtergebnis nach Steuern</b>	<b>2.048</b>	<b>4.845</b>	<b>15.895</b>	<b>19.201</b>
<b>Ergebnis je Aktie auf Grundlage Periodenergebnis (unverwässert und verwässert)</b>	<b>0,21 €</b>	<b>0,10 €</b>	<b>1,21 €</b>	<b>0,23 €</b>

<sup>1</sup> 2021 Anpassung aufgrund von Jahresabschlusseffekten.

# Bilanz

T €	31. Dez. 2021	30. Sept. 2022
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	38.090	29.799
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	52.732	50.235
Vorräte	70.140	66.771
Forderungen aus Ertragsteuern	293	649
Vertragsvermögenswerte	1.346	3.776
Derivative Finanzinstrumente	3.529	1.050
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	5.347	1.239
<b>Summe kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>171.477</b>	<b>153.519</b>
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Immaterielle Vermögenswerte	18.312	17.927
Sachanlagevermögen	38.746	38.322
Nutzungsrechte aus Leasingverhältnissen	1.720	1.742
Latente Steueransprüche	8.267	1.176
Derivative Finanzinstrumente	113	273
Sonstige langfristige Vermögenswerte	154	89
<b>Summe langfristige Vermögenswerte</b>	<b>67.312</b>	<b>59.529</b>
<b>Summe Vermögenswerte</b>	<b>238.789</b>	<b>213.048</b>
<b>Kurzfristige Schulden</b>		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	50.670	42.577
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	593	110
Sonstige Rückstellungen	6.544	6.343
Derivative Finanzinstrumente	10	10
Leasingschulden	568	455
<b>Summe kurzfristige Schulden</b>	<b>58.385</b>	<b>49.495</b>
<b>Langfristige Schulden</b>		
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	62.852	38.053
Sonstige Rückstellungen	3.619	2.467
Latente Steuerschulden	1.403	1.166
Leasingschulden	1.192	1.319
<b>Summe langfristige Schulden</b>	<b>69.066</b>	<b>43.005</b>
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	30.000	30.000
Kapitalrücklage	17.164	17.164
Eigene Anteile	-7.350	-7.350
Gewinnrücklagen	82.259	74.425
Sonstige Rücklagen	-10.735	6.309
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>111.338</b>	<b>120.548</b>
<b>Summe Eigenkapital und Schulden</b>	<b>238.789</b>	<b>213.048</b>

## Kapitalflussrechnung

T €	1. Jan. bis 30. Sept. 2021	1. Jan. bis 30. Sept. 2022
Periodenergebnis	11.495	2.157
Abschreibungen	5.788	5.551
Veränderung der Rückstellungen	-1.160	-2.329
Ergebnis aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	-36	-7
Veränderung der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-3.142	10.729
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-1.712	-9.143
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	-79	-884
<b>Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit</b>	<b>11.154</b>	<b>6.074</b>
Einzahlungen aus der Veräußerung von Sachanlagen und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	275	105
Auszahlungen für den Erwerb von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	-4.308	-4.134
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-4.033</b>	<b>-4.029</b>
Veränderung eigene Anteile	233	-
Auszahlungen für Leasingschulden	-587	-468
Gezahlte Dividende an die Aktionäre der Muttergesellschaft	-9.988	-9.991
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-10.342</b>	<b>-10.459</b>
Veränderung von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	-3.221	-8.414
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestands	36	123
Finanzmittelbestand am Anfang der Berichtsperiode	38.825	38.090
<b>Finanzmittelbestand am Ende der Berichtsperiode</b>	<b>35.640</b>	<b>29.799</b>

## Segmentberichterstattung

Kennzahlen nach berichtspflichtigen Segmenten zum 30. September 2022 in Mio. €				
	Household	Wellbeing	Private Label	Summe
Umsatzerlöse	158,9	11,7	22,6	193,2
Bruttoergebnis	65,5	3,6	5,0	74,1
Segmentergebnis (EBIT)	4,0	-1,8	1,0	3,2

Kennzahlen nach berichtspflichtigen Segmenten zum 30. September 2021 in Mio. €				
	Household	Wellbeing	Private Label	Summe
Umsatzerlöse <sup>1</sup>	182,0	19,8	23,5	225,3
Bruttoergebnis <sup>1</sup>	82,3	8,2	5,2	95,7
Segmentergebnis (EBIT)	14,1	1,2	1,3	16,6

<sup>1</sup> Anpassung aufgrund von Jahresabschlusseffekten.

Informationen über die Segmente und deren Steuerung sind dem Geschäftsbericht 2021 zu entnehmen.

## Ergänzende Informationen

Diese Quartalsmitteilung entspricht § 53 der Börsenordnung für die Frankfurter Wertpapierbörse. Es handelt sich nicht um einen Quartalsfinanzbericht nach den Vorgaben des § 115 WpHG. Sie wurde von einem Abschlussprüfer weder geprüft noch einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Ergebnisse des aktuellen Berichtsquartals lassen nicht notwendigerweise Rückschlüsse auf die Entwicklung zukünftiger Ergebnisse zu.

Die von Leifheit angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden entsprechen unter Berücksichtigung der erstmals anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften im Wesentlichen denen des letzten veröffentlichten Konzernabschlusses zum Ende des vergangenen Geschäftsjahres. Eine detaillierte Beschreibung findet sich im Anhang des Geschäftsberichts 2021 des Leifheit-Konzerns. Er steht auf der Homepage unter [finanzberichte.leifheit-group.com](https://finanzberichte.leifheit-group.com) zur Verfügung.

Aufgrund des erwarteten Anstiegs der Abzinsungssätze und der Konsequenzen des Russland-Ukraine-Krieges, von denen Leifheit mittelbar betroffen ist, wurde zum 30. September 2022 eine außerplanmäßige Wertminderungsprüfung der Vermögenswerte auf Ebene der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten durchgeführt. Dabei wurden insbesondere Preisanstiege bei Energie und Rohstoffen, Auswirkungen auf der Nachfrageseite und Probleme in der Lieferkette hinsichtlich ihrer möglichen zeitlichen Auswirkungen eingeschätzt und berücksichtigt. Der Werthaltigkeitstest ergab keinen Wertminderungsbedarf. Bei den zahlungsmittelgenerierenden Einheiten Birambeau und Herby würde sich jedoch bei einer nachhaltigen Umsatzverfehlung oder bei einem weiteren Anstieg des Zinssatzes ein Wertminderungsbedarf unmittelbar ergeben.

Veränderungen im Konsolidierungskreis oder wesentliche Änderungen der organisatorischen Struktur bzw. des Geschäftsmodells fanden im Berichtszeitraum nicht statt.

Im Berichtszeitraum fanden keine personelle Veränderungen in den Organen der Leifheit AG statt.

## Disclaimer

### Zukunftsbezogene Aussagen

Diese Mitteilung 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 sollten andere Unsicherheitsfaktoren und Unwägbarkeiten eintreten oder 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 der Veröffentlichung dieses Berichts anzupassen.

Diese Mitteilung liegt ebenfalls in englischer Übersetzung vor. Bei Abweichungen geht die deutsche Fassung der englischen Übersetzung vor.

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

## Finanzkalender

29. März 2023	<b>Geschäftsberichte 2022, Nachhaltigkeitsbericht inkl. nichtfinanzieller Konzernklärung 2022</b>
29. März 2023	<b>Analystenkonferenz</b>
11. Mai 2023	<b>Quartalsmitteilung zum 31. März 2023</b>
7. Juni 2023	<b>Hauptversammlung</b>
10. Aug. 2023	<b>Halbjahresfinanzbericht zum 30. Juni 2023</b>
9. Nov. 2023	<b>Quartalsmitteilung zum 30. September 2023</b>



Postfach 11 65  
56371 Nassau/Lahn  
Telefon: +49 2604 977-0  
[www.leifheit-group.com](https://www.leifheit-group.com)  
[ir@leifheit.com](mailto:ir@leifheit.com)